

Passie voor Water 2024



Voorwoord

Nederlanders een leven lang laten zwemmen, dat is onze droom. Het sportlandschap verandert, en daarmee ook de aandacht en keuze voor het zwemmen. Om méér Nederlanders met grotere regelmaat te laten zwemmen, moeten we ons, als meest direct betrokkenen bij het zwemmen, meer gaan inzetten om alle Nederlanders, en zeker diegenen die nu al actief sporten of bewegen, voor het zwemmen te interesseren. Nederland is een klein land, maar met heel veel water en ook heel veel zwemverenigingen. Onze droom is dus zeker bereikbaar. Mits we het samen doen.

Tijdens de ruim 150 bezoeken aan verenigingen hebben we bestuurders, trainers, officials, ouders, sporters, zwembadmanagers, zweminstructeurs, eigenaren van zwemscholen, medewerkers van gemeenten en nog vele anderen ontmoet, allemaal met dezelfde passie voor onze mooie sport. Opvallend waren de warmte waarmee we overal werden ontvangen en de trots waar mee men sprak over de eigen vereniging en het zwembad. Uiteraard zag men het belang in van een landelijke organisatie en van internationale prestaties, maar het hart klopt toch vooral voor de eigen vereniging en de eigen mensen. Tegelijk is er een grote behoefte en bereidheid om te veranderen. Want stilstaan is geen optie. En uiteraard is er dan de vraag om meer aandacht, meer steun en, het moet

gezegd worden, ook om meer geld. Maar hoe legitiem en logisch die behoefte ook is, het begint toch met aandacht voor elkaar en voor het grotere geheel, en met geloof in eigen kunnen en in samenwerking. Zij vormen het fundament voor het slagen van het nieuwe strategisch plan .

Dit jaar vormt de overgang van het beleidsplan 'Waterkracht 2013-2016' naar het strategisch plan 'Passie voor Water 2024'. In dit plan leggen wij u onze visie voor op de veranderingen in de maatschappij, sport in het algemeen en zwemmen in het bijzonder. Met deze visie als uitgangspunt stellen wij de ambities en doelen voor de toekomst. Om die te realiseren, onderscheiden we verschillende klantgroepen. Voor elke klantgroep hebben we producten en diensten bedacht, die aansluiten bij hun specifieke behoeften en wensen. In het laatste deel van dit plan, kunt u lezen hoe wij, samen met u, elke klantgroep willen benaderen en inspireren om van zwemmen een sport te maken, die zij hun levenlang kunnen blijven beoefenen. We zijn trots op onze gezamenlijke passie voor water, en vertrouwen erop deze passie de komende jaren met vele Nederlanders, jong en oud, te mogen delen.

*Bestuur & directie KNZB
Nieuwegein, Maart 2017*



Veranderende tijden

Nederland is een echt waterland. Wij houden van water, maar kennen ook de gevaren. Daarom leren wij onze kinderen al op heel jonge leeftijd om te zwemmen. Maar ook omdat zwemmen leuk is, en gezond, en een uitdaging. Bijna 130.000 kinderen, jongeren maar ook volwassenen en ouderen zijn lid van een van de 430 zwemverenigingen die Nederland rijk is. Daarmee is de KNZB de 9e grootste sportbond van ons land. Onze zwemmers en zwemsters behaalden, sinds de oprichting van de bond, ruim 125 jaar geleden, vele medailles op internationale toernooien, waaronder de Olympische & Paralympische spelen. De KNZB is een autoriteit op het gebied van zwemles en wedstrijd sport en heeft internationaal aanzien en gezag. De KNZB is dan ook met recht een bond waar Nederland trots op is.

Er is echter een máár. Steeds minder mensen worden lid van een zwemvereniging, terwijl wel steeds meer mensen, vooral jonge mensen, gaan sporten. De voornaamste redenen hiervoor zijn gezondheid en er goed uitzien. Sport is een way of life geworden. En er zijn vele aantrekkelijke sporten bijgekomen, die men alleen of samen met een groep vrienden of vriendinnen kan beoefenen. Sporten gaat niet meer alleen om het winnen van medailles, maar wel om het leveren van een prestatie. Het leveren van een sportieve prestatie voor een goed doel hoort daar ook bij. Sporten ziet men ook als een uitdaging! Want de behoefte aan afwisseling en beweging is groot.

De KNZB wil, nee móet, inspelen op deze veranderingen in de samenleving en bij het individu, om het tij te keren en om ook de komende decennia een maatschappelijk betekenisvolle organisatie te blijven. Tradities verander je echter niet zomaar. Daarom hebben we onze ambities en doelen richting het Olympisch jaar 2024 geformuleerd, en geconcretiseerd in stappen die op korte termijn gezet kunnen worden. Tijdens de Algemene Leden Vergadering 2017 presenteert de KNZB deze toekomstbestendige strategie samen met het werkplan, dat aangeeft welke concrete acties moeten leiden tot succes in 2024. Deze opzet biedt de mogelijkheid om jaarlijks bij te kunnen sturen en om adequaat te kunnen reageren op - nieuwe - ontwikkelingen in de samenleving en bij de verenigingen.



Van 'Waterkracht' naar 'Passie voor Water'!

In de afgelopen periode heeft de KNZB het beleidsplan 'Waterkracht 2013-2016' uitgevoerd en een start gemaakt met een klantgerichte manier van werken. Er is ingezet op een aantrekkelijk zwemaanbod, goede begeleiding, een passende lokale situatie en op 'imago & beleving'. SuperSpetters verovert langzaam de zwemlesmarkt, de Zwem4daagse kent meer deelnemers, met name door de samenwerking met Disney's 'Finding Dory', en in diverse zwembaden deed de Borstcrawlkursus zijn intrede. Daar waar gewenst zijn competitiestructuren aangepast en kennen de trainersopleidingen sinds kort een modulaire opzet. De KNZB is de afgelopen jaren een waardevolle sparringpartner geworden op het gebied van zwemles en zwemaccommodaties voor gemeenten en verenigingen. De ontwikkeling van social media bood de mogelijkheid om zwemmen bij een breder publiek onder de aandacht te brengen. Desondanks zijn we er niet in geslaagd om de daling in het aantal leden te stoppen.

Zoals in het voorwoord gememoreerd, valt er nog veel werk te verzetten, willen we dat het zwemmen tot de 10 meest aantrekkelijke sporten in Nederland blijft behoren. Verenigingen, regio's, zwembadeigenaren, zwemscholen en gemeenten bevestigen dit beeld. Tijdens onze bezoeken in het land, werden vele suggesties gedaan voor verbetering, en werden diverse ideeën, kansen en voorbeelden aangereikt om het zwemmen voor een breder publiek aantrekkelijk te maken. Tijdens deze gesprekken kwam ook naar voren dat de behoeften en invalshoeken vaak verschillen. De vereniging als huurder van het zwembad kijkt er anders tegenaan dan de eigenaar van het zwembad. Commerciële zwemlessen lijken tegenstrijdig met de maatschappelijke taak van de vereniging. Ondanks deze verschillen, zijn er echter nog genoeg overeenkomsten en een gedeelde passie om het zwemmen onder een grotere 'klantenkring' te bevorderen.



Een nieuwe tijd, een nieuwe ambitie



Passie voor zwemmen in baden en in open water, passie voor waterpolo, passie voor schoonspringen, en passie voor synchroonzwemmen. Dat geldt voor de KNZB, de verenigingen en hun leden. Onze ambitie is dat dat ook gaat gelden voor elke Nederlander die kan of wil (leren) zwemmen. Hoe dichterbij het hart, hoe vaker in het water!

De samenleving is veranderd en ook de rol die sport daarin vervult. Onze ambitie reikt dan ook verder dan de wedstrijd sport. Wij willen alle Nederlanders bereiken, die incidenteel of regelmatig zwemmen, maar geen lid zijn van een zwemvereniging. Met hen wil de KNZB graag 'een levenslange band' opbouwen. Samen met verenigingen, zwembaden, zwemscholen en gemeenten gaat de KNZB zich inzetten om het zwemmen bij een nieuw publiek onder de aandacht te brengen. Dit betekent dat de KNZB haar scope moet verbreden. Overigens zonder haar basis, de verenigingen en hun leden, te verlaten. Integendeel zelfs, de verenigingen en leden blijven prioriteit nummer één.

Zij zijn immers de plek waar de verbreding moet plaatsvinden. En zij zijn onze beste ambassadeurs. De sleutel zit in samenwerking met verenigingen, zwembaden, zwemscholen, gemeenten en andere aanbieders van sport en gezondheid. Samen inspelen op de wensen van elke individuele zwemmer door kennis te delen, samen passende producten en nieuwe technologieën ontwikkelen, en samen nieuwe geldstromen aanboren.

Om deze ambitie te verwezenlijken, gaat de KNZB zich voortaan vóór alles ondernemend, vernieuwend en uitnodigend opstellen. Een wijziging van koers vraagt ook om een wijziging van onze 'cultuur'. Dat is misschien wel de grootste uitdaging. Een uitdaging die wij met dezelfde passie aangaan als waarmee onze voorgangers de zwemsport in Nederland geïntroduceerd hebben.

Klantgroepen & Doelen

Iedereen die van zwemmen houdt telt! Meer dan ooit vormen zwemmers en fans van het zwemmen het hart van onze ambitie. Voor hun zwemplezier zetten wij ons allemaal in. Verenigingen, zwembaden en zwemscholen richten zich direct op de zwemmers en krijgen daarbij ondersteuning vanuit de bond. De bond faciliteert en werkt samen met gemeenten, sponsors en andere potentiële zakenpartners bij het ontwikkelen en introduceren van nieuwe zwemproducten en diensten.

Uiteraard is het van groot belang dat we de zwemmers en fans van het zwemmen goed leren kennen. Om dit te bereiken onderscheiden we vijf verschillende klantgroepen:

1. topsporters,
2. (leden van de) verenigingen,
3. deelnemers aan KNZB activiteiten,
4. de ongebonden zwemmer,
5. de fans (bezoekers/kijkers van zwemevenementen en toernooien).

Aan deze klantgroepen koppelt de KNZB de volgende strategische doelen voor 2024:

1. Topsporters doen mee om de medailles, en inspireren daarmee zowel oude als nieuwe doelgroepen met hun inzet en passie voor de zwemsport.
2. Het ledental van verenigingen groeit met minstens 10 % door nieuwe vormen van lidmaatschap.
3. 150.000 mensen nemen jaarlijks deel aan KNZB-georganiseerde zwemactiviteiten.
4. 2,7 miljoen mensen zwemmen ten minste 12x per jaar en zijn tevreden over het lokale zwemaanbod.
5. 500.000 fans leren kennen door een persoonlijke relatie met hen aan te gaan en commerciële kansen te benutten door het zwemmen zichtbaarder en aantrekkelijker te maken.

Op de volgende pagina's staat de strategie per klantgroep specifieker beschreven. In het werkplan 2017 worden de concrete acties per jaar benoemd. In tegenstelling tot vorige jaren is er geen meerjaren werkplan gemaakt. Door te werken met een korte termijn aanpak binnen een strategische visie voor de lange termijn blijft de KNZB wendbaar binnen een veranderende samenleving en dito sportlandschap.



Via vijf klantgroepen op weg naar 2024

De Topsporter

Topsporters zijn het boegbeeld van onze sport, met de Wereldkampioenschappen en de Olympische en Paralympische Spelen als hét uithangbord van topsport. Dit zijn dé momenten voor de sporter om zijn ambities waar te maken. Elke topsporter wil meestrijden om deze medailles.

De ontwikkeling tot topsporter begint al op jonge leeftijd in de vereniging. Hier wordt talent herkend en kan het zich verder ontwikkelen richting het hoogste niveau. Verenigingen, regionale en nationale trainingscentra, zwemscholen, NOC*NSF en de KNZB en andere maatschappelijke partners bundelen hun krachten om een optimaal sportklimaat te creëren. Trainers vervullen daarin een centrale rol.

Iedere tak van sport heeft haar eigen kenmerken en doelen, passend bij de aard van de sport en het prestatieniveau. We kennen de concurrentie en onderscheiden ons met een innovatieve en op prestatie gerichte aanpak. Dit leidt tot successen op de Olympische en Paralympische spelen van 2020 en 2024 en daarmee zijn onze topsporters ambassadeur voor het zwemmen.

Om tot de mondiale top te behoren:

- creëren we programma's waardoor onze topsporters kunnen meestrijden om de mondiale medailles.
- bieden we talentvolle sporters een kansrijke en verantwoorde opleiding richting topsport.
- anticiperen we voortdurend op veranderingen en kansen die zich voordoen in de topsport.
- leiden we trainers op tot topniveau zodat ze binnen de topsport van meerwaarde zijn.
- evalueren we structureel al onze activiteiten om onze processen voortdurend te verbeteren.



De Verenigingen en nieuwe leden

De verenigingen zijn het hart van de KNZB. De veranderingen in de maatschappij en het sportlandschap hebben gevolgen voor de wijze waarop verenigingen zijn georganiseerd en kunnen functioneren. Mensen blijven graag sporten in verenigingsverband, maar zoeken naar andere, meer flexibele, aan hun eigen tijd en behoeftes aangepaste lidmaatschaps-vormen, naast andere vormen van training en competitie. Ze zoeken naar een aanbod wat past bij hun lifestyle en willen begeleiding van goede trainers, die ook verstand hebben van gezonde voeding en van wat nog meer hoort bij een gezonde leefstijl.

Om onze huidige leden te behouden en nieuwe leden te werven:

- moderniseren we de contributiestructuur fundamenteel, zodat meer variatie mogelijk wordt voor verenigingen en andere zwemaanbieders.
- nodigt de zwemles uit tot zwemmen via de vereniging.
- houden we zwemmen aantrekkelijk voor alle leeftijden.
- benutten we de potentie van openwater zwemmen;
- investeren we in de kwaliteit van sporttechnisch, bestuurlijk en arbitrerend kader.
- onderhouden we een goede relatie tussen bond, vereniging, regio, zwembaden en gemeenten.



Deelnemers aan KNZB-activiteiten

Zwemmen begint met leren zwemmen. We vinden het belangrijk dat zwemlessen van goede kwaliteit zijn, waarin plezier in het water voorop staat. Na de zwemlessen zijn er veel mogelijkheden om te blijven zwemmen en om nog beter te leren zwemmen. Een leven lang sporten en/of bewegen draagt bij aan een lang en gezond leven. Dit kan op heel veel manieren. Zwemmen is daar een van. We zetten ons in om een leuk, passend en, voor wie dat wil, uitdagend zwemaanbod te bieden.

Om zoveel mogelijk zwemmers deel te laten nemen aan KNZB-activiteiten:

- brengen we de wensen en behoeften van deze groep zwemmers in kaart;
- zoeken we deze zwemmers op met het doel een duurzame relatie op te bouwen;
- inspireren we deze zwemmers om deel te nemen aan KNZB-activiteiten;
- zijn we de motor achter innovatieve zwemactiviteiten;
- benutten we de potentie van openwater zwemmen;
- starten we KNZB-activiteiten daar waar nodig zelf op, liefst samen met onze verenigingen, zwembaden en gemeenten;
- zetten we bij verenigingen én zwembaden innovatieve en doelgroepgerichte producten en diensten in.

ZWEM4DAAGSE



www.mijnzwemcoach.nl

Ongebonden zwemmers

Iedereen die minimaal 12x per jaar buiten verenigingsverband zwemt, is voor ons een 'ongebonden' zwemmer. De één zwemt wekelijks, de ander maandelijks of alleen in de zomer- of wintermaanden. Zowel de plaats waar wordt gezwommen als de doelen verschillen per zwemmer. We willen deze zwemmers beter leren kennen, en hun wensen en behoeften in kaart brengen, zodat zij binnen de georganiseerde zwemsport een passend aanbod vinden. Voorwaarde hiervoor is dat zwemwater op zoveel mogelijk locaties beschikbaar is.

Om de interesse en tevredenheid over het - lokale - zwemaanbod te vergroten:

- leren we deze zwemmers en hun wensen en behoeften kennen;
- zetten we ons in voor het behoud en de ontwikkeling van goed zwemwater;
- laten we zien dat zwemmen leuk en gezond is;
- gaan we partnerships aan met lokale en landelijke initiatieven om het zwemmen aantrekkelijker en laagdrempeliger te maken;
- zorgen we voor eenduidigheid in de branche over het zwemdiploma;
- zetten we ons in voor een vorm van zwemmen in schoolverband met het doel de zwemvaardigheid van jonge kinderen en jongeren te behouden na de zwemles.

Fans, bezoekers, kijkers van evenementen en toernooien

De grote variatie aan zwemsporten en de prestaties van onze topsporters trekken een diverse groep fans aan. Iedereen beleeft zwemmen op zijn eigen manier, ook als je zelf niet (meer) zwemt. De populariteit van zwemmen neemt toe door meer zichtbaarheid en door de sport dichterbij de fans te brengen.

Om onze fans beter te leren kennen en de zichtbaarheid en aantrekkelijkheid van het zwemmen te vergroten:

- zijn onze topsporters bekend bij alle sportliefhebbers;
- zijn (top)sporters ambassadeur voor onze sport en inspireren zij anderen tot zelf sporten en/of meer bewegen, liefst in het zwembad;
- benutten we technologische ontwikkelingen om het zwemmen dichterbij de fans te brengen;
- ontwikkelen we relevante content voor met name de social media & live streams;
- leren we de echte fans goed kennen en bouwen we een duurzame relatie met hen op.



Tot slot

Andere tijden vragen om een andere koers en een andere cultuur om ook in de toekomst tot de grootste wedstrijd- en recreatieve sporten in ons land te behoren.

Vanuit onze passie voor de zwemsport en voor zwemmen als gezonde en plezierige manier van bewegen, in een tijd waar de behoefte aan een gezond en lang leven een way of life is geworden, hebben wij als bond de ambitie om alle huidige en toekomstige zwemmers in Nederland aan ons te binden. Daarvoor hebben wij een strategie ontwikkeld, waarin een beroep wordt gedaan op iedereen die deze passie met ons deelt. In het bijzonder de 430 zwemverenigingen en hun leden. In de komende jaren willen wij op een ondernemende, innovatieve en uitnodigende manier invulling geven aan onze wens om voor iedereen die wil en kan zwemmen of wil leren zwemmen een aantrekkelijk en passend zwemproduct te bieden. En voor de fans het zwemmen op een even aantrekkelijke als ook werve(l)ende manier in beeld te brengen.

Met alle plannen die ons concreet voor ogen staan, hopen wij deze ambitie en de specifiek benoemde doelen te realiseren. Met als kroon op ons werk vele ereplaatsen op de Olympische en Paralympische spelen van 2020 en 2024.

Wij gaan de toekomst vol vertrouwen tegemoet.



Uitnodigend



Vernieuwend



Ondernemend



Terminologie

In deze uitwerking van het strategisch plan van de KNZB zijn voor de leesbaarheid een aantal algemene termen gebruikt. Hieronder een toelichting.

Daar waar **zwemmen** staat, bedoelen wij de verzamelterm voor de diverse zwemdisciplines: wedstrijd en recreatief incl. gehandicaptensport.

De **KNZB** bestaat uit verenigingen, vrijwilligers, regio's, taakgroepen, adviesraden, bondsbestuur & bondsbureau, plus enkele aangesloten organisaties.

Een **fan** is een enthousiaste liefhebber van het zwemmen. De fan kan ook actief zijn als zwemmer, maar dat hoeft niet zo te zijn.

Een **zwemmer** is iemand die minimaal 12x per jaar zwemt.

De **zwemvereniging** is een vrijwillige organisatie die als lid is aangesloten bij de KNZB en zwemdisciplines aanbiedt met een ander doel dan het maken van winst.

Het **zwemaanbod** is inclusief zwemactiviteiten die met winst oogmerk en/of met het dienen van een maatschappelijk doel worden aangeboden.
