

BELEIDSPLAN TV NIEUWE SLOOT 2018-2023



Willy Spanjer, Claudia van Rijn, Yvette de Hoop

TV NIEUWE SLOOT, PRESIDENT KENNEDYLAAN 1, ALPHEN AAN DEN RIJN

Inhoudsopgave

1.	INLEIDING	2
2.	TRENDS IN DE SAMENLEVING	3
	Trends in nationale samenleving	3
	Trends in tenniswereld	3
	TV Nieuwe Sloot	3
3.	MISSIE EN VISIE	4
	Wie is TV Nieuwe Sloot?	4
	Missie – Dit is Nieuwe Sloot	4
	Visie – Zo ziet TV Nieuwe Sloot er over 5 jaar uit	4
4.	ALGEMENE DOELSTELLINGEN	6
4.1	Primair beleid	6
	Jeugd	7
	Senioren	7
	Veteranen	7
	Rollers	8
	G-Tennis	8
	Padellers	8
4.2	Secundair	9
	Ledenbehoud	9
	Financieel/sponsorbeleid	10
	Accommodatie	10
	Communicatie	11
	Vrijwilligers	12
	Samenwerking	12
4.3	Bestuursorganisatie – Wijze van besturen	12
5.	DOELEN EN ACTIES	15
	Algemeen	15
	Primair	15
	Secundair	15
6.	UITVOERING EN EVALUATIE	17
	Uitvoering en evaluatie	17
	Bijstellen van de doelen	17

1. Inleiding

Op 20 januari 2018 zal het zittende bestuur van TV Nieuwe Sloot aftreden en zal een nieuw bestuur aangesteld worden. Dit beleidsplan is opgesteld om het nieuwe bestuur in staat te stellen de taken van het huidige bestuur zo goed mogelijk over te nemen, maar ook om een beleid voor de komende jaren op te stellen. Tijdens de ALV van 20 januari 2018 zullen de speerpunten worden gepresenteerd en getoetst aan de ideeën die de aanwezigen hebben over hun vereniging. Dit beleidsplan wordt vervolgens publiekelijk gedeeld met de leden van TV Nieuwe Sloot en kan als een levend document beschouwd worden, wat betekent dat de invulling van de visie bijgesteld kan worden.

Dit beleidsplan is mede mogelijk gemaakt door leden van TVNS en vrienden van de vereniging. De volgende mensen willen wij bedanken voor hun inspanning, hulp en waardevolle input: Bert van den Brink, Dave Kok, Ingeborg Houdijk, Mark Oppelaar, Roy Dijkstra, Sven Boele, Tim van den Broek en Yorick de Lange.

2. Trends in de samenleving

Trends in nationale samenleving

Veranderingen binnen de samenleving (Bron: KNLTB Jaarcongres 2017);

- Bevolking groeit; bevolkingsdichtheid wordt groter (zeker in de Randstad)
- Vergrijzing; gemiddeld leeftijd bevolking hoger (denk aan de babyboomgeneratie)
- Individualisering; individu wil minder afhankelijk zijn van zijn omgeving en wil de vrijheid hebben om eigen keuzes te maken
- Flexibilisering; verschillende manieren van communiceren, geen vaste baan, meer (vluchtige) contacten (voornamelijk in stad)

Deze veranderingen in de samenleving betekenen dat een vereniging steeds meer gaat functioneren als een netwerkorganisatie. Belangrijk daarbij is dat er meer openheid en diversiteit georganiseerd wordt voor eigen kring/gelijkgestemden.

Trends in tenniswereld

Het ledenaantal van de KNLTB daalt – na de stijging van leden tot de jaren '90 van de vorige eeuw, heeft de KNLTB sindsdien te maken met een daling van het aantal leden.

Het Nederlandse toptennis staat voor een uitdaging – naast kleine successen van de Nederlandse toptennissers, is er geen structurele top 10-positie weggelegd voor een Nederlandse tennisser.

Tennis staat financieel onder druk - door de terugloop van Lotto-gelden en verschillende subsidies staat het financieringsmodel van de sport onder druk.

TV Nieuwe Sloot

Binnen TVNS zien we de trends die de KNLTB schetst ook terugkomen. De afgelopen jaren is er een sterke daling geweest in het ledenaantal van de vereniging. Daarnaast zie je ook een verschuiving in de onderverdeling van leeftijden binnen de vereniging. Individualisering en flexibilisering zijn lastiger waar te nemen, maar dit zijn wel trends waarop ingespeeld kan worden door TVNS.

3. Missie en Visie

Wie is TV Nieuwe Sloot?

TV Nieuwesloot is één van de twee tennisverenigingen in de stad Alphen aan den Rijn, en één van de zes verenigingen in de Gemeente Alphen a/d Rijn. De vereniging is gelegen in het hart van Alphen aan den Rijn, en maakt onderdeel uit van de sportstraat (samen met andere sportverenigingen) en ligt dicht tegen het centrum aan. De afgelopen jaren is er rondom het tenniscentrum veel gebouwd; middelbare school Scala College met aangelegen sporthal Limeshal en nieuwbouwwijk park 100 met voornamelijk eengezinswoningen. De vereniging woont in bij Tennis- & Squashcentrum Nieuwe Sloot, en gebruikt hier de buitenbanen op deze locatie (totaal van 14). Andere faciliteiten in het centrum zijn squashbanen, 12 tennisbanen binnen (6 tapijt, 6 hardcourt), 1 padelbaan, douches, vergaderfaciliteiten en een brasserie.

De vereniging heeft als doel het beoefenen en bevorderen van de tennissport binnen het verband van de Koninklijke Nederlandse Lawn Tennis Bond (hierna: KNLTB) ¹. Zij tracht dit doel onder meer te bereiken door:

- a) aan te sluiten bij de KNLTB;
- b) het geven van gelegenheid tot het beoefenen van het tennisspel;
- c) het vormen van een band tussen haar leden;
- d) het maken van reclame voor het tennisspel;
- e) het vertegenwoordigen van haar leden tegenover de KNLTB;
- f) het nemen van maatregelen, die kunnen leiden tot het verhogen van het spelpeil van de leden van de vereniging;
- g) het uitschrijven van en deelnemen aan wedstrijden, speciaal ook door het deelnemen aan de door de KNLTB georganiseerde competities;
- h) het verbreiden van de regels van het tennisspel onder de leden;
- i) alle wettig geoorloofde middelen die de vereniging verder ten dienste staan;
- j) al hetgeen te dezer zake nader is omschreven in het na te noemen Huishoudelijk Reglement.

Ruim 35 jaar geleden is door de Stichting Alphens Tennispark (SAT, opgericht in 1948), die ook het park TEAN (en sinds ca. 10 jaar ook het park Aarlanderveen) beheert, het initiatief genomen om een racketsportcentrum met binnen-en buitenbanen te realiseren in Alphen aan den Rijn. Daartoe is in 1981 de B.V. Tenniscentrum Nieuwe Sloot opgericht, waarvan de Stichting als bevoegd bestuurder optreedt en 100% aandeelhouder is.

Missie – Dit is Nieuwe Sloot

TV Nieuwe Sloot is voor zowel leden van de vereniging, als voor de rest van Nederland iets om trots op te zijn, Nieuwe Sloot is een vooruitstrevende en 'outside-of-the-box'-denkende tennisvereniging in Alphen aan den Rijn waar er ruimte is voor jong en oud om zowel recreatief als prestatief te tennissen.

Visie – Zo ziet TV Nieuwe Sloot er over 5 jaar uit

Over 5 jaar (2023) wordt er door de leden van Tennis- & Padelvereniging Nieuwe Sloot gebruik gemaakt van alle buitenfaciliteiten van Racketcentrum Nieuwe Sloot. Dit uit zich in;

Volop tennis(sers)	14 volle banen die het hele jaar door de vereniging gebruikt worden
en gezelligheid	Er heerst een clubgevoel, leden voelen zich onderdeel van de TVNS community (dit uit zich onder meer in aantal deelnemers activiteiten, aantal vrijwilligers, het welkom voelen bij TVNS, drukte op terras en brasserie)

¹ Tekst is een kopie uit de statuten van TV Nieuwe Sloot

Recreatief & Competitief, Jong & Oud	er wordt zowel recreatief als competitief tennis gespeeld, voor jong en oud (evenwichtige leeftijdsverdeling over de leden)
Optimale faciliteiten	De duurzame faciliteit heeft een optimale terreinindeling (rekening houden met zon, goede kwaliteit banen, minibaan) daarnaast is er een speelhonk binnen en buiten, en een eigen plek in de brasserie.
Tennis & Padel	Er wordt niet alleen tennis gespeeld, maar ook padel op baan 15 & 16
Trots	Leden zijn trots op de vereniging. Hiervoor zijn bovengenoemde zaken nodig. Dit uit zich vervolgens in veel vrijwilligers, sponsors, grote evenementen als NJK, eigen tenue, etc.
Communicatie	Communicatie verloopt soepel, leden zijn op de hoogte van de activiteiten op TVNS en er is een goede relatie tussen bestuur en leden. Regelmatig verschijnt TVNS in regionale media. TVNS heeft een goede bereikbaarheid en staat goed bekend binnen de gemeentegrenzen. Daarnaast is het een voorbeeldvereniging voor Nederland en de KNLTB.

4. Algemene doelstellingen

In dit beleidsplan is onderscheid gemaakt tussen primair en secundair beleid. Onder het primaire beleid wordt datgene verstaan dat met tennis te maken heeft. Het secundaire beleid is met name gericht op de voorwaarden die het mogelijk maken het primaire beleid optimaal te volgen.

1. Primair (tennis):
 - Jeugd
 - Senioren
 - Veteranen
 - Overige
2. Secundair (mogelijk maken van de primaire doelen)
 - Ledenbehoud
 - Financieel/Sponsorbeleid
 - Accommodatie/faciliteiten
 - Communicatiebeleid
 - Vrijwilligersbeleid
 - Samenwerking
3. Bestuur – organisatiestructuur en wijze van besturen

De Missie van TV Nieuwe Sloot is dat zowel leden van de vereniging, maar ook de rest van Nederland trots is op vooruitstrevend en 'outside-of-the-box'-denkende tennisvereniging Nieuwe Sloot. De gepresenteerde visie is het uitgangspunt om dit te kunnen bereiken. De tennisvereniging is onderdeel van de maatschappij, en daarvoor is het belangrijk om ook de veranderingen in de samenleving mee te nemen. Eerder gepresenteerde veranderingen zorgen ervoor dat een vereniging steeds meer gaat functioneren als netwerkorganisatie. Meer openheid en diversiteit organiseren voor eigen kring/gelijkgestemden.

4.1 Primair beleid

Om tennis mogelijk te kunnen maken, is het belangrijk om te weten wie je leden zijn. En ook wie je toekomstige leden zijn. Zo creëer je een zo hoog mogelijke waarde voor je leden, zullen ze tevreden zijn over de vereniging en blijven ze langer lid. Het primaire beleid wordt dan ook opgesplitst in verschillende doelgroepen.

Voor al deze doelgroepen geldt dat het sportaanbod wat de vereniging aanbiedt, moet aansluiten bij zijn/haar wensen. Er is dus kennis nodig over wie de leden van TVNS zijn en wie de toekomstige leden zullen zijn. Bij het zoeken naar een passend sportaanbod, moet niet alleen gekeken worden naar wat er binnen de verenigingsgrenzen mogelijk is, maar ook zeker naar mogelijkheden binnen de omgeving, zoals de faciliteiten die het Tennis & Squashcentrum Nieuwe Sloot biedt of andere sportverenigingen waar mee samengewerkt kan worden.

1^{ste} stap:

- Ledentevredenheidsonderzoek doen om erachter te komen wat de situatie op dit moment is en inzicht te krijgen in de wensen van de huidige leden. Dit dient als check voor de beleidsdoelen van dit plan en kan leiden tot eventuele aanpassingen.
- *Environmental analysis* doen om erachter te komen wie en wat de omgeving ons te bieden heeft. Denk aan belangrijke stakeholders zoals scholen, gemeente, zorg- en welzijnsinstellingen etc..
- Passend maken van het tennisaanbod voor de moderne sportconsument (denk aan een aanbod voor verschillende doelgroepen, zoals een overdag-abonnement, een combinatie met de binnenbanen of padel)

Jeugd

In Alphen aan den Rijn kennen we de situatie waarin veel gezinnen wonen, en dus ook veel jeugd. Door de hoeveelheid inwoners, is er ook een groot sportaanbod te vinden. Concurrentie met andere sporten is dus ook groot. Zeker de jongere kinderen zijn vaak nog op zoek naar de sport die het beste bij hem/haar past.

Huidige situatie: speciaal aanbod voor jeugdleden. Voor een vast bedrag krijg je een lidmaatschap, twee keer in de week les en aanbod van verschillende activiteiten zoals competitie en toernooitjes. Sinds de invoering hiervan is het aantal jeugdleden enorm toegenomen.

Uitgangspunten: de jeugd is belangrijk voor de vereniging, zij zijn de toekomstige seniorleden. Doordat zij vaak starten met tennis bij onze vereniging, is het belangrijk om deze leden dan ook te houden. Dit kunnen we bereiken door de sport aantrekkelijk te maken.

1^{ste} stap:

- Piramide model toepassen: voorbeeld stellen voor de jeugd met twee selectieteams op zondag.
- Daarnaast jeugd in de breedte opleiden zodat het gat tussen selectie uiteindelijk opgevuld kan worden met eigen jeugd.

Ideeën voor komende jaren: Vergeet de pubers niet. Deze groep in beeld brengen, en mogelijkheid geven zelf activiteiten te organiseren. Ook iets voor de allerkleinsten (4-6 jaar). Hiervoor is behoefte aan 1-2 minibanen voor de kleintjes. Hier kunnen ook de wedstrijden van rood worden gehouden.

Senioren

Deze doelgroep maakt voornamelijk buiten werktijd gebruik van de faciliteiten, dus in de avonden en in het weekend. Daarnaast speelt een groot gedeelte van deze groep competitie. Op dit moment zijn dit voornamelijk recreanten met niveau 7-9.

Uitgangspunten: deze doelgroep vindt het leuk om uitgedaagd te worden, ongeacht het niveau. Het wil zijn/haar spel verbeteren en vooruitgang boeken. Daarnaast zijn toernooien en competitie populair om ook daadwerkelijk vooruitgang te zien in rating. De leden met het hoogste niveau moeten dus uitgedaagd kunnen blijven worden door andere leden. Daarnaast verandert deze doelgroep door de trends in de samenleving, deze verandering dient meegenomen te worden in onder meer de communicatie richting deze leden, sportaanbod en flexibiliteit.

1^{ste} stap:

- Behoud van aanbod competitie en toernooien (eventueel uitbreiden naar behoefte, denk aan laddercompetitie, dagtoernooitjes, etc.)
- Vormen van een hechte *community* om nieuwe leden en huidige leden te binden aan de vereniging. Dit kan door subdoelgroepen te formuleren binnen deze doelgroep. Bijvoorbeeld op gebied van rating, geslacht, leeftijd, etc..
- Doelgroep op andere manieren bereiken dan mail en website.

Veteranen

Met deze doelgroep worden TVNS leden bedoeld die vaak 50+ leeftijd hebben bereikt en voormalijk overdag gebruik maken van de tennisbanen. Er wordt vooral recreatief getennisd en hecht weinig waarde aan de speelsterktebepaling. Dit uit zich in lokale recreatieve activiteiten voor 50-plussers, bijvoorbeeld een Open 50+ toernooi.

Huidige situatie: gaan op dit moment hun eigen gang. De boel regelt zichzelf. Typische activiteit is zijn de rommelpot momenten (aangewezen momenten en aantal banen per dagdeel door bestuur). Daarnaast wordt het open 50+ toernooi georganiseerd. Staat bekend in de omgeving als gezellig en sportief toernooi, maar kent teruglopende deelnemersaantallen omdat meer mensen werken, zowel mannen als vrouwen, en langer door blijven werken. Deze doelgroep gaat steeds minder vaak vervroegd met pensioen en hebben ook steeds

minder de beschikking over extra vrije dagen. Dit zorgt er ook voor dat de gemiddelde leeftijd van deze doelgroep steeds ouder wordt.

Uitgangspunten: meer betrekken bij rest van de vereniging, tenslotte vertegenwoordigen zij op dit moment de grootste groep leden. Deze doelgroep beter leren kennen en daar waar nodig faciliteren.

1^{ste} stap:

- Doelgroep beter leren kennen en ze waar nodig ondersteunen in hun behoeftes.
- Beleidsplan voor deze doelgroep opstellen: waar hebben ze behoefte aan? Hoe kunnen we deze doelgroep zo lang mogelijk laten tennissen?

Rollers

Deze doelgroep kan als minidoelgroep gezien worden. Het aantal rolstoeltennissers is op dit moment op twee handen te tellen. Baadt het niet dat de wereldtopper Diede de Groot lid is van TVNS. Het is een voorrecht om haar als lid te mogen hebben.

Uitgangspunten: maatschappelijke rol van rollers binnen de vereniging is erg belangrijk. Bewustwording helpt hierbij, dus is het belangrijk dat er een sterke binding is tussen de rollers en de niet-rollers binnen de vereniging. Ook naar buiten toe is het belangrijk om TVNS hiermee op de kaart te zetten. Iedereen is welkom!

1^{ste} stap:

- Samenwerking met Diede opzetten. Hoe kunnen we elkaar versterken? (binding met de vereniging, twee kanten op)
- Samenwerking met Gerben de Groot opzetten. Hoe kunnen we met een relatief kleine groep toch zichtbaarheid binnen de vereniging creëren en binnen Nederland. Hoe trekken we zoveel mogelijk rollers aan?

Toekomst:

- Beleidsplan voor rollers

G-Tennis

Deze groep kan als minidoelgroep gezien worden en is relatief klein. Dit komt mede doordat deze doelgroep gesubsidieerd wordt, en dus is een lidmaatschap vaak tijdelijk. Binding met de vereniging is hier lastiger te bereiken vergeleken met andere doelgroepen.

Uitgangspunten: maatschappelijke rol vol G-tennis binnen de vereniging is erg belangrijk. Bewustwording helpt hierbij, dus is het belangrijk dat er een binding is tussen de G-tennissers en overige tennissers binnen de vereniging. Ook naar buiten toe is het belangrijk om TVNS hiermee op de kaart te zetten. Iedereen is welkom!

1^{ste} stap:

- Wat kan de rol van TVNS zijn voor deze doelgroep, en hoe werkt dat dan?

Padellers

Eigenlijk kennen we de sport padel nog niet zo goed. Er is een kleine groep TVNS leden die ook fanatiek padelt. Maar wie zijn dat precies? Wanneer ga je naast tennis ook padel spelen? Is dit afhankelijk van leeftijd? Of is het iets wat je afen toe eens wilt doen, naast tennis?

Uitgangspunt: dit zal bepaald moeten worden. Willen we als TVNS naast tennis ook padel onderbrengen in de vereniging?

1^{ste} stap:

- Onderzoeken: wie is deze doelgroep? En wat zijn de voor en nadelen om padel als onderdeel van TVNS te adopteren?

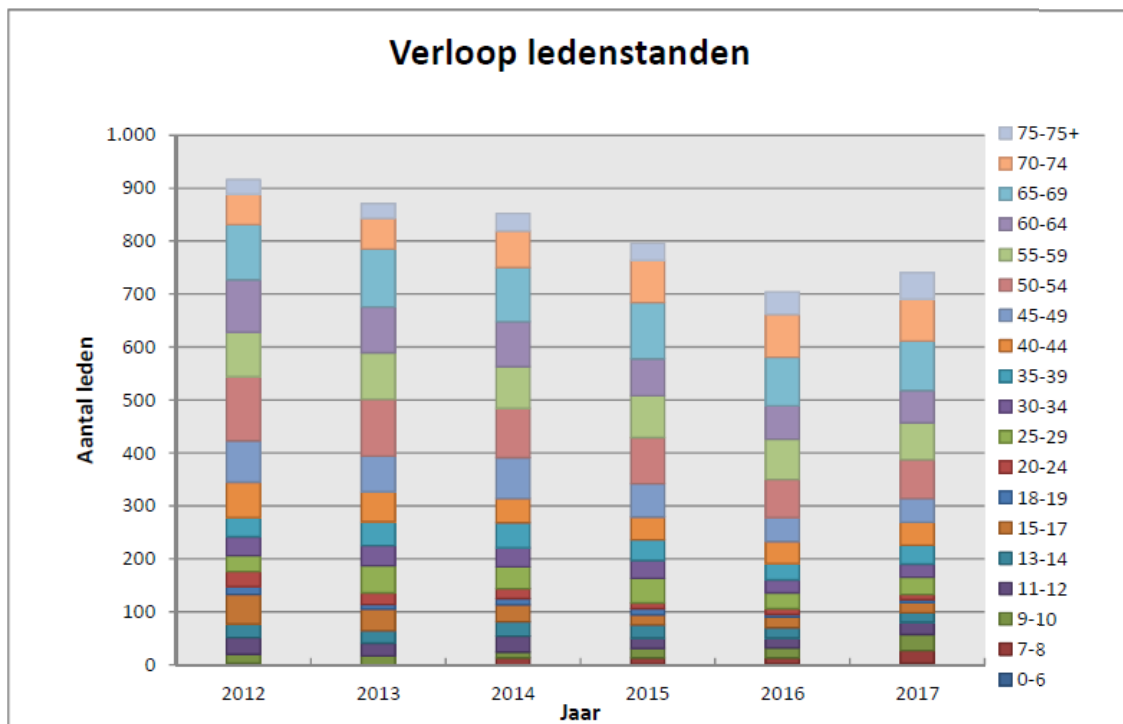
4.2 Secundair

Het secundaire beleid van de vereniging ondersteunt het primaire beleid en gaat over de randvoorwaarden die ingevuld moeten worden om de vereniging optimaal te laten functioneren.

Ledenbehoud

Huidige situatie: Landelijk is het ledenaantal van tennisverenigingen de afgelopen jaren afgenomen. Daarnaast is er sprake van retentie, het aantal leden dat in het volgend jaar blijft is laag. Er moeten dus meer leden bijkomen om het ledenaantal stabiel te houden. Beide trends zien we ook bij TV Nieuwe Sloot. Het huidige ledenaantal staat op 660 (1 januari 2018).

De verdeling van het aantal leden over de leeftijdscategorieën leert ons dat TVNS een grijze vereniging is, 16% van de leden zijn jeugdleden tot de leeftijd 17, 26% van de leden is tussen de 18-49 jaar oud, en maar liefst 58% van het aantal leden is 50+. Vergrijzing is een landelijke trend, ook binnen tennisverenigingen. Op zich is dat niet erg, maar de oudere doelgroep is veel gevoeliger voor blessures en zal dan ook sneller afvallen. Tennis is wel een sport die zich tot op hoge leeftijd gespeeld kan worden.



FIGUUR 1: OVERZICHT VERLOOP LEDENBESTAND VAN TV NIEUWE SLOOT (BRON: KNLTB)

Uitgangspunten:

- Behoud van huidige leden (aantrekkelijk houden van tennis voor ouderen, richten op vermijden van blessure). Zorgen dat nieuwe leden warm worden ontvangen. Activiteiten gericht op alle doelgroepen, wellicht ook richten op nieuwelingen etc.
- Er dient dus nieuwe aanwas van leden te komen, met voorkeur jeugd en jongvolwassenen. Denk bijvoorbeeld aan Nieuwbouwwijk Park 100 die wordt opgeleverd in 2018, met voornamelijk starters (jonge gezinnen).
- Maximumaantal leden is 1400. Binnen 5 jaar op 1000 (waarvan minimaal 250 jeugdleden)

1^{ste} stap:

- Actie voeren aan het begin van het seizoen. Leuke beginnersactie, buurtgericht, programma voor scholen opzetten (in overleg met Baseline tennis/centrum).

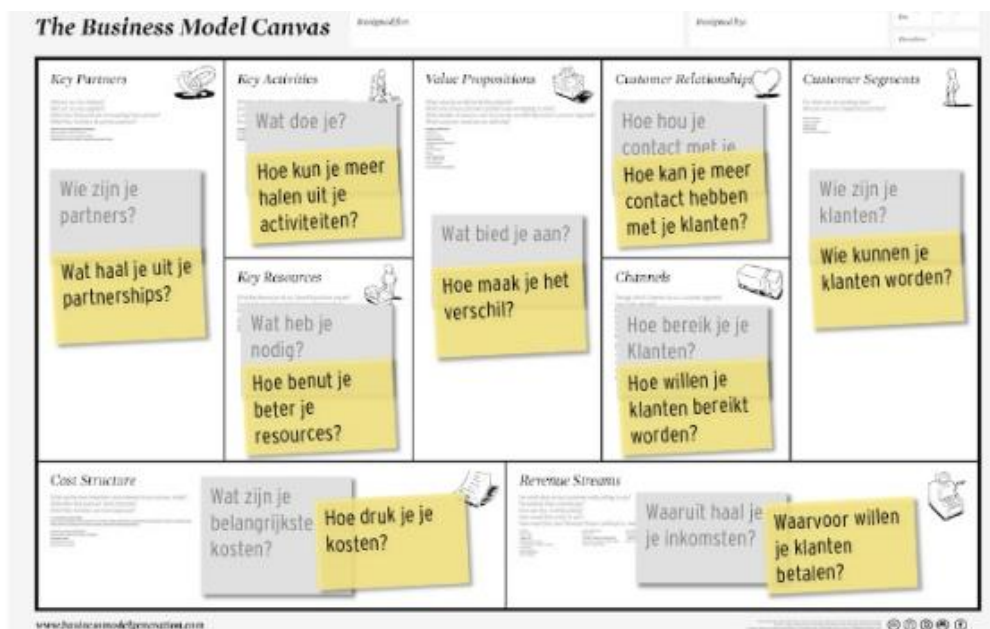
Financieel/sponsorbeleid

Huidige situatie: De vereniging is financieel gezond. Er zijn twee inkomstenbronnen waar de vereniging gebruik van kan maken. Dit is de vastgestelde jaarlijkse bijdrage vanuit het centrum en een bijdrage vanuit Stichting Sponsorgelden Nieuwe Sloot welke varieert per jaar. De sponsorstichting dekt het verlies van de vereniging.

Uitdaging: met dit nieuwe beleidsplan zullen hoogstwaarschijnlijk de kosten van de vereniging stijgen. Daarom zullen meer inkomsten gegenereerd moeten worden. Dit kan bereikt worden door de sponsorstichting meer te laten doneren, maar hiervoor moet de sponsorstichting hoogstwaarschijnlijk ook meer inkomsten gaan genereren. Andere optie is de bijdrage van het centrum afhankelijk te maken van het aantal leden. Door dan een stijging van het aantal leden te bereiken, wordt ook de bijdrage vanuit het centrum vergroot.

1^{ste} stap:

- Context van de vereniging uitwerken. Hoe kunnen er meer inkomsten worden gegenereerd?
 - *Environmental map* helpt je om de context te begrijpen waarbinnen je creëert. Wat kan er allemaal binnen een vereniging?
 - Een *Business Model Canvas* helpt je waarde te creëren voor de vereniging en de *Value Proposition Canvas* helpt je waarde te creëren voor je klant. Hierbij kan gekeken worden naar verschillende doelgroepen om zo de juiste producten en diensten aan te kunnen bieden.
- Transparantie over het sponsoren van TV Nieuwe Sloot. Wat zijn de opties, hoe werkt het etc. Starten met informeren van leden van de mogelijkheden en zo de kans dat leden met eigen bedrijf of familie en vrienden van leden zich als sponsor aanmelden. Dit vergt een goede samenwerking met de sponsorstichting.
- Ter verbetering van je verdienmodel en je klantbediening, kun je de volgende vragen gebruiken. Dit dient zeker een keer in de 5 jaar gedaan te worden, dit zorgt voor inzicht in wat de leden willen.



Accommodatie

De verantwoordelijkheid van het onderhoud van het complex en banen ligt bij het centrum, en de SAT (Stichting Tennis Alphen) bepaalt groot onderhoud. Als vereniging hebben wij hier minimale invloed op, maar we kunnen wel invloed uitoefenen op het beleid.

Huidige situatie: het complex is een aantal jaar geleden helemaal vernieuwd. De gravelbanen zijn niet allemaal meer in goede staat, vooral baan 1,2,6 en 7 dienen de komende jaren vervangen te worden.

Uitgangspunten: de accommodatie is het visitekaartje van de vereniging. Je thuis voelen is belangrijk, en dit kan door het centrum meer te identificeren met kenmerken van de vereniging. Dit geldt voor onze leden van jong tot oud, maar ook onze, tegenstanders en familie en vrienden en andere bezoekers.

1ste stap:

- het welkomstgevoel vergroten (entree, brasserie en terras)
- meer zichtbaarheid van de vereniging op het complex

Ideeën voor komende jaren: thuishonk voor jeugd, vernieuwen speeltuin, waterpunt buiten. Aandringen op verduurzaming van complex. Gezonde brasserie? Niet roken langs de baan?

Communicatie

Het stroomlijnen van de manier waarop de vereniging intern (met haar leden, vrijwilligers, commissies, bestuur enz.) en extern (met potentiële leden, betrokken organisaties, gemeente, pers, geïnteresseerde omwonenden enz.) communiceert is van groot belang voor het verwezenlijken van de missie en visie van de vereniging. Daarmee is de communicatie dus eigenlijk onderdeel van de strategie die een vereniging hanteert om de missie en visie te verwezenlijken.

Interne communicatie - Interne communicatie betreft de communicatie binnen de vereniging zelf. Bijvoorbeeld de communicatie tussen bestuur, afdelingen en andere betrokkenen zoals leden. Dit is nodig om de samenwerking goed te laten verlopen en ervoor te zorgen dat alle neuzen binnen de club dezelfde kant op staan. Verschillende communicatiemiddelen kunnen hiervoor gebruikt worden zoals; website, clubapp, periodieke mailing/nieuwsbrief, facebook, vergaderingen, informatieborden in bv kleedkamers, prikbord, algemene ledenvergadering.

Externe communicatie - externe communicatie is gericht op het genereren van naamsbekendheid van de vereniging en is een middel om in contact te treden met mensen en organisaties buiten de vereniging. Op deze manier kunnen bijvoorbeeld potentiële nieuwe leden worden bereikt, buurtbewoners, pers of sponsoren worden aangetrokken. Externe communicatiemiddelen worden gebruikt als; de website, de krant, billboards, communicatiemiddelen van anderen (zoals organisaties in de buurt als basisscholen, gemeente etc.).

Huidige situatie: In de huidige situatie worden communicatiekanalen vooral functioneel (om te informeren) ingezet door bestuur en de commissies. Iedereen die iets te communiceren heeft (vooral intern) geeft een eigen invulling aan de vorm en inhoud van het bericht. Tijdens de ALV in januari 2017 is er besloten meer aan communicatie te gaan doen, dit heeft geleid tot het opstellen van een communicatieplan. Eerste stap is gezet, met een nieuwe opzet voor een nieuwsbrief.

Uitgangspunt: Per doelgroep/pijler (jeugd, jeugd+, senioren, veteranen?) iemand verantwoordelijk maken voor communicatie, waardoor er een soort communicatiecommissie ontstaat die alle communicatie-uitingen verzorgt via de verschillende kanalen. In dit geval ontstaat er een groep van 3 of 4 personen (afhankelijk van altijd doelgroepen die we benoemen). Per communicatiekanaal + doelgroep/pijler een verantwoordelijke aanwijzen, zodat er bijvoorbeeld iemand is die zich bezighoudt met nieuwsbrief bij jeugd; iemand voor nieuwsbrief bij senioren; iemand voor nieuwsbrief bij veteranen. Op deze manier zijn er wel meer mensen nodig, maar zijn de taken misschien iets 'kleiner', iets overzichtelijker, waardoor je makkelijker mensen kunt vragen zich hiermee bezig te houden. Per 'bezigheid' (competitie, evenementen, clubkampioenschappen, toernooien, overige activiteiten) waarover iets gecommuniceerd moet worden maken de betrokkenen gebruik van de bestaande formats om iets te communiceren. In dit geval zijn er dus geen mensen speciaal aangewezen voor communicatie, maar is het een natuurlijk onderdeel van het organiseren van een bepaalde activiteit. In alle gevallen is de aandacht voor externe communicatie iets voor het centrale aanspreekpunt (de 'communicatiecommissie').

1ste stap:

- Maandelijks nieuwsbrief (doel: vergroten betrokkenheid leden en verbeteren van de interne communicatie)

- Herindeling website (doel: verbeteren zichtbaarheid van de vereniging en transparante en duidelijke informatiedeling)
- Bekijken mogelijkheden voor gebruik KNLTB ClubApp als communicatiemiddel. Wordt dit de nieuwe website? Waar je niet alleen informatie kan vinden, maar ook interactief gebruik van maakt en dus zelf aan de slag kan om bijvoorbeeld een tennismaatje te vinden?
- Interne communicatie opzetten (tussen poule van vrijwilligers/bestuur).
- Gebruik gaan maken van KNLTB Club App (vind je maatje)

Ideeën voor komende jaren: bredere communicatiedoelen die ook de omgeving van de vereniging bevatten, zoals lokale media, KNLTB Clubblad.

Vrijwilligers

Vrijwilligers zijn enorm belangrijk voor TVNS. Anders dan bij andere verenigingen zijn er geen vrijwilligers nodig voor de bar of ledenadministratie.

Huidige situatie: Er zijn ongeveer 40 leden actief als vrijwilligers binnen de vereniging. Dit is afgelopen jaren voldoende geweest om de activiteiten van de vereniging te kunnen uitvoeren. Wat opmerkelijk is, is dat de vrijwilligers al jarenlang op dezelfde posities zitten. Risico kan zijn, dat zij uitgekeken raken op deze taak en hiermee willen stoppen.

Uitgangspunten: met dit nieuwe beleid ontstaat er wellicht een tekort aan vrijwilligers of zal er van de huidige vrijwilligers meer gevraagd worden. De zoektocht naar nieuwe vrijwilligers is dan ook niet te vermijden.

1ste stap:

- Uitzoeken welke vrijwilligers er zijn en hoe zij binnen het nieuwe bestuursorganisatie passen.
- Waardering uiten naar vrijwilligers (ook publiek via bijv. nieuwsbrief of tijdens event).

Samenwerking

Huidige situatie: TVNS woont in het tenniscentrum. Samenwerking met het centrum is uitermate belangrijk voor de toekomst en gezondheid van de vereniging. Datzelfde geldt voor de samenwerking met Baseline Tennis.

Uitgangspunten: Door hen bij de totstandkoming van dit beleidsplan te betrekken, is een goede stap naar een gezonde samenwerking.

1ste stap:

- Samenwerking binnen het centrum (dus met centrum en Baseline) bewerkstelligen en goede afspraken maken voor de komende jaren.
- Samenwerking met gemeente is belangrijk, zeker omdat in 2018 de gemeenteraadsverkiezingen plaatsvinden

Ideeën voor komende jaren: Samenwerking met andere tennisverenigingen in de regio. Dit kan op toernooiniveau, jeugd, maar ook in algemene zin. Hoe kunnen we van deze regio een sterke en tennissende regio maken?

4.3 Bestuursorganisatie – Wijze van besturen

Huidige situatie: vanuit het dagelijks bestuur (voorzitter, penningmeester en secretaris) wordt de vereniging geleid. De drie bestuursleden bespreken het reilen en zeilen van de vereniging elke zes weken in een bestuursvergadering. Verder organiseren verschillende commissies activiteiten (jeugd, club, open, open 50+, activiteiten).

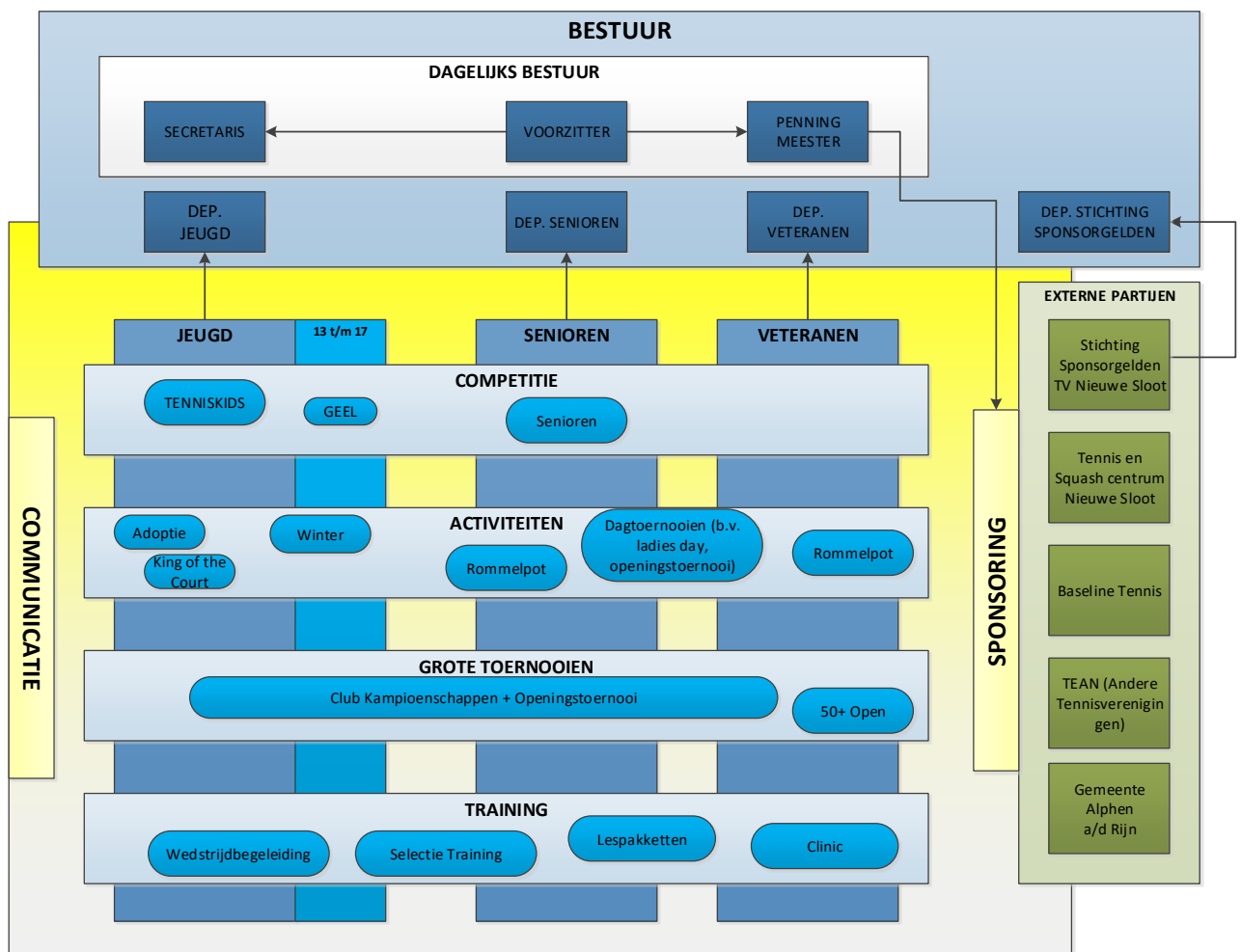
Uitgangspunten: organisatie inrichten per doelgroep. Doelgroep bepaalt zelf welk doel, activiteiten en faciliteiten nodig zijn. Hierdoor wordt de verbinding met de doelgroepen vergroot en wordt een grotere aantrekkingskracht gecreëerd om nieuwe leden aan te trekken. Door andere wijze van besturen te introduceren naast Lean&Mean gericht op standaardprocessen binnen de vereniging, ook het Delen&Verbinden introduceren voor wat betreft nieuwe beleidsdoelen.

Lean & Mean top-down sturing op standaardisatie met het oog op goede dienstverlening door professionaliseren en automatiseren

&

Delen & Verbinden gericht op zelforganisatie community vorming en sociaal kapitaal, de verantwoordelijkheid leggen bij degenen die er belang en betrokkenheid hebben

Onderstaande figuur illustreert de samenwerking tussen bestuur, vrijwilligers en externe partijen.



1^{ste} stap:

- aanstellen van een nieuw bestuur, contact leggen met huidige vrijwilligers en deze groep uitbreiden waar nodig. Naar aanleiding van de behoefte van de verschillende doelgroepen, kunnen nieuwe subgroepen aangemaakt worden en hier gepaste vrijwilligers voor zoeken (denk bijvoorbeeld aan een subgroep padel, ledenwerving of een nieuw type toernooi).

- Optimale condities vinden waarin deze nieuwe bestuursorganisatie het beste functioneert (denk daarbij aan hoeveelheid vergaderingen, communicatie binnen deze groep en met alle leden en samenwerking tussen verschillende stakeholders)

5. Doelen en acties

Speerpunten voor 2018 welke volgen uit de eerder gestelde eerste stappen. De rood gearceerde velden hebben de hoogste prioriteit, de gele zijn medium en grijs hebben lagere prioriteit. Het is wel de bedoeling om alle doelen en acties op te volgen in 2019.

Algemeen

- Doorvoeren nieuwe organisatiestructuur. Aanvullen van lege posten met (nieuwe) vrijwilligers.
- Ledentevredenheidsonderzoek doen als doel erachter te komen wat de situatie op dit moment is, inzicht te verzamelen in wat de huidige leden willen. Dit dient als check voor de beleidsdoelen van dit plan en eventuele aanpassing.
- Environmental analysis doen om erachter te komen wie en wat de omgeving ons te bieden heeft. Denk aan belangrijke stakeholders zoals scholen, gemeente, etc..
- Passend maken van het tennisaanbod voor de moderne sportconsument (denk aan een aanbod voor verschillende doelgroepen, zoals een overdag abonnement, een combinatie met de binnenbanen of padel)

Primair

Jeugdbeleid

- Piramide model toepassen, voorbeeld stellen voor de jeugd met twee selectieteams op zondag. Daarnaast jeugd in de breedte opleiden zodat het gat tussen selectie uiteindelijk opgevuld kan worden met eigen jeugd.

Seniorenbeleid

- Behoud van aanbod competitie en toernooien (eventueel uitbreiden naar behoefte, denk aan laddercompetitie, dagtoernooitjes, etc.)
- Vormen van een hechte community om nieuwe leden en huidige leden te binden aan de vereniging. Dit kan door subdoelgroepen te formuleren binnen deze doelgroep. Bijvoorbeeld op gebied van rating, geslacht, leeftijd, etc..
- Doelgroep op andere manieren bereiken dan mail en website.

Veteranen

- Doelgroep beter leren kennen en ze waar nodig ondersteunen in hun behoeftes.
- Beleidsplan voor deze doelgroep opstellen: waar hebben ze behoefte aan? Hoe kunnen we deze doelgroep zo lang mogelijk laten tennissen?

Overige

- Samenwerking met Diede opzetten. Hoe kunnen we elkaar versterken? (binding met de vereniging, twee kanten op)
- Samenwerking op het gebied van rollers met Gerben de Groot opzetten. Hoe kunnen we met een relatief kleine groep toch zichtbaarheid binnen de vereniging creëren en binnen Nederland. Hoe trekken we zoveel mogelijk rollers aan?
- Wat kan de rol van TVNS zijn voor G-tennissers, en hoe werkt dat dan?
- Onderzoeken: wie is de doelgroep die padel speelt/gaat spelen? En wat zijn de voor en nadelen om padel als onderdeel van TVNS te adopteren?

Secundair

Ledenbehoud

- Actie voeren aan het begin van het seizoen. Leuke beginnersactie, buurtgericht, programma voor scholen opzetten (in overleg met baseline/centrum).

Financieel/sponsorbeleid

- Context van de vereniging uitwerken. Hoe kunnen er meer inkomsten worden gegenereerd? En

- Transparantie over het sponsoren van TV Nieuwe Sloot. Wat zijn de opties, hoe werkt het etc. Starten met informeren van leden van de mogelijkheden en zo de kans dat leden met eigen bedrijf of familie en vrienden van leden zich als sponsor aanmelden. Dit vergt een goede samenwerking met de sponsorstichting.
- Verbeteren van je verdienmodel en je klantbediening, kun je de volgende vragen gebruiken. Dit dient zeker een keer in de 5 jaar gedaan te worden, dit zorgt voor inzicht in wat de leden willen.

Accommodatie

- het welkomsgevoel vergroten (entree, brasserie en terras)
- meer zichtbaarheid van de vereniging op het complex

Communicatie

- Maandelijkse nieuwsbrief (doel: vergroten betrokkenheid leden en verbeteren van de interne communicatie)
- Herindeling website (doel: verbeteren zichtbaarheid van de vereniging en transparante en duidelijke informatiedeling).
- Bekijken mogelijkheden voor gebruik KNLTB ClubApp als communicatiemiddel. Wordt dit de nieuwe website? Waar je niet alleen informatie kan vinden, maar ook interactief gebruik van maakt en dus zelf aan de slag kan om bijvoorbeeld een tennismaatje te vinden?
- Interne communicatie opzetten (tussen poule van vrijwilligers/bestuur).
- Gebruik gaan maken van KNLTB Club App (vind je maatje)

Vrijwilligers

- Uitzoeken welke vrijwilligers er zijn en hoe zij binnen het nieuwe bestuursorganisatie passen.
- Waardering uiten naar vrijwilligers (ook publiek via bv nieuwsbrief of tijdens event).

Samenwerking

- Samenwerking binnen het centrum (dus met centrum en baseline) opstellen en goede afspraken maken voor de komende jaren.
- Samenwerking met gemeente is belangrijk, zeker omdat in 2018 de gemeenteraadsverkiezingen plaatsvinden

6. Uitvoering en Evaluatie

Uitvoering en evaluatie

De uitvoering van de doelen en acties zal uitgevoerd worden door de corresponderende doelgroepcommissies. Het bestuur ziet toe dat de acties worden uitgevoerd. Daarnaast zijn er acties welke meer algemeen van aard zijn, deze worden opgepakt door het bestuur of wanneer nodig wordt geacht wordt hier een aparte werkgroep van vrijwilligers voor opgezet. Speerpunten voor de uitvoering zijn:

- Duidelijke taakverdeling voor uitvoering van de doelen en acties
- Specifieke tijdlijnen voor elke taak
- Goed gedefinieerde verwachtingen

Evaluatie vindt plaats per doelgroep op zijn/haar punten en door het bestuur op alle opgestelde punten. De evaluatie vindt twee keer per jaar plaats. Daarnaast worden bevindingen intern gecommuniceerd binnen de vrijwilligers. Hiermee wordt gewaarborgd dat inzichten bij iedereen terecht komen en hier ook wat mee gedaan kan worden. Om de evaluatie efficiënt uit te kunnen voeren is een proactieve, consequent en constant contact nodig.

- Controleren of de uitvoering van de doelen en acties naar verwachting verloopt
- Controleren van het succes van het beleidsplan. Hiervoor is monitoring nodig van vooraf vastgestelde meetpunten zoals ledenaantal, nieuwe leden, deelnemers aan activiteiten.

Bijstellen van de doelen

Elk jaar worden doelen voor het jaar erna opgesteld door het bestuur en input van de verschillende doelgroepen wordt hierin meegenomen. Bij het opstellen van de doelen wordt erop toegezien dat de opgestelde doelen en acties ook haalbaar lijken. De kans op het halen van de doelen wordt daardoor vergroot. Daarnaast actief bezig te blijven met de doelen en acties kan er makkelijker ingespeeld worden op nieuwe gebeurtenissen en zo nodig bijgesteld worden. Hiermee wordt ook de kans geboden dit beleidsplan bij te stellen door inzichten of nieuwe gebeurtenissen. Zo wordt erop toegezien de opgestelde visie te behalen. Wanneer nodig, worden ook alle leden om input gevraagd.