

BELEIDSPLAN HORNA BILJARTVERENIGING 2018-2023

HORNA BILJARTVERENIGING

Achterom 53

1621 KR Hoorn

0229 215726

Secretariaat@horna.nl

www.horna.nl

Goedkeuring en vaststelling bestuur d.d. 11 maart 2018

INHOUD

1. INLEIDING

1.1. WAAROM GEEN BELEIDSPLAN?

1.2. WAAROM IS EEN BELEIDSPLAN BELANGRIJK?

1.3. BELEIDSPLAN HORNA

2. ONTWIKKELINGEN IN DE SAMENLEVING

2.1. DEMOGRAFIE

2.2. PEST ANALYSE (POLITIEKE, ECONOMISCHE, SOCIALE EN TECHNOLOGISCHE ONTWIKKELINGEN)

2.3. ONTWIKKELINGEN VAN HET (CARAMBOLE) BILJARTEN

2.4. ONTWIKKELINGEN IN HET GEDRAG VAN DE SPORTER/BILJARTSPELER

3. MISSIE EN VISIE

3.1. MISSIE

3.2. MISSIE KNBB

3.3. MISSIE HORNA

3.4. VISIE

3.5. VISIE KNBB

3.6. VISIE HORNA

4. ANALYSES

4.1. SWOT-ANALYSE

4.2. KANSEN EN BEDREIGINGEN

4.3. KANSEN

4.4. BEDREIGINGEN

5. DOELSTELLINGEN

5.1. ALGEMENE DOELSTELLINGEN

5.2. SPECIFIEKE DOELSTELLINGEN

6. ACTIES

6.1. ALGEMENE ACTIES

6.2. SPECIFIEKE ACTIES

6.3. SPONSORING

6.4. BELEID INKOMSTEN EN UITGAVEN

6.5. "UNIQUE SELLING POINTS"

7. SPEERPUNTEN/CONCLUSIE

8. BIJLAGEN

8.1. BIJLAGE 1: ENQUETE/VRAGENFORMULIER 2017

8.2. BIJLAGE 2: 10 STAPPENPLAN D.D. 14 NOVEMBER 2016

8.3. BIJLAGE 3: MEMO INKOMSTEN EN UITGAVEN

1. INLEIDING

1.1. WAAROM GEEN BELEIDSPLAN?

Elke vereniging en in het bijzonder haar bestuurders moeten zich ervan bewust zijn, dat het belangrijk is om beleidsmatig en doelgericht te werken. Vaak komt men er niet aan toe om beleid te ontwikkelen. De redenen:

- Dagelijkse gang van zaken kost veel tijd.
- Men is al blij, als het verenigingswerk goed (ver)loopt.
- Stilstaan bij de gewenste koers schiet erbij in.
- Niet ieder heeft een goed beeld van een beleidsplan.
- De toekomst is toch niet te voorspellen.
- Men houdt zich liever bezig met lopende zaken (is vertrouwd).
- Beleidsontwikkeling is voor bedrijven en professionele (sport)verenigingen.
- Men heeft de kennis niet in huis.
- Men is niet gemotiveerd

Ofschoon de toekomst zeker niet is te voorspellen, is het belangrijk om na te denken over het soort vereniging, dat Horna over vijf jaar wil zijn. Dit kan niet los worden gezien van externe invloeden en interne ontwikkelingen. Het geheel maakt het plannen van doelgerichte acties mogelijk.

1.2. WAAROM IS EEN BELEIDSPLAN BELANGRIJK?

1. Met een beleidsplan kan het bestuur planmatiger werken. De keuzes kunnen doelgerichter en op een verantwoorde manier worden gemaakt.
2. Het is bijzonder zinvol goed stil te staan bij de gewenste koers van Horna. Zodoende wordt het gericht inzetten van beperkte middelen - **geld en vrijwilligers** - beter mogelijk. Actief reageren op invloeden van buitenaf in plaats van passiviteit.
3. Een beleidsplan is een doeltreffend communicatie- en sturingsmiddel. Duidelijk kan aangegeven worden, waar Horna voor staat.
4. Een beleidsplan is een ondersteunend hulpmiddel in de verantwoording naar externe belanghebbenden, zoals sponsors en overheden.
5. Een door de ledenvergadering gesanctioneerd beleidsplan functioneert als referentiekader voor het bestuur.

1.3. BELEIDSPLAN HORNA

Dit plan is mede gebaseerd op gesprekken met/schriftelijke vragen aan leden, informatie vanuit de markt en inzichten van het bestuur. De volgende (beleids)stukken zijn ingezien en/of bestudeerd:

- Rapport **“Demografische ontwikkelingen 2010-2040. Ruimtelijke effecten en regionale diversiteit”** van het Planbureau voor de leefomgeving (PBL) in Den Haag.
- **“Bestuurlijk op weg naar een nieuwe KNBB”** van Marcel Keulen d.d. 29 januari 2015.
- **“OP VOLLE KRACHT VOORUIT”**, beleidsplan 2015-2018 (concept) van het KVC bestuur d.d. mei 2015.
- **“Beleidsplan 2017+”** van de KNBB d.d. 11 mei 2016.
- Beleidsplan 2013-2017 **“Een blauwdruk voor de toekomst.....”** van de VLAARDINGSE LAWN TENNIS CLUB VLTC.

- **“Beleidsplan 2015-2020”** d.d. 26 maart 2015 van de Vereniging van Senioren Beuningen (VvSB)
- **Sponsorwervingsplan Horna** van Ferry Jong d.d. 24 augustus 2015 als tweedejaars student aan de Johan Cruijff University.
- **“Onderzoek bundeling sportaccommodaties Hoorn”** van Synarchis Adviesgroep in Hardinxveld-Giessendam.
- **Ingevulde Horna vragenlijsten 2017 (Enquête).**

Bij het opstellen van deze beleidsnota zijn wij vooral pragmatisch te werk gegaan. Belangrijk zijn herkenbaarheid en verbinding voor de leden. Het gaat om de doelstellingen, verwoord in **hoofdstuk 5**, met de daaraan gekoppelde acties in **hoofdstuk 6** en de speerpunten, aangegeven in **hoofdstuk 7**. De leden moeten zich daarin herkennen en zich daarachter willen zetten. Voor het bestuur zijn dit essentiële punten om ook in de toekomst een gezonde vereniging te houden.

Er is dus geen uitgebreide **SWOT analyse** met een **confrontatiemix** toegepast. SWOT staat voor Strengths, Weaknesses, Opportunities en Threats. De confrontatiemix is hier nauw mee verbonden en staat voor het bepalen van een goede strategie. Wel is gebruik gemaakt van de SWOT analyse van Ferry Jong, zoals beschreven in **4.1**.

Ook zijn er geen overzichten gemaakt van de **“Huidige en gewenste situatie”**. In deze overzichten worden onder meer het imago, de organisatiestructuur, wijze van besturen, sfeer en betrokkenheid, accommodatie, sporttechnische zaken, ledenwerving en –behoud, vrijwilligersbeleid, jeugd, communicatie/PR, inkomsten genereren, samenwerking en financiën **zeer uitgebreid en helder** op een rij gezet. Wel komen deze onderwerpen aan de orde in dit beleidsplan.

De reden van het niet toepassen van bovenvermelde belangrijke marketing- en sturingshulpmiddelen in het Horna-beleidsplan zijn:

- onvoldoende mankracht en kennis;
- inschakelen professionele partij duur;
- plan moet leesbaar en uitvoerbaar zijn.

2. ONTWIKKELINGEN IN DE SAMENLEVING

2.1. DEMOGRAFIE

Een leidraad is het rapport “Demografische ontwikkelingen 2010-2040. Ruimtelijke effecten en regionale diversiteit” van het Planbureau voor de Leefomgeving (PBL) in Den Haag. Daarin wordt gesteld, dat de komende decennia naar verwachting de demografische ontwikkeling nergens in Nederland als “**business as usual**” kan worden omschreven.

- In grote delen van Nederland is het onzeker of de bevolking blijft groeien of krimpen.
- Trek naar de stadsgewesten. Het platteland ontvolkt (Groningen, Drenthe, Limburg, omgeving Den Helder)
- Nederland **vergrijs**!
- Vergrijzing is overal een belangrijke ontwikkeling.
- Het aantal gezinnen en jonge huishoudens zullen vrijwel overal afnemen.
- Afname van het aantal jongeren tegenover een toename van het aantal ouderen.
- Toename recreatief verkeer door vergrijzing.
- Langer doorwerken.

2.2. PEST ANALYSE (POLITIEKE, ECONOMISCHE, SOCIALE EN TECHNOLOGISCHE ONTWIKKELINGEN)

- **POLITIEK.** De (plaatselijke) politiek is *minder* direct **betrokken**. Een sportvereniging zal zelf aandacht van de politiek moeten zoeken. Gemeentes verstrekken geen of minder subsidies. Hooguit wil men facilitair tegemoet komen. Hoorn is altijd een cultuurstad geweest en geen sportstad. Het Hoorns Sportcollectief waarbij alle verenigingen zich kunnen aansluiten en waarvan wij ook lid zijn, probeert hier verandering in te brengen door de politiek te beïnvloeden.
- **ECONOMIE.** Gemeentes sturen erop aan dat sportverenigingen hun **eigen broek** moeten **ophouden**. Een sportvereniging is zelf verantwoordelijk voor haar activiteiten en het onderhoud van de accommodatie. Ter illustratie: Het maaien en onderhoud van grasvelden (voetbal-, rugbyverenigingen, etc.) wordt veelal door gemeentes verzorgd en bekostigd. Men is op zoek naar goedkopere alternatieven, zoals kunstgras. De gemeente Hoorn is druk doende met bundeling van sportaccommodaties bij voetbalclubs. Het onderzoek en de uitwerking daarvan is in handen van Synarchis Adviesgroep in Hardinxveld-Giessendam. Aan het interview diengaanse hebben wij meegewerkt.
- **SOCIAAL.** 1) Terugtrekkende overheid. Nederland is een land met een hoge vrijwilligersdichtheid. Het ziet ernaar uit, dat er steeds meer een beroep op vrijwilligers moet worden gedaan. Er is een te kort aan kader-vrijwilligers. Ook al is men bekwaam en kan men dit werk aan, dan heeft men - op latere leeftijd - geen zin meer om verantwoordelijkheid te nemen. Ondanks de drukke agenda van menigeen, is men wel bereid iets (kortstondig) te doen als **a) Taak- vrijwilliger** (afgebakende taak) **b) Projectvrijwilliger** (afgebakend project, eenmalig), **c) Af- en toe-vrijwilliger** (ad hoc: allerlei taken; taak: afgebakende taak) **d) Tijdelijk vrijwilliger** (flits: jaarlijkse grote schoonmaakbeurt, tellen, schrijven; periode: 1 seizoen assisteren). Ook krijgt de Nederlander te maken met toenemende **mantelzorg**. 2) Ledenontwikkeling algemeen. Het aantal leden bij veel verenigingen loopt terug. De (recreatieve) mogelijkheden voor mensen zijn gegroeid, evenals het individualisme. De groei van sportscholen (individueel en vrijblijvend sporten) is hier het gevolg van.

3) Ontwikkeling vrijwilligerswerk. Er is een ontwikkeling in het vrijwilligerswerk, waarbij uitgegaan wordt van wat mensen willen en kunnen bijdragen en niet aan wat verplicht is. Vanuit het bestuur moet dat georganiseerd worden.

- **TECHNOLOGIE.** Internet en e-mails zijn niet meer weg te denken. Een website komt al gedateerd over. Sociale media (zo'n 10 jaar geleden ontstaan) zijn populair, niet alleen bij de jeugd. Facebook ontstond in 2008; toentertijd was er ook nog Hyves. Facebook is populair bij senioren (10,4 miljoen Nederlanders); het populairst is Whatsapp (10,9 miljoen Nederlanders). Flink gegroeid en intrek zijn Snapchat (1,9 miljoen Nederlanders) en Instagram (3,2 miljoen Nederlanders) onder jongeren. En dan hebben wij het niet eens over LinkedIn, YouTube, Foursquare, WeChat, Tumblr., Pinterest en Twitter. De komst van de smartphone heeft dit proces versneld. De smartphone heeft het mogelijk gemaakt om 24 uur per dag – waar dan ook ter wereld – online te zijn. Het milieu en de daarmee verbonden technologie worden steeds belangrijker. Kernwoorden zijn: duurzaamheid, schone energie en recycling. Rijden wij in 2030 allemaal in elektrische auto's en heeft elk pand warmtepompen en zonnepanelen?

2.3. ONTWIKKELINGEN IN HET (CARAMBOLE) BIJARTEN

Kernbegrippen bij de KNBB voor het totaal of breedte biljarten zijn: *behendigheid, concentratie en gezelligheid!*

De meest in ons land gespeelde biljartsport is het **carambole** biljarten. Het oogt traag, maar is in werkelijkheid niet zo. Anders wordt het biljarten niet zo veel, met name door (oudere) mannen, gespeeld. Het vergt heel veel uren training om een redelijke biljarter te worden. Carambole staat voor *concentratie, coördinatie, behendigheid en strategie!*

De KNBB meldt in zijn document d.d. 29-01-2015 onder 4.1 "Groeï in ledental/vergroten sportparticipatie" onder meer een pilot met het **5-balls** biljarten. Dit is geen succes geworden!

Sinds 2017 wordt het **5-pins of kegelbiljart** in Nederland geïntroduceerd, dat op een carambole tafel wordt gespeeld. In Italië is deze spelsoort populair. Het is de bedoeling, dat bij onze vereniging dit jaar een "clinic" wordt gegeven.

Driebanden staat voor *ruimtelijk inzicht, sociale sport en spectaculair!* Driebanden is geliefd in Zuid Korea. Dit land wordt het Mekka van het driebandspel genoemd. Nederlanders spelen er graag, zoals Therese Klompenhouwer, tweevoudig wereldkampioen. Daar dit een aantrekkelijker sport is om naar te kijken is, zal het driebanden op dezelfde wijze moeten worden gepromoot als darten. Vindt maar een investeerder!

Dick Jaspers, de bekende driebander uit Sint Willibrord, heeft in het kader van de attractiviteit in 2015 een initiatief ontplooid: "**Alles moet anders! Spanning, sensatie, korte partijen, vrije kledingkeuze en een hoofdprijs van Euro 10000,00!!!**" Er wordt gespeeld op een kleine tafel en een partij gaat maar tot 15 punten. De finale gaat tot 25 punten.

Artistiek biljart of kunststoten is spectaculair om te zien. Jop de Jong, het jonge talent in deze spelsoort, heeft altijd een volle bak tijdens zijn demonstraties. Jop heeft uitstraling, legt het goed uit en trekt volop jeugd. Artistiek biljart staat voor *behendigheid, show en spektakel!*

Pool ofwel **poolbiljart** is meer bekend onder jongeren. Het is van origine een Amerikaans spel. Het is al enige tijd populair bij de jeugd, ofschoon de hausse (tot ca 2015) voorbij is. Poolcentra worden niet meer volop bezocht en menig poolcentrum is reeds gesloten. Pool staat voor *mentaal en creatief!*

Snooker is ontstaan in het voormalige Brits India. Het is te vergelijken met pool. De snookertafel is groter; de ballen zijn kleiner en lichter; de keus dunner. Dit biljartspel is minder zichtbaar in Nederland en daardoor niet zo geliefd. De internationale toppers zijn miljonair door het snookeren geworden. Snooker staat voor *concentratie en precisie!*

2.4 ONTWIKKELINGEN IN HET GEDRAG VAN DE SPORTER/BILJARTSPELER

- Zowel de jongere als oudere sporter maken veel gebruik van hun smartphone. Jongeren (60%) meer dan 3 uur per dag! Gemiddeld zijn jongeren 7 uur per dag online.
- Individualisering, mede als gevolg van de (negatieve?) invloed van de smartphone. Er is een verandering in de sociale interactie in het echte leven. Het zal ongetwijfeld hebben bijgedragen aan de ernstige terugloop van de biljartjeugd.
- Het leven is drukker en gehaaster geworden, als gevolg waarvan de (recreatief) sporter minder loyaliteit naar een vereniging heeft. Verplichte vrijwilligerstaken (tellen en/of schrijven) ziet men niet zitten.
Bij een tennisvereniging worden deze taken afgekocht. Of men gaat naar commercieel geleide sportinstellingen, waar vrijwilligerstaken niet aan de orde zijn, maar alles veel duurder is!
- Individueel sporten past in deze tijd. Duurder maar sporten op een tijdstip dat uitkomt. Zie de groei van sportscholen.

3. MISSIE EN VISIE

3.1 MISSIE

De missie is tijdloos met als belangrijkste vraag: “Wie zijn wij?” Ook dienen onder meer de bestaansredenen en uitgangspunten van onze vereniging te worden weergegeven. In de statuten van 14 mei 1981 zijn het doel en de middelen in artikel 2 geformuleerd. Lid 1 luidt:

“De vereniging stelt ten doel de beoefening van het biljartspel door amateurs te bevorderen, zulks in de ruimste zin des woords.”

Staan wij nog steeds voor dit doel? Jazeker. Alleen, wij constateren anno 2018 een kentering, die niet los staat van maatschappelijke veranderingen. Mensen zijn langer actief in het arbeidsproces. Het gaat economisch beter. De overheid gaat van **zelfredzaamheid** uit.

Meer mensen zijn op latere leeftijd langer geestelijk en lichamelijk vitaal, sportief en actief. De vergrijzing is steeds meer waarneembaar bij bridge-, golf-, schaak- en tennisverenigingen. Zelfs bij motorclubs is het seniorengehalte hoog.

Ook de biljartsport ontkomt daar niet aan. Bij onze vereniging is de gemiddelde leeftijd **64,2** jaar. 213 leden zijn **actieve** leden. De ledengroei bij Horna komt hoofdzakelijk door senioren, omdat biljarten tot op hoge leeftijd kan. Voor deze doelgroep staat Horna synoniem voor competitief en gezellig biljarten tegen een betaalbare prijs. De meesten onder hen ambiëren geen kaderfunctie of ander vrijwilligerswerk

3.2. MISSIE KNBB

De KNBB is de stuwende kracht voor alle keusporten in Nederland, op elk niveau, ten dienste van de sportbeleving, de spelverbetering en het plezier van iedereen.

3.3. MISSIE HORNA BILJARTVERENIGING

Horna is een belangrijke aanbieder van het spelen van het carambolebiljarten voor jong en oud, vrouw en man, arm en rijk in West Friesland tegen een schappelijke contributie. Er is balans tussen plezier en prestatie. Horna is laagdrempelig.

3.4. VISIE

Wat willen wij? Waarvoor gaan wij? Wat kunnen wij betekenen? Hoe wordt Horna gezien door de leden, mogelijke klanten en de inwoners van de regio West Friesland en grensgebieden? Een visie is gericht op een bepaalde periode (korte en middellange termijn).

3.5. VISIE KNBB

De KNBB is de bindende factor in een versnipperd biljartlandschap.

3.6. VISIE HORNA BILJARTVERENIGING

Plezierig biljarten in een fijne sfeer blijft de basis met blijvende aandacht voor (het aantrekken van) jeugd, een divers ledenbestand, meer betrokkenheid van leden en professioneel structureel kader.

Horna Biljartvereniging is binnen West Friesland actief met de biljartsport bezig en als zodanig een begrip. Bij Horna voel je je thuis. **“Het Horna gevoel!”** Er dient professionele aandacht voor onze topsporters te zijn; zij zijn het boegbeeld van het (carambole) biljarten.

De hoogste prioriteit is effectieve aandacht voor (het aantrekken van) jongeren. Tot een jaar of 10 geleden heeft Horna altijd een grote jeugdclub gehad. Daarna is het bergafwaarts gegaan. Het is geen toeval, dat dit samenvalt met het volwassen worden van het internet. De opkomst van televisie werd ook gezien als een bedreiging van de biljartsport, maar het verschil is dat televisie passief en internet daarnaast **interactief** is! Deze bedreiging geldt ook andere sporten; zelfs tennisverenigingen hebben moeite met aantrekken van jeugd.

De oudere biljarter gaat daar niet direct in mee. Het lijkt erop, dat hij zijn eigen jeugd is vergeten. Het ambivalente is, dat men niet in is voor ondersteuning van jeugd(beleid) in welke vorm dan ook (kost altijd geld!), maar daarentegen wel trots is op “onze” nationale en internationale jeugdspelers. Als senior dien je mee te groeien met de maatschappelijke ontwikkelingen op dit terrein.

Een geleidelijke leeftijdsopbouw is ideaal en nodig. Op de korte termijn is dit moeilijk te realiseren. Uit de gehouden enquête blijkt dat voor groei van het ledenbestand je nu vooral moet richten op de doelgroep **van 45-50 plussers**, die uit gevoetbald en getennist is.

4. ANALYSES

4.1. SWOT-ANALYSE

Het door Ferry Jong gemaakte model is hieronder weergegeven.

Strengths

- Accommodatie/historisch pand
- Eén van de grootste biljartverenigingen van Nederland.
- (Inter)nationale top (jeugd)spelers/Eredivisieteam.

Weaknesses

- Geen actief sponsorbeleid.
- Onderbezet bestuur en sponsorcommissie.
- Financieel Aspect.

Opportunities

- Herstel sponsoruitgaven door bedrijfsleven.
- Opkomst maatschappelijke sponsoring.
- Oprichting businessclub.

Threats

- Vergrijzing.
- Imago van de biljartsport.

4.2. KANSEN EN BEDREIGINGEN

Onze opsomming komt voor het merendeel overeen met de hiervoor vermelde punten. In de opsomming is het resultaat van de door ons gehouden enquête meegenomen. Aan 10 % van de leden met verschillende achtergronden is een vragenformulier overhandigd of toegestuurd. Het resultaat van de enquête is bijgevoegd (**Bijlage 1**).

4.3. KANSEN

1. Landelijk sluiten veel cafés om bedrijfseconomische redenen.
2. Terugtrekkende overheid.
3. Vergrijzing. Biljarten kan tot op hoge leeftijd.
4. Horna is eigenaar van het pand.
5. Groei senior leden.
6. Middagen in trek; meer benutten.
7. Horna is één van de grootste verenigingen van Nederland.
8. Horna is West Friesland; regio beter uitnutten.
9. Meer geld genereren.
10. Meer zelfwerkzaamheid.
11. Denksportcentrum
12. Poort van Hoorn.

Ad. 1. Als het café niet sluit, wordt het verbouwd tot eetcafé, petit restaurant, o.i.d. Het is duidelijk, dat de biljarttafel alsdan weggaat.

Ad. 3. Nederland vergrijst. Eenzaamheid, depressie, verslaving aan alcohol, medicatie en verwaarlozing zullen toenemen. De 3de levensfase van **60 t/m 75 jaar** is niet meer het eindstadium. De 4^{de} levensfase van **76 t/m 90 jaar of ouder** is nu voor veel mensen haalbaar. Ergo, veel meer senioren met een hoge leeftijd, die zeker qua denkvermogen goed actief blijven. Dit betekent, dat het aantal seniorenclubs (biljarten, bridgen, klaverjassen, dammen, schaken, “go-bordspel”, etc.) sterk zullen toenemen. Vaak zitten deze verenigingen met beperkte en/of dure speelruimten zonder eigen identiteit.

Ad. 4. Het pand commercieel beter exploiteren.

Ad. 11. Wijkcentra zijn niet ideaal voor een biljartclub. Er zijn veel activiteiten, zoals cursussen bloemschikken, breien en haken tot en met budget-koken. Het gebouw biedt ook ruimte voor bijvoorbeeld een peuterspeelzaal en een jongerencentrum; dus geen ruimte voor een eigen identiteit! Bovendien zijn veel van deze centra tijdens vakanties gesloten.

Ook multifunctionele centra in dorpen zijn verre van ideaal. Alles brengt men ten behoeve van de inwoners van het dorp en omgeving onder één dak. “Cultuur, muziek, onderwijs, sport en welzijn.” De biljarts staan vaak op een linoleum vloer en zijn omringd door plastic kuipstoeltjes. Je mist de huiselijke sfeer van Horna en het vroegere biljartcafé!

Met “fitness for the mind” in het achterhoofd kan voor de hiervoor genoemde denksportverenigingen een **denksportcentrum** de oplossing zijn. Nederland telt circa 50 grote en kleine denksportcentra. Succesnummers zijn De Hoog & Bridgecentrum in Gouda (bridgen, biljarten, dammen, schaken en “go-spelen”), alsmede ’t Spaarne in Haarlem (bridgen en biljarten). Het voorziet duidelijk in een behoefte.

Ad. 12. Goed nadenken over verkoop van het gebouw. Vervolgens verhuizen naar de Poort van Hoorn, maar wel in een **leidende en centrale commerciële** rol (eigenaar van de bar/kantine!) bij het opzetten en continueren van een denksportcentrum. De Poort van Hoorn ligt centraal met goede trein- en busverbindingen. In combinatie met voldoende parkeergelegenheid een ideale plek voor de Westfriese biljarter en denksporter. Overigens zijn er nog meer varianten denkbaar, zowel qua plaats als qua invulling. Eventuele voorstellen zullen dan uitgebreid in de ledenvergadering aan de orde komen.

4.4. BEDREIGINGEN

1. Sociale media.
2. Ouders stimuleren de (carambole) biljartsport niet.
3. Geen interesse jeugd.
4. 21- tot en met 60-jarigen hebben onvoldoende of geen tijd in verband met studie, werk, kinderen, sociale media, sociale verplichtingen, vakanties, mantelzorg, etc.
5. Individueel sporten. **“Abonnement versus tijdsindeling!”**
6. Vergrijzing.
7. Senioriteit betekent ook toename fysiek ongemak.
8. Bovenetage pand moeilijk bereikbaar voor mensen met een fysieke handicap.
9. Pand onderhoudsgevoelig.
10. Geen financiële reserves.
11. Onvoldoende parkeergelegenheid.
12. Afstand tot openbaar vervoer “pittig” voor leden, die slecht ter been zijn.

Ad. 2. Ouders stimuleren een sport met meer fysieke inspanning, zoals voetbal, hockey en rugby. Dit heeft mede te maken met punt 1. Als kinderen te veel voor hun smartphone of tablet zitten, kiest men bij voorkeur voor de gezonde afwisseling voor een sport, die de fysieke conditie verbetert.

Ad. 3. Geen stoer imago. Er is een plan jeugdbiljarten door de KNBB Regio West-Friesland (2014) gemaakt, maar is een plan gebleven. Ook één van onze leden heeft in 2014 veel tijd en energie gestoken in promotie onder leerlingen van het middelbaar onderwijs door geïnteresseerden lerend en competitief te laten spelen; geen echt succes. Het leeft voorts niet onder docenten.

Ad. 9. Als gemeentelijk monument zijn er beperkingen in onderhoud, aanpassing en vernieuwing!!

Ad. 11. Betaald parkeren en parkeervergunning nabij het pand, alsmede (deels) betaald parkeren op parkeerterreinen in de omgeving.

5. DOELSTELLINGEN

Een bestuur is onprofessioneel bezig, als men alleen maar in actie komt bij ad hoc zaken en geen toekomstvisie heeft. Desalniettemin mag je in deze tijd blij zijn, als het kader goed “op de winkel past”. Vooruitlopend op een eventueel beleidsplan zijn op 14 november 2016 uit noodzaak praktische doelstellingen geformuleerd in de vorm van een 10 stappenplan. Dit plan waarvan thans 70 % is gerealiseerd, is bijgevoegd. **Bijlage 2.**

5.1. ALGEMENE DOELSTELLINGEN

1. Gezelligheid en samenwerking staan voorop. Een vereniging met een goede sfeer, waar leden en betrokkenen graag verblijven.
2. Een goed verzorgde en volledig te benutten accommodatie.
3. Een financieel gezonde vereniging met verantwoorde reserves en een **actief** sponsorbeleid.
4. Ieder lid kan op zijn/haar niveau de biljartsport beoefenen.
5. De vereniging/het bestuur heeft inzicht in de wensen en behoeften van de diverse doelgroepen en maakt daarin bewuste keuzes door middel van een doelgroepenbeleid.

5.2. SPECIFIEKE DOELSTELLINGEN

1. Koester datgene wat goed is, zoals onder meer de clubavonden/-middagen met de avond-/middagvoorzitters.
2. Speel in op goede initiatieven van en terugkoppeling naar de leden.
3. Communicatie en terugkoppeling moet beter. Effectief gebruik van onze website en sociale media kunnen hier in hoge mate aan bijdragen. Vergeet ook de traditionele media niet (kranten, regiobladen).
4. Zorg dat het unieke ledenbestand niet afbrokkelt.
5. Acquisitie jeugd (spraakmakende clinics, opa's met kleinkinderen, etc.), vrouwen en 45-50 plussers.
6. Investeer in jeugd- en ouderenbeleid.
7. Zorg voor goede sponsoring, bijvoorbeeld via een sponsorplan en een sponsorcommissie van 3 leden.
8. Zorg voor (financieel) vlees op de botten.
9. Zorg voor een aparte en extra geldstroom voor de topteams.
10. Verbeter het imago van de biljartsport.
11. Accommodatie aanpassen aan de ouder wordende doelgroep.
12. Eventueel verhuizen naar een centrale regionale locatie.

Ad. 8. Een onderdeel van de bezuinigingen kan het aanbrengen van Royal Pro Lakens zijn. Deze lakens zijn goedkoper en zouden minder vaak vervangen behoeven te worden (1 x per jaar). De tafels hoeven niet verwarmd te worden, omdat deze lakens minder gevoelig zijn voor vocht. Het nadeel is, dat dit laken minder geschikt is voor kader/libre maar uitstekend geschikt is voor driebanden.

Daar dit product maar enkele jaren bestaat, zullen voorlopig de ontwikkelingen met betrekking tot slijtage en opgedane ervaringen van spelers met deze lakens worden gevolgd. Bovendien is een voorstel om enkele tafels van dit soort van laken te voorzien in de jaarvergadering van 2017 afgewezen.

Ad. 10. Imagoverbetering dient tevens de belangrijkste doelstelling van de KNBB te zijn!

Ad. 12. N.B. Zeer ingrijpend. ***“Verkoop het gewilde tafelzilver niet te vroeg en zeker niet tegen een niet marktconforme prijs !”***

Deze opsomming is redelijk chronologisch. Het streven is, dat de doelstellingen 1 t/m 10 binnen 2 jaar (korte termijn) worden gerealiseerd. De doelen 11 en 12 duren langer dan 2 jaar (middellange termijn van 3 t/m 5 jaar).

6. ACTIES EN “UNIQUE SELLING POINTS”

6.1. ALGEMENE ACTIES

De doelstellingen monden uit in diverse acties, al dan niet onderbouwd met een actieplan. Als dit niet gestructureerd wordt aangepakt, zullen wij onze doelen niet halen. Natuurlijk kan **niet alles tegelijk en door slechts enkelen** worden uitgevoerd. De hulp van leden, betrokkenen en In te stellen commissies zijn absoluut een vereiste!

Acties kunnen worden uitgevoerd, indien

1. er voldoende draagvlak is,
2. de juiste actie wordt gekozen,
3. er voldoende aansturing, mankracht en middelen zijn en
4. er goede communicatie/terugkoppeling richting leden en vrijwilligers is.

6.2. SPECIFIEKE ACTIES

Er is reeds een inhaalslag geweest, maar er zijn nog genoeg te verrichten acties. De huidige belangrijkste actie is de aanzet tot het blijvend genereren van geld. Is er onvoldoende spaargeld, dan kan de continuïteit van de vereniging in gevaar komen. De specifieke acties zijn “sponsoring” en “beleid inkomsten en uitgaven”.

6.3. SPONSORING

Huidige situatie

De contributie en prijzen van de consumpties zijn niet hoog. Aanvullende gelden zijn dan ook nodig voor een verantwoorde begroting. Met de huidige sponsor- en baropbrengsten is de begroting sluitend te krijgen, echter zonder te kunnen reserveren.

De huidige situatie qua sponsoring is niet pro actief. Het totaal aan sponsorgelden bedraagt zo’n Euro 1500,00, geen wereldschokkend bedrag, De inkomsten komen van advertenties in het clubblad en reclamebordjes in de speelzaal. Tevens sponsort juwelier De Vries een team, adverteert dit bedrijf en er is een reclamebord. Ook draagt juwelier De Vries bij aan de aanschaf van cluboverhemden voor de leden.

Reeds gerealiseerd is de oprichting van “Vrienden van Horna”. Dit is een autonome stichting met bestuursleden, die niet tevens lid zijn van het bestuur van Horna Biljartvereniging. Daarmee wordt de onafhankelijke positie van de stichting gewaarborgd. De tegoeden van de stichting worden gebruikt om Horna te helpen op financieel gebied, met name financiële ondersteuning bij investeringen.

Voordelen

a) De *gesponsorde (jonge) speler* kan de volgende doelgroepen bereiken:

- Ouders van kinderen die niet goed zijn in fysieke sporten. Deze doelgroep stimuleren hun kind(eren) te laten biljarten.
- Ouders (40- en 50-+) waarvan de kinderen het huis uitgaan of zijn en die (meestal de vader) altijd al hadden willen biljarten.
- Ouders die zelf graag biljarten en hun kinderen er vroeg bij betrekken en stimuleren.

b) De *gesponsorde vereniging* heeft leden, die wat terug kunnen doen. Het zogenaamde **reciprociteitsbeginsel**. “Bij juwelier De Vries een sieraad kopen, Energie voor thuis inkopen bij Rosa Energy Services, je huis te koop zetten of aankopen bij 4 x 1 Makelaardij”. **Kortom, een win-win situatie voor sponsor, vereniging en lid!!!**

c) De *gesponsorde speler en vereniging* blijven interessant, omdat het biljardspel altijd zal blijven bestaan. Een eeuwenoude (adellijke) sport zal nooit verdwijnen, omdat iedereen deze kan beoefenen.

6.4. BELEID INKOMSTEN EN UITGAVEN

Op 31 januari 2018 is hierover een memo opgesteld door het bestuur met financiële voorstellen voor de komende jaren. Dit beleidsstuk is bijgevoegd als “**Bijlage 3**”. In wezen is dit de belangrijkste onderlegger, omdat zonder goede financiële onderbouwing in relatie tot voldoende liquiditeit er geen bestaan is.

6.5. “UNIQUE SELLING POINTS”

Onderstaande unieke en onderscheidende eigenschappen moeten onder andere bijdragen aan uitbreiding van het aantal sponsors en een goede externe PR.

- Historisch gebouw.
- Pand eigendom van Horna biljartvereniging.
- Gelegen in het centrum van de “hoofdstad” van West-Friesland.
- Topspelers.
- Sfeervolle biljartzalen op de begane grond en eerste etage.
- Voldoende biljarttafels.
- Goed onderhouden materiaal.
- Betaalbaar.
- Biljarten is een vader/zoon sport.
- Biljarten is een vriendsport.
- Biljarten kan tot op vrij hoge leeftijd (met een borrel!).
- Biljarters komen uit alle lagen van de bevolking.