Beleidsplan v.v. ONA

2015 – 2020

Met plezier naar de toekomst!

Gouda – Januari 2015

Inhoudsopgave

1. Inleiding **3**

2. Externe analyse **4**
- 2.1. Overheidsbeleid 4
- 2.2. Maatschappelijke ontwikkelingen 5
- 2.3. Beleid KNVB 6
- 2.4. Concurrentie 7

3. Interne analyse **8**
- 3.1. Beleid afgelopen jaren 8
- 3.2. Recente ontwikkelingen binnen de club 8

4. SWOT-analyse **10**
- 4.1. Sterktes 10
- 4.2. Zwaktes 10
- 4.3. Kansen 10
- 4.4. Bedreigingen 10

5. Visie & Missie **11**
- 5.1. Visie 11
- 5.2. Missie 11
- 5.3. Kernactiviteiten 11
- 5.4. Kernwaarden 11

6. Beleid **12**
- 6.1. Uitgangspunten 12
- 6.2. Beleidskeuzes 13

7. Organisatie **15**
- 7.1. Bestuur 15
- 7.2. Bestuurscommissies 15

8. Doelstellingen 2015–2020 **16**
- 8.1. Bestuur 16
- 8.2. Bestuurscommissies 16
  - 8.2.1. Bestuurscommissie technische zaken 16
  - 8.2.2. Bestuurscommissie voetbal 17
  - 8.2.3. Bestuurscommissie jeugd 17
  - 8.2.4. Bestuurscommissie beheer materialen en accommodatie 17
  - 8.2.5. Bestuurscommissie financiële zaken & ledenadministratie 18
  - 8.2.6. Bestuurscommissie evenementen 18
  - 8.2.7. Bestuurscommissie pr & communicatie 19
  - 8.2.8. Bestuurscommissie commerciële zaken 19

9. Activiteitenplan 2015–2016 **20**

1. Inleiding

Voor u ligt het Beleidsplan 2015-2020 van voetbalvereniging ONA uit Gouda.
In dit plan zijn de doelen en geplande activiteiten voor de komende jaren vastgelegd. Het zou natuurlijk niet goed zijn als die doelen en activiteiten zomaar uit de lucht kwamen vallen. Daarom wordt in de eerste hoofdstukken uiteengezet, welke kant we op willen met de club en waarom we dat willen. Dat laatste vraagstuk komt heel dichtbij de kern van wie wij als club willen zijn en hoe wij dat "eigene" willen behouden en ontwikkelen. Uiteraard is dat vraagstuk niet los te zien van de ontwikkelingen in de (lokale) samenleving. Een voetbalclub is immers geen eiland en zal zich te allen tijde rekenschap moeten geven van veranderingen in de maatschappij. Sterker nog, die maatschappelijke ontwikkelingen zouden een stimulans moeten zijn om de vereniging telkens opnieuw uit te vinden. Want een vereniging is nooit een doel op zichzelf; zij is er voor de mensen die daar een bepaalde behoefte mee hopen te kunnen invullen. Een vereniging zal altijd alert moeten zijn op veranderingen in de behoeftepatronen van mensen en zal daar tijdig op moeten inspelen of (nog beter) anticiperen. De kunst is om dat op een zodanige manier te doen, dat de eigenheid van de club in stand blijft.

Het bewaken van dat evenwicht tussen het doorvoeren van vernieuwingen en het bewaken van de clubcultuur is een belangrijke uitdaging voor het Bestuur. Ons antwoord op die uitdaging vindt u terug in dit plan. Als motto voor de komende jaren hebben wij gekozen voor de volgende slogan: *"Met plezier naar de toekomst"*. Verderop in dit plan wordt de gedachte achter dit motto nader toegelicht. Direct valt echter op dat wij ons als club willen ontwikkelen (dynamisch) en dat wij nadrukkelijk ook bepaalde doelen willen nastreven (ambitieus). Dit alles echter zonder voorbij te gaan aan de ontwikkelingen in de maatschappij en de sociale rol die een vereniging daarin zou moeten spelen. Ook hierin is de tweeledige uitdaging terug te vinden: Wel blijven ontwikkelen als vereniging, maar ook altijd oog hebben voor belangrijke sociale en menselijke waarden in het leven.

Het moment waarop dit beleidsplan verschijnt is niet helemaal willekeurig gekozen. In januari 2015 is de vereniging gestart met een bestuurlijke reorganisatie. Het uitganspunt daarbij is, dat het Bestuur meer op afstand zou gaan besturen en dat de activiteiten op de verschillende werkgebieden zouden worden uitgevoerd door zogenaamde Bestuurscommissies. Deze Bestuurscommissies vallen uiteraard onder de eindverantwoordelijkheid van het Bestuur, maar hebben bij de uitvoering van het werk een relatief grote mate van zelfstandigheid en eigen verantwoordelijkheid. Het voorliggende beleidsplan heeft mede tot doel, om de toekomstplannen van de verschillende Bestuurscommissies vast te leggen en op elkaar af te stemmen. Zo vormt dit beleidsplan een samenhangende richtlijn voor het verenigingsbeleid in de komende jaren.

De opbouw van dit beleidsplan is als volgt: De eerste hoofdstukken bestaan uit een externe analyse van relevante ontwikkelingen in de omgeving en een interne analyse van onze vereniging zelf. Uit deze analyses wordt een SWOT analyse gedestilleerd, welke op zijn beurt de basis is voor de hoofdstukken over de visie van de club en het voorgenomen beleid. De laatste hoofdstukken bestaan uit een beschrijving van de bestuurlijke organisatie en uit de vastlegging van de doelstellingen en activiteiten op de verschillende bestuurlijke aandachtsgebieden.
Het Bestuur wil iedereen bedanken die (in welke vorm dan ook) een bijdrage heeft geleverd aan de totstandkoming van het beleidsplan. Wij vertrouwen erop, dat dit plan een stevig fundament vormt voor het te voeren beleid in de komende jaren. Wij wensen iedereen (en ook onszelf uiteraard) veel succes toe bij de uitvoering van het voorgenomen beleid en bij ons streven om de gestelde doelen te realiseren. Opdat we, als we in 2020 terugkijken op wat we in de jaren daarvoor hebben bereikt, we met heel veel plezier kunnen constateren dat de club klaar is voor de toekomst!

2. Externe analyse

In dit hoofdstuk worden de relevante ontwikkelingen in de omgeving van de vereniging besproken. Hierbij wordt onderscheid gemaakt in de (lokale) overheid, de samenleving, de KNVB en de concurrentie.

2.1. Overheidsbeleid

In deze paragraaf worden de ontwikkelingen in het centrale en decentrale overheidsbeleid beschreven, welke van invloed (kunnen) zijn op beleidskeuzes van onze voetbalclub.

- BEWEGEN EN GEZONDE LEEFSTIJL
  Het stimuleren van een gezonde leefstijl heeft steeds meer nadruk gekregen in het beleid van de overheid (zowel landelijk als lokaal). Doel is het bevorderen van het welzijn van mensen, in combinatie met preventieve beheersing van de kosten in de gezondheidszorg. Gezonde voeding en voldoende beweging zorgen tezamen voor een betere gezondheid en een minder groot beroep op medische hulp.

- ONTMOEDIGINGSBELEID ROKEN
  De overheidsmaatregelen om het roken te ontmoedigen hebben de afgelopen jaren onmiskenbaar effect gehad. Doel is ook hierbij uiteraard om het welzijn te bevorderen en geneeskundige hulp te verminderen. Tegenwoordig staat de niet-roker sterker dan de roker, ook binnen sportverenigingen. Een jaar of vijf geleden was dat nog ondenkbaar.

- TEGENGAAN ALCOHOLMISBRUIK
  Het beleid met betrekking tot alcoholgebruik is aangescherpt. Naar alle waarschijnlijkheid zal in de nabije toekomst de leeftijdsgrens voor het verkrijgen en nuttigen van alcohol worden opgetrokken naar 18 jaar. Juist bij jongeren is de verleiding groot om de grenzen van verantwoord alcoholgebruik te overschrijden. Onderzoek heeft aangetoond dat juist in die leeftijdscategorie bovenmatig alcoholgebruik kan leiden tot enorme en onherstelbare schade aan de hersenen.

- MINDER SUBSIDIES
  De tijd is voorgoed voorbij (als die al ooit heeft bestaan), dat de overheid een ruif had waaruit men zich naar hartenlust kon bedienen. Overheidsmiddelen zijn schaars en automatische subsidies bestaan niet meer. Meer van deze tijd is de incidentele of kortdurende subsidiëring van projecten die een bijdrage kunnen leveren aan een door de overheid geformuleerde doelstelling. Algemene, ongerichte subsidiering heeft plaats gemaakt voor bijdragen met een politiek of maatschappelijk karakter. Het stellen van doelen en meten van effecten is niet ongebruikelijk.

- MAATSCHAPPELIJKE SAMENWERKING
  Op allerlei terreinen is er een tendens tot samenwerking tussen maatschappelijke organisaties zichtbaar. Vanuit de overheid wordt die samenwerking ook daadwerkelijk gestimuleerd, zowel op landelijk als op lokaal niveau. Dit heeft niet alleen te maken met het streven naar een grotere doelmatigheid, maar ook met het versterken van de kracht van het maatschappelijke middenveld en met het bevorderen van de cohesie in de samenleving. De publieke middelen kunnen op deze manier efficiënter en effectiever worden benut.

- DECENTRALISERING
  Op tal van gebieden is er sprake van een taakverschuiving van de landelijke naar de lokale overheid. Redenering is dat bepaalde taken goedkoper en doelmatiger kunnen worden uitgevoerd op lokaal niveau. Het verschuiven van deze taken leidt niet tot een evenredige verschuiving van financiële middelen. Daarmee dient de taakverschuiving tevens een bezuinigingsdoel van de landelijke overheid. De gemeenten zijn druk op zoek naar manieren om het ruimere takenpakket

op een goede manier in te vullen, zowel inhoudelijk als financieel. Dit proces zal nog wel een aantal jaren in beslag nemen.

2.2. Maatschappelijke ontwikkelingen

Naast veranderingen in het overheidsbeleid zijn er (deels daarmee samenhangende) maatschappelijke ontwikkelingen te onderkennen die van invloed zijn op de rol van een (voetbal)vereniging.

- INDIVIDUALISERING
  De trend met betrekking tot verdergaande individualisering is nog niet ten einde. Een snelle digitale maatschappij draagt daar uiteraard aan bij. Dit betekent niet, dat mensen geen verbinding zoeken, maar wel dat dat op een andere, meer eigentijdse manier gebeurt. Mensen bepalen zelf met wie, wanneer, waar en hoe ze verbinding willen maken. Traditionele vormen van gezamenlijke contacten en ervaringen zijn niet meer zo vanzelfsprekend.

- GROTERE MONDIGHEID
  Door de verdergaande individualisering en het wegvallen van traditionele structuren is er merkbaar sprake van een grotere mondigheid van de burger. Mensen willen vaker op maat worden bediend, hier en nu. Onvolkomenheden worden sneller gesignaleerd en minder snel geaccepteerd (al dan niet terecht).

- MEER KEUZEMOGELIJKHEDEN
  Door de snelle ontwikkelingen en het wegvallen van vaste patronen heeft het individu veel meer keuzemogelijkheden dan vroeger. Er is sowieso meer te kiezen en er zijn minder traditionele factoren die hem bij voorbaat zouden kunnen beletten om bepaalde keuzes te maken. Er is niet veel fantasie voor nodig om te bedenken dat dit kan leiden tot een grotere wispelturigheid en onvoorspelbaarheid.

- TOENEMENDE ONZEKERHEID
  Het grotere aantal keuzemogelijkheden is positief in het licht van de vrijheid van het individu. Maar het kan ook leiden tot een toenemend gevoel van onbehagen en onzekerheid. Hoe meer keuzemogelijkheden, hoe lastiger het maken van een keuze. In dat opzicht was de wereld vroeger toch wat overzichtelijker.

- BEHOEFTE AAN ZINGEVING
  Grotere onzekerheid leidt bijna als vanzelf tot een toenemende behoefte aan zingeving. Juist in een onvoorspelbare en onzekere omgeving komen vragen op naar de zin van het bestaan. Daar komt bij, dat vertrouwde structuren minder vanzelfsprekend zijn geworden of zelfs helemaal verloren zijn gegaan. De waarheid is een stuk relatiever geworden. Anderzijds zullen mensen natuurlijk niet ineens minder behoefte aan zingeving hebben. Dit betekent dat ze er in de huidige tijd zelf actiever naar op zoek zullen moeten, en die tendens is duidelijk waarneembaar.

- VERGRIJZING
  De veroudering van de bevolking is een ontwikkeling die zich al jaren voordoet en die nog lang niet voorbij is. Dit komt onder andere tot uiting in de recente discussies over het pensioenstelsel (met name de pensioenleeftijd) en de gezondheidszorg. Ook op andere terreinen (bijvoorbeeld leefbaarheid en sportvoorzieningen) zal deze ontwikkeling voorlopig een belangrijke factor zijn.

- ECONOMISCHE RECESSIE
  Een ontwikkeling van de laatste jaren is de economische recessie en de gevolgen daarvan voor de koopkracht. Gemiddeld genomen hebben mensen het in financieel opzicht een stuk lastiger dan een jaar of vijf geleden. Verder hebben bedrijven over het algemeen minder te besteden en zijn zij een stuk selectiever geworden op het gebied van sportsponsoring.

2.3. Beleid KNVB

Iedere voetbalclub heeft rechtstreeks te maken met de activiteiten, maatregelen en visie van haar moederorganisatie, de KNVB. In deze paragraaf wordt aandacht besteed aan ontwikkelingen bij de KNVB.

- GERICHTE DIENSTVERLENING
  De laatste jaren is bij de KNVB een duidelijke lijn waarneembaar met betrekking tot het beter willen inspelen op de wensen en behoeften van haar leden-voetbalverenigingen. Ook bij de KNVB is het inzicht doorgebroken, dat zij geen doel op zichzelf is maar een organisatie die ten dienste staat van de leden voor wie zij is opgericht. De eerste tekenen wijzen erop dat deze ontwikkeling resulteert in een verdere kwaliteitsverbetering van de dienstverlening.

- AANDACHT VOOR MINDERHEDEN
  De KNVB heeft aandacht voor minderheden hoog in het vaandel staan. Het gaat daarbij niet alleen om etnische minderheden, maar ook om groepen die in de voetbalsport op dit moment relatief (nog) ondervertegenwoordigd zijn, zoals ouderen en vrouwen. De gedachte is, dat hier nog een wereld te winnen is, zowel op het gebied van werving van nieuw talent (presteren), als op het gebied van participatie in sportbeoefening (bewegen en meedoen). Met name bij het vrouwenvoetbal heeft die ontwikkeling een enorme vlucht genomen: Het aantal georganiseerde vrouwen/meisjes groeit als kool.

- AANDACHT VOOR MENSEN MET EEN BEPERKING
  Vanuit haar maatschappelijke rol heeft de KNVB steeds meer oog voor mensen met een beperking of gedragsproblemen. De voetbalsport kan ertoe bijdragen dat ook deze mensen in beweging blijven en zich onderdeel voelen van sociale verbanden. Hieruit blijkt de grote extra kracht van voetbal als volkssport nummer één. Het gaat niet alleen om voetbal als zodanig, maar ook om het versterken van een gevoel van betrokkenheid en eigenwaarde. “Voetbal is van iedereen”, aldus de KNVB.

- MAATSCHAPPELIJKE ROL
  De KNVB denkt nadrukkelijk mee over de vraag hoe zij zelf, maar ook haar leden-voetbalverenigingen nog meer kunnen inspelen op ontwikkelingen die zich voordoen in de maatschappij. In dat opzicht ondersteunt zij haar leden bij het zoeken van nieuwe wegen die passen bij de huidige tijd. Voor een groot deel heeft dit te maken met activiteiten die in het bedrijfsleven zouden worden betiteld als MVO, Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Bij ONA (immers geen onderneming) vatten we dat samen onder de noemer MVA, Maatschappelijk Verantwoorde Activiteiten.

- KWALITEITSBEWAKING JEUGDOPLEIDINGEN
  Dat de Nederlandse voetbalsport telkens weer grote talenten voortbrengt is geen toeval. De organisatie van het voetbalgebeuren staat als een huis en er is van oudsher veel aandacht voor talentontwikkeling. Dit is nog versterkt door het masterplan van de oud bondscoach van het Nederlands Elftal, Louis van Gaal. Het spreekt vanzelf dat voetbalverenigingen op alle mogelijke manieren in aanraking komen met de KNVB als de grote hoeder en ontwikkelaar van voetbaltalenten. Dit geldt zowel voor het bevorderen van de kwaliteit van jeugdopleidingen als voor het faciliteren van regionale trainingsfaciliteiten voor talentvolle voetballers.

- TEGENGAAN ALCOHOLMISBRUIK
  Het overheidsbeleid met betrekking tot alcoholgebruik is door de KNVB overgenomen. Voor de overheid is de KNVB een belangrijke partner in haar streven om alcoholmisbruik door jongeren tegen te gaan of te voorkomen. Dit zal zonder twijfel ook weer tot uiting komen indien volgens verwachting in de nabije toekomst de leeftijdsgrens voor het verkrijgen en nuttigen van alcohol wordt opgetrokken naar 18 jaar.

- VEILIGHEID EN RESPECT
  De KNVB voelt een grote verantwoordelijkheid om sportiviteit, respect en veiligheid op en rond de velden te stimuleren. Om dat te doen, is een breed pakket aan acties. Deze zijn erop gericht om sportiviteit te bevorderen en wangedrag tegen te gaan. De KNVB ondersteunt waar het kan en straft als het moet. Van het invoeren van het spelregelbewijs tot de introductie van de Blauwe Kaart. Van het invoeren van de 10-minutentijdstraf tot aan het HALT-traject. De KNVB gelooft dat als het bewustzijn van alle leden en betrokkenen wordt vergroot, zij er zelf voor kunnen zorgen dat het leuk blijft op en rond het veld. Zo werken we gezamenlijk aan voetbal om van te houden.

2.4. Concurrentie

In deze paragraaf wordt aandacht besteed aan collega voetbalverenigingen en andere vormen van (al dan niet georganiseerde) sportbeoefening. Uiteraard kunnen ontwikkelingen aldaar van invloed zijn op het reilen en zeilen bij onze eigen voetbalclub.

- LOKALE VOETBALVERENIGINGEN
  Vanuit het concurrentiemotief gezien is ONA een (voor lokale begrippen) kleine voetbalclub met een organisatie en opleiding welke beide nog volop in ontwikkeling zijn. Dit heeft er de afgelopen jaren voor gezorgd dat er, ondanks alle inspanningen, met name in de hogere jeugdelftallen (A t.m. C) weinig tot geen nieuwe spelers een overstap naar de club hebben gemaakt. De lagere jeugdelftallen (D t.m. kabouters) hebben daarentegen een aanzienlijke groei doorgemaakt wat mogelijkheden biedt naar de toekomst. Karakteristiek voor ONA, in tegenstelling tot de concurrentie, zijn de locatie (midden in de woonwijk Korte Akkeren) en het karakter (sportieve volksvereniging). De collegiale verhoudingen met de andere lokale verenigingen zijn functioneel tot goed. Waar nodig en mogelijk wordt onderling samengewerkt..

- VOETBALVERENIGINGEN IN DE REGIO
  Bij voetbalverenigingen uit de regio kunnen worden onderscheiden: Lager spelende verenigingen uit plaatsen in de nabije omgeving en hoger spelende verenigingen op iets grotere afstand. Er is voor ONA geen directe concurrentie op dit moment, noch is er een directe samenwerking teneinde de ontwikkeling van talentvolle spelers te stimuleren.

- ANDERE LOKALE SPORTVERENIGINGEN
  Andere sportverenigingen in Gouda zijn alleen te beschouwen als een concurrent, op het moment dat voor mensen uit de doelgroep de keuze tussen voetbal en een andere sport lood om oud ijzer is. Over het algemeen is dit niet het geval en kiest iedereen de sport die het beste bij hem of haar past. En als er al andere redenen in het spel zijn (zoals een voorkeur van de ouders of het samen willen sporten met vriendjes en vriendinnetjes), dan is voetbal als grootste volkssport zondermeer in het voordeel. De grootste club van de grootste sport trekt de meeste “toevallige” leden, als alle andere omstandigheden vergelijkbaar zijn.

- ANDERE VORMEN VAN SPORTBEOEFENING
  Juist door trends als individualisering, grotere mondigheid en meer keuzemogelijkheden mag worden verwacht dat andere, individuele vormen van sportbeoefening een serieuze concurrent vormen voor onze voetbalclub. Voordeel voor een voetbalclub is de eigen cultuur, die geworteld is in een jarenlange traditie. Dit geeft mensen de mogelijkheid om zich te identificeren en zich thuis te voelen. Het is niet zo, dat dat bij de gemiddelde fitnessclub niet het geval kan zijn, maar het karakter van die identificatie is wel wezenlijk anders. Waar bij een sportvereniging gezamenlijke sportbeoefening en het gevoel van geborgenheid te allen tijde centraal (zouden moeten) staan, daar is er bij een fitnessclub uiteindelijk maar één doel: de winstgevendheid van de onderneming. Particuliere ondernemingen zijn per definitie niet vergelijkbaar met verenigingen. Uiteraard wil dat niet zeggen dat er geen sprake is van concurrentie. Maar een vereniging die zijn kerntaken goed

uitvoert, zal weinig leden zien uitstromen naar commercieel georiënteerde vormen van sportaanbod.

3. Interne analyse

Na de externe analyse volgt in dit hoofdstuk een overzicht van een aantal relevante ontwikkelingen binnen de club zelf.

3.1. Beleid afgelopen jaren

Het beleid in de afgelopen jaren heeft vooral in het teken gestaan de club in stand te houden met daarbij het streven om een voorzichtige groei in werking te stellen. Sinds 2012 is er een nieuw hoofdbestuur dat deze resultaten met minimale middelen heeft weten te realiseren.
Hoewel er een zeer grote groep vrijwilligers actief is binnen de vereniging ontbreekt het thans aan een voltallige organisatie waarin ook de benodigde commissies zijn ingericht teneinde de ontwikkeling van ONA naar het volgende level te kunnen brengen.

Ten aanzien van de accommodatie hebben de leden van ONA in 2014 ingestemd met een overname van het clubgebouw, voor een symbolisch bedrag, van de gemeente Gouda waarmee het eigenaar zal worden. Wel is het noodzakelijk dat de nodige verbeteringen aan het clubgebouw dienen te worden aangebracht in de aankomende jaren. Ditzelfde geldt voor de aanwezige tribune en overige faciliteiten rondom het hoofdveld.
Gelijktijdig met de besprekingen over de overname van het clubgebouw is met de gemeente Gouda overeengekomen dat ONA, ondanks de herinrichtingsplannen voor de wijk Korte Akkeren, de aankomende 20 jaar, tot en met 2034, op de huidige locatie kan blijven. Daarnaast heeft ONA de beschikking over twee voetbalvelden waarvan het tweede veld in 2013 is vervangen voor een kunstgrasveld.

Elke fase in het leven van de club wordt gedomineerd door bepaalde thema's. Voor de komende jaren worden nieuwe thema's dominant, zoals de wensen en verwachtingen vanuit de (lokale) samenleving, de snelle ontwikkeling van het vrouwenvoetbal en de veranderende (culturele) behoeften onder jongeren. Voordat we beschrijven welke keuzes daarin worden gemaakt, volgt hieronder eerst een overzicht van een aantal actuele trends en ontwikkelingen binnen de club

3.2. Recente ontwikkelingen binnen de club

- STAGNEREND LEDENAANTAL
  Het ledenaantal is in de afgelopen tien jaar excessief afgenomen, met name bij de senioren en de A, B en C-jeugd. Op dit moment zitten we dicht tegen de 350 (spelende) leden aan. Positief voor de toekomst is dat meer dan de helft (195) van de spelende leden komen uit de C, D, E en F-jeugd. Er is echter nog een weg te gaan om in alle competities deel te blijven nemen of juist weer te gaan nemen.

- 35+ VETERANENVOETBAL
  Eind 2013 is gestart met het opzetten van een interne 35+ veteranen (7x7) competitie, welke in februari 2014 is gestart met 3 teams. In augustus 2014 namen, bij de start van het nieuwe seizoen 4 teams deel aan de competitie en heeft zich ook een team van een andere club aangesloten. De verwachting is dat bij de start van het seizoen 2015-2016 namens ONA minimaal 5 teams zullen deelnemen aan de competitie.

- MINDER CLUBBINDING
  De tijd is voorbij dat men zichzelf vanzelfsprekend levenslang verbonden voelde aan een bepaalde club. De tegenwoordige tijd is daarvoor te vluchtig en het aantal keuzemogelijkheden te groot. Ook aan ONA gaat deze ontwikkeling niet voorbij.

- MINDER SPONSORINKOMSTEN

Van recente (en hopelijk tijdelijke) aard is de economische recessie, waardoor burgers en bedrijven gemiddeld minder te besteden hebben. ONA merkt dit onder andere door een toenemende druk op de inkomsten uit sponsoring.

- INVULLING MAATSCHAPPELIJKE ROL
  De lokale samenleving heeft bepaalde wensen en verwachtingen met betrekking tot een vereniging zoals ONA. Binnen de club is een trend waarneembaar om na te denken over haar maatschappelijke rol en om daar concrete invulling aan te geven.

- BEHOEFTE AAN COMMUNICATIE
  Het belang van een goede onderlinge communicatie is cruciaal. De behoefte hieraan is duidelijk waarneembaar en op dit punt is er de nodige ruimte voor verbetering. Dat laatste is overigens mede een (hopelijk tijdelijk) neveneffect van de geplande door te voeren wijzigingen van de bestuurlijke organisatiestructuur.

- MEER AANDACHT VOOR PR
  Het belang van een goede communicatie heeft niet alleen betrekking op overleg en afstemming, maar ook op het “vertellen” van wat er zich zoal afspeelt binnen de vereniging. Hierin vallen nog de nodige stappen te maken. Ook hier geldt dat de geplande door te voeren wijzigingen van de bestuurlijke organisatiestructuur de beoogde verbeteringen zichtbaar zullen worden.

- VOLLEDIGE INRICHTING BESTUURLIJKE FUNCTIES EN COMMISSIES
  Er is een aanvang gemaakt met het volledig inrichten van alle noodzakelijke bestuurlijke functies en de inrichting van een achttal commissies teneinde op alle belangrijke aandachtsgebieden voldoende focus te kunnen hebben zodat alle aspecten welke van belang zijn stabilisatie, en bij voorkeur groei, in de nabije toekomst te kunnen realiseren.

- STRUCTUUR
  Gelijktijdig met de inrichting van de bestuurlijke taken is gekozen voor een meer gestructureerde aanpak van alle activiteiten welke het besturen van een vereniging met zich mee brengen. Een gestructureerde aanpak zal ertoe leiden dat er een beter inzicht zal komen in de verwachte resultaten en ontwikkelingen waardoor tijdig kan worden bijgestuurd indien dit nodig wordt geacht. Deze structuur geldt zowel de sportieve, operationele en commerciële activiteiten.

4. SWOT analyse

De hiervoor gesignaleerde interne en externe ontwikkelingen worden in dit hoofdstuk samengevat en geordend op basis van het SWOT model. SWOT is de Engelstalige afkorting voor de sterke en zwakke punten van een vereniging (intern) en de kansen en bedreigingen in de omgeving van de vereniging (extern).

4.1. Sterktes

- Herkenbare clubcultuur
- Warmte en gezelligheid
- Grote groep gemotiveerde vrijwilligers
- Unieke locatie

4.2. Zwaktes

- Laag ledenaantal (met name in de jeugd, pupillen zijn ruim vertegenwoordigd)
- Weinig nieuwe aanmeldingen
- Onvolledige invulling bestuurlijke activiteiten
- Onvoldoende gestructureerde werkwijze
- Lage opkomst publiek bij wedstrijden van selectieteams

4.3. Kansen

- Aandacht vanuit de politiek voor bewegen en gezonde leefstijl
- Decentralisatie van overheidstaken
- Grotere behoefte aan lokale samenwerking
- Mogelijkheden om inhoud te geven aan de maatschappelijke rol van de club
- Aandacht voor sportbeoefening door minderheden en mensen met een beperking
- Snelle ontwikkelingen in het vrouwenvoetbal
- Vergrijzing (mensen hebben meer tijd voor vrijwilligerstaken)

4.4. Bedreigingen

- Individualisering
- Grotere mondigheid (meer korte lontjes)
- Steeds meer keuzemogelijkheden
- Vergrijzing
- Minder vanzelfsprekende subsidiemogelijkheden
- Minder inkomsten door de economische recessie

5. Visie & Missie

In dit hoofdstuk wordt de kern van de visie van het Bestuur geformuleerd. Het is ons antwoord op de vraag naar het bestaansrecht van de club: Voor wie, waarom, wat en hoe.

5.1. Visie

- Werven, stimuleren, motiveren en behouden van leden en vrijwilligers;
- Benutten individuele capaciteiten van de leden;
- Het creëren van een goed verenigingsklimaat (sportiviteit, respect, veiligheid, betrokkenheid, samenhorigheid, normen en waarden);
- Benutten interne en externe communicatiemogelijkheden;
- ONA behouden voor Gouda en de wijk Korte Akkeren, waarbij een open houding blijft richting andere verenigingen in de stad en zelfs eventueel andere stads-/dorpsgemeenschappen.

5.2. Missie

ONA is een amateur voetbalclub in Gouda die haar leden de mogelijkheid biedt deel te nemen aan de voetbalsport en inhoud te geven aan het verenigingsleven.
Prestatie, ontspanning, spelplezier en respect voor elkaar en een onderlinge sociale binding zijn de belangrijkste drijfveren om een positieve bijdrage te leveren aan de wijk c.q. stad op sportief gebied.

5.3. Kernactiviteiten

- Dynamisch (in beweging): Zowel letterlijk (sportbeoefening) als figuurlijk (met de tijd meegaan)
- Ambitieus: Verkennen en verleggen van sportieve grenzen (prestatiegericht voetbal)
- Sociaal: Zowel voor de leden (gezelligheid, saamhorigheid) als voor de lokale samenleving

5.4. Kernwaarden

- Respect (onderling, maar ook ten opzichte van derden): Iedereen mag er zijn
- Saamhorigheid: Iedereen telt mee
- Professionaliteit: Te allen tijde streven naar een optimale uitvoering of prestatie

6. Beleid

Op basis van de hiervoor beschreven visie en missie wordt in dit hoofdstuk het voorgenomen beleid verder uitgewerkt. Alvorens de speerpunten in het beleid te benoemen (paragraaf 6.2) worden in paragraaf 6.1 eerst de gehanteerde uitgangspunten beschreven.

6.1. Uitgangspunten

- EENHEID IN VERSCHEIDENHEID
  Een belangrijk kenmerk van ONA is van oudsher haar gastvrijheid en diversiteit. Het is niet voor niets dat ONA zo groot is geweest en dat heel veel (onderling zeer verschillende) mensen een warm gevoel hebben bij de club. Juist door de diversiteit is ONA de club geworden die zij nu is. Diversiteit, in combinatie met een gevoel van eenheid en geborgenheid. Dit is de kern die we nooit uit het oog mogen verliezen.

- DOELGROEPEN
  Eerste uitgangspunt bij het formuleren van beleid, is dat de behoeften van de doelgroepen centraal dienen te staan. De verschillende doelgroepen (of ledencategorieën) worden onderscheiden naar drie dimensies: Leeftijd (senioren versus jeugd), geslacht (man versus vrouw) en sportieve ambitie c.q. mogelijkheden (prestatiegericht versus niet-prestatiegericht).

- GELIJKWAARDIGHEID
  De behoeften van de verschillende categorieën zijn allemaal even legitiem, voor zover ze niet worden ingeperkt door het verenigingsbeleid of door praktische belemmeringen. Uitgangspunt is, dat iedere doelgroep (en ieder lid binnen die doelgroep) gelijkwaardig is.

- DIFFERENTIATIE
  Differentiatie in doelgroepen betekent differentiatie in de wijze van faciliteren. Een ambitieuze selectiespeler zal bijvoorbeeld iets anders van de vereniging verwachten dan een niet-spelend lid die alleen maar één keer per week aan een trainingsavond deelneemt. Ieder lid wil (sterker nog: moet) op maat worden bediend. Dat betekent niet dat alle categorieën een even grote aanspraak zullen maken op de middelen van de vereniging. In de praktijk is dat ook helemaal niet nodig, als het al mogelijk zou zijn. Waar het om gaat, is dat iedereen in staat wordt gesteld om “zijn of haar ding te doen”.

- BEPERKINGEN
  Als we een bepaalde categorie het recht op zijn sportieve en/of sociale behoeftebevrediging denken te moeten ontzeggen, dan moeten we daar eerlijk in zijn, zodat zij hun eigen keuze kunnen maken. Zo’n situatie kan zich voordoen, indien we een bepaalde categorie niet meer tot onze “core business” zouden rekenen. Ook kan dit het geval zijn, indien we door de schaarste van de beschikbare middelen (financieel of qua accommodatie) niet ieders behoefte volledig kunnen faciliteren.

- OPTIMALISATIE
  Beleidsbepaling bestaat voor een belangrijk deel uit het bepalen voor wie je het doet, en hoe je de beschikbare middelen zo goed mogelijk gebruikt c.q. verdeelt. Voor een vereniging met een relatief grote diversiteit zoals ONA ligt op dit punt een belangrijke uitdaging. Iedereen wil aan zijn trekken komen, maar misschien kan dat wel niet altijd ten volle. Dit betekent dat moet worden gestreefd naar een optimale situatie. Dit houdt in dat de aanwending van middelen zodanig is dat de bevrediging van de behoeften van de verschillende doelgroepen door hen op zijn minst als “acceptabel” wordt ervaren.

- CLUBGEVOEL
  Een tekort aan middelen kan in sommige gevallen gecompenseerd worden met de warmte van de club. Wellicht kan ONA daardoor meer voor elkaar krijgen, dan een vergelijkbare vereniging met minder clubgevoel. Ook dat is dus een kern, waar we zuinig op moeten zijn. Wanneer het clubgevoel onder druk komt te staan, is het de kunst om de signalen op waarde te schatten.
  Dit houdt direct verband met de behoeften van de doelgroepen (en mogelijke veranderingen daarin). Pas in een uiterste geval moet wellicht afscheid worden genomen van mensen, omdat de vereniging niet in staat is om aan hun wensen te voldoen.

- EVENWICHTIGHEID
  Gezien de samenstelling van haar doelgroepen, is ONA te kenmerken als een club volgens het zogenaamde poldermodel. Dit betekent niet dat er geen accenten in het beleid kunnen worden gelegd, maar wel dat er sprake moet zijn van een bepaalde mate van geleidelijkheid, om het evenwicht niet al te zeer te verstoren. Rigoureuze keuzes kunnen een negatieve impact hebben op het clubgevoel van bepaalde doelgroepen. Dit zou ten koste kunnen gaan van het principe “eenheid in verscheidenheid”.

- RANDVOORWAARDEN
  De hierboven genoemde evenwichtigheid heeft betrekking op het draagvlak voor het beleid bij de achterban. Een geleidelijke, evenwichtige ontwikkeling verdient daarbij de voorkeur voor een vereniging als ONA. Dit wordt nog versterkt door de randvoorwaarden voor het beleid, zoals de financiële middelen, de accommodatie en het vrijwilligersbestand. Nieuwe ontwikkelingen mogen niet in strijd zijn met de bestaande randvoorwaarden en/of met de realistische groeimogelijkheden binnen die randvoorwaarden.

6.2. Beleidskeuzes

- SPORTIEVE AMBITIES
  De sportieve ambities van de prestatiegerichte heren/jongens en dames/meisjes worden gestimuleerd en gefaciliteerd. De concrete ambities per categorie staan genoemd in de verschillende deelplannen. Voor het 1e team is dat op termijn een stabiele positie in de top van de derde klasse.

- NIET-PRESTATIEGERICHT VOETBAL
  De sportbeoefening door minder getalenteerde heren/jongens en dames/meisjes wordt gestimuleerd en gefaciliteerd. Veelal heeft dit meer met een goede sfeer, een degelijke organisatie en voldoende nevenactiviteiten te maken, dan met financiële middelen.

- PIRAMIDEMODEL
  Prestatiegericht voetbal en niet-prestatiegericht voetbal zijn geen gescheiden werelden. De ene wereld loopt over in de andere. Sterker nog, beide werelden hebben elkaar nodig. Immers, zonder prestatiegerichte top kunnen talentvolle voetballers niet tot een optimale ontplooiing komen. En omgekeerd kan een prestatiegerichte top niet bestaan zonder de selectie- en doorstroommogelijkheden vanuit een brede basis. We spreken hier van het piramidemodel. Bij de noodzaak om te investeren in de sportieve top van de piramide mag nooit worden vergeten dat die top slechts kan bestaan bij de gratie van een goede basis. Aandacht voor voetballers onder de top en aan de basis is dus onontbeerlijk voor een vereniging zoals ONA. Niet alleen omdat we hun sportbeoefening willen faciliteren, maar ook om topvoetbal binnen onze vereniging mogelijk te maken, zonder daarbij afbreuk te doen aan de heersende cultuur van “eenheid in verscheidenheid”.

- FINANCIËLE MIDDELEN
  In het licht van de ambities van de verschillende categorieën, dient maximaal te worden ingezet op vergroting van de financiële middelen, met name sponsorinkomsten.

De nadruk in de communicatie kan liggen op de prestatiegerichte ambities, maar de breedtesport mag daarbij niet worden verwaarloosd. Niet alleen vanwege inhoudelijke redenen (zie hierboven bij het piramidemodel), maar ook in verband met het nogal ongedifferentieerde sportieve gevoel bij de gemiddelde lokale ondernemer.

- PR & COMMUNICATIE
  Om sponsorinkomsten te verhogen, moet de PR & communicatie op een hoog niveau staan. De club moet bekend en bemind zijn, anders wordt het lastig. Dit betekent dat veel aandacht moet worden besteed aan de externe communicatiemiddelen, zoals website, nieuwsbrief, clubblad, presentatiegids, huis-aan-huis krant en lokale nieuwsmedia. De meeste externe communicatiemiddelen dienen ook voor de interne communicatie en bevorderen als zodanig het clubgevoel en de ledenbetrokkenheid. Het mes snijdt hier dus aan twee kanten.

- MAATSCHAPPELIJKE ACTIVITEITEN
  Een middel om positieve aandacht op de vereniging te vestigen, is het meehelpen aan of organiseren van activiteiten in de lokale samenleving. Hiermee wordt een sociaal-maatschappelijke bijdrage geleverd, waardoor de goodwill voor de vereniging zal toenemen. Uiteraard dienen deze initiatieven dan wel gecommuniceerd te worden. Maatschappelijk verantwoorde activiteiten vormen niet alleen een doel in zichzelf dat past bij de vereniging (goede dingen doen), maar zijn ook een middel om andere doelen van de vereniging te kunnen realiseren. Dit betekent dat het uitbouwen van de maatschappelijke rol van de vereniging een belangrijk accent krijgt.

- NORMEN EN WAARDEN
  Het bewaken van bepaalde normen en waarden binnen de vereniging is een absolute must. Dit is niet alleen vanwege de ontwikkelingen in de maatschappij (denk aan emancipatie en individualisering), maar ook vanwege de toegenomen diversiteit in de vereniging. Als we hier niet alert op zijn, dan lopen we achter de feiten aan. Dit betekent, dat we gedragsregels gaan communiceren en bewaken, waarmee we duidelijk maken welke normen en waarden wij belangrijk vinden binnen de club. Verder gaan we werken aan de opstelling van een klachtenprotocol en de instelling van vertrouwenscontactpersonen.

- VRIJWILLIGERSBELEID
  De vereniging zal zijn doelen alleen kunnen realiseren, indien zij in staat is om telkens weer voldoende vrijwilligers te werven en te behouden. Het vrijwilligersbeleid is daarmee een belangrijk speerpunt voor ONA. Dit heeft niet alleen betrekking op het inventariseren van vraag en aanbod (functies binnen de club versus bestaande en potentiële vrijwilligers), maar ook op het bevorderen van een goede sfeer en clubbinding. Over het algemeen heeft dit nauwelijks met geld te maken, maar des temeer met een goede organisatie en voldoende persoonlijke aandacht. De komende tijd zal hierin veel energie worden gestoken.

7. Organisatie

In januari 2015 heeft ONA een start gemaakt met de inrichting van een nieuwe organisatiestructuur. De belangrijkste verandering betreffen de inrichting van een aantal Bestuurscommissies.
Dit hoofdstuk bevat een korte weergave van de bestuurlijke organisatie, zoals die er medio 2015 uit ziet.

7.1. Bestuur

- Bestuur volgens nieuwe organisatiemodel bestaande uit vier leden:
  - Voorzitter
  - Secretaris
  - Penningmeester
  - Vicevoorzitter
- Kenmerken van het Bestuur:
  - Bestuur bestuurt op hoofdlijnen en bewaakt de uitvoering van het beleid

7.2. Bestuurscommissies

- Acht primaire Bestuurscommissies, met een hoofdverantwoordelijkheid voor leden-doelgroepen:
  - Technische zaken
  - Voetbal
  - Jeugd
  - Beheer materialen en accommodatie
  - Financiën en ledenadministratie
  - Evenementen
  - PR & Communicatie
  - Commerciële zaken
- Kenmerken van de Bestuurscommissies:
  - Relatief grote zelfstandigheid en eigen verantwoordelijkheid bij de uitvoering van het werk
  - Opereren binnen de kaders die op bestuurlijk niveau zijn vastgesteld
  - Verantwoording verschuldigd aan de betreffende portefeuillehouder in het Bestuur
  - Onderlinge samenwerking tussen de Bestuurscommissies bij “grensoverschrijdende” kwesties

8. Doelstellingen 2015 – 2020

In dit hoofdstuk worden de concrete doelstellingen van ONA voor de periode 2015-2020 geformuleerd. De doelstellingen van de verschillende Bestuurscommissies zijn opgenomen in paragraaf 8.2 en worden per Bestuurscommissie onderbouwd met een aantal relevante overwegingen en uitgangspunten. Iedere afzonderlijke bestuurscommissie is echter verantwoordelijk voor het opstellen en naleven van een door het bestuur goedgekeurd beleidsplan, in navolging van dit algemene beleidsplan.

8.1. Bestuur

Overwegingen:

- Er is sprake van een overgangsfase naar een Bestuur volgens het nieuwe bestuursmodel
- Dit betekent een relatief klein Bestuur, met iets meer afstand tot de uitvoering van het werk
- Het verenigingsbeleid moet worden gedragen door de verschillende Bestuurscommissies
- De organisatie moet bemenst worden door deskundige en gemotiveerde kaderleden
- De samenwerking tussen de verschillende Bestuurscommissies moet gewaarborgd zijn

Hoofdtaken:

- Implementeren van een bestuurlijk model volgens het principe van “besturen op afstand”
- Waarborgen van het evenwicht tussen de belangen van de verschillende doelgroepen
- Waarborgen van de continuïteit en financiële gezondheid van de vereniging
- Uitbouwen van de vereniging tot een relevante maatschappelijke partner in stad en regio
- Bewaken van de cultuur, de kernwaarden, de missie en de doelstellingen van de vereniging

8.2. Bestuurscommissies

8.2.1. Bestuurscommissie technische zaken

Overwegingen:

- Gebrek aan ervaring en leiderschap bij het 1e team
- Groot gat tussen het 2e en het 1e team
- Het huidige niveau is niet blijvend haalbaar voor de selectieteams binnen de jeugd
- Groot niveauverschil tussen 1e en 2e teams in de verschillende leeftijdscategorieën
- Mogelijkheden voor regionale samenwerking en uitstraling
- Goede randvoorwaarden (accommodatie, trainers etc.) blijven noodzakelijk

Doelstellingen:

- Ontwikkelen van het 1e team tot een vaste waarde in de top van de 3e klasse
- Verkleinen van de sportieve afstand van het 2e tot het 1e herenteam
- Handhaven van de jeugdselectieteams op het huidige niveau
- Waarborgen van minimaal vier spelers per jaar vanuit de jeugd naar het 1e of 2e team

Uitgangspunten:

- Versterken en op peil houden van het 1e team voor wat betreft ervaring en leiderschap
- Bewaken van het aandeel “eigen spelers” in het 1e team (minimaal 75%)
- Uitbouwen van het aantal trainingsmomenten van het 1e team tot drie per week
- Neerzetten van het 2e team als een beloften-team en als een springplank naar het 1e
- Verder uitbouwen van jeugdopleiding
- Uitbouwen van het aantal trainingsmomenten van jeugdselectieteams tot drie per week
- Structureren van beoordelingssysteem middels scouting per leeftijd en spelersvolgsysteem
- Waarborgen van de deskundigheid en continuïteit van het trainer-corps

8.2.2. Bestuurscommissie voetbal

Overwegingen:
- Sociale gezicht van de vereniging mag niet lijden onder druk van prestatiegericht voetbal
- Ook niet-prestatiegerichte spelers moeten zich kunnen identificeren met de vereniging
- Ook spelers van vriendenteams moeten zich onderdeel voelen van de vereniging
- Alle spelers zouden het vanzelfsprekend moeten vinden om bij te dragen aan een goed klimaat
- Vinden van voldoende scheidsrechters voor de wedstrijden op zaterdag wordt steeds lastiger
- Het wedstrijdsecretariaat vormt een omvangrijke klus, er is sprake van een kwetsbare situatie

Doelstellingen:
- Realiseren van tenminste zes volwaardige niet-prestatiegerichte herenteams
- Participeren in nieuwe ontwikkelingen vanuit de KNVB, zoals het 45+ voetbal
- Coördineren van bepaalde activiteiten, zoals zaalvoetbal en gezamenlijke trainingen
- Opzetten van een pool van scheidsrechters voor de seniorenteams op zondag
- Versterken van de commissie die verantwoordelijk is voor scheidsrechterszaken
- Opzetten van een commissie die verantwoordelijk is voor het wedstrijdsecretariaat

Uitgangspunten:
- Versterken en bewaken van het sociale gezicht van de vereniging
- Stimuleren en bewaken dat spelers zich onderdeel van de vereniging voelen
- Verkleinen van de sportieve en gevoelsmatige afstand tot de prestatiegerichte seniorenteams
- Bewaken van de mogelijkheid tot sportbeoefening door niet-spelende leden

8.2.3. Bestuurscommissie jeugd

Overwegingen:
- Onvoldoende aansturing van en samenwerking met leeftijdscoördinatoren
- De herkenbaarheid van de Bestuurscommissie Jeugd is voor verbetering vatbaar
- Geen duidelijke doelstellingen voor niet-prestatiegericht jeugdvoetbal
- Het aantal jeugdteams neemt nog steeds toe
- Het kost moeite om kaderleden te vinden voor de Bestuurscommissie en leeftijdscoördinatoren
- Onvoldoende afstemming met andere Bestuurscommissies

Doelstellingen:
- Formuleren en bewaken van eisen inzake prestatieniveau, trainers en trainingen
- Vaststellen en bewaken van de procedure inzake de indeling van spelers in teams
- Zorgen voor structureel opleidingsaanbod voor kaderleden, inzake zowel voetbal als gedrag
- Bewaken van gewenst gedrag van spelers, leiders, trainers en ouders

Uitgangspunten:
- Faciliteren van een mogelijke groei van het aantal teams
- Bewaken van de herkenbaarheid van de Bestuurscommissie binnen de vereniging
- Stimuleren van de betrokkenheid van ouders van jeugdspelers
- Stimuleren van de actieve inbreng van jeugdspelers zelf in beleid en activiteiten
- Nauw samenwerken met diverse andere Bestuurscommissies (al naar gelang het thema)

8.2.4. Bestuurscommissie beheer materialen en accommodatie

Overwegingen:
- Verdere uitbreiding is niet realiseerbaar wegens ruimtelijke en financiële beperkingen
- Kleedkamers behoeven een herinrichting (zeker douche faciliteiten)
- Kantine laat nog te wensen over qua functies/inrichting en qua sfeer/uitstraling
- Onderhoud van gebouwen gebeurt ad hoc en moet eigenlijk wat planmatiger

- Materialen zijn redelijk up-to-date, maar vervanging, onderhoud en beheer behoeven meer structuur
- De uitvoeringsorganisatie is kwetsbaar wegens beperkte en ouder wordende mankracht

Doelstellingen:
- Plan voor het beheer en periodiek onderhoud van accommodatie en materialen
- Vermindering van de personele kwetsbaarheid van de uitvoeringsorganisatie
- Advisering met betrekking tot de herinrichting van de kleedkamers (bouwkundig en functioneel)
- Advisering met betrekking tot de herinrichting van de kantine (bouwkundig en functioneel)
- Onderzoek naar de technische en financiële haalbaarheid van een facelift van de tribune langs het hoofdveld

Uitgangspunten:
- De accommodatie moet in zodanige staat verkeren, dat een goede sportbeoefening gegarandeerd is
- Een lange termijn visie op beheer en onderhoud is daarvoor onontbeerlijk, financieel en organisatorisch
- De accommodatie moet representatief zijn en aansluiten bij de behoeften van de diverse doelgroepen
- De accommodatie is in alle opzichten het visitekaartje van de vereniging

8.2.5. Bestuurscommissie financiële zaken en ledenadministratie

Overwegingen:
- Een goed financieel beheer vergt centralisatie van de financiële administratie
- Dit heeft vooral betrekking op tijdigheid, volledigheid en betrouwbaarheid van gegevens
- Het programma Sportlink voldoet uitstekend en is geïntegreerd met de ledenadministratie
- In de nieuwe bestuursstructuur hebben de Bestuurscommissies financiële ondersteuning nodig

Hoofdtaken:
- Voeren van de gehele financiële en ledenadministratie van de vereniging
- Verzorgen van de jaarrekening en begroting ten behoeve van de ledenvergadering
- Uitwerken van de verenigingsbegroting in deelbudgetten voor de verantwoordelijke Bestuurscommissies
- Ondersteuning van de Bestuurscommissies bij het opstellen en bewaken van hun budget
- Periodieke terugkoppeling naar het Bestuur met betrekking tot de financiële gang van zaken
- Gevraagde en ongevraagde advisering aan het Bestuur en de Bestuurscommissies
- Verantwoordelijk voor salarisadministratie, verzekeringen en subsidieregelingen

8.2.6. Bestuurscommissie evenementen

Overwegingen:
- Er is sprake van versnippering van activiteiten over een veelheid aan vrijwilligers
- Een duidelijke structuur met betrekking tot activiteiten en evenementen ontbreekt

Doelstellingen:
- Positioneren van de Bestuurscommissie binnen de vereniging (structuur, rol en communicatielijnen)
- Waarborgen dat ieder lid tenminste eenmaal per jaar deelneemt aan een activiteit
- Opzetten en onderhouden van de centrale activiteitenagenda van de vereniging

Uitgangspunten:
- Uitdragen van de sociale en dynamische aspecten van de vereniging
- Stimuleren en bewaken van een gevoel van betrokkenheid tussen leden en de vereniging
- Waarborgen van extra aandacht voor niet-prestatiegerichte teams

8.2.7. Bestuurscommissie PR & Communicatie

Overwegingen:

- Goede interne communicatie verhoogt het clubgevoel en de ledenbetrokkenheid
- Goede externe communicatie verhoogt de herkenbaarheid van de club in de lokale samenleving
- Goede PR & Communicatie verhoogt het draagvlak voor ondersteuning en sponsoring
- PR & Communicatie is een hulpmiddel om de doelstellingen van de vereniging te kunnen realiseren

Hoofdtaken:

- Verzorgen van interne communicatie middels clubblad, website en digitale nieuwsbrief
- Verzorgen van externe communicatie middels website, presentatiegids en huis-aan-huis krant
- Verantwoordelijkheid voor de communicatie-uitingen rondom thuiswedstrijden van het 1e
- herenteam
- Coördinatie van externe communicatie in de vorm van persberichten en mediacontacten
- Gevraagde en ongevraagde advisering aan het Bestuur en de overige Bestuurscommissies
- Bewaken van de wijze van profilering conform de kernwaarden van de vereniging

8.2.8. Bestuurscommissie commerciële zaken

Overwegingen:

- Toenemende druk op sponsorinkomsten vanwege economische recessie

Doelstellingen:

- Stabiliseren van de inkomsten bij de huidige sponsoren
- Streven naar een jaarlijkse omzetgroei van gemiddeld 10% of meer
- Waarborgen van vier ontmoetingsmomenten per jaar voor leden van de Business Club
- Waarborgen van een positief resultaat uit de verkoop van clubartikelen

Uitgangspunten:

- Bewaken van de commerciële belangen van de sponsoren
- Stimuleren van een verbinding tussen sponsoring en maatschappelijk verantwoorde activiteiten
- Communiceren en bewaken van de eindverantwoordelijkheid van de vereniging

9. Activiteitenplan 2015 – 2016

Dit hoofdstuk bevat een overzicht van een aantal voorgenomen activiteiten voor de periode 2015-2016. Per activiteit staat aangegeven welke afdeling voor de uitvoering verantwoordelijk is en wanneer de uitvoering van die activiteit staat gepland. De letter 'Q' staat voor 'Kwartaal (Quarter)'. Voorbeeld: 2015-Q3 betekent het derde kwartaal van 2015.

Nr.	Activiteit	Afdeling	Planning
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10	Nieuwjaarsreceptie	Evenementen	2016-Q1
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			