

Een leven lang bowlen!

Meerjarenbeleidsplan Nederlandse Bowling Federatie 2009-2012

Trends en ontwikkelingen	2
Inleiding	2
Maatschappelijke trends en de gevolgen voor de bowlingsport.....	2
Programmaliijnen	5
Programmaliijn Organisatieontwikkeling	5
Programmaliijn Wedstrijdzaken	5
Programmaliijn Topsport	7
Programmaliijn Breedtesport	8
Programmaliijn Marketingcommunicatie	10
Speerpunten	11
Fasering.....	11
Nadere uitwerking	12

Trends en ontwikkelingen

Inleiding

Om een gedegen visie te ontwikkelen op de koers die de Nederlandse Bowling Federatie (NBF) de komende jaren wil gaan varen, is het belangrijk ons te realiseren wat er om ons heen gebeurt. Welke ontwikkelingen doen zich in de samenleving en in de bowlingwereld voor die voor de NBF van belang zijn?

Maatschappelijke trends en de gevolgen voor de bowlingsport

'Lichte' gemeenschappen

Mensen hebben nog altijd een grote behoefte aan contact met elkaar, maar onderhouden die contacten op andere manieren: via 'lichte gemeenschappen'. Mensen hebben minder hechte banden met een beperkt aantal organisaties, maar juist meer connecties met meer verschillende sociale en organisatorische verbanden. Niet meer per definitie met buurt-, dorps- en geloofsgenoten maar veel meer gebaseerd op gedeelde interesses. Internet speelt hier een grote rol in. De sport gaat mee in deze maatschappelijke trend van een alsmat flexibeler wordende verbondenheid. Veel sporters kiezen niet meer voor het 'traditionele' lidmaatschap van een sportvereniging, maar gaan sporten op momenten dat het ze beter uitkomt, met mensen met wie ze graag willen sporten. De traditionele organisatievorm van de sportverenigingsstructuur gaat niet verloren, maar boet in het perspectief van het totale sportlandschap wel aan betekenis in. Vanuit dit perspectief zullen sportverenigingen zich meer als dienstverlenende organisaties moeten gaan opstellen. De meeste sportbonden en sportverenigingen spelen daar op in, met individuele evenementen, gedifferentieerde lidmaatschappen, alternatieve spel- en beweegvormen en internetcommunities. De NBF heeft zich op dit vlak begeven door de mogelijkheid van het individuele lidmaatschap en het opstarten van een aparte website voor de jeugdige individuele, niet-verenigingsgebonden jeugdbowler.

Nieuwe sportvormen

Zoals voor de meeste andere sectoren is het ook voor de sportsector van groot belang om de consument centraal te stellen. Dit is een voorwaarde om sporters te behouden en nieuwe sporters te binden. Mensen zijn tegenwoordig veel meer uitgesproken in hun eisen en wensen. We willen genieten van het leven, zo veel mogelijk tegenwicht bieden aan stressmomenten, dingen doen die maatschappelijk relevant zijn en liefst zo veel mogelijk gebruik maken van de moderne technologie. Het brengt met zich mee dat voortdurend moet worden nagegaan wat de behoeften zijn van de verschillende sporters en hoe daar het beste op kan worden ingesprongen. De sportvereniging is al lang niet meer de enige plaats waar wordt gesport. Het sportaanbod wordt steeds omvangrijker, spectaculairder, meer op beleving gericht en doelgroepspecifieker. Individuele sporten zoals fitness, spinning en aerobics groeien hard en spectaculaire nieuwe sportvormen schieten als paddenstoelen uit de grond. Als NBF betekent dat dat we bowlen veel meer moeten gaan positioneren als een ontspannende en toch uitdagende sport waar we het 'feel good' element van moeten benutten. We moeten benadrukken dat bowlen naast een gezellig avondje uit een sportieve belevenis is.

Sport als middel: integraal beleid

Het belang van sport als middel wordt steeds groter. Steeds meer organisaties, gestimuleerd door de rijksoverheid, hechten grote waarde aan de invloed van sport en bewegen op gezondheid, integratie, overgewicht, veiligheid in de wijken, waarden en normen, jeugdbeleid en onderwijs. Zo springt de 'Impuls Brede Scholen, Sport en Cultuur' van de rijksoverheid in op de toenemende behoefte van basisscholen aan vakleerkrachten bewegingsonderwijs, nu pas afgestudeerde docenten in het

basisonderwijs niet meer automatisch bevoegd zijn om bewegingsonderwijs te geven. De komst van combinatiefunctionarissen die werkzaam zijn voor verschillende sectoren biedt daarom perspectief voor verenigingen om de relatie met het onderwijs te versterken. Sport en bewegen krijgen ook steeds vaker een rol in de realisatie van de doelen van de sinds 2007 van kracht zijnde Wet Maatschappelijke Ondersteuning. Daarin is het uitgangspunt dat mensen moeten kunnen terugvallen op hun eigen sociale netwerk, dat bestaat uit burgers, bedrijven en maatschappelijke organisaties. Een logisch gevolg van deze ontwikkelingen is dat sport- en beweegbeleid ook steeds meer een integraal karakter krijgt. Het verwerft steeds vaker een plekje in de lokale nota's onderwijs, welzijn, ruimtelijke ordening en sociaal beleid. Ook van verenigingen wordt steeds vaker verwacht dat ze een invulling geven aan hun maatschappelijke rol, maar langzamerhand wint de gedachte dat lang niet alle verenigingen dit willen of kunnen.

Invloed van media en informatietechnologie

De invloed van de media in de sport is enorm. Meer dan 15% van de totale tv-kijktijd wordt besteed aan sport en de gemiddelde ruimte in de Nederlandse dagbladen die wordt ingevuld met sport bedraagt circa 15%. Jaarlijks worden bovendien meer dan 20 miljoen exemplaren commerciële sporttijdschriften verkocht.

Velen zien bowlen niet als sport. Bowlen is naast de recreatief tijdverdrijf wel degelijk een sport met competitief element. De NBF is lid van de nationale sportkoepel NOC*NSF en krijgt subsidies van die organisatie en van de rijksoverheid op grond van het feit dat zij een sportbond is. Ook in de bowlingwereld is de invloed van de media en de informatietechnologie snel stijgende. De NBF speelt op deze ontwikkeling in met haar online ledenadministratie, de ontwikkeling van het online scoreverwerkingsysteem, de lancering van een jeugdsite in 2009 en de organisatie van het Wii bowlingkampioenschap.

Veiligheid en wet- en regelgeving in de sport

Tegenwoordig ontkomt ook de organisatie rondom sport niet meer aan de vele regels en wetten. De bestuurlijke complexiteit voor de sport is de laatste jaren sterk toegenomen. Gesprekken voeren met wethouders, sponsors en vertegenwoordigers van andere organisaties vergen steeds meer tijd en deskundigheid van bestuurders. Bovendien staan veiligheid en aansprakelijkheid volop in de belangstelling. Een sportvereniging is vaak tegelijkertijd werkgever, horeca-uitbater, evenementenorganisator, eigenaar, huurder én verhuurder van haar accommodatie. Arbo, verzekeringen, werkgeverschap, belastingen, vrijwilligersvergoedingen, hygiëne en het opstellen van contracten zijn tegenwoordig zaken die aan de orde van de dag zijn voor elke sportvereniging. Sporters eisen kwaliteit en veiligheid zodat de naleving van wetten en regels voor verenigingen van groot belang is.

Profileren met sport

Wellness, schoonheid, een gezonde leefstijl, hip, comfort, gemak, luxe en kwaliteit zijn kenmerken die het leven van de hedendaagse Nederlander bepalen. Gezondheid en bewegen zijn essentiële begrippen worden, niet alleen in de vrijetijdsbesteding, maar ook in de gewone dagelijkse bezigheden. Sport en bewegen vormen in die zin wel een mooi uithangbord voor alles en iedereen die zich met deze waarden wil associëren. Sport(eventementen)sponsoring neemt steeds grotere vormen aan, bedrijfssport is in opkomst en universiteiten en onderzoeksinstituten hebben hun handen vol aan onderzoeken naar onder andere sportdeelname, -innovatie en -financiering. Het biedt kansen voor de bowlingsport als belevenis. Zowel richting de individuele sporter als richting mogelijke sponsors of andere maatschappelijke partners.

Sport en openbare ruimte

De komende jaren neemt de strijd om ruimte in de stad en in het buitengebied verder toe. Door stijgende grondprijzen en ruimteclaims voor woningbouw, bedrijven, verkeer en vervoer komen sport- en recreatievoorzieningen in de knel. Tegelijkertijd groeit de behoefte aan vrije bewegingsruimte en recreatie- en sportvoorzieningen dicht bij huis. Ruimtevergende sportvoorzieningen zoals voetbalvelden, hockeyvelden en tennisaccommodaties) op dure locaties komen waarschijnlijk in de problemen. Deze zullen moeten uitwijken naar goedkopere gronden aan de rand van de stad of in het buitengebied. Aan de andere kant vindt er, gestimuleerd door gemeenten, steeds meer clustering plaats om de beschikbare ruimte en voorzieningen zo optimaal mogelijk te benutten. Clustering kan de vorm aannemen van bijvoorbeeld het multifunctioneel inzetten van (gemeentelijke) sportaccommodaties of een koppeling tussen sportvoorzieningen en onderwijs-, welzijns- of gezondheidszorgvoorzieningen op wijkniveau. Voor de NBF spelen vooral de door commerciële exploitanten gerunde bowlingcentra een voorname rol. Voor het betaalbaar houden van de bowlingsport is een goede samenwerking met de Nederlandse Vereniging van Bowlingondernemers (NVB) van belang.

Financiering in de sport verandert

Financiering van de sport is in toenemende mate aan verandering onderhevig. De NBF heeft daar mee te maken. Subsidiering vanuit het Ministerie van VWS en NOC*NSF wordt outputgerichter en minder gebaseerd op historie. Vanuit de rijksoverheid is er bovendien vaker sprake van regelingen die een aantal jaren geldig zijn en een specifiek doel beogen, zoals de Breedtesportimpuls, de BOS-impuls, de Vrijwilligersimpuls, de Impuls Brede Scholen, Sport en Cultuur en het programma Meedoen Allochtone Jongeren door Sport. NOC*NSF hanteert met ingang van 2009 een nieuw verdeelmodel van de Lottogelden. De hoogte van de bijdrage voor een bond wordt bepaald door het aantal sterren (3*, 2* of 1*) dat een bond heeft.

Programmaliijnen

De NBF heeft in haar meerjarenbeleid vijf programmaliijnen benoemd:

1. Organisatieontwikkeling
2. Wedstrijdzaken
3. Topsport
4. Breedtesport (waarbinnen verenigingsondersteuning en opleidingen)
5. Marketingcommunicatie

Programmaliijn Organisatieontwikkeling

De wet van de bestuurlijke drukte

De wet van de bestuurlijke drukte treedt in werking wanneer managers een gebrek constateren en als vanzelf kiezen voor meer sturing en meer management als oplossing. De besturing kan zo zwaar worden dat er niets meer gebeurt.

De wijze waarop we ons NBF-systeem inrichten is cruciaal voor de toekomst. Het ledental loopt terug, het enthousiasme bij verenigingsleiders is soms laag en het aantal niet georganiseerde bowlers neemt toe.

Het doel is binnen de NBF een slagvaardigheid te bewerkstelligen ten gunste van de verenigingen en de bowlers. Een slagvaardige NBF organisatie met voldoende draagvlak leidt tot kwaliteit. En bij een kwalitatief sterke organisatie wil iedereen graag bijhoren. Kortom: kwaliteit trekt mensen aan.

We willen bij de herinrichting van de organisatie toegevoegde waarde creëren voor alle participanten binnen en buiten de bowlingwereld. We willen relevante stuurmiddelen beschikbaar maken. Het moet tot een systeem leiden dat transparant is en waarbij iedereen weet waar hij/zij aan toe is. Er moet evenwicht bestaan tussen werkopdrachten en informatie die daarbij hoort. Per programmaliijn kunnen dit soort zaken verschillen.

We streven eenvoudige lijnen met een heldere communicatie na. We zoeken naar een onderlinge samenwerking waarin mensen optimaal kunnen functioneren. De complexiteit van de activiteiten is laag. Feitelijk kan iedereen op zijn niveau, met zijn haar expertise zich verdienstelijk maken voor de nieuwe NBF.

Programmaliijn Wedstrijdzaken

Mobiele Brigade

Een succesvol evenement begint met een goede organisatie. Vanaf de eerste opzet tot het publiceren van de einduitslag en foto's, alles dient snel en adequaat uitgevoerd te worden.

Om lokale en regionale organisatoren te ondersteunen is de Mobiele Brigade in het leven geroepen. De Mobiele Brigade is een team van organisatoren en wedstrijdleiders. Zij begeleiden de NBF evenementen ondersteunt door de medewerkers Wedstrijdzaken. Aan de hand van een draaiboek wordt niets meer aan toeval overgelaten met als ultieme doel een kwalitatief hoogwaardig evenementen dat leidt tot vergroting van het deelnemersveld.

Als deelnemers snel en accuraat van de juiste informatie worden voorzien en de resultaten snel via de juiste publicatiemiddelen aan de achterban worden getoond stimuleert dit een deelnemer om een volgend keer weer deel te nemen.

Wedstrijdleiders

Ook de kwaliteit van de wedstrijdleiders is essentieel voor een goede organisatie. Zij moeten op de juiste wijze kunnen inspringen op ontwikkelingen en de juiste beslissingen kunnen nemen. Het is daarom noodzakelijk deze wedstrijdleiders te beoordelen op hun vaardigheden en hen via bijscholingen op de hoogte te houden van de laatste ontwikkelingen.

Het aantal "actieve" wedstrijdleiders moeten worden vergroot, met name in bepaalde regio's. Zodoende worden de kosten voor kilometervergoedingen verlaagd en is de medewerker van het bondsbureau minder tijd kwijt aan het zoeken naar beschikbare wedstrijdleiders.

Daar waar mogelijk haakt de NBF aan bij het Masterplan Arbitrage

Moderne Competitie

De huidige reglementen zorgen regelmatig voor onduidelijkheden en legt beperkingen op aan organisaties die vernieuwend willen werken. De reglementen moeten daarom duidelijk zijn en mogelijkheden moeten bieden aan organisatoren voor allerlei (vernieuwende) evenementen. Uniforme afspraken tussen toernooiorganisatoren en NBF moeten het geheel completeren en daarmee "wilde toernooien" onaantrekkelijk maken.

Goedgekeurde bowlingcentra die gebruikt worden voor evenementen en leagues dienen regelmatig te worden gecontroleerd zodat zij consequent deze goedkeuring "verdienen". Spelers, ook uit de lagere klassen, hebben recht op goede faciliteiten zodat zij overal goede resultaten moeten kunnen behalen.

Ook kostenefficiëntie draagt bij aan een grotere deelname. Door onze kosten zo laag mogelijk te houden (o.a. baanhuur) kan het inschrijfgeld zo laag mogelijk worden gehouden en trekt dit meer leden.

Doelgroepen

Om een grotere deelname aan evenementen te bewerkstelligen is een groter ledenaantal nodig. Verschillende doelgroepen zijn in beeld: Jeugd, mensen met een beperking, 55-plussers en bedrijfssporters.

Momenteel zijn er diverse competities waarbij de deelnemers geen lid zijn van de NBF (denk bv. aan bedrijvencompetities). Wanneer we een meerwaarde kunnen bieden en hen kunnen interesseren lid te worden van de NBF worden, door de extra inkomsten, meer dingen mogelijk worden en trekken onze evenementen ook uit deze groepen deelnemers. De interactie tussen de Wii spelcomputer en "echt" bowlen kan een ludieke manier zijn om jeugd aan ons te binden.

Webbased scoreverwerking

De scoreverwerking zal de resultaten webbased gaan verwerken waardoor het bondsbureau zal worden ontlast. Alleen controle blijft nodig.

Organisatoren moeten tijdens de inschrijvingen kunnen beschikken over de relevante informatie (namen, pasnummer, gemiddelde, telefoon/mailgegevens) met betrekking tot hun deelnemers. Hierdoor moeten foutieve indelingen tot het verleden gaan behoren zodat er achteraf geen teleurstellingen ontstaan.

Communicatie

De communicatie tussen NBF en leden, spelend of organisatorisch, moet worden verbeterd. Voor hen moet duidelijk zijn wie op het bondsbureau het aanspreekpunt is en hoe en wanneer de betreffende persoon kan worden benaderd. Vervolgens zal z.s.m. een antwoord moeten volgen of een melding dat hun vraag in behandeling is. Door een strikte planning van alle procedures binnen Wedstrijdzaken moet de werkdruk worden

beter worden verdeeld en biedt dit meer flexibiliteit om op allerlei ontwikkelingen in te kunnen spelen.

Onze huidige leden moeten meer worden betrokken in het maken van toekomstplannen. Op deze wijze voelen zij zich meer betrokken bij de competities en maken anderen enthousiast. Overleg met spelers, actief op verschillende competitieniveaus, moet duidelijk maken wat zij graag aangepast willen zien.

Programmalijs Topsport

De doelstelling voor 2012 is om Nederland te laten behoren tot de favoriet op alle EK's voor vrouwen. Ook op wereldniveau worden door de vrouwen de eerste medaille ooit behaald. Het Nederlands heren bowling is verjongd, doet mee voor EK medailles en heeft een top8 plaats op wereldniveau.

Terugblik

In de afgelopen 4 jaar zijn goede ontwikkelingen te zien geweest voornamelijk op gebied van Nederlands damesbowling, met 2006 als piekjaar. De gestelde doelstelling van de beleidsplan 2004-2008 is voor de dames gemeten op enkelprestaties op de laatste EK en WK in respectievelijk 2008 en 2007 behaald. Bij de heren is er de laatste 4 jaar qua internationale prestaties geen tot weinig vooruitgang geboekt. Het wel/niet behalen van de gestelde doelstelling wordt naar schatting voor 80% beïnvloed door de verschil in geleverd trainingsarbeid en professionele instelling bij de dames ten opzichte van de heren.

In de afgelopen 4 jaar is veel tijd en energie gestopt in pogingen om tot een professionele topsport organisatie te worden. Financieel was hier sprake van een groeiemodel, maar niet proportioneel in verhouding tot de wensen tot groei in activiteiten binnen topsport. Dit heeft geleid tot een zeer onrustig periode. Vele ideeën en mogelijkheden in verschillende stadia van uitwerking maar merendeels niet in uitvoering wegens te veel financiële tegenvallers en/of onzekerheden.

In de komende periode moet de rust hierin weer terug keren, moet duidelijk worden wat de verwachtingen voor de komende 4 jaar zijn en wat binnen deze verwachtingen haalbaar topsportbeleid is.

De NBF is een sportorganisatie met als streven topsport te bedrijven op het sportief hoogst haalbare niveau. Om de doelstelling voor 2012 te doen slagen wordt op onderstaande gebieden ingezet in de komende periode:

- Nieuwe definitie topsport binnen NBF
- Aansluiting Bowling Academie / Nationale selecties
- Maximalisering van de toegedeelde subsidies
- Modernisering en optimalisering leeromgeving
- Moderne topcompetities

Selectiebeleid

Na 4 jaar Ranking Team Holland en lopende verandering, lijkt deze in grote lijnen op eigen verantwoordelijkheid gebaseerde selectievorm niet langer optimaal om groei in de breedte van de top te stimuleren.

Voor de komende periode wordt gekeken naar een grotere verandering met een grotere inzet van de groep van spelers die voor full time topsport kiezen.

Selectiebeleid wordt de komende 4 jaar opgesplitst in twee topsportonderdelen: dames en heren. Voor elke onderdeel wordt een beleid bepaald vanuit het inzicht in de huidige groep spelers en verwachting van aanwas in de komende paar jaar.

Groei in de breedte van de top wordt voor een deel teruggedrukt bij de regioselecties. Hier moet worden gebouwd aan de verdere ontwikkeling vanaf het Nationaal Bowling Diploma richting nationale selecties, door betere communicatie tussen de huidige lagen en het activeren van niet langere actieve regioselecties.

Met meer trainersactiviteit in de regio's, worden ook de nieuwe opleidingen gestimuleerd, ondersteund en krijgen meer producten hiervan de kans om de visie van de nieuwe opleidingen uit te dragen en vast te timmeren.

Waar strenge eisen gesteld worden aan de top bowlers wordt ook strengere eisen gesteld aan de coaches. In 2012 hebben alle nationale coaches als minimum een aangepaste opleiding gevolgd gelijkwaardig aan de hoogste niveau trainers opleiding binnen de NBF. Hiermee worden de coaches bekend met de manier van training geven dat gepraktiseerd wordt rondom de bowlingdiploma. Dit moet leiden tot een betere communicatie en begrip tussen coach, trainers en spelers en tot betere resultaten.

In het beleid voor de komende periode wordt gekeken of het wenselijk en/of haalbaar is om een vorm van centraliseerde trainingen te geven voor de selecties cq bowling academie studenten. Ideaal is een fulltime hoofdcoach op een vaste locatie met taken als trainingen nationale selecties, dagelijks ondersteuning programma's, ondersteuning regioselectie trainers, input voor vervolgoopleidingen trainers/coaches.

Elektronische Leer Omgeving

Er is steeds groeiende behoefte aan een betere communicatiesysteem tussen speler – het centrale punt – en de betrokkenen partijen. In loop van 2009 wordt een online leeromgeving ingericht waarin logboeken, opdrachten, plannen en verdere ontwikkelingscommunicatie in bijgehouden kan worden, zodat de informatie en communicatie over een speler of een spelersgroep centraal opgeslagen wordt en per betrokkenen op verschillend autorisatie niveau beschikbaar is.

Samenwerking

Topsport lijkt op een afgeschermd afdeling binnen de totale NBF organisatie. Topsport heeft echter veel raakvlakken met zowel opleidingen als wedstrijd zaken. In de komende 4 jaar wordt de samenwerking met deze delen van de organisatie versterkt door betere communicatie en intern overleg zodat wij binnen de organisatie elkaar kunnen versterken of helpen groeien.

Programmatisch Breedtesport

Een leven lang bowlen

Het motto voor 2009-2012 wordt dat de Nederlander in staat wordt gesteld (en hiertoe wordt geprikkeld) om zijn/haar gehele leven te sporten. "Een leven lang sporten" zo staat in de sportagenda van NOC*NSF. In de beleidsnota 'Tijd voor Sport' 2006 – 2010 van het Ministerie van VWS staan de thema's Bewegen, Meedoen en Presteren genoemd. VWS wil een gezonde en actieve levensstijl stimuleren en wil een 'leven lang sport en bewegen' faciliteren

Kortom de overheid vindt sport belangrijk. Niet alleen omdat het een populaire manier van vrijetijdsbesteding is, maar ook omdat sport wezenlijk kan bijdragen aan de samenleving. Sport en bewegen verbeteren de gezondheid, sport vergroot de samenhang in en de binding met de maatschappij en (top)sport is een bron van nationale trots en uitstraling.

Aan jongeren biedt de sport een goede fysieke en mentale basis voor de toekomst. Voor ouderen betekent sporten: gezond zijn en gezond blijven. Bowlingverenigingen proberen hier haar steentje aan bij te dragen. Bowling is een laagdrempelige sport. Jong en oud kunnen de sport beoefenen. Naast het sportieve element heeft bowling een hoog sociaal karakter. In beweging zijn, presteren en gezelligheid gaan bij onze sport hand in hand.

We richten ons de komende beleidsperiode op:

1. Ontwikkelen doelgroepenbeleid binnen bowlingverenigingen
Verenigingen ondersteunen bij doelgroepenbeleid binnen de vereniging te beginnen bij de jeugd gevolgd door senioren 55-plussers. Dit met als doel nieuwe doelgroepen aan de bowlingsport te binden.
2. Realiseren van verschillende labels voor verschillende doelgroepen in samenwerking met commerciële exploitanten
Bestaande labels van commerciële bowlingexploitanten daar waar mogelijk gebruiken en, in samenwerking met bowlingexploitanten, nieuwe labels ontwikkelen. In- en doorstroom naar vereniging proberen te realiseren. Verbeteren samenwerking met commerciële bowlingexploitanten met als doel verenigingen te versterken.
3. Versterken van bowlingverenigingen door kwalitatief goed ondersteuningsaanbod
Vanuit Bondsbureau, met behulp van RICT's, samenwerkingspartner of goede doorverwijzingen.
4. Verzorgen workshops en netwerkbijeenkomsten waarin interactie met en tussen verenigingen wordt versterkt
Van elkaar leren en weten wat er leeft onder verenigingen staat centraal in deze bijeenkomsten
5. Opzetten elektronische helpdesk
Ontsluiten van beschikbare informatie door het plaatsen op NBF website of aansluiten bij en/of doorverwijzen naar andere elektronische helpdesks in de sport.

Opleidingen

Meer en beter sportkader binnen de bowlingwereld, dat is het uitgangspunt waar afdeling Opleidingen van de NBF de komende jaren aan wil werken. Voor iedere bowler moet er de komende beleidsperiode een competente trainer/coach zijn en iedere wedstrijd wordt geleid door een competente wedstrijdleider. Competent staat in deze voor capabel, vakbekwaam en deskundig.

Om meer en beter sportkader te krijgen heeft de NBF kaderleden nodig. Het gaat hierbij onder andere om docenten (experts), PVB beoordelaars en praktijkbegeleiders. Naast het hebben van leden en voldoende faciliteiten is kader dan ook het belangrijkste dat een bond als de NBF moet koesteren. Een enthousiast, kwalitatief hoogwaardig en stabiel kader is de basis van een goed draaiende (opleidings) organisatie. Om kaderleden enthousiast te krijgen moeten ze gevoed worden door de volgende zaken:

- het werken in een gemotiveerd en gezellig team
- het opstellen van doelstellingen, die het kaderwerk een uitdaging geven
- het krijgen van waardering

Met kaderwerk gaan leden een bepaalde afspraak aan en is daarom ook niet vrijblijvend. Belangrijk is een evenwicht te vinden in bovengenoemde zaken.

We richten ons de komende beleidsperiode op:

1. Opleiden kwalitatief hoogwaardige docenten
Docent staat aan het begin van de keten (docent – trainer – bowler en docent – wedstrijdleider – wedstrijd etc.
2. Verzorgen van opleidingen op maat
Middels gebruik van competentiescan competenties kandidaat bepalen en op basis hiervan in overleg met leercoach opleiding op maat samenstellen.
3. Transparant licentiebeleid
Waarborgen kwaliteit van technisch kader door een eenduidig en transparant licentiebeleid
4. Versterken binding en betrokkenheid technisch kader
Beloning (niet alleen financieel), waardering, erkenning
5. Inrichten elektronische leeromgeving
Ter ondersteuning aan de opleidingen wordt een elektronische leeromgeving ingericht.

Programmatisch Marketingcommunicatie

Algemeen

De komende beleidsperiode werkt de NBF aan een duidelijk uitstraling. Bekeken wordt welke evenementen bij deze uitstraling aansluiten. Deze evenementen worden in de communicatie belicht. Bijvoorbeeld evenementen als Wii-bowlen geven een moderne uitstraling. Evenementen als het G-bowlen laten maatschappelijke betrokkenheid zien. Deze eigenschappen van de sport worden vertaald naar waarden die in de samenleving op dat moment actueel zijn. Dit wordt iedere beleidscyclus opnieuw bekeken en indien nodig bijgesteld.

Labels

In de context van de gekozen uitstraling wordt beslist welke specifieke labels/doelgroepen we benoemen. Op dit moment zijn de doelgroepen "jeugd" en 55-plussers al als eerste labels gekozen. Voor de hand liggende volgende doelgroepen zijn: sport/wedstrijdbowlers en Funbowlers. Elk label krijgt zijn eigen website. Hierbij worden duidelijke ingangen naar de verenigingen aangebracht. Zo moet bijvoorbeeld een lijst van verenigingen die het NaBoDi aanbieden op de jeugdsite worden opgenomen. Er wordt jaarlijks toegewerkt naar de organisatie van minimaal één evenement per label i.s.m. verenigingen die deze doelgroep bedienen.

Jeugd

De jeugd is gekozen als eerste label. Gewenste uitstraling naar de jeugd is: "cool" en "sportief". De nieuwe website moet deze uitstraling onderstrepen. In februari 2009 wordt een pilot met Wii-bowlen uitgevoerd. Vanaf 2010 moet er een dergelijk evenement op meerdere locaties en/of landelijk worden georganiseerd. Continuïteit is belangrijk. De communicatie- en marketinginstrumenten van NBF zijn het cement tussen de verschillende producten die we voor de doelgroep bieden: "Bowling...more than just a game", "NaBoDi", Wedstrijdbowlen of Funbowlen zoals Wii. Middels dit "cement" moet de jeugd tevens "automatisch" doorstromen naar een volgende doelgroep met passende benadering.

Pers

Een landelijke lijst van met name regionale media wordt aangelegd en persberichten worden gestandaardiseerd. Een aantal formats voor berichten wordt aangemaakt en criteria worden benoemd voor het verzenden van persberichten. Een database van foto's met een professionele uitstraling wordt aangelegd. Gedacht wordt aan studiofoto's van de topspelers en sfeerfoto's van evenementen met de juiste uitstraling en kwaliteit. Een relatie wordt opgebouwd op met een vaste groep journalisten. Dit kan door ze voor "iets leuks" uit te nodigen op een mediadag bijvoorbeeld.

Topsport

Om de brug tussen breedte- en topsport te leggen moeten de rechten en plichten van de selectieleden worden geformaliseerd: Denk hierbij aan dresscodes, mediatraining (geleerd wordt hoe ze de boodschap die wij als NBF willen uitzenden), en wederdiensten zoals een x-aantal clinics per jaar/ representatieve taken. Dit moet natuurlijk in balans zijn met de ondersteuning die deze sporters van NBF krijgen.

Speerpunten

- Werven nieuwe doelgroepen en ontwikkelen nieuwe labels
- Moderniseren en vernieuwen competities
- Versterken bowlingverenigingen en organisaties
- Versterken kader
- Doorontwikkelen Webbased NBF
- Inrichten en in gebruik nemen van elektronische leeromgeving
- Verbeteren interactie en communicatie met leden e.a.

Fasering

Jaar	Speerpunt	Doelstelling
2009	Werven nieuwe doelgroepen en ontwikkelen nieuwe labels	Individueel lidmaatschap mogelijk maken
	Moderniseren en vernieuwen competities	Planontwikkeling afronden en implementatie in hoogste divisie
	Versterken bowlingverenigingen en organisaties	Inventarisatie ondersteuningsbehoefte
	Versterken kader	Scholen van docenten en ontwikkeling van nivo 3 opleiding
	Doorontwikkelen Webbased NBF	Ledenadministratie webbased
	Inrichten en in gebruik nemen van elektronische leeromgeving	Vaststellen behoefte opleidingen en trainers/coaches en marktverkenning
	Verbeteren interactie en communicatie met leden e.a.	Ontwikkelen en verspreiden elektronische nieuwsbrieven en inrichten Regionale Informatie Communicatie Teams
2010	Werven nieuwe doelgroepen en ontwikkelen nieuwe labels	Invoeren individueel lidmaatschap
	Moderniseren en vernieuwen competities	Planontwikkelingen afronden en invoeren binnen NBF evenementen
	Versterken bowlingverenigingen en organisaties	Segmenteren en komen tot productontwikkeling
	Versterken kader	Scholing nationale coaches en verzorgen van nivo 3 opleiding
	Doorontwikkelen Webbased NBF	Wedstrijdzaken webbased
	Inrichten en in gebruik nemen van elektronische leeromgeving	Bouwen/implementeren ELO als volgsysteem talenten en cursisten
	Verbeteren interactie en communicatie met leden e.a.	Rondje Nederland en verder implmenteren Regionale Informatie Communicatie Teams
2011	Werven nieuwe doelgroepen en ontwikkelen nieuwe labels	Samen met branche definiëren van labels
	Moderniseren en vernieuwen competities	Planontwikkeling afronden en invoeren binnen branche evenementen
	Versterken bowlingverenigingen en organisaties	Introductie nieuwe producten
	Versterken kader	Flexibiliseren trainersopleidingen en vernieuwen opleiding wedstrijdleiders
	Doorontwikkelen Webbased NBF	Evenementen webbased

	Inrichten en in gebruik nemen van elektronische leeromgeving	Introductie ELO binnen talentenprogramma's en opleidingen
	Verbeteren interactie en communicatie met leden e.a.	Implementeren Regionale Informatie en Communicatie Teams en oplage BSM verhoogd
2012	Werven nieuwe doelgroepen en ontwikkelen nieuwe labels	Doelgroepen werven voor labels
	Moderniseren en vernieuwen competities	Moderne competities ook voor niet leden toegankelijk
	Versterken bowlingverenigingen en organisaties	Implementeren en doorontwikkelen producten
	Versterken kader	Opzetten centrale trainingsdagen
	Doorontwikkelen Webbased NBF	Alle (ook niet NBF competities) webbased
	Inrichten en in gebruik nemen van elektronische leeromgeving	Vervolmaken ELO
	Verbeteren interactie en communicatie met leden e.a.	Communicatiemogelijkheden website beter benutten

Nadere uitwerking

Elk jaar wordt op basis van de genoemde doelstellingen en jaarplan gemaakt met daarin de uitwerking van concrete acties voor dat jaar.