

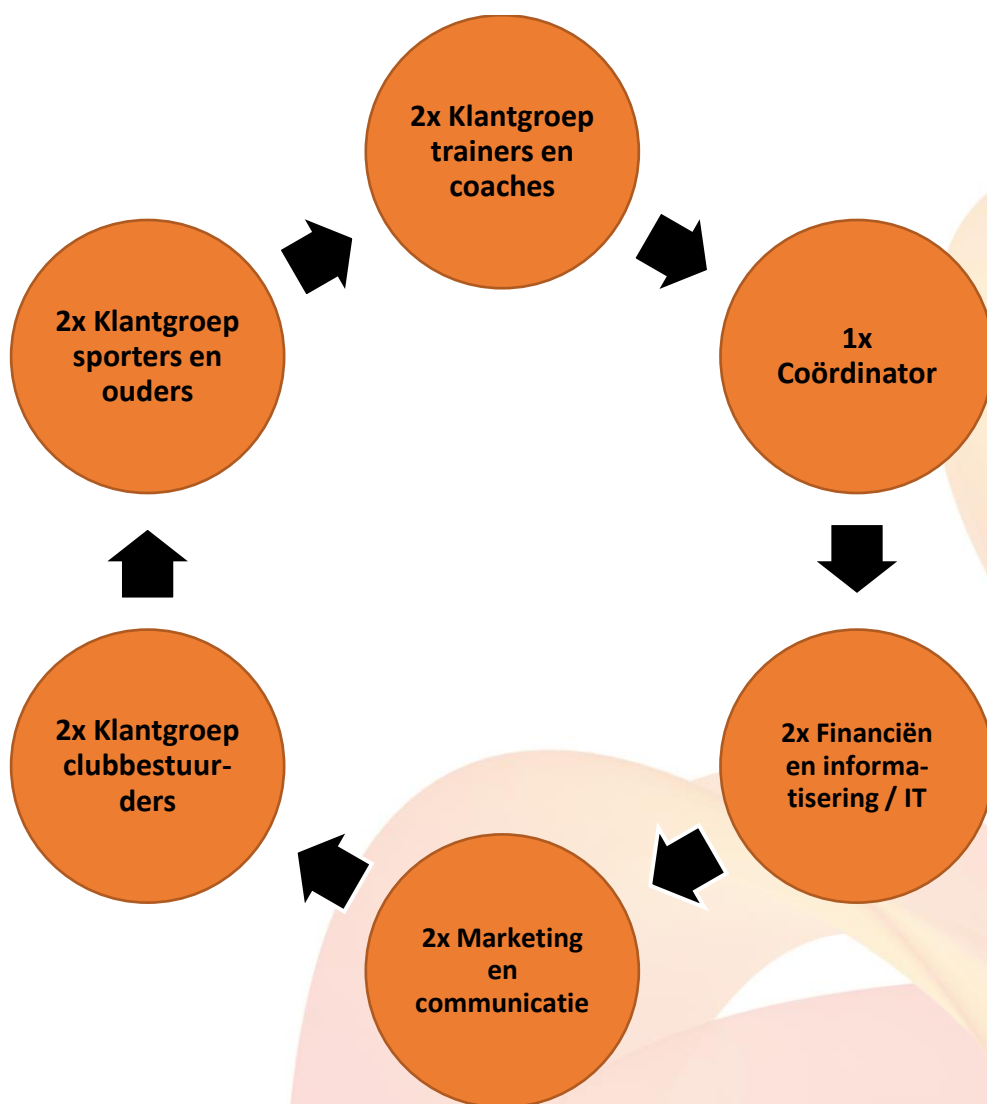
Communicatieplan Bondsraadverkiezing 2019



“Als bondsraadlid ben je ambassadeur. Door je enthousiasme en kennis bouw je mee aan het fundament van onze gymnsport.”

Achtergrondsituatie

In 2018 is in samenspraak met de Bondsraad het huidige bestuursmodel onder de loep genomen. Dit heeft geleid tot een vernieuwd bestuursmodel, waardoor de toezichthoudende rol van de bondsraadsleden namens alle leden effectiever zal worden vervuld. De uitgangspositie hierbij is dat 11 bondsraadleden (in plaats van 20) elkaar gaan aanvullen. Ieder vanuit zijn **eigen expertise**, competenties, ervaring en persoonlijkheid. In de kern draait de Bondsraad 2.0 om deskundigheid, verbinding en diversiteit. Dit hoort ook bij onze (culturele) samenleving en de maatschappelijke rol die de KNGU nog meer wil gaan vervullen als het gaat om thema's zoals een leven lang bewegen. Het werving- en selectieproces van deze nieuwe Bondsraad, die uiterlijk 5 juli 2019 wordt geïnstalleerd, is hierop afgestemd.





Doelstelling

Het aanstellen van een slagvaardige en rolvaste 'Bondsraad 2.0' op basis van een aantal verschillende aandachtsgebieden. De nieuwe Bondsraad voldoet aan de eisen van deze tijd en is een goede afspiegeling van de leden. De bondsraadleden zijn betrokken en bevlogen actief binnen de gymnsport. De Bondsraad stemt in met het strategisch jaarbeleid van het bondsbestuur en heeft een toezichthoudende rol op het resultaat. Dit is een constructief en kritisch samenspel, om in sporttermen te spreken teamwork, met het Bondsbestuur en de directie.

Doelgroep

Bij de werving richten we ons op clubbestuurders, coaches, trainers, juryleden en alle andere betrokkenen binnen de gymnsport. Elk lid is van harte welkom om zich aan te melden.

Profiel nieuw bondsraadlid

Het bondsraadlid is een vertegenwoordiger uit het verenigingsleven vanuit de gedachte: door en voor leden. Noem hem* gerust een ambassadeur. Een supporter. Vanzelfsprekend zit de gymnsport in zijn DNA. Hij voelt zich verbonden met Dutch Gymnastics en gelooft in alle divisies en disciplines van de KNGU. Van breedtesport tot topsport. Van peutergym tot gymnastiek voor ouderen. Iemand die de KNGU promoot en door zijn enthousiasme en kennis meebouwt aan een positief imago van de gymnsport. Hij staat **dichtbij de leden**, komt geloofwaardig over en z'n persoonlijke betrokkenheid heeft impact. Ook kijkt hij voorbij de gymzaal. Want het (gym)sporten gebeurt allang niet meer alleen daar. Hij richt zijn **blik op de toekomst** en snapt de ontwikkelingen in de sport zoals individualisme, flexibel sporten, totaalbeleving en nieuwe technologieën. Hij weet waar we met z'n allen naartoe willen én gaan.

* We praten hier over 'hem' om de leesbaarheid in dit plan te vergemakkelijken. Echter, we benadrukken dat uiteraard ook vrouwelijke bondsraadleden van harte welkom zijn. We zijn juist op zoek naar diversiteit.

Netwerkstrategie

Hoe bereiken we potentiële bondsraadleden, die uit alle hoeken en gaten van de verenigingen kunnen komen? We schakelen de hulp in van de Dutch Gymnastics-community. Hierbij focussen we ons op het enthousiasmeren van bestuursleden. Dit doen we door ons netwerk te mobiliseren. Door te lobbyen bij onze achterban. Door leden persoonlijk te benaderen en hen op te roepen zich kandidaat te stellen voor Bondsraad 2.0. De medewerkers van de KNGU spelen hierbij een cruciale rol. Zij zijn onze **merkambassadeurs**. Zij zijn de visitekaartjes van de KNGU en het eerste aanspreekpunt voor leden. Zij maken het verschil in het creëren van vertrouwen naar clubbestuurders en alle andere betrokkenen binnen onze gymnsport. We zeggen dat we een community zijn en dat voelen we ook zo. Nu komt het erop aan!





Boodschap

'Bouw mee aan het fundament van onze gymnsport en lever een bijdrage aan **onze droom**: méér mensen laten bewegen en laten genieten van de gymnsport!' Deze boodschap staat centraal bij de werving van de bondsraadleden en is de algemene oproep binnen Dutch Gymnastics. De bondsraadleden leveren een concrete bijdrage door hun **toezichhoudende rol** op het bestuur en de directie en denken mee met de KNGU. Ze drukken daarmee hun stempel op de verdere professionalisering en ontwikkelingen binnen de gymnsport.

Stel je kandidaat voor de Bondsraad > Voordelen

- ✓ Deelname aan de BestuursAcademy
- ✓ Betrokken bij het hoogste orgaan binnen de gymnsport
- ✓ Uitdagende toezichhoudende rol
- ✓ Participatie en meedenken tijdens thematische bijeenkomsten

Stappenplan en uitrol

De implementatie van de nieuwe bondsraadstructuur vindt gefaseerd plaats. De Kiescommissie speelt een belangrijke rol bij het keuze- en aannameproces.

1. Bestuursmodel > aankondiging nieuwe opzet en verkiezingen.
2. Vacatures > kandidaatstelling is geopend: 'denk mee en stel je kandidaat'.
3. Verkiezingen > oproep aan achterban: 'stem nu!'
4. Vaststelling > installatie Bondsraad 2.0 en afscheid huidige Bondsraad.

Ad 1: De nieuwe bondsraadstructuur inclusief strategische cyclus wordt uitgelegd aan de hand van een infographic. Zo wordt in één oogopslag duidelijk hoe het nieuwe model in elkaar zit.

Ad 2: Het wervende vacatureprofiel wordt opengesteld voor bondsraadkandidaten. Aanmelding verloopt via digitaal loket op nieuwe website www.dutchgymnastics.nl.

Ad 3: Van de bondsraadkandidaten wordt een wervend 'kanshebbersprofiel' opgesteld. Stemmen verloopt via digitaal loket op nieuwe website www.dutchgymnastics.nl.

Ad 4: Bekendmaking, feestelijke installatie en warm afscheid van aftredende bondsraadbestuursleden tijdens Dutch Gymnastics - The Finals.

Tijdsplanning 14 april GO ↔ 5 juli FINISH



Fases 1 t/m 4	Onderdelen	Van	Tot
Bestuursmodel (1)	Vooraankondiging verkiezing en uitleg nieuw bestuursmodel	1 april	-
Vacatures (2)	Aanmelden kandidaten	15 april	5 mei
Vacatures (2)	Selectie maken en speeddates voeren met potentiële kandidaten (door Kiescommissie)	6 mei	19 mei
Verkiezingen (3)	Clubs stemmen op kanshebbers	20 mei	9 juni
Vaststelling (4)	Definitieve vaststelling door Kiescommissie en bekendmaking nieuwe Bondsraad	10 juni	20 juni
Afscheid (4)	Afscheid van lichting Bondsraad 2015-2019 tijdens Dutch Gymnastics - The Finals	22 juni	-
Benoeming (4)	Installatie nieuwe Bondsraad op een nog nader te bepalen datum/locatie	27 juni-5 juli	

Communicatiemiddelen

Synergie tussen de verschillende uitingen met een laagdrempelige, persoonlijke en prikkelende boodschap zorgt ervoor dat de clubbestuurders het nut van de Bondsraad inzien en dat ze zich gaan aanmelden als kandidaat. In onderstaande activiteitenkalender zijn de communicatiemiddelen globaal weergegeven.

Fase	Activiteit	Middel	Boodschap	Tijdspad
Bestuursmodel	Vooraankondiging en uitleg bestuursmodel	Infographic, nieuwsbrieven, DG-website, Gymsport.nl, social media, intranet, interne flyer	De Bondsraad krijgt een nieuwe opzet. De verkiezingen starten op 15 april!	01-apr
Vacatures	Aanmelden bondsraadkandidaten	Online campagne zoals nieuwsbrieven, call-to-action homepage site, paginagrote oproep Gymsport-magazine, Gymsport.nl, intranet, social media + vacatures breed uitzetten op o.a. werkenindesport.nl, NOC*NSF en Sport KnowhowXL	Kandidaatstelling is geopend. Denk mee en stel je kandidaat!	15 april-12 mei
Verkiezingen	Clubs stemmen op bondsraadkandidaten	Online campagne zoals nieuwsbrieven, call-to-action homepage site, Gymsport.nl, social media, intranet	Stem nu op je favoriete kandidaat voor de nieuwe Bondsraad!	20 mei-9 juni
Benoeming	Definitieve benoeming, afscheid en installatie	Nieuwsbrieven, website, Gymsport, social media, intranet, interviews aftredende en intro nieuwe leden op site, afscheid tijdens Dutch Gymnastics - The Finals, installatiemoment nader in te vullen	Een laatste applaus én een warm welkom!	22 juni-5 juli

De inhoud van de actiematige en wervende campagne wordt verder concreet uitgewerkt op basis van dit communicatieplan. Deze bestaat onder andere uit online mailingen en een flyer als tool voor ons interne netwerk om te verspreiden.

Kritische succesfactoren



Het bereik van clubbestuurders via onze nieuwsbrieven is hoog. De medewerking van ons interne netwerk - en in het bijzonder de medewerkers die veelvuldig contact hebben met de verenigingen en de leden - is echter cruciaal om te activeren en tevens van doorslaggevende aard bij het succes van een netwerkcampagne. Via de persoonlijke benadering, face-to-face-gesprekken en andere klantmomenten (denk ook aan telefonisch, via mail en social media) is de kans van slagen het grootst om passende kandidaat-bondsraadleden in het vizier te krijgen en te motiveren zich aan te melden voor kandidaatstelling.

Begroting

Eventuele kosten nog uit te werken bij concretisering campagne-elementen.

Evaluatie

De eindevaluatie van dit communicatieplan is van groot belang voor de werving en selectie van de eerstvolgende bondsraadverkiezing. Hebben we op de juiste manier gecommuniceerd? Via de goede kanalen? Heeft het opgeleverd wat we voor ogen hadden? En is de netwerkstrategie afdoende geweest?

