

Samen Verenigen

één organisatie, één doel, één streven



Gezonde Toekomst Badminton

Bewegen doen we samen

new mindset



new result



**I ALONE CANNOT CHANGE THE
WORLD, BUT I CAN CAST A STONE
ACROSS THE WATERS TO CREATE
MANY RIPPLES.**

~ Mother Teresa

Verhalen zijn mooi, maar wanneer ze geen passie kennen, geven ze geen kringen over het water, maar zinken ze direct als een steen naar de bodem.

Durf te geloven

Wij als A Clear Future geloven dat verandering mogelijk is. Eenduidig en stabiel beleid. Geen ruimte voor ego's. Open structuur. Transparant bestuur en bondsbureau. Kritisch. Naar jezelf. Naar anderen. Met een gezamenlijk doel. Een gezonde toekomst voor badminton in Nederland. Samen veranderen. Samen één. Op basis van onderzoek bij verenigingen en leden, gesprekken met andere sportbonden en buitenlandse badmintonbonden en onze gesprekken met diverse stakeholders als het bondsbureau, de afgevaardigden, bestuursvoorzitters en anderen, kunnen wij concluderen dat in basis alle betrokkenen dezelfde grote passie hebben. Als we deze energie bundelen en we als team dezelfde kant op bewegen, gaat ons dit lukken! Maar ook alleen dan.

Fasering

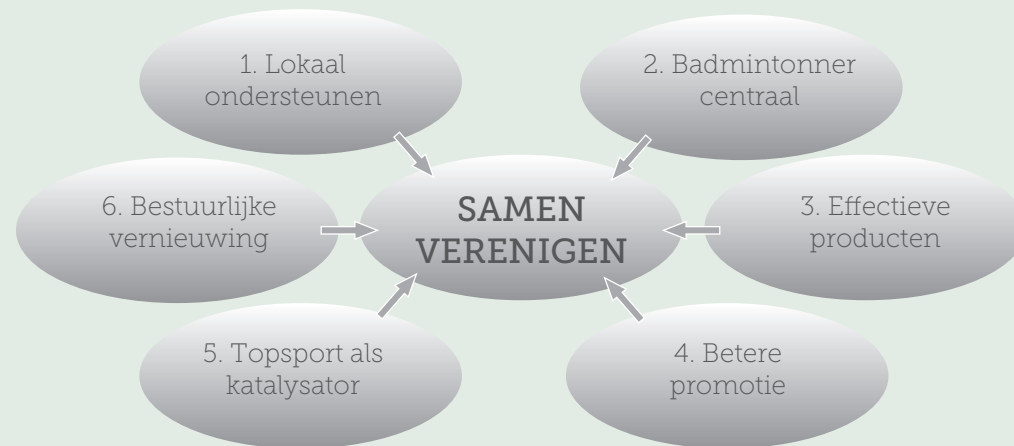
Laten we er ook niet om heen draaien, de nood is hoog. Het is daarom van groot belang om te prioriteren. Om nu te beginnen met het werven van leden is dweilen met de kraan open. De nieuwe leden landen in een organisatie die daar niet klaar voor is en stromen dus net zo snel weer uit. Daarom is het zaak om in de **eerste fase** de organisatie neer te zetten. In de **tweede fase** ligt de focus op het op orde brengen van de dienstverlening aan de verenigingen en de leden van die verenigingen. Als de zaken binnen de eigen organisatie weer op orde zijn, komt de **laatste fase** waarin de blik ook weer extern gericht wordt. Het beter promoten van onze mooie sport, zodat alle Nederlanders horen wat wij allang weten... Badminton kick's ass!

Aanpak

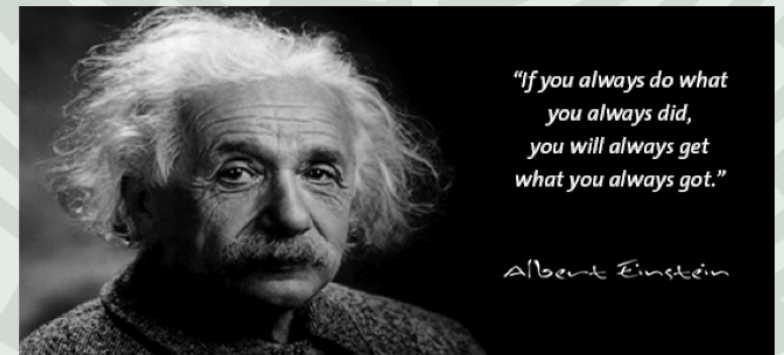
Gedragsverandering zet je niet 1,2,3 in beweging. Maar gebeurt ook niet vanzelf. Vanuit de visie zullen de stakeholders het goede voorbeeld moeten gaan geven. Het vraagt van het bestuur, het bureau en alle andere belanghebbenden een nieuwe frisse kijk op de badmintonorganisatie en hoe die nu wordt ingevuld. Niet meer dirigerend vanuit Nieuwegein, maar lokaal faciliterend in dienst van de vereniging en de lokale uitdagingen. Samen de harten van de badmintonner weer raken, verbinden van verenigingen, alle badmintonfans weer bereiken. Want alleen dan is badminton weer die leuke sport die wij met zijn allen zo een warm hart toedragen.

Badminton in beweging

Laat degene die de wereld in beweging wil zetten,
eerst zelf in actie komen. (Socrates)



- Het HOE bepaalt het succes van het WAT
- Als je doet wat je deed, krijg je wat je kreeg
- Iedereen doet mee, van jong tot oud
- Geen ruimte voor ego'
- Open communiceren
- Niet lullen, maar poetsen!



De vereniging als motor

WELKE

INVULLING

Flagships

10 flagships creëren op basis van grootte, locatie, mogelijkheden, welwillendheid. Flagships krijgen diverse rollen, waaronder opleidingscentra trainers, Organisatie clusterbijeenkomsten, vraagbaak (ca 50) aangesloten verenigingen, kort intensief contact met bond. Per flagship plus aangesloten verenigingen een centrale commissie samenstellen voor coördinatie.

Clustering

Clusterbijeenkomsten vormen best practices voor collegaverenigingen. Maximaal 10 verenigingen per sessie, faciliteren en aansturen door bondsbureau en flagships. Thema's op basis van vraag verenigingen. Doel 2 sessies per jaar. Accountmanagers zijn aanwezig.

Congres/ALV

De focus gaan leggen op workshops voor verenigingen, Flagships presenteren best practices, koppeling met jaarvergadering (ALV), Organiseer dit tijdens Dutch Open (kostenbesparing en nuttig), bestuur bespreekt jaarplan en evalueert afgelopen jaar.

Klant centraal

Het bondsbureau gaat pro-actief met haar verenigingen om, signaleert afwijkingen in ledenopbouw, gaat minimaal 2x per jaar in overleg met de vereniging, stimuleert kennisworkshops, het congres en de clusterbijeenkomsten. Heeft intensief contact met de flagships. Hiertoe staat een deugdelijk systeem tot de beschikking, die alle kennis, data en geschiedenis borgt.

Inspiratie

Kanaliseren van kennis en kunde, deze op diverse wijzen aanbieden. Voor en door verenigingen. Storytelling staat hierbij centraal. Inspiratie door en voor elkaar. Kennis uit het veld (ook collegabonden) wordt op deze wijze gedeeld. Ook een "meet the board" kan inspirerend werken.

Vrijwilliger

Vrijwilligers draaien de vereniging, zijn een belangrijke succesfactor. Hier dient veel aandacht voor te komen door een proactief beleid te voeren op de ondersteuning van deze groep. Hiertoe dient een programma opgezet te worden, die een positieve beweging bij vrijwilligers bewerkstelligt.

Kerntaken BNL volgens verenigingen

Antwoord	Aantal	Percentage	
Organisatie van Topbadminton	58	65.91 %	
Organisatie van competitie	81	92.05 %	
Organisatie van toernooien/ evenementen	45	51.14 %	
Opleidingen voor (technisch) kader	62	70.45 %	
Ondersteunen van verenigingsbesturen	55	62.50 %	
Badmintonshop	6	6.82 %	
Uitlenen van materialen	28	31.82 %	
Faciliteren van kennisdeling onder verenigingen	59	67.05 %	
Regelen van zaalruimte	4	4.55 %	
Organiseren van lokale clinics	37	42.05 %	
Anders, nl.	8	9.09 %	
Aantal respondenten	88		

Boeien, Binden, Betrekken

WELKE	INVULLING
Doelgroep	Ontwikkel producten en diensten in samenhang met de verschillende doelgroepen. Speciale spelvormen voor jeugd, ouderen, aangepast badminton, dames, etc. waar plezier en mogelijkheden voorop staan. Denk en acteer vanuit behoefte en mogelijkheden.
Jeugd	Jeugd eerder betrekken in badminton, vanaf 4 jaar. Plezier en beweging staan voorop, techniek minder. Vanaf 8 jaar speelt iedere jeugdlid ook competitie, vrijblijvend shuttlelen is verleden tijd, jeugd is competitief en heeft uitdaging nodig. Ontwikkel ook een jeugd-panel voor toetsing en afstemming (zie verder bij organisatie). Werk samen met de sportcombinatiefunctionarissen.
Regels	Regels staan in dienst van het spel, niet andersom. Alleen die regels toepassen welke zin de geest van de sport zijn en deze waar nodig flexibel toepassen. En los situaties bemiddelend op, via mediation.
Competitie	Iedere badmintonner is een gedreven badmintonner. Recreanten bestaan niet. Ontwikkel meerdere competitievormen, voor de betere en minder begaafde spelers. Iedereen speelt op zijn of haar niveau, maar wel met passende wedstrijdvormen. Er kan onderscheid gemaakt worden tussen prestatie gedreven wedstrijdvormen en meer gezelschappelijke wedstrijdvormen.
Leerlijnen	Ontwikkel duidelijke leerlijnen en eventueel een kwalificatie-systeem. Zet deze leerlijnen om in trainings- en beoordelings-methodieken, om spelers op te leiden en jaarlijks te kunnen kwalificeren. Deze worden nationaal gevolgd. Hieraan kun je ook weer competitievormen en toernooi indelingen koppelen.
Gemengd	Badminton is een gemengde sport. Echter is de balans dames / heren (heren dominant) vaak niet goed. Juist een gezonde verhouding geeft die belangrijke goede sfeer binnen een vereniging. Ontwikkel een actief damesbeleid met activiteiten speciaal ook voor dames (promo team, coole meidenbadminton, fitminton in samenwerking met sportschool). Daarbij, dames vormen een minderheid bij veel andere sporten, daar liggen bindingsmogelijkheden.



Modernisering productenpalet

WELKE

INVULLING

Relevantie

Producten dienen relevant te zijn en aantoonbaar bij te dragen aan de badminton sport. Er zijn nu veel te veel producten waarvan te weinig mensen en verenigingen af weten. Concentreer op een beperkt aantal diensten, zorg voor veel aandacht hiervoor, faciliteer deze en evalueer regelmatig.

Uitgelicht

Enkele uitstekende en aantoonbaar succesvolle producten zijn de Yonex Kids Games, Start, Week van de Badminton, etc. Deze verder ontwikkelen en goed onder de aandacht brengen en faciliteren.

Event boxen

Jeugd vindt badminton snel leuk, maar plezier is key. Aandacht voor niet-technische zaken is belangrijk om ze te binden. De eventbox voorziet hierin met bijv. een draaiboek voor een jeugdkamp, een glow-in-the-dark toernooi, etc..

Competitie

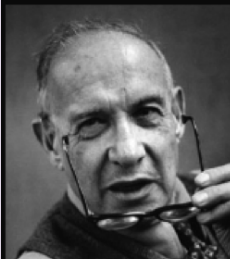
De competities zijn te rigide van opzet. Bedenk andere concepten, waar bij lokaal ook meerdere mogelijkheden ontstaan. Bijvoorbeeld Jeugd tot 10 jaar spelen maximaal 2 uur een wedstrijd, en geen 4 uur. Daar horen andere spelvormen bij. Maak kleine competities, in 4 blokken, waarbij jeugd tot 8 jaar geen standen kent, steeds aanpassingen op spelniveau.

Trainers

Zorg voor een modern en jong / dynamisch en gemengd trainers gilde. Een aansprekende trainer is de aanjager van jaren badminton-plezier. De opleiding wordt korter, meer gericht op de doelgroepen en meer accent op plezier (hand in hand met talentontwikkeling). De centrale database wordt verder ontwikkeld en het bureau gaat samen met de flagships de werving doen. Verenigingen worden actief begeleid in herkenning trainerstalent. Via tickets met kortingen en een structurele verlaging van de kosten worden de cursussen toegankelijk voor iedereen.

Evaluatie

Geleverde producten en diensten worden periodiek geëvalueerd met badmintonners en/of verenigingen. Hierdoor ontstaat een dynamisch dienstenpalet, wat nauw aansluit bij de wensen van de klanten. Kijk ook naar succesvolle producten in andere sporten en toets deze op toegevoegde waarde binnen badminton.



The successful person places more attention on doing the right thing rather than doing things right.

(Peter Drucker)

izquotes.com

Badminton = Fast, Fit & Fun

WELKE	INVULLING
Imago	Badminton moet weer een echte sport worden, en geen suf spelletje. Stoer, snel en goed voor je lijf. Een funsport die jou als geheel fitter maakt. Een sport voor echte ambitieuze sporters, van jong tot oud, man en vrouw, die op een fun wijze fit willen worden/blijven.
Focuslijnen	Om het geheel vorm te geven, zijn drie focuslijnen bepaald. Boeien, Binden en Betrekken. Deze staan centraal in alle communicatie. Boeien: "Ik wil er bij horen, omdat...." Binden " Ik wil er bij blijven, omdat..." Betrek "Ik wil actief mee doen, omdat"
Persona's	We creëren persona's om doelgroepen te definiëren, en daarmee ook de communicatie in te richten. Door de gefaseerde aanpak kiezen we eerst voor de badminton expert (trainer), de bestuurlijke badmintonner (verenigingen) en de jeugdige badmintonner. Maak vooral ambassadeurs, zij dragen de sport uit.
Middelen	De middelen zullen vooral gaan via twee sporen, de verenigingen en de badmintonners. Vooral die laatste hoort nauwelijks iets en heeft een grote afstand tot de bond. Daarnaast wordt een fanbase ingericht, die het hart vormt voor de communicatie met 'alle' badmintonners.
SMASH	Speciaal voor verenigingen komt een aparte website met daarop alle voor hen geschikte informatie. Best Practices, bondsinfo, statusupdates, vergelijkingen andere verenigingen, Trainers-matching, PR-Kits voor lokale werving op scholen, evenementen, nieuwsbrief, etc.
Partners	Partners kunnen een grote rol in promotie spelen en voegen soms meer toe dan geld alleen. Een idee is bijv. een campingcompetitie ism Landal (evt ook met tafeltennisbond)
Evenementen	Evenementen zijn een goede promotor. Er liggen reeds goede concepten op de plank, zoals familie / vriendentoernooi, ladies night, bedrijvencompetitie, en nog veel meer. Ontwikkel deze verder en communiceer ze actief.



Breedtesport en topsport hand in hand

WELKE

INVULLING

Fundament

Meer aandacht voor breedtesport is essentieel om een goed fundament te leggen en daarop een brede basis te bouwen. Breedtesport is de leverancier van de topsporter, het thuis van grote schare minder getalenteerde badmintonners. Breedtesport en topsport zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Ze kunnen niet zonder elkaar.

Clinics

Voor wat hoort wat. Topspelers dienen meer ingezet te worden tijdens clinics. Hen zien stimuleert en motiveert andere badmintonners, vooral veel jeugdleden. Dit dient ingebed te worden in een beleid.

Evenementen Creëer speciale evenementen rondom topbadminton. Denk hierbij aan een tour door NL, diverse shows rondom evenementen, etc.

Toernooi

Nodig heel actief alle leden (ook fanbase) uit voor een evenement. Met eventueel kortingsacties, gratis kaarten bij likes oid. Zorg voor volle zalen. Creëer daarvoor ook side events, om het geheel aantrekkelijker te maken voor iedere badmintonner. Betrek vooral jeugd hierbij (papa/mama & zoon/dochter events), presentaties, clinics, etc.

Apart kader

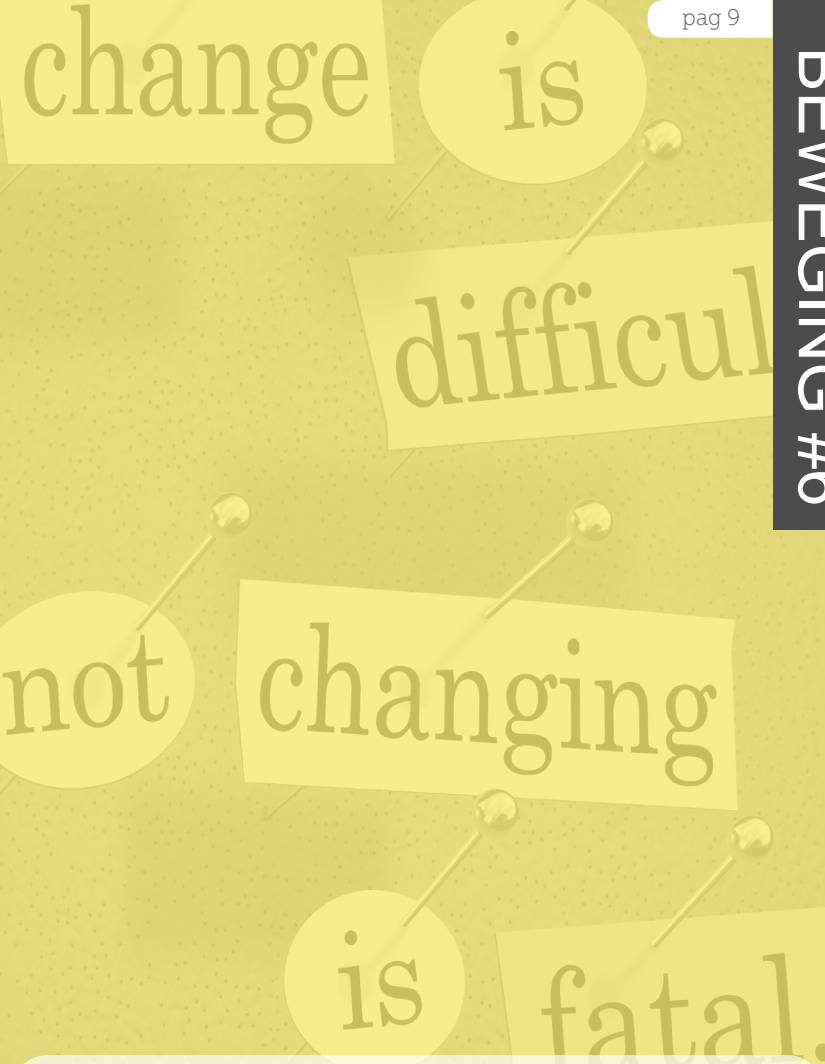
Topbadminton vraagt om andere beleidsvorming en beslissingsstructuren als de breedtesport. Koppel deze los van elkaar, en geef topsport een eigen afdeling / organisatie met mensen die alleen de focus hebben op topsport, en de daaraan gelieerde opleidingen, trainers, academy's etc.

Kosten/Baten Topsport kost geld. Iets waar uit de onderzoeken bleek dat de breedtesport niet altijd even goed waardering voor heeft. Evalueer grondig welke gelden nuttig zijn en ter ondersteuning van de ontwikkeling van de topsporter zijn. Reflecteer ook deze investering in voordelen voor de breedtesport. Zorg voor draagvlak. Stop of minimaliseer de activiteiten die niet aantoonbaar bijdragen.

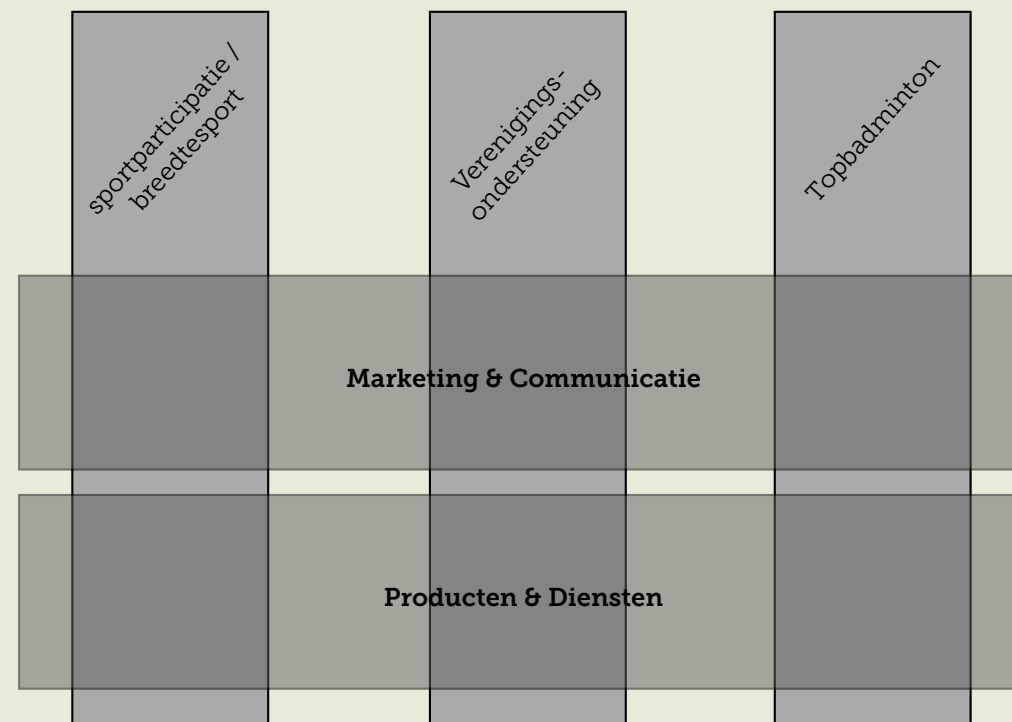


Nieuwe tijden, nieuwe organisatie

WELKE	INVULLING
Verenigingen	Via een jaarlijkse jaarvergadering (gekoppeld aan het congres) controleren alle aangesloten verenigingen via een stemmethodiek het bestuur. Geen tussenliggende organen meer, maar rechtstreeks.
Regio	Regiomanagers gaan doen waar ze goed in zijn, het organiseren van de regionale competitie. Niets meer en niets minder. Regiovergaderingen worden competitie informatieavonden, en niet verplicht.
Rolzuiver	Op dit moment is er teveel ruimte in wie waar voor verantwoorde-lijk voor is (ook klacht bondsbureau). Er dient een duidelijke scheiding en mandatering te komen van de verantwoordelijkheden per rol. Het bestuur gaat besturen met een beperkte inhoudelijke bemoeienis.
Klantgericht	De bond moet vanuit de klant gaan denken, ipv andersom. Een 'way of thinking' die procesmatig wordt geborgd.
Bureau	Kijkend naar de nieuwe koers dient een grondige analyse plaats te vinden van de medewerkers en de noodzakelijke competenties om de beoogde nieuwe relaties met het werkveld vorm en inhoud te geven. Accountmanagers zullen in dit verband noodzakelijk worden. Bij dit alles is een nieuwe veranderingsgerichte bureaudirecteur of -manager en een ervaren communicatie expert nodig. Werken vanuit passie en met een groot badmintonhart, niet alleen vanuit kantoor maar vooral in het veld zijn voorwaarden.
Contributie	De huidige contributiesystematiek moet weer eenvoudig, simpel en stabiel worden. De bond dient een voordelen bieden voor iedere badmintonner en vereniging. Een juiste waardeperceptie geeft een positieve attitude richting bond en maakt elke discussie overbodig.
Dynamisch	De huidige maatschappij vraagt periodieke evaluatie van plannen. Geen 5-jarige termijnvisies, maar een helder en duidelijke visie en beleid, die regelmatig wordt getoetst en bijgesteld (wel koersvast).
Collega's	Werk nauw samen met andere sportbonden. Ook zij hebben te dealen met een veranderende maatschappij, en zijn soms zeer succesvol.

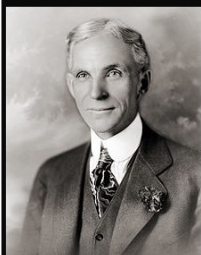


Rol Badminton Nederland



Programmalijnen Kerntaken

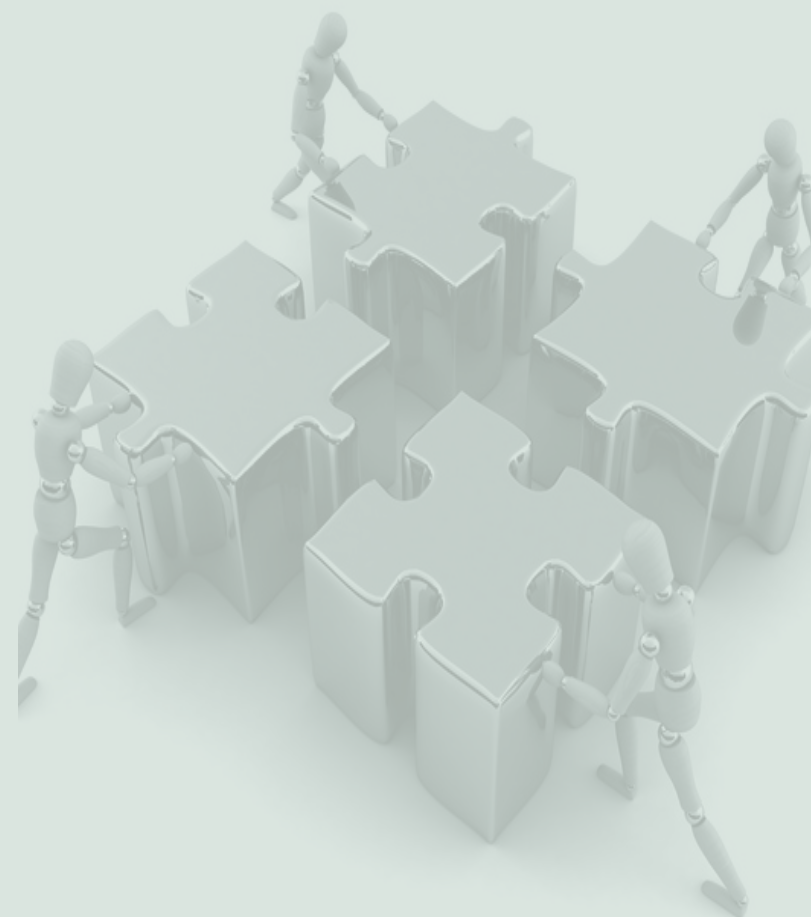
De afbeelding laat de programmalijnen of kerntaken zien waar Badminton Nederland voor kiest. Hierbij staan de verticale balken voor de primaire kerntaken van de bond die ondersteund worden door de programmalijnen in de horizontale balken.



If everyone is moving forward together, then success takes care of itself.

(Henry Ford)

Niets alles tegelijk, maar wel samen



WELKE

INVULLING

Vertrouwen

Eerst binden, dan boeien. De huidige situatie vraagt om vertrouwen van de verenigingen en alle stakeholders in elkaar, in het bestuur, in het bondsbureau. Nu allerlei wervingsactiviteiten opzetten, werkt als een lekkend vat. Wat er bovenin in druppelt, loopt onderaan weer weg. De grootste winst zit wel in de bestaande verenigingen.

Gezamenlijke Beweging

Cruciaal is dat alle stakeholders zich in één richting bewegen. Als we samen één stip op de horizon hebben gekozen, zullen de initiatieven ook dezelfde richting op gaan. Laten we samen nadenken over de volgende stappen, concreet in gedrag; wat moet het bestuur, de afgevaardigden, de regio, de flagships, enz.. vanaf dat moment doen. Pas met deze brede coalitie is er echt iets bereikt, en zijn we klaar voor een nieuwe gezonde badmintontoekomst in Nederland.

PVA

Na goedkeuring dient er zo snel mogelijk een implementeerbaar plan van aanpak te worden gerealiseerd, passend binnen de financiële mogelijkheden. Deze dient per 1-1-2015 te worden uitgevoerd.

Mogelijke Fasering

Fase 1 Vorbereiden

In de eerste fase wordt de nieuwe badmintonorganisatie ingericht, (bestuurlijke vernieuwing). Het bondsbureau wordt heringericht, een veranderingsgerichte (marketing) directeur / manager en accountmanagers worden aangesteld, nieuwe rollen voor de regio afgestemd, 10 flagships geselecteerd en ingericht, verenigingen geclusterd en overtuigd mee te gaan doen, communicatie met verenigingen sterk hersteld, eerste stappen communicatie met leden, topsport kader wordt opgezet, etc.

Fase 2 Contact

De verenigingen worden bezocht, gebonden en geënthousiasmeerd, clusterbijeenkomsten georganiseerd, flagships gaan rol vervullen. Er wordt structureel en rechtstreeks met alle leden gecommuniceerd.

Fase 3 vermarkten

De aanwasfase. Communicatie met niet-badmintonners wordt een speerpunt. Via een fanbase, oud-leden, schoolbadminton, etc worden nieuwe doelgroepen aangeboord.





Paul van Veen
Bram Reudink
Rien Caljouw
Remco Hol

©2014