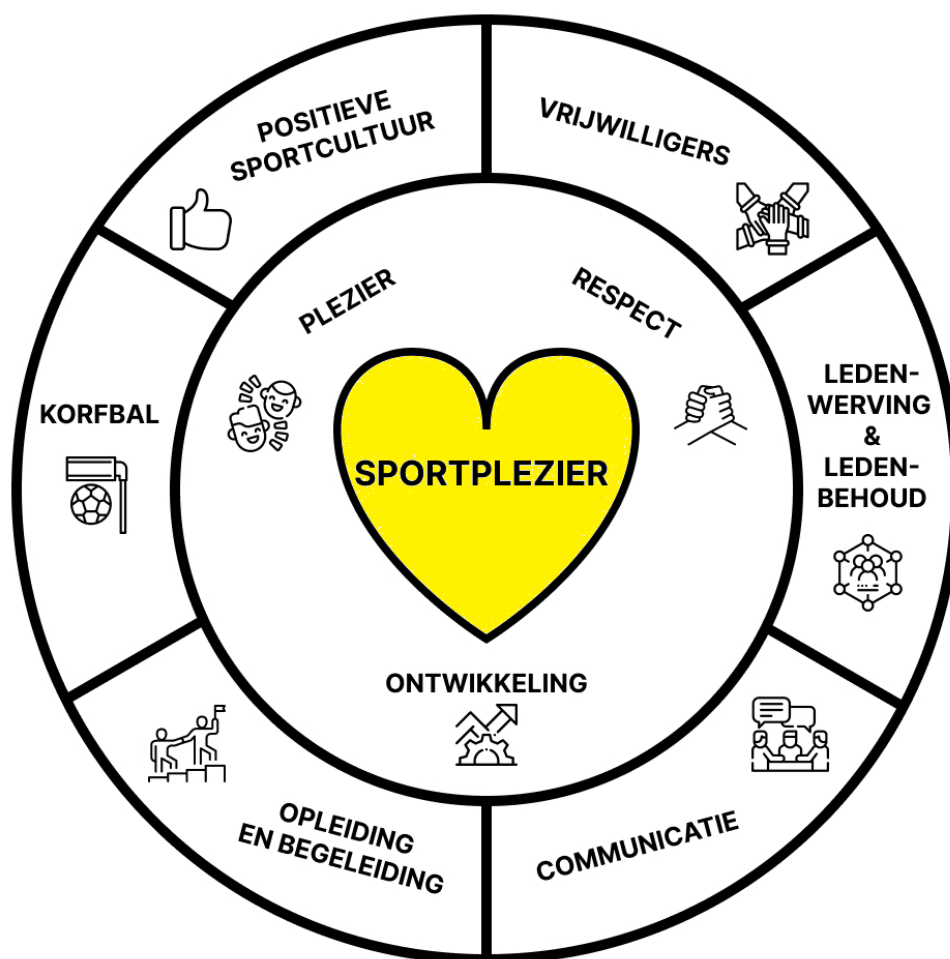


# Toekomstplan Fortis 2023-2027



## Dank voor meedenken over Toekomstplan

Ons bestuur bedankt alle (ouders van) leden en vrijwilligers die actief hebben meegedacht over de inhoud van het Toekomstplan. Hetzij door het invullen van een vragenlijst en/of het deelnemen aan de fysieke bijeenkomsten. Jullie inbreng vormt het fundament van het Toekomstplan. Een speciaal woord van dank gaat uit naar de werkgroep die het proces van het tot stand komen van het Toekomstplan heeft begeleid.

## Inhoudsopgave

1	Inleiding .....	4
1.1	Waarom is een toekomstplan nodig? .....	4
1.2	Status van het Toekomstplan .....	4
1.3	Draagvlak.....	4
1.4	Opbouw Toekomstplan .....	4
2	Missie, mission statement, visie, kernwaarden en strategische speerpunten.....	5
2.1	Van oud naar nieuw.....	5
2.2	Missie .....	5
2.3	Mission statement.....	5
2.4	Visie .....	5
2.5	Kernwaarden .....	5
2.6	Strategische speerpunten.....	6
3	Zes strategische speerpunten .....	7
3.1	Positieve sportcultuur .....	7
3.2	Vrijwilligers .....	8
3.3	Ledenwerving en ledenbehoud .....	8
3.4	Opleiden en begeleiden technisch kader en scheidsrechters .....	11
3.5	Communicatie .....	13
3.6	Korfbal .....	14
4	Implementatie .....	16
	Bijlage Communicatieplannen .....	22
	Bronnen .....	26

# 1 Inleiding

## 1.1 Waarom is een toekomstplan nodig?

Sport en de maatschappij veranderen voortdurend en korfbalverenigingen, zoals Fortis, worden hierdoor beïnvloed. Deze veranderingen bieden kansen, maar er zijn ook uitdagingen. Om deze kansen en uitdagingen aan te pakken, hebben we een plan gemaakt voor de komende vijf jaar, het Toekomstplan. We hebben bij het maken van dit plan gekeken naar nieuwe inzichten en ontwikkelingen uit het KNKV strategisch plan 2023+.

In het Toekomstplan staat sportplezier centraal. Als onze leden plezier hebben in hun sport, blijven ze vaak lid, mogelijk zelfs voor hun hele leven. Het is dus belangrijk om leden langdurig te blijven binden en te zorgen voor ledengroei.

Trainers en coaches spelen een belangrijke rol bij het plezier in de korfbalsport. Ook het type sportaanbod en het verenigingsleven zijn van belang. Het Toekomstplan richt zich niet alleen op de inhoud, maar ook op de processen die Fortis toekomstbestendig moeten maken.

## 1.2 Status van het Toekomstplan

In het Toekomstplan staat de korfbalagenda van onze club voor de komende vijf jaar. Het bestuur wil vooral aandacht geven aan activiteiten die direct de zes strategische speerpunten raken. Daarnaast houden we de focus op lopende activiteiten en andere aandachtsgebieden. Het Toekomstplan helpt het bestuur en de commissies om te sturen en beslissingen te maken. De leden kunnen kijken of het bestuur en de commissies doen wat er in het plan staat. Zo weten ze of alles volgens het afgesproken beleid gaat.

## 1.3 Draagvlak

Het bestuur van Fortis vindt het belangrijk dat alle leden het eens zijn met het Toekomstplan. Daarom wordt het plan gepresenteerd tijdens de Jaarlijkse Algemene Ledenvergadering in juni 2023. Alle leden zijn verantwoordelijk voor het uitvoeren van het Toekomstplan. Sommige commissies of project- en werkgroepen zullen helpen bij de uitwerking van het plan. Het plan zal worden gedeeld met de leden en andere betrokken personen via een communicatieplan.

## 1.4 Opbouw Toekomstplan

Het Toekomstplan begint in hoofdstuk 2 met de missie, visie, kernwaarden en strategie. In hoofdstuk 3 wordt de strategie verder uitgewerkt in zes strategische speerpunten. Elk speerpunt begint met een analyse van de huidige situatie en daarna volgt een oplossingsrichting, verdeeld in strategie, structuur en cultuur.

In hoofdstuk 4 staat het tactisch- en operationeel beleid beschreven dat aansluit op het strategisch beleid. De strategische speerpunten worden uitgewerkt in implementatieplannen met doelen, doelgroepen, resultaten, taken, financiën, promotie, tijdsplanning en de commissie of personen die verantwoordelijk zijn.

Tot slot kun je in de bijlage het strategisch en tactisch/operationeel communicatieplan lezen. Deze plannen zijn aan veranderingen onderhevig en zijn daardoor levende documenten, die op ieder moment kunnen worden aangepast. In deze plannen gaat het over communicatievragen, -doelen en -strategieën over de zes strategische speerpunten van Fortis.

## 2 Missie, mission statement, visie, kernwaarden en strategische speerpunten

### 2.1 Van oud naar nieuw

Het Toekomstplan van Fortis heeft zes belangrijke doelen die Fortis klaar maken voor de toekomst. Deze doelen zijn met elkaar verbonden. Om deze doelen te bereiken is gekeken naar wat de beste missie en visie is. Hierdoor zijn er drie nieuwe kernwaarden ontstaan. Dit zorgt ervoor dat de missie, visie, kernwaarden en de zes doelen elkaar beïnvloeden en versterken. Zo blijft Fortis toekomstbestendig.

### 2.2 Missie

Wij vinden dat Fortis meer is dan alleen korfbal en daarom doen we alles vanuit deze overtuiging. We doen dat door samen met plezier en respect voor elkaar samen te sporten in een veilige en positieve sportcultuur.

### 2.3 Mission statement

‘Fortis, meer dan korfbal’

### 2.4 Visie

Fortis is een vereniging waar iedereen zich thuis en betrokken voelt en waar korfbal op wedstrijd- en breedteniveau wordt beoefend. Het is belangrijk dat alle Fortisleden met plezier kunnen korfballen en zich op hun eigen niveau kunnen ontwikkelen. Het is belangrijk om processen te hebben die zorgen voor meer leden en het behouden van bestaande leden. Tegelijkertijd zorgen we voor een positieve sportcultuur. Naast korfbalsport organiseert Fortis ook ontspannende activiteiten. Het clubhuis is de centrale ontmoetingsplaats. Fortis wil samenwerken met andere Zeeuwse korfbalverenigingen om de korfbalsport te promoten en korfbal bekender te maken in de Souburgse samenleving.

### 2.5 Kernwaarden

De kracht van onze vereniging wordt bepaald door elk lid afzonderlijk en in de samenwerking tussen leden. Ontwikkeling, plezier en respect zijn de kernwaarden waar het bij Fortis om draait. Zo denken we, zo doen we. Zo gaan we om met elkaar, met ouders en stakeholders. Dit is onze instelling, onze mentaliteit.

#### Ontwikkeling

Fortis creëert een omgeving waarin plezier en prestatie samengaan.

#### Plezier

Korfballen en vrijwilliger zijn bij Fortis is leuk! Bij Fortis is het veilig en plezierig. Je mag bij Fortis zijn wie je bent<sup>9</sup>.

#### Respect

Bij Fortis verdient iedereen altijd respect.

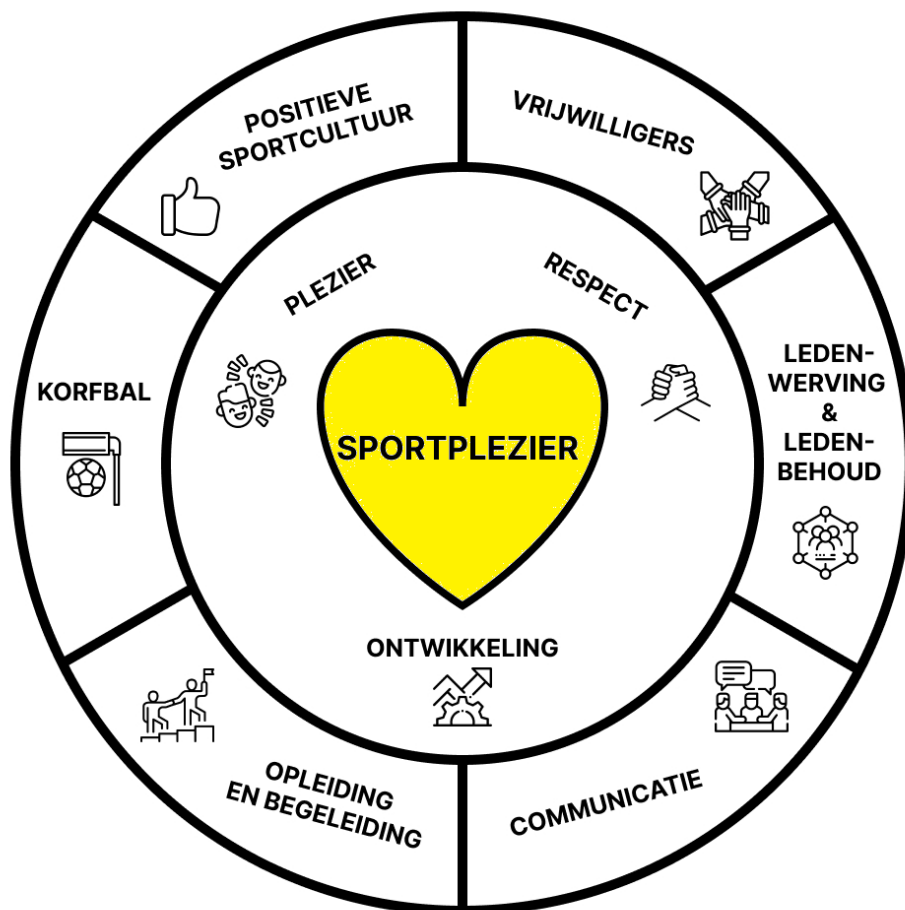
Dus: ontwikkel jezelf, heb plezier en heb respect voor de ander. Samen zorgen we daarvoor!

## 2.6 Strategische speerpunten

Bij het voorbereiden van het Toekomstplan zijn ideeën, inzichten en wensen verzameld. Daaruit zijn zes belangrijke punten gekomen die we willen aanpakken. Deze punten hebben invloed op elkaar en vormen samen ons beleid voor de komende vijf jaar.

1. Positieve sportcultuur
2. Vrijwilligers
3. Ledenwerving en ledenbehoud
4. Opleiden en begeleiden technisch kader en scheidsrechters
5. Communicatie
6. Korfbal

Deze speerpunten zijn verder in hoofdstuk 3 uitgewerkt.



## 3 Zes strategische speerpunten

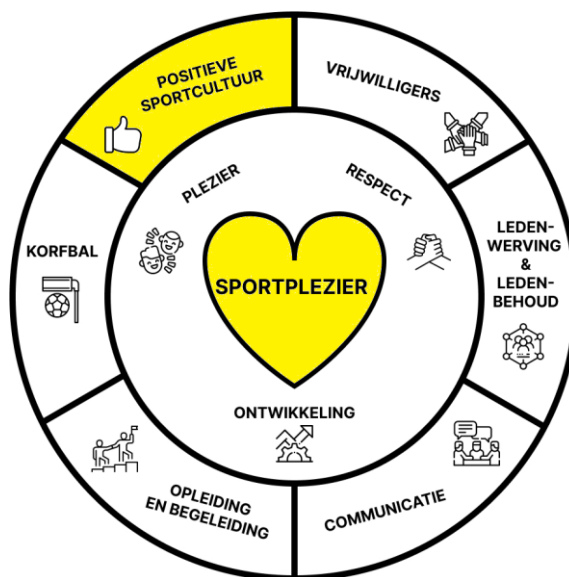
### 3.1 Positieve sportcultuur

#### Analyse

Bij Fortis vinden we het belangrijk dat alle korfballers en vrijwilligers zich veilig voelen. We hebben gedragsregels om ongewenst gedrag te voorkomen. Ook hebben we een vertrouwenspersoon. Helaas zijn deze regels en persoon nog niet bekend genoeg bij onze leden en ouders. Ook zijn de huidige regels niet genoeg om een positieve sportcultuur<sup>1</sup> te ondersteunen en er ontbreken regels voor bestuur, spelers, trainers/coaches, ouders en toeschouwers.

Sportclubs worden regelmatig geconfronteerd met ongewenst gedrag zoals pesten, agressie en geweld, discriminatie, seksuele intimidatie en misbruik (bron [KNKV](#)). Helaas gebeurt dit waarschijnlijk (onder de radar) ook bij Fortis.

Dit heeft een enorme impact op betrokkenen, de vereniging en het sportplezier van alle leden en vrijwilligers. We hebben momenteel geen specifiek beleid om een positieve sportcultuur te creëren en er is geen keten van veiligheid voor (ouders van) leden en vrijwilligers.



#### Oplappingsrichting

##### Strategie

Dat elke korfballer, vrijwilliger of ouder zich veilig moet voelen en sportplezier beleeft bij Fortis, is geen strategische keuze. Het is een randvoorwaarde die in de hele vereniging en haar toekomst gevlochten zit en daar hechten we veel waarde aan. Een positieve sportcultuur levert een grote bijdrage aan de overige vijf speerpunten. We zetten daarom hoog in, binnen alle groepen van onze vereniging (bestuurders, trainers/coaches, spelers, ouders en toeschouwers). Hieronder beschrijven we de acties.

##### Structuur

Acties die een positieve sportcultuur ondersteunen:

- We stellen gedragsregels op;
- We stellen (een) pedagogisch/didactisch begeleider(s) beschikbaar voor ondersteuning van trainers/coaches van jeugdteams F t/m A (zie 3.6);
- We besteden veel meer aandacht aan hoe groepen werken (groepsdynamica/groepsvorming) en gaan met hen in gesprek;
- We communiceren beter over 'de meldcode'<sup>10</sup>;
- We communiceren beter over onze vertrouwenspersoon.

##### Cultuur

Bij Fortis zorgen we samen voor een positieve sportcultuur waarin iedereen zich veilig voelt. Als de sportomgeving goed is, kunnen mensen open met elkaar praten en elkaar helpen als er iets aan de hand is (zie 3.5).

### 3.2 Vrijwilligers

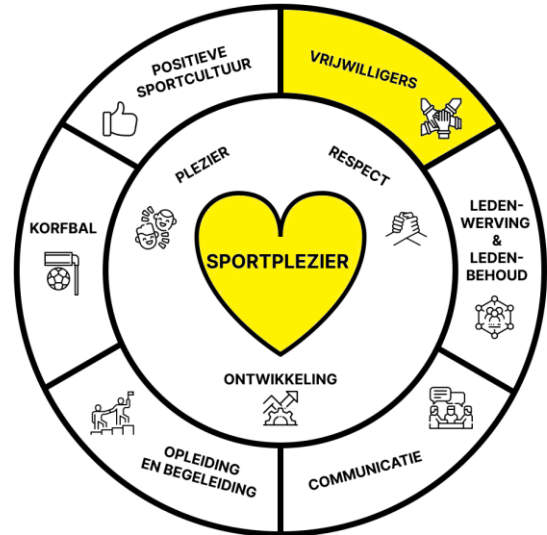
#### Analyse

Fortis heeft veel vrijwilligers nodig om te kunnen functioneren. Gelukkig hebben we nog steeds een groot aantal actieve vrijwilligers, maar het wordt steeds lastiger om mensen te vinden voor de taken die veel tijd kosten, zoals bijvoorbeeld trainers.

#### Oplossingsrichting

##### Strategie

In juni 2020 heeft Fortis een plan gemaakt voor het vrijwilligerswerk. In dit plan spreken we over vijf B's: mensen binnenhalen, begeleiden, belonen, behouden en beëindigen. We vragen mensen persoonlijk om vrijwilliger te worden.



Nieuw is dat Fortis vrijwilligerswerk wil profileren als een kans om zelf te leren. We vragen niet alleen wat je voor de vereniging kunt doen, maar ook wat de vereniging voor jou kan doen.

##### Structuur

Fortis heeft twee vrijwilligerscoördinatoren die het vrijwilligersbeleid uitvoeren. We weten dat deze coördinatoren op een dag stoppen. Daarom zijn we nu al bezig met het zoeken en trainen van nieuwe coördinatoren.

##### Cultuur

Binnen de cultuur van een vereniging zijn twee functioneringsprincipes te onderscheiden:

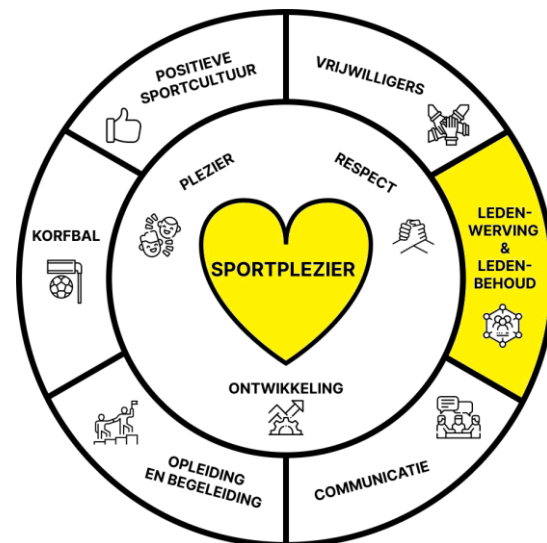
- Verenigen = we doen het samen = wij/wij principe
- Marktwerking = klant/consument = wij/zij principe

Fortis werkt volgens het principe van 'verenigen'. Dat betekent dat de leden samenwerken voor een gemeenschappelijk doel en gedeelde waarden. Fortis ziet de leden niet als klanten, maar als onderdeel van de vereniging. Het doel van 'verenigen' is dat de (ouders van) leden zich willen inzetten voor de vereniging omdat ze erbij betrokken zijn.

### 3.3 Ledenwerving en ledenbehoud

#### Analyse

Ledenwerving: het aantal teamsporters in Nederland neemt de laatste jaren langzaam af, inclusief in de korfbalsport (bron: NOC/NSF)<sup>3</sup>. Het KNKV merkt op dat er minder aanmeldingen zijn van kinderen tussen 6 en 7 jaar oud (F-jeugd). Bij Fortis zien we hetzelfde in de F-categorie, zoals te zien is in tabel 1. Als deze trend aanhoudt, kan dit op de lange termijn zelfs het voortbestaan van Fortis in gevaar brengen.





Categorie	2019 - 2020	2020 – 2021	2021 – 2022	2022 - 2023
Senioren	65	60	52	56
Junioren (A)	35	29	28	24
Aspiranten (B + C)	59	63	49	51
Pupillen (D, E, F)	91	80	76	57
Ministars	9	5	11	6
Restteam	22	24	19	18
KombiFit groep	11	9	8	6
Trimgroep	11	11	10	10
D-leden	67	74	71	71
Donateurs	12	12	11	11
Totaal	382	367	337	310

Tabel 1. Ontwikkeling ledenaantallen per categorie

Gelukkig is het relatief gemakkelijk om meer leden te krijgen bij de categorie met de grootste afname (pupillen: zie tabel 1). Dit zijn vooral kinderen van 6 en 7 jaar oud (F-jeugd) die meestal nog geen definitieve sportkeuze hebben gemaakt. Daarom is het belangrijk om juist in deze leeftijdscategorie kinderen aan te trekken, te inspireren en te behouden voor de korfbalsport.

Ledenbehoud: Het is belangrijk om niet alleen nieuwe leden te werven, maar ook om bestaande leden te behouden. Als Fortis er niet in slaagt om nieuwe leden vast te houden, dan gaat het positieve resultaat van ledenwerving snel verloren.

Uit KNKV-cijfers (tabel 2) blijkt dat de eerste drie jaar van het lidmaatschap het belangrijkste zijn (bron KNKV)<sup>4</sup>.



Tabel 2. Ledenverloop in de eerste drie jaren

Fortis heeft genoeg jonge korfballers, maar weinig van hen gaan door naar de seniorenteams. De redenen daarvoor zijn:

- Veel spelers gaan buiten Zeeland studeren.
- Sommige spelers werken op zaterdag en kunnen daardoor niet spelen.
- Anderen vinden de overstap naar de senioren spannend (weten bijvoorbeeld niet in welk team ze terecht komen).

Fortis heeft twee evenementencommissies: één voor de jeugd en één voor de senioren/junioren. Deze activiteiten zijn niet alleen leuk, maar dragen ook bij aan vriendschappen en zorgen ervoor dat leden blijven.

## Oplossingsrichting

### *Strategie ledenwerving*

Om te zorgen voor een goede verdeling van leeftijden in de teams, is het belangrijk om genoeg jonge kinderen aan te trekken en te behouden. Daarom is het werven en binden van jonge kinderen de belangrijkste prioriteit voor Fortis. De focus ligt op kinderen van 6 en 7 jaar (F-jeugd) uit Oost-Souburg en eventueel Middelburg-Zuid, die in groep 3 en 4 (en soms 5 en 6) van de basisschool zitten. Het is ook wenselijk om kinderen van 4 en 5 jaar (Ministars) aan te trekken.

### *Structuur ledenwerving*

Een op te zetten ledenwerfcommissie coördineert ieder korfbalseizoen onderstaande ledenwerfactiviteiten:

- Koningsspelen (de vrijdag voor 27 april)
- Sportdagen (juni)
- Schoolkorfbaltoernooi (september)
- Vrienden/vriendinnetjes training (voorjaars-, herfst- en kerstvakantie)
- Korfbaltrainingen op school (twee periodes van drie trainingen iom de school > vindt plaats tijdens schooluren)
- Giga- Kangoeroedag

De ledenwerfcommissie gaat beter samenwerken met de basisscholen in Oost-Souburg en mogelijk ook Middelburg-Zuid. Er is voor elke school een contactpersoon van Fortis beschikbaar om alles goed af te stemmen.

### *Strategie ledenbehoud*

Fortis vindt het belangrijk om niet alleen nieuwe leden te werven, maar ook bestaande leden (natuurlijk het liefst een leven lang) te behouden. Sportplezier is daarbij de belangrijkste factor. Als Fortis sporters behoudt, dan groeit Fortis. De trainer/coach (zie 3.4), het korfbalaanbod en het verenigingsleven spelen hierbij een belangrijke rol. Fortis gaat ook in gesprek met junioren die binnenkort naar de senioren gaan (zie 3.6), om te weten wat zij willen en wat hun ervaring is.

### *Structuur ledenbehoud*

Er is een gastvrouw/heer aangesteld die (ouders van) nieuwe leden welkom heet en hen wegwijs maakt binnen onze vereniging. De gastvrouw/heer maakt daarbij gebruik van een checklist. Elk nieuw lid wordt door de trainer ontvangen in zijn/haar team. Gastvrouw/heer, trainer en (ouders van) nieuwe leden bespreken wat ze van elkaar verwachten.

### *Cultuur ledenwerving/behoud*

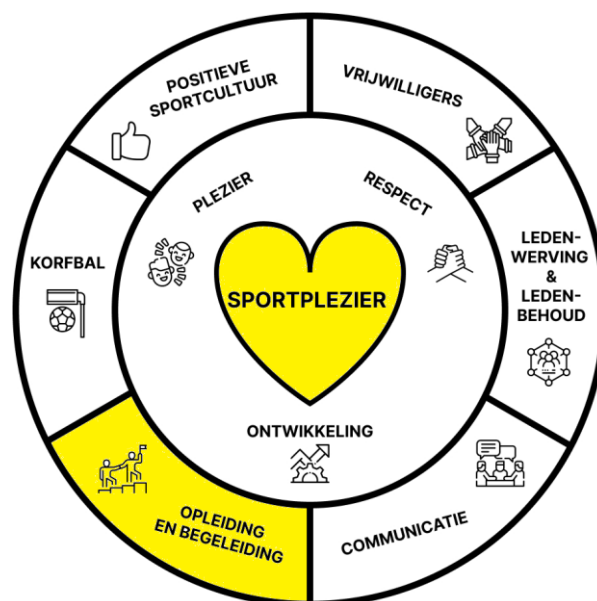
Fortis vindt het belangrijk dat haar leden plezier hebben, zich veilig voelen, vriendschappen opbouwen, zich gelijkwaardig voelen en zich ontwikkelen. Voor de ouders ligt de focus op betrokkenheid, binding en communicatie. Hiermee draagt ledenwerving- en behoud bij aan het bevorderen van een positieve sportcultuur (zie 3.1).

### 3.4 Opleiden en begeleiden technisch kader en scheidsrechters

#### Analyse

##### Trainers/coaches

Het technisch kader (oftewel: trainers en coaches) zijn erg belangrijk voor het plezier dat sporters beleven aan hun sport. Niet alle trainers hebben genoeg kennis en vaardigheden. Sommige trainers stoppen al na één jaar. Ook weten we niet goed wat trainers nodig hebben om met plezier te kunnen werken. Fortis is verantwoordelijk voor het opleiden en begeleiden van de trainers. Goed opgeleide trainers zorgen voor meer plezier bij de sporters. Trainers die niet goed zijn opgeleid, hebben moeite met technische en pedagogische vaardigheden. Bijvoorbeeld: hoe spreek je een groep korfballers aan, hoe houd je ze actief en hoe leer je ze korfbal? Maar het belangrijkste is: hoe zorg je dat de korfballers plezier hebben?



##### Scheidsrechters

Zonder scheidsrechter geen wedstrijd! Goede begeleiding van een wedstrijd is op alle niveaus en leeftijden belangrijk om sporters met plezier te laten korfbal. Een goede scheidsrechter is de begeleider van een wedstrijd en zorgt ervoor dat het korfbalspel binnen de regels verloopt. Daarnaast zorgt de scheidsrechter ervoor dat de spelers het spel op een sportieve manier kunnen spelen. Het fluiten van breedtekorfbalwedstrijden levert geen problemen op omdat Fortis sinds het seizoen 2018 - 2019 inzet op het onder begeleiding laten fluiten van jeugdwedstrijden door A-junioren. Fortis levert echter onvoldoende KNKV-scheidsrechters voor het wedstrijdkorfbal senioren en A, B en C jeugd. Daarmee voldoet Fortis niet aan de verplichte scheidsrechterregeling (zie tabel 3).

Aantal Fortis scheidsrechters	2019 – 2020	2020 – 2021	2021 – 2022	2022 - 2023
Wedstrijdkorfbal met diploma (bondsscheidsrechter)	3	4	4	3
Breedte korfbal met diploma	16	15	14	14
Breedte korfbal zonder diploma	8	19	19	18
Breedtekorfbal zonder diploma en met begeleiding	29	5	5	21
Totaal	56	43	42	56

Tabel 3. Aantal Fortis scheidsrechters vanaf 2019

Fortis 1, 2, 3, 4, A1, B1 en C1 zijn de teams die wedstrijdkorfbal spelen. Op basis van dit aantal teams dat deelneemt aan het wedstrijdkorfbal, wordt door het KNKV het aantal verplicht te fluiten wedstrijden in de zaal en op het veld berekend.

Omdat Fortis in het seizoen 2021 – 2022 niet kon voldoen aan de 97 verplicht te fluiten wedstrijden in het wedstrijdkorfbal (zie tabel 4), moesten we een geldboete betalen en kregen we een punt in mindering voor Fortis 2, 3 en 4 bij de start van seizoen 2022- 2023.

	Verplichte wedstrijden	Gefloten wedstrijden	Tekort	Boete	Punten in mindering
Zaal	30	21	9	€ 272,25	
Veld	67	34	33	€ 998,25	3
Totaal	97	55	42	€ 1270,50	3

In het seizoen 2022 – 2023 start Fortis met exact hetzelfde aantal KNKV-scheidsrechters en teams in het wedstrijdkorfbal. Als Fortis de trend van te weinig KNKV-scheidsrechters niet keert zal dit in de toekomst geldboetes blijven opleveren en punten in mindering geven voor de teams onder Fortis 1 die deelnemen aan het wedstrijdkorfbal.

### Oplossingsrichting

#### *Strategie Trainers/coaches*

Fortis wil graag dat de trainers goed opgeleid zijn en daarom bieden we trainingen aan. Alle trainers die met kinderen werken, kunnen een opleiding volgen. Ze kunnen kiezen tussen de Basic opleiding of de Korfbal Trainer opleiding. Fortis betaalt de kosten van deze trainingen.

#### *Structuur Trainers/coaches*

Fortis helpt trainers door hen opleidingen aan te bieden die door de KNKV worden gegeven. Er zijn verschillende niveaus van opleiding, zoals Basic, KT2, KT3 en KT4. Fortis heeft technische en pedagogische/didactische begeleiders die de trainers van jeugdteams<sup>5</sup> kunnen ondersteunen. Ze gebruiken het stappenplan 'trainersbegeleiding' van de KNKV om de trainers te begeleiden<sup>6</sup>.

#### *Cultuur Trainers/coaches*

Als de trainers goed zijn, dan hebben korfballers meer plezier en voelen ze zich thuis bij Fortis. Dit zorgt ervoor dat ze lid blijven (zie 3.3). Als de trainers een opleiding volgen en hulp krijgen van begeleiders, dan worden de trainingen leuker en uitdagender. De trainers krijgen zelf ook meer plezier. Kinderen die met plezier korfballen, hebben tevreden ouders. Dit zorgt voor meer sportplezier voor iedereen en een positief beeld van Fortis.

#### *Strategie scheidsrechter*

Fortis wil graag dat het vak van scheidsrechter aantrekkelijker wordt. Daarom zijn we bezig met het werven en opleiden van nieuwe bondsscheidsrechters. We doen dat volgens het plan genaamd 'de Fortis official in beeld'. In dit plan staan vier onderdelen: kwaliteit en imago, behoud en doorstroming, kwaliteit en opleiding en organisatie. Fortis werkt deze onderdelen uit om scheidsrechters te werven en op te leiden.

#### *Structuur scheidsrechter*

Fortis blijft de huidige structuur behouden voor het begeleiden en ontwikkelen van jeugdige scheidsrechters. Dit begint met A-junioren die verplicht (onder begeleiding) jeugdwedstrijden in het breedtekorfbal fluiten. De junioren die doorgaan naar de senioren worden gestimuleerd om zonder begeleiding in het breedtekorfbal te fluiten. De poule van scheidsrechters zonder diploma wordt vervolgens aangemoedigd om een scheidsrechterdiploma te halen. Scheidsrechters met diploma worden op hun beurt aangemoedigd om wedstrijden in het wedstrijdkorfbal te fluiten en als bondscheidsrechter te functioneren. Werving begint als jeugdwedstrijdleader met als doel om in de toekomst wedstrijdscheidsrechter te worden.

#### *Cultuur scheidsrechter*

Een scheidsrechter kan het beste presteren als hij of zij geniet van het werk, zich veilig voelt, weerbaar is, van uitdagingen houdt en graag beter wil worden. Bij Fortis is er een positieve sportcultuur waarin de scheidsrechter zich veilig voelt en respectvol wordt behandeld door spelers, coaches en toeschouwers. (zie 3.1).

### 3.5 Communicatie

#### Analyse

Bij Fortis kan de communicatie verbeterd worden. Dat geldt zowel intern, als extern. Hieronder lichten we dat verder toe.

#### Zender

We communiceren nog niet goed met elkaar over ons beleid en onze activiteiten. We zijn niet duidelijk over wat we willen bereiken, wanneer we dit willen bereiken, waarom we dit willen bereiken en hoe we dit willen bereiken. We hebben geen communicatiestrategie en een daarbij behorend tactisch-operationeel communicatieplan om onze doelen te beschrijven en hoe we deze willen bereiken. Zonder deze plannen weten we soms niet wat we moeten doen en als we wel weten wat we moeten doen, doen we het mogelijk niet op de juiste manier.

#### Medium

Bij Fortis communiceren we via de website, Facebook, Instagram en Whatsappgroepen en hebben we ook face to face contact. We publiceren informatie snel en op tijd, maar we moeten ons altijd afvragen of we het juiste medium gebruiken. Ondanks moderne communicatiemiddelen, werkt face to face contact vaak het beste. Dit geldt zeker voor een teamsport als korfbal, waarbij sociale binding belangrijk is. De website verdient extra aandacht. Leden vinden deze niet gebruiksvriendelijk en de structuur is niet overzichtelijk. Daardoor kunnen leden informatie over de vereniging niet vinden en haken ze vroegtijdig af. Sommige leden bekijken de website niet eens.

#### Ontvanger

De persoon die informatie ontvangt moet zeker weten dat hij/zij de informatie op de juiste manier begrijpt. Als dit niet zo is, moet de ontvanger dit bespreken met degene die de informatie heeft gestuurd. We moeten voorkomen dat de ontvanger de informatie anders begrijpt dan de zender bedoeld heeft, door bijvoorbeeld een verkeerd communicatiemiddel te kiezen. Maar uiteindelijk bepaalt de ontvanger zelf hoe hij/zij de informatie interpreteert.

#### Oplossingsrichting

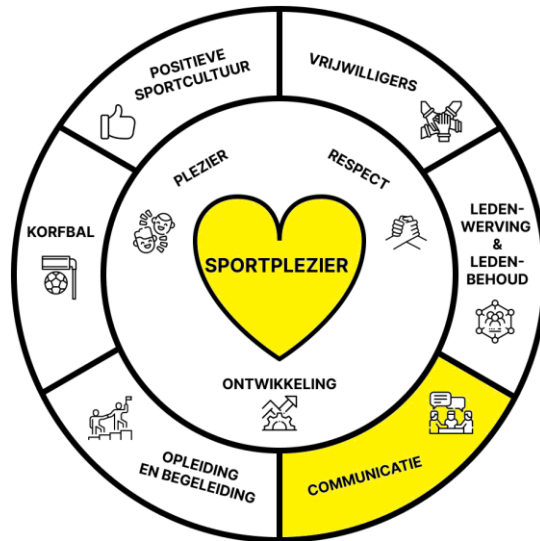
##### Strategie

In het Toekomstplan 2023 – 2027 staat onze strategie voor de komende vijf jaar. Om de zes strategische speerpunten goed in onze vereniging te laten landen en uiteindelijk te zorgen dat mensen gedrag vertonen wat daarbij hoort, hebben we een communicatiestrategie ontwikkeld. Zo weet iedereen welke koers Fortis vaart en waarom bepaalde keuzes gemaakt zijn. We vertellen onze leden tijdens de jaarlijks algemene leden vergadering (JAV) wat we hebben bereikt.

##### Structuur

Voor de uitvoering van de zes strategische speerpunten wijzen we verantwoordelijke commissies aan of richten we werkgroepen op.

Voor de doelgroep ouders organiseert Fortis ouderbijeenkomsten ('face to face'). Daarbij informeren we ouders van jeugdleden (ontvangers) over praktische zaken over trainen en spelen, maar ook over missie, visie en kernwaarden van Fortis. Zij mogen daarop hun visie geven (zenden).



Elke jeugdcategory heeft een aanspreekpunt voor (ouders van) leden en trainers op het gebied van trainen en spelen.

De (corporate) website<sup>8</sup> van Fortis gaan we overzichtelijk herstructureren.

We onderzoeken of een verenigingsapp, een app die (ouders van) leden helpt nog meer betrokken te zijn bij Fortis en bij elkaar, waardevol is in aanvulling op de huidige communicatiemiddelen. Met een verenigingsapp kunnen (ouders van) leden volgen wat er gebeurt bij Fortis en hun steentje bijdragen.

#### *Cultuur*

Door de communicatieketen te verbeteren, wordt de communicatie tussen de leden duidelijker. Dit voorkomt misverstanden en versterkt het gevoel van verbondenheid en veiligheid tussen de leden. Op deze manier draagt communicatie bij aan het verbeteren van de veiligheid en een positieve sportcultuur bij Fortis (zie 3.1).

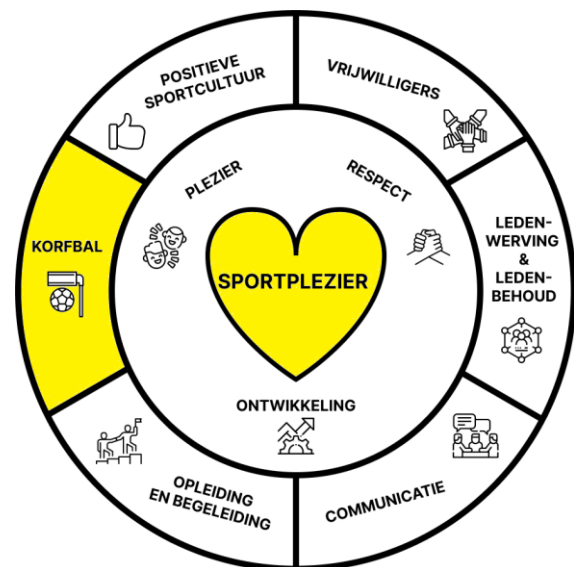
### 3.6 Korfbal

#### *Analyse*

##### *Wedstrijdniveau*

Fortis heeft vier seniorenteams die wedstrijdcorfbal spelen. Fortis 1 speelt in de 1e of overgangsklas op het veld en in de zaal. Fortis 2 speelt in de reserve 1e klas en Fortis 3 en 4 spelen in de reserve 3e klas. Fortis 5 en 6 spelen breedtecorfbal. Van de jeugdteams spelen Fortis A1, B1 en C1 wedstrijdcorfbal en alle andere jeugdteams spelen breedte corfbal.

Fortis heeft genoeg jeugdleden, maar niet genoeg van hen gaan door naar de senioren (zie sectie 3.3 over redenen waarom junioren stoppen). Hierdoor is het niet mogelijk om op een hoger niveau te spelen dan nu. Fortis heeft tussen de 300 en 350 leden en de groei is gestagneerd door minder aanwas bij de F-jeugd en verlies van leden in de juniorencategorie.



#### *Plezier en prestatie*

Het lijkt erop dat de seniorenteams (zowel in wedstrijdcorfbal als in breedtecorfbal) een goede balans hebben tussen prestatie en plezier. Spelers in het breedtecorfbal voelen zich soms niet gelijk behandeld binnen de vereniging en dit wordt ook opgemerkt bij het KNKV. Breedtecorfbal heeft een negatief imago binnen de korfbalgemeenschap.

#### *Transparantie en selectiebeleid*

Spelers en ouders vinden dat de manier waarop spelers in teams worden ingedeeld en het wisselbeleid wordt gehanteerd, niet duidelijk genoeg is. Spelers willen dat er meer rekening wordt gehouden met hun voorkeuren en dat ze snel weten in welk team ze spelen. In de jeugdteams F, E en D wordt geselecteerd op leeftijd en vaardigheid, waardoor een E1 team bijvoorbeeld sterker is dan een E3 team. Ouders vragen zich af waarom hun kind niet in een hoger team speelt. Ze vinden dat er te veel nadruk wordt gelegd op de selectieteams. Ook komt het voor dat spelers soms te vroeg doorgeschoven worden naar hogere leeftijdscategorieën. Hierdoor kan het eerste- of hoofdklasseniveau van de C1, B1 en A1 niet altijd behouden blijven in een nieuw seizoen. Ouders vinden het ook oneerlijk dat sommige jeugdteams twee keer per week trainen en andere maar één keer, terwijl de contributie voor alle jeugdspelers hetzelfde is. Ten slotte vinden ouders dat de jeugdafdeling een korfbalvisie en een technische leerlijn mist.



### *Technisch kader*

Bij de seniorenteams is er één of soms twee trainers beschikbaar. De laatste tijd is het steeds moeilijker om trainers te vinden voor de teams die op lagere niveaus spelen. Dit geldt zowel voor het wedstrijdcorfbal als het breedtecorfbal. Dit kan invloed hebben op hoe leuk het is om te spelen en op de prestaties van het team.

Bij alle jeugdteams staan twee trainers. Maar de afgelopen jaren is het steeds lastiger om deze doelstelling te halen. Vaak gaat het om onervaren trainers en daarom is het belangrijk om hen op te leiden en te begeleiden (zie 3.4).

### *Oplossingsrichting*

#### *Strategie*

Fortis wil het huidige wedstrijdniveau van de seniorenteams behouden en op termijn verbeteren. Daarom wil Fortis meer leden werven en behouden. Ook willen we het technisch kader opleiden en beter begeleiden. Door meer jeugdleden te werven willen we ervoor zorgen dat er meer jeugd doorstroomt naar de senioren.

Fortis inventariseert vroegtijdig wat de beleving, motivatie en wensen van de junioren zijn voordat ze naar de senioren gaan.

Om goed aan te sluiten bij het beoogde wedstrijdniveau van de senioren, moet Fortis A1 minimaal in de 1<sup>e</sup> klas A-jeugd spelen en groeien naar de overgangsklasse A-jeugd. Fortis B1 en C1 spelen minimaal 1<sup>e</sup> klas. Voor het behoud van het niveau van de A1, B1 en C1 in de eerste klas, schuiven we spelers uit deze teams alleen bij hoge uitzondering vroegtijdig door naar een hogere leeftijdscategorie. De Fortis E en F-teams (viertallen) zijn geen selectieteams maar ontwikkelteams. Voor deze twee categorieën is geen selectiebeleid. Kinderen in deze teams delen we in op basis van leeftijd die bij de categorie hoort en vriendjes/vriendinnetjes. Selectie vindt plaats vanaf de D-teams (achtallen).

#### *Structuur*

De TC-senioren en TC-jeugd gaan beter onderling samenwerken om de overstap van de junioren naar de senioren beter te laten verlopen.

Fortis gaat kinderen in de E en F categorie indelen op basis van vriendjes en vriendinnetjes. Teams in de E en F trainen per categorie, twee keer per week. Per jeugdcategory is er een aanspreekpunt. Technisch- en pedagogisch/didactisch begeleiders ondersteunen de trainers van jeugdteams (zie 3.1 en 3.4).

#### *Cultuur*

Vanaf de jongste jeugd besteedt Fortis aandacht aan een positieve sportcultuur (zie 3.1). Bij Fortis draait het om plezier, gelijkwaardigheid, veiligheid, uitdaging en ontwikkeling.

Iedere speler en ieder team is van even groot belang voor Fortis. Samen zijn wij Fortis! Iedereen kan bij Fortis op zijn of haar eigen niveau beter worden, presteren en plezier beleven. Fortis volgt het KNKV in haar poging om het probleem van het imago van de term 'breedtecorfbal' in de senioren op te lossen.

4.1 Positieve sportcultuur	
Algemene gegevens <ul style="list-style-type: none"> <li>• Naam van de activiteit?</li> <li>• Wanneer vindt de actie plaats?</li> <li>• Waar vindt de actie plaats?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Positieve sportcultuur</li> <li>• Continue proces</li> <li>• Fortis</li> </ul>
Doelstelling <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat wil Fortis bereiken?</li> </ul>	Cultuur <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iedere korfballer, vrijwilliger, ouder en toeschouwer voelt zich veilig bij Fortis</li> </ul> Strategie/structuur <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trainers van jeugdteams worden begeleid door een pedagogisch/didactisch begeleider</li> <li>• Gedragsregels die een positieve sportcultuur ondersteunen</li> </ul>
Doelgroep <ul style="list-style-type: none"> <li>• Op wie gaat de activiteit zich richten?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Korfballers, vrijwilligers, ouders en toeschouwers</li> <li>• In eerste instantie op de trainers in de F t/m A jeugd met de optie deze begeleiding uit te breiden naar de senioren</li> </ul>
Resultaten <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat wordt nagestreefd?</li> </ul>	Strategie/structuur <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jeugdtrainers kennis en vaardigheden aanleren op het gebied van positief coachen en hoe om te gaan met pesten, agressie, geweld, discriminatie, seksuele intimidatie en misbruik</li> <li>• Opstellen van en bekendheid geven aan gedragsregels</li> <li>• Bekendheid geven aan bestaan en mogelijkheden vertrouwenspersoon</li> </ul>
Programma <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke activiteiten worden uitgevoerd en wanneer?</li> <li>• Tijdspad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aanstellen pedagogisch/didactisch begeleider (seizoen 2022 – 2023)</li> <li>• Programma/acties opstellen in het kader van een positieve sportcultuur (ieder seizoen opnieuw bepalen)</li> <li>• Welke activiteit in welk seizoen te bepalen door TC-jeugd en pedagogisch/didactisch begeleiders</li> </ul>
Benodigheden <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke materialen zijn nodig?</li> <li>• Wie regelt deze materialen?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voorlichtingsmateriaal (poster, video, flyer, website en socialmedia)</li> <li>• Marcom in samenwerking met bestuur en commissies</li> </ul>
Taakverdeling <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke taken moeten gedaan worden?</li> <li>• Wie gaat welke taak invullen?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activiteiten en tijdsplanning in het kader van een positieve sportcultuur opstellen door TC-jeugd en pedagogisch/didactisch begeleiders</li> <li>• Bekendheid en zichtbaarheid pedagogisch/didactisch begeleiders, vertrouwenspersoon en gedragsregels door betrokkenen en bestuur</li> </ul>
Promotie <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke promotionele activiteiten worden uitgevoerd?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Op website en socialmedia aandacht besteden aan Fortis contactpersoon en gedragsregels</li> </ul>
Begroting en dekkingsplan	
Evaluatie <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wanneer (op welke tijdstippen) wordt geëvalueerd?</li> <li>• Hoe wordt er geëvalueerd?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluatie vindt 3x per seizoen plaats tussen pedagogisch/didactisch begeleider en TC-jeugd</li> <li>• Evaluatie met doelgroep (jeugdtrainers)</li> <li>• Terugkoppeling 3x per seizoen van TC-jeugd aan bestuur</li> <li>• Naar de leden op de jaarlijks algemene leden vergadering (JAV)</li> </ul>



4.2 Vrijwilligers	
Algemene gegevens <ul style="list-style-type: none"> <li>• Naam van de activiteit?</li> <li>• Wanneer vindt de actie plaats?</li> <li>• Waar vindt de actie plaats?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vrijwilligers</li> <li>• Continue proces</li> <li>• Fortis</li> </ul>
Doelstelling <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat wil Fortis bereiken?</li> </ul>	Cultuur <ul style="list-style-type: none"> <li>• De (ouders van) leden vormen en dragen de vereniging op basis van intrinsieke betrokkenheid</li> </ul> Strategie/structuur <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle vrijwilligerstaken en functies zijn ingevuld</li> <li>• Waar mogelijk duo-functies creëren waardoor taken/functies worden verlicht en tevens achtervang is geborgd</li> </ul>
Doelgroep <ul style="list-style-type: none"> <li>• Op wie gaat de activiteit zich richten?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortisleden vanaf leeftijd B- jeugd</li> <li>• Ouders van jeugdleden</li> <li>• Oud leden</li> </ul>
Resultaten <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat wordt nagestreefd?</li> </ul>	Strategie/structuur <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bezetting van alle functies</li> <li>• De juiste persoon op de juiste functie</li> <li>• Zorgen voor tijdige invulling en vervanging van functies en specifiek die van vrijwilligerscoördinatoren</li> <li>• Verzorgen training/ opleiding voor vrijwilligers</li> </ul>
Programma <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke activiteiten worden uitgevoerd en wanneer?</li> <li>• Tijdsplan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Binnenhalen, Begeleiden, Belonen, Behouden en Beëindigen (uitvoering gebaseerd op de vijf B's uit het vrijwilligersbeleid juni 2020) is een continu proces</li> <li>• Ouderbijeenkomsten bij aanvang van een nieuw korbalseizoen (september)</li> <li>• Monitoren bezetting vrijwilligersfuncties is een continu proces</li> </ul>
Benodigheden <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat is nodig?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Overzicht vrijwilligersfuncties en vacatures</li> </ul>
Taakverdeling <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke taken moeten gedaan worden?</li> <li>• Wie gaat welke taak invullen?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werving en begeleiding van vrijwilligers door bestuur en commissies</li> <li>• Uitzetten vragen/takenlijst onder senioren door TC-senioren</li> <li>• Vrijwilligerscoördinatoren coördineren en ondersteunen bestuur en commissie bij het werven en begeleiden van vrijwilligers</li> </ul>
Promotie <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke promotionele activiteiten worden uitgevoerd?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Periodieke column op de website over persoonlijke ervaring vrijwilligers</li> <li>• Voorstellen nieuwe vrijwilligers en afscheid oude vrijwilligers op de website</li> </ul>
Begroting en dekkingsplan <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vrijwilligersbijeenkomst</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• € 1500,- 1x per 2 seizoenen</li> <li>• Training en opleiding €500 per seizoen</li> </ul>
Evaluatie <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wanneer (op welke tijdstippen) wordt geëvalueerd?</li> <li>• Hoe wordt er geëvalueerd?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vindt doorlopend plaats met vrijwilligerscoördinatoren en in commissie- en bestuursvergaderingen</li> <li>• Naar de leden op de jaarlijks algemene leden vergadering (JAV)</li> </ul>
4.3 Ledenwerving en ledenbehoud	
Algemene gegevens <ul style="list-style-type: none"> <li>• Naam van de activiteit?</li> <li>• Wanneer vindt de actie plaats?</li> <li>• Waar vindt de actie plaats?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ledenwerving en behoud</li> <li>• Terugkerende cyclus van ledenwerf- en behoud activiteiten verdeeld over een korbalseizoen</li> <li>• Fortis</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ledenwerfactiviteiten vinden plaats op het sportcomplex en (waar mogelijk) op de basisscholen in Souburg en Middelburg- Zuid</li> </ul>
Doelstelling <ul style="list-style-type: none"> <li>Wat wil Fortis bereiken?</li> </ul>	Cultuur <ul style="list-style-type: none"> <li>Groei realiseren door de focus te leggen op plezier, veiligheid, vriendschap, gelijkwaardigheid, uitdaging en ontwikkeling</li> </ul> Strategie/structuur <ul style="list-style-type: none"> <li>Door middel van ledengroei en - behoud een brede ledenbasis realiseren in de jeugdafdeling (piramidevorm)</li> </ul>
Doelgroep <ul style="list-style-type: none"> <li>Op wie gaat de activiteit zich richten?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ledenwerving: kinderen in de leeftijdscategorie van 4 t/m 7 jaar</li> <li>Ledenbehoud: senioren, junioren en jeugd</li> </ul>
Resultaten <ul style="list-style-type: none"> <li>Hoeveel ledenwinst wordt nagestreefd?</li> <li>Hoeveel ledenbehoud wordt nagestreefd</li> </ul>	Strategie/structuur <ul style="list-style-type: none"> <li>Drie F-teams per seizoen = 15 leden in de leeftijdscategorie van 6 en 7 jaar</li> <li>Groei van de vereniging met 10 leden per seizoen</li> <li>3 van de 4 overkomende junioren blijft spelend lid van Fortis</li> </ul>
Programma <ul style="list-style-type: none"> <li>Welke activiteiten worden uitgevoerd en wanneer?</li> <li>Tijdspad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Werven en aanstellen van een ledenwerfcommissie (seizoen 2022 – 2023)</li> <li>Werven en aanstellen van een gastheer/vrouw (seizoen 2022 – 2023)</li> <li>Uitvoering geven aan ledenwerfactiviteiten (zie 3.3 ledenwerving)</li> <li>Aanmeldingsprocedure nieuwe leden structureren (seizoen 2022 – 2023)</li> <li>Organiseren van nevenactiviteiten voor leden en vrijwilligers</li> </ul>
Benodigheden <ul style="list-style-type: none"> <li>Welke materialen zijn nodig?</li> <li>Wie regelt deze materialen?</li> </ul>	
Taakverdeling <ul style="list-style-type: none"> <li>Welke taken moeten gedaan worden?</li> <li>Wie gaat welke taak invullen?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coördinatie en ondersteuning ledenwerfactiviteiten door ledenwerfcommissie</li> <li>Per ledenwerfactiviteit is er een aparte uitvoeringscommissie</li> <li>Inventariseren wensen/behoefte junioren door TC-jeugd</li> <li>Intake/welkom nieuwe leden door gastheer/vrouw</li> <li>Aanmeldingsprocedure structureren door bestuur</li> <li>Organiseren van nevenactiviteiten door EC- senioren en jeugd</li> </ul>
Promotie <ul style="list-style-type: none"> <li>Welke promotionele activiteiten worden uitgevoerd?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Website, socialmedia, posters, flyers, etc</li> </ul>
Begroting en dekkingsplan Ledenwerving Ledenbehoud	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>
Evaluatie <ul style="list-style-type: none"> <li>Wanneer (op welke tijdstippen) wordt geëvalueerd?</li> <li>Hoe wordt er geëvalueerd?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluatie vindt plaats na iedere ledenwerfactiviteit door de ledenwerfcommissie en de uitvoeringscommissies</li> <li>Evaluatie vindt plaats na iedere ledenbehoudactiviteit door de EC-senioren en EC-jeugd</li> <li>Terugkoppeling per activiteit aan het bestuur</li> <li>Naar de leden op de jaarlijks algemene leden vergadering (JAV)</li> </ul>

4.4 Opleiden en begeleiden technisch kader en scheidsrechters	
<p>Algemene gegevens</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Naam van de activiteit?</li> <li>• Wanneer vindt de actie plaats?</li> <li>• Waar vindt de actie plaats?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opleiden en begeleiden technisch kader en scheidsrechters</li> <li>• Aanstellen technisch begeleider(s) voor trainers van jeugdteams</li> <li>• Opleiden en begeleiden technisch kader en scheidsrechters vindt gedurende het korbalseizoen plaats</li> <li>• Werven technisch begeleider(s) vindt plaats in het seizoen 2022 – 2023</li> <li>• Opleiding tot trainer en scheidsrechter vindt plaats bij Fortis of bij andere Zeeuwse korfbalverenigingen</li> </ul>
<p>Doelstelling</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat wil Fortis bereiken?</li> </ul>	<p>Strategie/structuur</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trainers die ervoor zorgen dat korfbalsters bij Fortis met plezier sporten en zich thuis voelen</li> <li>• Scheidsrechters die in het bezit zijn van een scheidsrechterdiploma</li> <li>• Begeleiding van trainers van jeugdteams en scheidsrechters</li> <li>• Voldoende Bondsscheidsrechters om boete en sportieve sanctie te voorkomen</li> </ul>
<p>Doelgroep</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Op wie gaat de activiteit zich richten?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Op de trainers die actief zijn bij de jeugd van Fortis</li> <li>• Jeugdwedstrijdleaders die doorstromen naar het vak van wedstrijdscheidsrechter</li> </ul>
<p>Resultaten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoeveel trainers met opleiding?</li> <li>• Hoeveel wedstrijdscheidsrechters?</li> <li>• Hoeveel technisch begeleiders?</li> </ul>	<p>Strategie/structuur</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vijftig procent van de trainers die actief zijn bij de jeugd hebben een basic of KT2-opleiding</li> <li>• Het aantal wedstrijdscheidsrechters wordt uitgebreid van 3 naar 5</li> <li>• Fortis heeft 4 technisch begeleider(s) voor trainers van jeugdteams</li> </ul>
<p>Programma</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke activiteiten worden uitgevoerd en wanneer?</li> <li>• Tijdspad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stimuleren en enthousiasmeren voor het volgen van een opleiding tot trainer of wedstrijdscheidsrechter vindt doorlopend plaats</li> <li>• Werven technisch begeleider(s) voor jeugdtrainers vindt plaats in het seizoen 2022 – 2023</li> <li>• Of en wanneer een opleiding plaatsvindt is afhankelijk van het aantal deelnemers van Fortis, andere korfbalverenigingen en het aanbod van het KNKV</li> </ul>
<p>Benodigheden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke materialen zijn nodig?</li> <li>• Wie regelt deze materialen?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lesmateriaal &gt; KNKV</li> <li>• Docenten &gt; KNKV</li> <li>• Locatie iom Zeeuwse korfbalverenigingen</li> </ul>
<p>Taakverdeling</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke taken moeten gedaan worden?</li> <li>• Wie gaat welke taak invullen?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stimuleren van trainers tot het volgen van een KNKV-opleiding voor trainers</li> <li>• Werven technisch begeleider(s)</li> <li>• Borgen van de begeleiding van junioren bij het fluiten van jeugdwedstrijden in het breedtekorfbal</li> <li>• Stimuleren van scheidsrechters zonder diploma tot het behalen van een scheidsrechterdiploma</li> <li>• Stimuleren van scheidsrechters met een diploma om wedstrijdkorfbal te gaan fluiten</li> <li>• Uitvoering vindt plaats door de TC-jeugd en senioren ism de vrijwilligerscoördinatoren</li> </ul>
<p>Promotie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke activiteiten?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Website, socialmedia, posters, flyers, etc</li> </ul>

Begroting en dekkingsplan	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
Evaluatie <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wanneer (op welke tijdstippen) wordt geëvalueerd?</li> <li>• Hoe wordt geëvalueerd?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluatie vindt plaats na iedere activiteit</li> <li>• Evaluatie vindt plaats door TC-jeugd en senioren iom vrijwilligerscoördinatoren</li> <li>• Terugkoppeling vindt plaats aan het bestuur</li> <li>• Naar de leden op de jaarlijks algemene leden vergadering (JAV)</li> </ul>

4.5 Communicatie	
Algemene gegevens <ul style="list-style-type: none"> <li>• Naam van de activiteit?</li> <li>• Wanneer vindt de actie plaats?</li> <li>• Waar vindt de actie plaats</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Communicatie (Toekomstplan)</li> <li>• Periode 2022 - 2027 (zie communicatieplan)</li> <li>• Fortis</li> </ul>
Doelstelling <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat wil Fortis bereiken?</li> </ul>	Cultuur <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparantie en optimaliseren van de communicatieketen en daarmee het gevoel van verbondenheid tussen leden bevorderen</li> </ul> Strategie <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voor (ouders van) leden, vrijwilligers en stakeholders is duidelijk welke keuzes ten grondslag liggen aan de door Fortis gekozen missie, visie en kernwaarden</li> </ul>
Doelgroep <ul style="list-style-type: none"> <li>• Op wie gaat de activiteit zich richten?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intern op (ouders van) leden en vrijwilligers</li> <li>• Extern op stakeholders (KNKV, gemeente Vlissingen, Sport Zeeland, sponsors)</li> </ul>
Resultaten <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat wordt nagestreefd?</li> </ul>	Strategie/structuur <ul style="list-style-type: none"> <li>• Het optimaliseren van de communicatieketen</li> </ul>
Programma <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke activiteiten worden uitgevoerd en wanneer?</li> <li>• Tijdspad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opstellen communicatieplan (seizoen 22- 23)</li> <li>• Organiseren van ouderbijeenkomsten aan de start van een nieuws korfbalseizoen</li> <li>• Websitestructuur herinrichten (seizoen 23- 24)</li> <li>• Onderzoeken verenigingsapp (seizoen 23 – 24)</li> <li>• Ontwikkelen van een (digitale) flyer met voor (nieuwe) leden alle relevante informatie om binnen Fortis met plezier te kunnen sporten</li> </ul>
Benodigheden <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke materialen zijn nodig?</li> <li>• Wie regelt dat?</li> </ul>	
Taakverdeling <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke taken moeten gedaan worden?</li> <li>• Wie gaat welke taak invullen?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schrijven communicatieplan (Liselore Sonius)</li> <li>• Herinrichten website (Thomas Siahaya)</li> <li>• Onderzoeken verenigingsapp (Liselore Sonius)</li> <li>• Ontwikkelen (digitale) flyer document voor nieuwe leden</li> </ul>
Promotie <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke promotionele activiteiten worden uitgevoerd?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Website, socialmedia, posters, flyers, etc</li> </ul>
Begroting en dekkingsplan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• € 1000,- per seizoen</li> </ul>
Evaluatie <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wanneer (op welke tijdstippen) wordt geëvalueerd?</li> <li>• Hoe wordt er geëvalueerd?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluatie vindt plaats tussentijds en na het realiseren van een activiteit</li> <li>• Evaluatie vindt plaats door en met betrokken uitvoerders en bestuur</li> <li>• Naar de leden op de jaarlijks algemene leden vergadering (JAV)</li> </ul>

4.6 Korfbal	
Algemene gegevens <ul style="list-style-type: none"> <li>• Naam van de activiteit?</li> <li>• Wanneer vindt de actie plaats?</li> <li>• Waar vindt de actie plaats?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Korfbal</li> <li>• Periode 2022 – 2027 (zie tijdspad)</li> <li>• Fortis</li> </ul>
Doelstelling <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat wil Fortis bereiken?</li> </ul>	Cultuur <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortisleden ervaren spelplezier</li> <li>• Fortisleden voelen zich gelijkwaardig behandeld</li> <li>• Fortisleden voelen zich uitgedaagd en kunnen zich, mede daardoor, in sportief opzicht ontwikkelen</li> </ul> Strategie/structuur <ul style="list-style-type: none"> <li>• De senioren- en jeugdteams die acteren in het wedstrijdkorfbal spelen 1<sup>e</sup> klas met het streven te groeien naar een hoger wedstrijdniveau</li> <li>• Maximale halen uit korballers</li> </ul>
Doelgroep <ul style="list-style-type: none"> <li>• Op wie gaat de activiteit zich richten?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Korballende Fortisleden</li> </ul>
Resultaten <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat wordt nagestreefd?</li> </ul>	Strategie/structuur <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intensievere samenwerking tussen technische commissie senioren en jeugd</li> <li>• Behoud van het huidige wedstrijdniveau van senioren en jeugdteams</li> <li>• Op termijn groei naar een hoger wedstrijdniveau voor senioren- en jeugdteams die acteren in het wedstrijdkorfbal</li> </ul>
Programma <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke activiteiten worden uitgevoerd en wanneer?</li> <li>• Tijdspad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uitvoering geven aan de acties genoemd bij positieve sportcultuur (3.1), ledenwerving/behoud (3.3) en opleiding en begeleiding (3.4)</li> <li>• Inventariseren wensen/behoeften van naar senioren overkomende junioren (ieder seizoen)</li> <li>• Intensiveren samenwerking TC-senioren en jeugd</li> <li>• F en E kinderen indelen op basis van vriendjes/vriendinnetjes</li> </ul>
Benodigdheden <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke materialen zijn nodig?</li> <li>• Wie regelt deze materialen?</li> </ul>	
Taakverdeling <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke taken moeten gedaan worden?</li> <li>• Wie gaat welke taak invullen?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Structuur borgen voor het inventariseren van wensen/behoeften van naar senioren overkomende junioren</li> <li>• Werkvorm opzetten voor intensievere samenwerking tussen TC-senioren en jeugd</li> <li>• Pilot opzetten bij de F-jeugd voor trainen en indeling per categorie. Bij positief succes doorgroeien naar E -jeugd</li> <li>• TC-senioren en TC-jeugd</li> </ul>
Promotie <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke promotionele activiteiten worden uitgevoerd?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zie communicatieplan</li> </ul>
Begroting en dekkingsplan	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
Evaluatie <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wanneer (op welke tijdstippen) wordt geëvalueerd?</li> <li>• Hoe wordt er geëvalueerd?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluatie vindt plaats tijdens en na het realiseren van iedere activiteit</li> <li>• Standaard bespreken op TC-vergaderingen</li> <li>• Door middel van verslaglegging op commissie- en bestuursvergaderingen</li> <li>• Naar de leden op de jaarlijks algemene leden vergadering (JAV)</li> </ul>

## Bijlage

### Communicatieplannen

In dit hoofdstuk komt het strategisch en tactisch/operationeel communicatieplan aan bod. Het uitvoerings-/campagneplan is op het moment van schrijven nog in de maak.

Communicatieplan		Strategisch	
	Naam	Vraagstuk	Communicatievragen
Opdrachtgever	Fortis Korfbal	<p>Veel talent verlaat de jeugd, gevolg: weinig doorstroming naar de senioren, gevolg: niet meer kunnen spelen op hoog niveau. Oplossing:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prim: Behouden van bestaande en werven van (prim) nieuwe (jeugd)leden [en (sec) vrijwilligers]?</li> <li>2. Prim: Uitstraling positieve sportcultuur</li> <li>3. Sec: Werven en bieden van opleiding en coordinatie aan coaches en scheidsrechters</li> <li>4. Alg: communicatie (zowel intern als extern) kan veel beter.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hoe kan communicatie bijdragen aan het behouden van en werven van (prim) nieuwe (jeugd)leden [en (sec) vrijwilligers]?</li> <li>2. Hoe kan communicatie Fortis helpen om de positieve sportcultuur uit te dragen, te beginnen bij de jeugd?</li> <li>3. Hoe kan communicatie bijdragen aan het 'vermarkten' van opleiding en begeleiding van coaches en scheidsrechters?</li> <li>4. Hoe kan communicatie bijdragen aan betere informatie-uitwisseling tussen interne doelgroepen en naar externe doelgroepen?</li> </ol>
Inhoudelijk expert	Maarten van den Driest		
Adviseurs communicatie	Liselore Sonius		
Achtergrond/ sentiment		Doelgroepen	Communicatiedoel
<ul style="list-style-type: none"> <li>De trend die bij Fortis heerst, is landelijk. Dit blijkt uit cijfers van de KNKV.</li> </ul>		<p><u>intern</u>: Primair: bestaande leden (sec: vrijwilligers) en de familie-/vrienden-/kennissenkring daaromheen (jeugdspelers, seniorenspelers, coaches, scheidsrechters, ouders, vrijwilligers, bestuur) <u>extern</u>: Primair: volgers social media platformen, basisonderwijsinstellingen Secundair: doelgroep met interesse/affiniteit korfbalsport</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Per 1-1-2024 kan een ledengroei van % (nog vast te stellen) via leads en statistieken deels (nog vaststellen hoeveel) worden toebedeeld aan strategische inzet van verschillende communicatiekanalen en -middelen. Het ledenverlies is minder dan % (vaststellen).</li> <li>2. Per 1-1-2024 kan een groei van % (nog vast te stellen) vrijwilligers via leads en statistieken deels (nog vaststellen hoeveel) worden toebedeeld aan strategische inzet van verschillende communicatiekanalen en -middelen.</li> <li>3. Per 1-1-2024 draagt Fortis Korfbal actief in alle daarvoor geschikte uitingen de positieve sportcultuur uit, op de aspecten kennis, houding en gedrag bij alle doelgroepen (intern en extern).</li> <li>4. Per 1-1-2024 heeft communicatie bijgedragen aan informeren, motiveren, overtuigen en instrueren van potentiële coaches en scheidsrechters over de mogelijkheden van opleiding/begeleiding/coaching, met als doel beter trainerschap.</li> <li>5. Per 1-1-2024 is door de juiste aanpassingen en inzet van ondersteunende diensten/middelen de informatie-uitwisseling tussen interne doelgroepen en naar externe doelgroepen verbeterd.</li> </ol>

Communicatiestrategie	Randvoorwaarde(n)	Dwarsverbanden/ rekening houden met
<ol style="list-style-type: none"> <li><u>Intern</u>: inzet van wervingsbonus in nog te bepalen vorm voor het aandragen van een nieuw lid of nieuwe vrijwilliger. Communicatie kan hieraan bijdragen in de aspecten informeren, motiveren, overtuigen en instrueren. <u>Extern</u>: ontwikkeling van aantrekkelijke klantreis en aanbieding (in € of anderszins) met als doel meer conversie op alle externe kanalen.</li> <li>Inzet van campagne op alle in- en externe uitingen.</li> <li>In alle uitingen aan coaches en scheidsrechters wordt de mogelijkheid van opleiding/begeleiding/aangeboden (verwijzing naar bronpagina op corp. website).</li> <li>de juiste kanalen, middelen en boodschappen op de juiste doelgroep afstemmen (bijv. door inzet van een nog te ontwikkelen verenigingsapp of onderscheid te maken op de website tussen 'voor leden' en 'voor niet-leden'. Doel: alle relevante informatie per doelgroep op 1 plek.</li> </ol>	<p>De communicatie-inspanningen leiden tot een succes wanneer er algemene consensus is over de communicatiedoelen. Via parallelle kanalen (bijv. (leden)vergaderingen) worden de doelen bekend gemaakt en wordt de urgentie ervan erkend.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>We houden rekening met het feit dat de urgentie van de vraagstukken dwarsverbanden met elkaar heeft. Bijvoorbeeld: de uitstraling van de positieve sportcultuur heeft invloed op de ledenwerving. De uitingen hierover kunnen we mede inzetten voor ledenwerving. Dat betekent dat de resultaten van de verschillende vraagstukken ook invloed op elkaar hebben.</li> </ul>
(Onderdelen) kernboodschap	Tone of voice/ vorm	Aanpak/ fasering
<p>Fortis Korfbal   meer dan korfbal (bv. eigen bier, familie, ontmoeting, vrienden) ← jeugd: plezier, gelijkwaardigheid, uitdaging en ontwikkeling ← ouders: betrekken, binding en communicatie ← alg: positieve (en veilige) sportcultuur</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>aansprekend, warm, jij hoort bij ons, wij, actief!</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>verdieping wervingsbeleid (wervingsbonus toevoegen?), aanbieding nieuw lid, klantreis werving nieuw lid, creatief concept, kanalen inrichten (website, social media strategie) en middelen ontwikkelen.</li> <li>verdieping wervingsbeleid vrijwilligers, creatief concept, kanalen inrichten (website, social media strategie) en middelen ontwikkelen.</li> <li>verdieping in positieve sportcultuur, campagneplan, kanalen inrichten, middelen ontwikkelen.</li> <li>verdieping in opleidingsmogelijkheden en begeleiding/coaching per doelgroep, campagneplan, kanalen inrichten, middelen ontwikkelen.</li> <li>algemene aanpak kanalen en middelen, aanstellen van verantwoordelijken, uitbreiding met evt. verenigingsapp.</li> </ol>



Communicatieplan		Tactisch operationeel	
	Naam	Vraagstuk	Communicatievragen
Opdrachtgever	Fortis Korfbal	6 strategische speerpunten moeten B1 geschreven worden, voor iedereen duidelijk. Deze speerpunten zijn het backbone van het toekomstplan voor de komende 5 jaar van Fortis en moeten bij alle doelgroepen tussen de oren komen, met als doel de communicatiedoelstellingen uit het strategisch communicatieplan én daarmee de verenigingsdoelstellingen te realiseren. De 6 strategische speerpunten dienen daarom te worden verweven in de Fortis cultuur en in de alle bijbehorende acties en gedragingen.	Hoe kan communicatie bijdragen aan het zorgen voor verwevenheid van de 6 strategische speerpunten in de Fortis cultuur om zo de daarbij behorende acties en gedragingen te realiseren?
Inhoudelijk expert	Maarten van den Driest		
Adviseurs communicatie	Liselore Sonius		
Achtergrond/ sentiment		Doelgroepen	Communicatiedoel
<ul style="list-style-type: none"> <li>- De 6 strategische speerpunten zijn uitgelegd in het Fortis toekomstplan. Het gaat om: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Positieve sportcultuur</li> <li>o Vrijwilligers</li> <li>o Ledenwerving en ledenbehoud</li> <li>o Opleiden en begeleiden technisch kader en scheidsrechters</li> <li>o Communicatie</li> <li>o Korfbal</li> </ul> </li> </ul>		<u>intern:</u> Primair: bestaande leden (sec: vrijwilligers) en de familie-/vrienden-/kennissenkring daaromheen (jeugdspelers, seniorenspelers, coaches, scheidsrechters, ouders, vrijwilligers, bestuur) <u>extern:</u> Primair: volgers social media platformen, basisonderwijsinstellingen, gemeente Vlissingen (Veere en Middelburg?) Secundair: doelgroep met interesse/affiniteit korfbalsport	1. Per 1-1-2024 is meer dan ...% [percentage vaststellen] bekend met minimaal 4 van de 6 strategische speerpunten, heeft er van gehoord, heeft er anderen over verteld, of heeft zich actief ingezet voor een specifiek speerpunt, waarbij men geprikkeld werd door communicatie-uitingen die hiervoor specifiek zijn ontwikkeld.
Communicatiestrategie		Randvoorwaarde(n)	Dwarsverbanden/ rekening houden met
<p>In eerste instantie wordt interne communicatie ingezet. Daar bedoelen we mee dat we gebruik maken van de interne middelen die er al zijn (website, posters, prikbord, teams, nieuwsberichten/nieuwsbrief/flyers op bar, etc. etc.) om betrokkenen te informeren. Dit informeren gebeurt kort en bondig, in B1 taal geschreven. Voor de speerpunten waarin om actie wordt gevraagd, zetten we minicampagnes op. We maken ook gebruik van onze eigen mensen (trainers, <u>linking pins</u>, etc.) voor het verspreiden van deze boodschappen. In het uitvoeringsplan wordt dit per strategische punt creatief ingevuld.</p>		Voorwaarde voor slagen is dat het toekomstplan én het strategisch communicatieplan worden geaccordeerd en geadopteerd door het bestuur en dat zij zich bewust zijn van hun voorbeeldfunctie.	We houden rekening met het feit dat het verloop van de communicatie niet lineair is. Het één volgt niet het ander, de boodschappen en de interactie lopen ook vaak door elkaar heen. Dit heeft enkel een positief effect op het resultaat.
(Onderdelen) kernboodschap		Tone of voice/ vorm	Aanpak/ fasering
<p>Fortis   meer dan korfbal (bv. eigen bier, familie, ontmoeting, vrienden)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>← jeugd: plezier, gelijkwaardigheid, uitdaging en ontwikkeling</li> <li>← ouders: betrekken, binding en communicatie</li> <li>← alg: positieve (en veilige) sportcultuur</li> </ul>		- aansprekend, warm, jij hoort bij ons, wij, actief!	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uitwerking strategische speerpunten en hun communicatiedoelstellingen in het uitvoeringsplan</li> <li>2. Per speerpunt dat om actie vraagt, boodschappen en minicampagnes ontwikkelen (creatief concept) en uitwerken naar concrete acties.</li> <li>3. Actiehouders koppelen aan de communicatieacties.</li> <li>4. Beoordeling/aanvulling/correctie door bestuur.</li> </ol>

## Bronnen

<sup>1</sup> Positieve sportcultuur <https://www.knkv.nl/positieve-sportcultuur>

Definitie positieve sportcultuur

In een positieve sportcultuur wordt een sportomgeving geboden waarin kinderen en volwassenen een veilige en prettige omgeving ervaren, waarin ze met plezier kunnen sporten, bewegen of elkaar ontmoeten.

Een positieve sportcultuur leidt naast tot meer spelplezier ook tot een betere sfeer in de sportclub, meer betrokkenheid van leden en ouders, een positief imago en het langer vasthouden van leden en vrijwilligers. Plezier in sport is het fundament voor een leven lang sporten. Om iedereen veilig, eerlijk en zorgeloos te laten sporten is het van belang ongewenst gedrag tegen te gaan en positief gedrag te stimuleren.

<sup>2</sup> Nota Vrijwilligersbeleid juni 2020.

<sup>3</sup> Zo sport Nederland 2021 <https://nocnsf.nl/wat-doet-nocnsf/sport-in-nederland/sportonderzoek/zo-sport-nederland>

<sup>4</sup> Ledenbehoud <https://www.knkv.nl/eerste-jaren-cruciaal-bij-ledenbehoud/>

<sup>5</sup> Pedagogisch-didactisch begeleider <https://nocnsf.nl/clubkadercoaching>

<sup>6</sup> Stappenplan trainersbegeleiding <https://www.knkv.nl/kennisbank/stappenplan-trainersbegeleiding/>

<sup>7</sup> Nota 'De Fortis official' in beeld

<sup>8</sup> Corporate website. Een corporate website is een website waarop de dienstverlening van een vereniging op een duidelijke en overtuigende manier wordt gecommuniceerd naar (potentiële) leden. Wie zijn we, wat doe we en wat is ons product of dienst. Daarnaast is het van belang om de structuur en werkwijze van de vereniging te presenteren en daarmee de interactie tussen vereniging en leden te ondersteunen.

<sup>9</sup> Je mag bij Fortis zijn wie je bent!

Het KNKV heeft diversiteit en inclusiviteit opgenomen in haar beleidsplan 2023+. Diversiteit geeft de samenstelling van een groep of vereniging aan, terwijl inclusie betrekking heeft op de mate waarin iedereen ook echt kan meedoen, zowel wat betreft het sporten zelf als het mogen meepraten en beslissen over de vereniging. Met het statement 'je mag bij Fortis zijn wie je bent!' geven wij als vereniging aan dat wij diversiteit en inclusiviteit belangrijk vinden.

<sup>10</sup> Meldcode

NOC\*NSF onderstreept het belang van de meldplicht voor bestuurders en begeleiders om vermoedens van seksuele intimidatie te melden aan de eigen sportbond of het Centrum Veilige Sport. Zorg ervoor dat de meldplicht bekend is bij alle bestuurders en bij de begeleiders binnen de vereniging.

<https://centrumveiligespoort.nl/grensoverschrijdend-gedrag/seksuele-intimidatie-en-misbruik>

Infographic meldcode

[https://centrumveiligespoort.nl/media/1033/190313\\_infographic\\_noc-nsf\\_sexuele-intimidatie.pdf](https://centrumveiligespoort.nl/media/1033/190313_infographic_noc-nsf_sexuele-intimidatie.pdf)

