

Inhoud

1. Inleiding.....	3
1.1 Voorwoord	3
1.2 Situatieschets	3
1.3 Organogram	4
1.4 Betekenis van het beleidsplan.....	7
1.5 Hoe dit beleidsplan tot stand kwam.....	7
2. Missie & visie	8
3. Gegevensverzameling	9
3.1 Externe invloeden maatschappelijke ontwikkelingen.....	9
3.2 Gegevensverzameling intern (beleidsplan 17-20, grafieken ILA).....	9
4. Gegevensanalyse	16
4.1 SWOT-Analyse	16
4.2 Behoeften die we onderscheiden	17
4.3 Conclusie acties	17
5. Doelstellingen en acties.....	18
5.1 Strategische doelstelling 1	18
5.2 Strategische doelstelling 2	23
5.3 Strategische doelstelling 3	24
5.4 Domein.....	25
6. Beleidsfocussen	26
6.1 Laagdrempelig sporten	26
6.2 Innovatie	36
7. Bijlage 1:Lijst afkortingen.....	37

1. Inleiding

1.1 Voorwoord

De Vlaamse Traditionele Sporten vzw (Vlas) is een koepel van volkssportbonden en –clubs die via meer dan driehonderd clubs meer dan twintig verschillende traditionele sporten overkoepelt in Vlaanderen. Vlas moet zich voortdurend afvragen hoe we best onze sporten kunnen ondersteunen en hoe we aan de buitenwereld kenbaar kunnen maken hoe nuttig, sociaal en verrijkend onze sporten zijn voor de maatschappij. De succesvolle realisaties van de voorbije olympiade zoals de ‘Internet Leden Administratie’, het ‘Innovatief Animatie Aanbod’ en ‘jeugd+’ willen we verderzetten en uitbreiden.

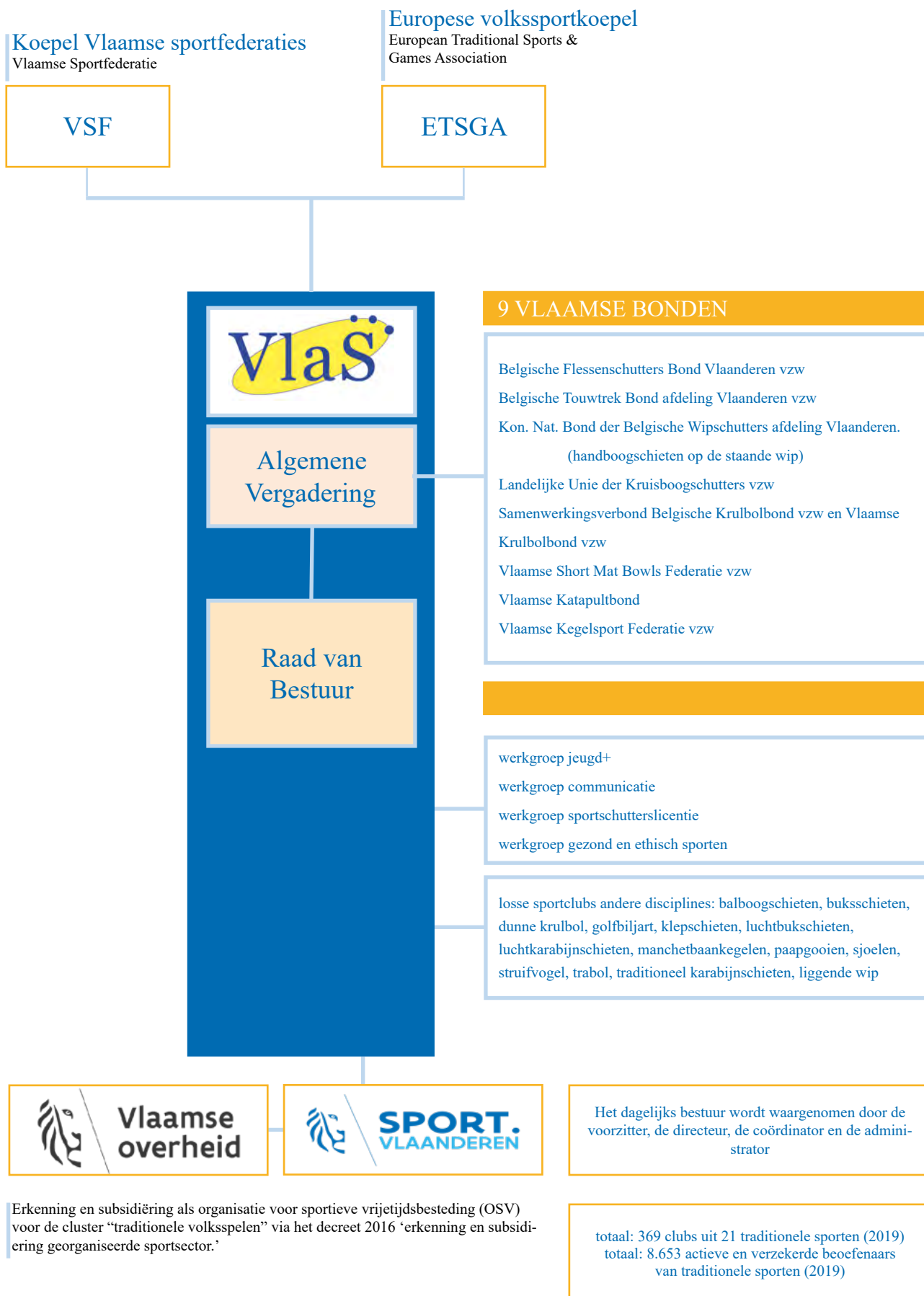
1.2 Situatieschets

Vlas - voluit Vlaamse Traditionele Sporten vzw- is een promotionele koepel voor meer dan 340 clubs met ongeveer 8.000 leden, beoefenaars uit twintig verschillende volkssporten verspreid over gans Vlaanderen. Hoofddoelstelling is de promotie van de activiteiten van de aangesloten volkssportverenigingen en hun volkssportdisciplines.

Vlas heette initieel ‘Volkssportconfederatie vzw’ (kortweg VOSCO) en werd als dusdanig erkend en betoelaagd als Vlaamse sportfederatie in 1990. Sinds het sportfederatiedecreet 2001 wordt Vlas erkend en betoelaagd als OSV (Organisatie voor Sportieve Vrijtijdsbesteding). De naamsverandering van VOSCO naar Vlas kwam er als gevolg van dit nieuwe decreet en de opname van de Vlaamse Boogsportfederatie Liggende wip vzw als lid. Dit decreet voorzag vanaf 2002 in een globale jaarlijkse toelage van 110.000 euro. Vanaf 2008 verhoogde dit bedrag tot 140.000 euro, onder meer door toepassing van de -tot dan toe- ontbrekende indexering. Deze vaste betoelaging liet toe een degelijke werking uit te bouwen. Echter doordat de personeelskost bleef stijgen door o.a. anciënniteitsverhogingen en de beperkte andere inkomsten laat deze betoelaging ondertussen niet meer toe om voldoende personeel in dienst te houden om een allesomvattende, kwalitatief ondersteunende en promotionele werking uit te bouwen. Zeker sinds Vlas sinds 2007 (erkenning als gemachtigde schietsportfederatie) voor haar vuurwapenschutters extra administratieve last te verwerken kreeg in het kader van het sportschuttersdecreet is een aanpassing van de betoelaging aangeraden. Alleszins nu ook het ledenaantal van Vlas wat gedaald is, wat bovendien subsidieverlies met zich meebrengt. Met aldus beperkte mogelijkheid tot personeelsinzet kan Vlas niet alle mogelijk waardevolle acties die zich aandienen, uitwerken. Het is daarom aangewezen dat Vlas duidelijke keuzes maakt (minder doen en dat beter doen) en kiest voor acties die (deels) kostendekkend zijn.

Een zeer groot aandeel van onze Vlas-leden bevindt zich in de doelgroepen waarvan de overheid al jaren constateert dat die het moeilijkst tot georganiseerd sporten aan te zetten zijn: ouderen, lagere sociale klasse, ... Personen uit deze doelgroepen voelen zich vaak aangesproken tot de traditionele sporten en ervaren er een lagere drempel tot deelname door o.a. de nabijheid van zowel locatie als sociale kring. Vandaar dat een volwaardige ondersteuning met het oog op het versterken van hun aanbod via onze koepel voor de volkssportbonden en –clubs een goede investering zou betekenen voor de Vlaamse overheid.

1.3 Organogram



Algemene Vergadering

- Erik De Vroede (Stichter)
- Johan Stevens (Vlaamse Short mat bowls Federatie vzw)
- Dominique Poot (Vlaamse Short mat bowls Federatie vzw)
- Bram Uvyn (Koninklijke Nationale Bond der Belgische Wipschutters vzw)
- Marc Goedertier (Koninklijke Nationale Bond der Belgische Wipschutters vzw)
- Remi Gruwez Belgische (Flessenschutters Bond afdeling Vlaanderen vzw)
- Margot Lemaire Belgische (Flessenschutters Bond afdeling Vlaanderen vzw)
- Guido Van Alsenoy (Vlaamse Kegelsport Federatie vzw)
- Linda De Permentier (Vlaamse Kegelsport Federatie vzw)
- Luc Beekaert (Samenwerkingsverbond BKB-VKB)
- Patrick Huyghe (Samenwerkingsverbond BKB-VKB)
- Johan Van der Veken (Belgische Touwtrek Bond afdeling Vlaanderen vzw)
- Jan Lenaerts Belgische (Touwtrek Bond afdeling Vlaanderen vzw)
- Wilfried Hostyn (Landelijke Unie der Kruisboogschutters vzw)
- Jean De Ridder (Landelijke Unie der Kruisboogschutters vzw)
- Jozef Driesen (Vlaamse Katapultbond)
- Daniël Vandewalle (Vlaamse Katapultbond)
- Jean Theunissen (Schuttersverstandhouding Zand en Leemstreek)

Raad van Bestuur

- Guido Van Alsenoy, voorzitter
- Jean Theunissen, secretaris
- Remi Gruwez, penningmeester
- Jan Lenaerts, ondervoorzitter
- Patrick Huyghe
- Johan Stevens
- Bram Uvyn
- Daniël Vandewalle
- Wilfried Hostyn

Secretariaat



Nicolas Dezeure, directeur (1 VTE)

- Administratie boekhouding
- Algemeen zakelijke leiding
- Financieel beheer en personeelsbeleid
- ICT & digital
- Ledenwerving commercialisatie en public relations
- Marketing & communicatie
- Ondersteuning Innovatief Animatie Aanbod
- Subsidies en beleid overheid
- Verantwoordelijke rapportering Sport Vlaanderen



Hein Comeyne, coördinator (1/2 VTE)

- Administratie boekhouding
- Hoofdredactie Trend
- Informatie- en adviesverstrekking inclusief sportclubbegeleiding
- Innovatief Animatie Aanbod-ontwikkeling & techniek
- Ondersteuning rapportering Sport Vlaanderen
- Ondersteuning sportschutterslicentie, ledenadministratie en sportongevallen
- Ondersteuning subsidies en beleid overheid
- Verantwoordelijke interne opleiding
- Verantwoordelijke project jeugd+



Jason Viaene, administrator (1 VTE)

- Administratie boekhouding
- Administratie en opvolging sportongevallenverzekering
- Administratie sportschutterslicentie, info schietsportfederaties en provincies
- Administratieve werking kantoor algemeen
- Ledenadministratie
- Ondersteuning ICT
- Ondersteuning marketing & communicatie
- Ondersteuning rapportering Sport Vlaanderen
- Verantwoordelijke Innovatief Animatie Aanbod
- Vormgeving

Aanspreekpersoon integriteit (API)

- Christoph Vanmullem

Betrokken arts:

- Dr. Karoline Dezwaef

1.4 Betekenis van het beleidsplan

Als Vlaamse koepel van sportfederaties en -bonden met clubs uit twintig verschillende traditionele sporten moeten wij ons voortdurend bezinnen wat onze toegevoegde waarde is. Hoe kunnen we onze sporten best ondersteunen en aan de buitenwereld kenbaar maken? Deze vraag stellen we ons bij het opstellen van elk beleidsplan.

- Wij trachten zoveel mogelijk met de basis contact te houden om ons beleid bij te sturen. Dit contact wordt verwezenlijkt door de raad van bestuur en algemene vergadering, door de projecten 'Clubbegeleiding' en 'jeugd+' en onze website en sociale media.
- We willen ook meer inzetten op ledenwerving i.s.m. onze clubs en bonden.

Vlas probeert alle mogelijke kansen te benutten op weg naar een bloeiende toekomst voor de actieve beoefening van volkssporten in clubverband.

1.5 Hoe dit beleidsplan tot stand kwam

In het Vlas-secretariaat werd de ervaring van de voorbije twee beleidsplannen en de jaarverslagen van de voorbije vier jaar gebruikt om het nieuwe beleidsplan voor te bereiden.

Timing beleidsplan:

- 11/12/2019: Voorbereidende vergadering & evaluatie vorig beleidsplan (secretariaat)
- 15/01/2020: Overleg beleidsplan - Brussel (dagelijks bestuur)
- 12/03/2020: Brainstorm sessie (secretariaat)
- 16/03/2020: Opmaken voorbereidende tekst (secretariaat)
- 24/03/2020: Algemene Vergadering - Beleidsplandag (uitgesteld)
- 16-25/03/2020: Opmaken acties (secretariaat)
- 18/05/2020: Webinar VSF: Overlegmoment beleidsplan (secretariaat)
- 25/05/2020: Detailleren acties (secretariaat)
- 26/05/2020: Eerste selectie acties (dagelijks bestuur)
- 03/06/2020: Acties werden opgestuurd naar de leden van de Raad van Bestuur ter voorbereiding van de RvB van 9 juni
- 09/06/2020: Raad van Bestuur: eerste toelichting acties
- 11/06/2020: Verwerken opmerkingen en suggesties Raad van Bestuur (secretariaat)
- 16/06/2020: Tweede selectie acties, opmaken strategische- en operationele doelstellingen (dagelijks bestuur)
- 19/06/2020: Doorsturen tweede selectie acties, strategische- en operationele doelstellingen naar Raad van Bestuur (secretariaat)
- 1-9/07/2020: Eerste kosten- en opbrengstenraming acties (secretariaat)
- 10/07/2020: Bespreken kosten- en opbrengstenraming acties (dagelijks bestuur)
- 13-28/07/2020: Detailleren kosten- en opbrengstenraming acties & opmaken inleiding, gegevensverzameling en -gegevensanalyse (secretariaat)
- 04/08/2020: Hakbijcomité: zorgen voor begroting in evenwicht (dagelijks bestuur)
- 05-14/08/2020: Afwerken beleidsplan (secretariaat)
- 18/08/2020: Doorsturen beleidsplan naar Raad van Bestuur (secretariaat)
- 25/08/2020: Voorbereiden indienen aanvragen erkenning en subsidiëring (secretariaat)
- 2021: Updaten beleidsplan

2. Missie & visie

Missie

VlaS wil als koepel van traditionele sportbonden en – clubs, hun werking en aanbod versterken opdat meer mensen een volkssport beoefenen.

Visie

- Een koepel zijn die de verenigingen van traditionele sporten in Vlaanderen vertegenwoordigt
- De bekendheid verhogen van het aanbod van traditionele sporten als actieve wedstrijd- en recreatiesport.
- De aangesloten volkssportbonden en -clubs begeleiden met het oog op het verhogen van de participatie, de kwaliteit van de beoefening en de dynamiek van hun werking.
- De waarden versterken eigen aan de traditionele sporten (waarden zoals respect, gemeenschapsbanden, sportiviteit en vrijwillige inzet).

Kernbegrippen

- Kwalitatief werken
- Professionaliseren
- Modernisering
- Automatisering
- Digitaliseren
- Samenwerken
- Minder, beter doen

3. Gegevensverzameling

3.1 Externe invloeden maatschappelijke ontwikkelingen

- Vlaanderen is één van de dichtst bevolkte regio's van Europa. De stijging is de laatste decennia grotendeels gevolg van immigratie.
- De levensduur blijft stijgen waardoor een nog toenemende vergrijzing wordt verwacht. Senioren nemen steeds meer deel aan bewegings- en sportactiviteiten. Liefst in de onmiddellijke omgeving. Zij doen dat ook regelmatig, wellicht doordat ze over steeds meer vrije tijd en een betere gezondheid beschikken. Dat zou ook de keuze voor fysiek minder belastende sporten verklaren, aangezien ze deze meerdere uren per dag en meerdere keren per week kunnen beoefenen.
- De crisis, de files, de alcoholrestricties en de hoge brandstofprijzen maken verre verplaatsingen moeilijker (dus ook verplaatsingen in functie van volkssportwedstrijden).
- De inkomensongelijkheid neemt toe. Armoede gaat gepaard met een lagere participatiegraad. Lagere inkomens nemen in verhouding weinig deel aan sport- en cultuur.
- Er is een sterke commercialisering en groeiende media-aandacht voor slechts een klein deel van de sportsector.
- Nieuws van je sportclub of federatie kan via 'nieuwe media' makkelijker verspreid worden. Via clubs en leden naar familie en vrienden.
- Belangrijkste redenen van de Vlaming om aan sport te doen blijven sociale plezierbeleving en werken aan zijn conditie.
- In Vlaanderen wordt het wegvallen van normen en waarden als het 3de grootste maatschappelijke probleem aanzien.
- Er zijn ongeveer 28.000 sportclubs in Vlaanderen. Het sporten in clubverband kent een lichte stijging. 1 Vlaming op 4 is actief lid van een sportclub. 1 op 7 daarvan beoefent zijn sport in competitie verband.
- Het actieve lidmaatschap bij hoogopgeleiden ligt ongeveer dubbel zo hoog als bij laag opgeleiden.
- De opwarming van de aarde is een belangrijk thema geworden. Ook sportbeoefening duurzamer maken is een stukje van de oplossing.
- Door het coronavirus is het sociale aspect van onze sporten een obstakel geworden en zijn onze gemiddeld oudere leden een risicogroep geworden. Dit voegt een extra aspect toe: het 'virus-veilig sporten'.

3.2 Gegevensverzameling intern (beleidsplan 17-20, grafieken ILA)

In de jaarverslagen Vlas kunnen een aantal interessante gegevens worden teruggevonden. Hiermee kunnen we ons voorbijje beleidsplan evalueren en waardevolle inzichten meenemen naar het nieuwe beleidsplan 2021-2024.

Registreren tijdsbesteding personeel 2017-2019:

Analytische rekeningen bijhouden is bedoeld om een beter zicht te krijgen op de kosten verbonden aan een bepaalde actie. Heel wat Vlas-acties worden vooral via personeelsinzet gerealiseerd. Bij deze acties geldt dat het niet nuttig is om de kosten te begroten maar wel om te begroten hoeveel werkuren nodig zijn. Het nauwgezet registreren hoeveel tijd elk personeelslid aan elke actie besteedt is moeilijk maar wellicht te vergemakkelijken via automatisatie. In 2017, 2018 en 2019 werden op deze manier waardevolle cijfergegevens verzameld ter analyse.

Hieronder vatten we de gegevens samen per operationele doelstelling.

OD11 communicatie:

Trend:

- Van vier uitgaven per jaar in 2017 naar één jaarpublikatie vanaf 2019.

Website:

- Aantal nieuwsartikels daalde van 92 naar 35 over de beleidsperiode tot nu toe.

Facebook:

- Aantal volgers steeg van 577 naar 802 over de beleidsperiode tot nu toe.

Communicatie pers en media:

- Weinig inspanningen en resultaat.

De decretale informatieplicht is vaak zeer arbeidsintensief onder andere en vooral omdat de informatie verspreid is over zeer veel verschillende kanalen wat de inzameling ervan vaak bemoeilijkt.

Het ter beschikking stellen van informatie via de website, de nieuwsbrief en sociale media kan en moet verder ontwikkeld worden.

Ledenwerving:

- Organisatie van kennismakingsdagen en probeersessies (door clubs, bonden: +/- 130/jaar)
- Organisatie van jeugdwedstrijden in diverse jeugdcategoryën
- Groot aantal 55-plussers zijn lid en nemen deel aan door onze clubs en bonden georganiseerde wedstrijden
- Een groot aantal 70-plussers neemt nog deel aan de wedstrijden van onze clubs en bonden.
- Aantal jeugdleden = 788 (9,1% van het totaal aantal leden)
- Jaarlijks verdwijnen verschillende clubs binnen alle disciplines
- Gemiddelde leeftijd 10 jaar geleden = 50,6 (2009)
- Gemiddelde leeftijd nu = 53,9 (2019)

Het aanbod van onze clubs en bonden is reeds in grote mate en op succesvolle wijze op ouderen gericht. Er vindt echter een veroudering plaats, er komen onvoldoende jonge, actieve senioren (jaggers) bij. Dit heeft als gevolg dat er in heel wat clubs een leeftijdsdrempel ontstaat voor jonge senioren. Bovendien blijkt uit de cijfers zeer duidelijk een ondervertegenwoordiging binnen onze clubs van het aantal jeugdleden. Nochtans hangt in vele gevallen de toekomst van deze sport(clubs) af van de instroom van jeugdige leden. Deze instroom van twee specifieke doelgroepen is prioritair.

OD13 diensten extern:

Innovatief Animatie Aanbod (IAA):

- Aantal gerealiseerde animaties met begeleiding op locatie gestegen van 51 naar 86 over de beleidsperiode tot nu toe
- Aantal animaties gestegen van 2 naar 5 over de beleidsperiode tot nu toe.
- Aantal opgeleide animatoren: 45

Groepsaanbod innovatieve animaties in Brugge:

- Weinig inspanningen en resultaat.

OD14 diensten intern:

Sportschutterslicenties:

- Aantal volwaardige licenties gedaald van 591 naar 523 over de beleidsperiode tot nu toe.

Sportongevallenverzekering:

- De afgesloten polis wordt binnenkort vernieuwd en deze werd afgetoetst aan de door Sport Vlaanderen opgelegde normen en voorwaarden. De statistische verwerking levert waardevolle informatie in het kader van ongevallen- en blessurepreventie.
- Aantal behandelde aangiftes per jaar is wisselend: 39, 64, 59, 47 (2016-2019).
 - ◊ Burgerlijke aansprakelijkheid = 31 %
 - ◊ Lichamelijke ongevallen = 79 %

Ledenadministratie:

- Het aantal leden daalt van 9.280 naar 8.650, het aantal clubs daalt van 409 naar 369 over de beleidsperiode tot nu toe.
- Een login-mogelijkheid voor elke clubsecretaris in ILA is voorzien met naast toegang tot ledenadministratie ook een tool voor de gratis verzekering i.v.m. promotieacties, voor de gratis verzekering i.v.m. niet-leden bij probeersessies en voor het invullen van een digitale ongevalsangifte.
- Op vraag van bonden wordt ILA regelmatig bijgestuurd en worden er nieuwe functies onderzocht en toegevoegd.
- Jaarlijks worden een ongeveer 8.500 lidkaarten aangemaakt en verstuurd.

Er is een goed werkende tool voor onze ledenadministratie. Regelmatig komen er vragen binnen vanuit de clubs/bonden om extra dienstverleningen in te bouwen. De vraag naar verdere digitalisering kwam al meermaals terug.

Jeugd+:

- Het project jeugd+ (voorbereid 2018, opgestart 2019) telde in de eerste twee jaren 24 en 25 deelnemende clubs en ziet er veelbelovend uit. In 2019 startte het pilootproject op met enkel staande wip clubs, in 2020 werd het project opengesteld naar al onze sporten.

Clubbegeleiding:

- Slechts twee clubs maakten gebruik van ons aanbod clubbegeleiding.
- Binnen de reeds bestaande begeleiding van de sportclubs is er nood aan thematische begeleiding aangezien ervaring leert dat de algemene aanpak niet de juiste resultaten oplevert.

Ethisch Sporten:

- In de beleidsperiode werden elf artikels over Ethisch Sporten gepubliceerd in Trend en op de website.
- Christoph Vanmullem (AanspreekPersoon Integriteit) volgde de VSF-infosessie Juridische dienstverlening Grensoverschrijdend gedrag.
- In het project jeugd+ is voorzien dat de deelnemende clubs subsidiepunten kunnen verdienen door het uitvoeren van een actie in het kader van Fair-play.

Gezond Sporten:

- Vlas vond arts Karoline Dezwaef uit Damme bereid om ons te adviseren op het vlak van medisch verantwoord sporten. Alle ongevallen worden zorgvuldig bijgehouden in het kader van de sportongevallenverzekering en jaarlijks worden deze geëvalueerd. Er wordt gekeken naar de soort oorzaak en de soort schade en of bepaalde veel voorkomende ongevallen kunnen vermeden worden. Er wordt gezocht naar preventieve maatregelen. In de cursussen initiator wipschieten wordt aandacht besteed aan het aspect 'veilig sporten'. Ook de inspanningen van Vlas als gemachtigde schietsportfederatie dragen bij tot het veiligbeoefenen van de schietsporten met een vuurwapen. Ook dit jaar werd waar mogelijk gecommuniceerd over gezond sporten. Een viertal artikels verschenen in Trend en op de website.
- Handelingsprotocol met stappenplan en proces bij vragen of meldingen over SGG werd gepland voor 2019 maar nog niet volledig gerealiseerd.
- Een tuchtrechterlijk systeem inzake SGG is een lopend proces.

DOMEIN:

Secretariaat:

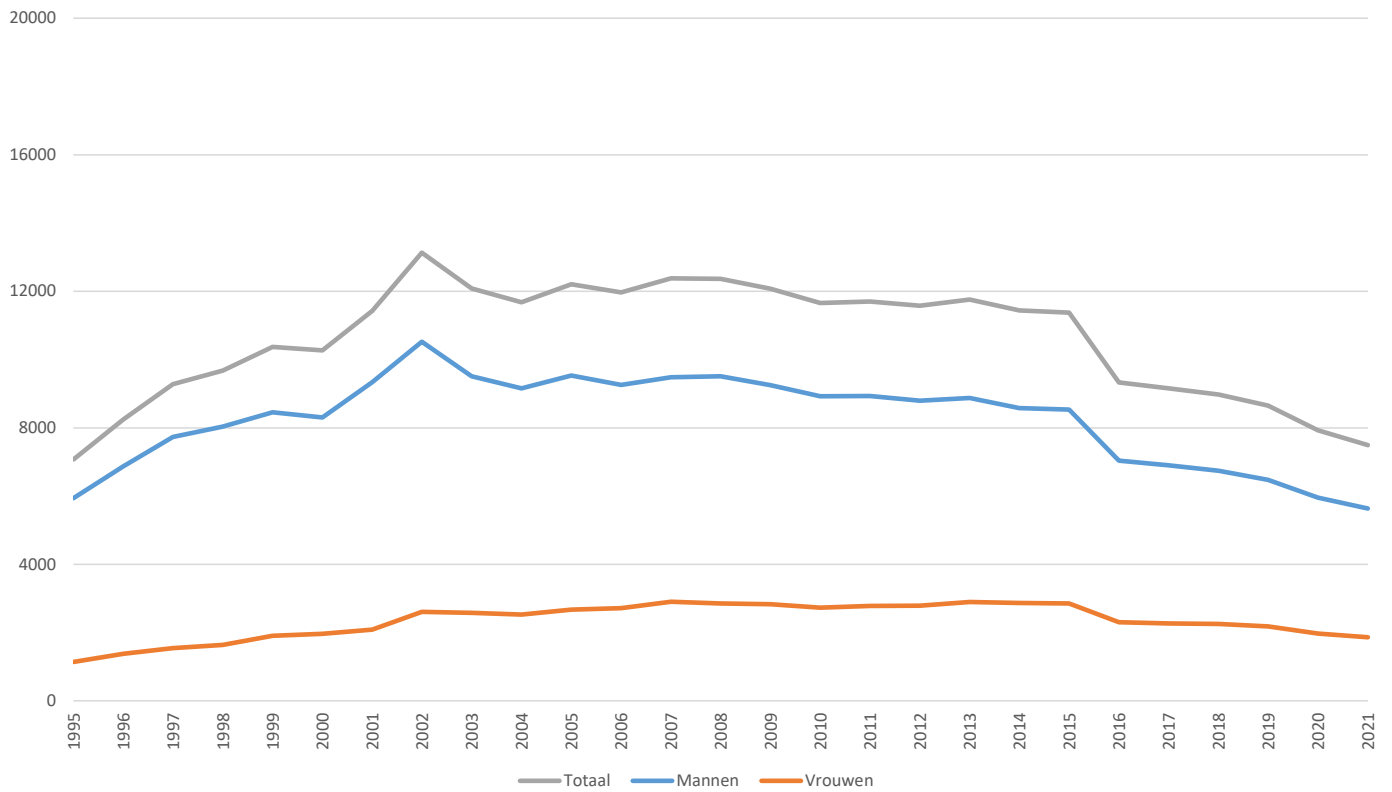
- Momenteel 2,5 VTE personeel tewerkgesteld in het secretariaat. Dit beperkt enigszins de mogelijkheden voor het verder uitbouwen van een kwalitatieve en uitgebreide dienstverlening en vereist het maken van keuzes.
- De coördinator – mede-oprichter van Vlas gaat op 1 juli 2024 met pensioen. Er is een voorziening voor personeel aangelegd van 70.000 euro. Dit moet toelaten om in de komende vier jaar, voldoende personeel in dienst te houden.

Inkomsten:

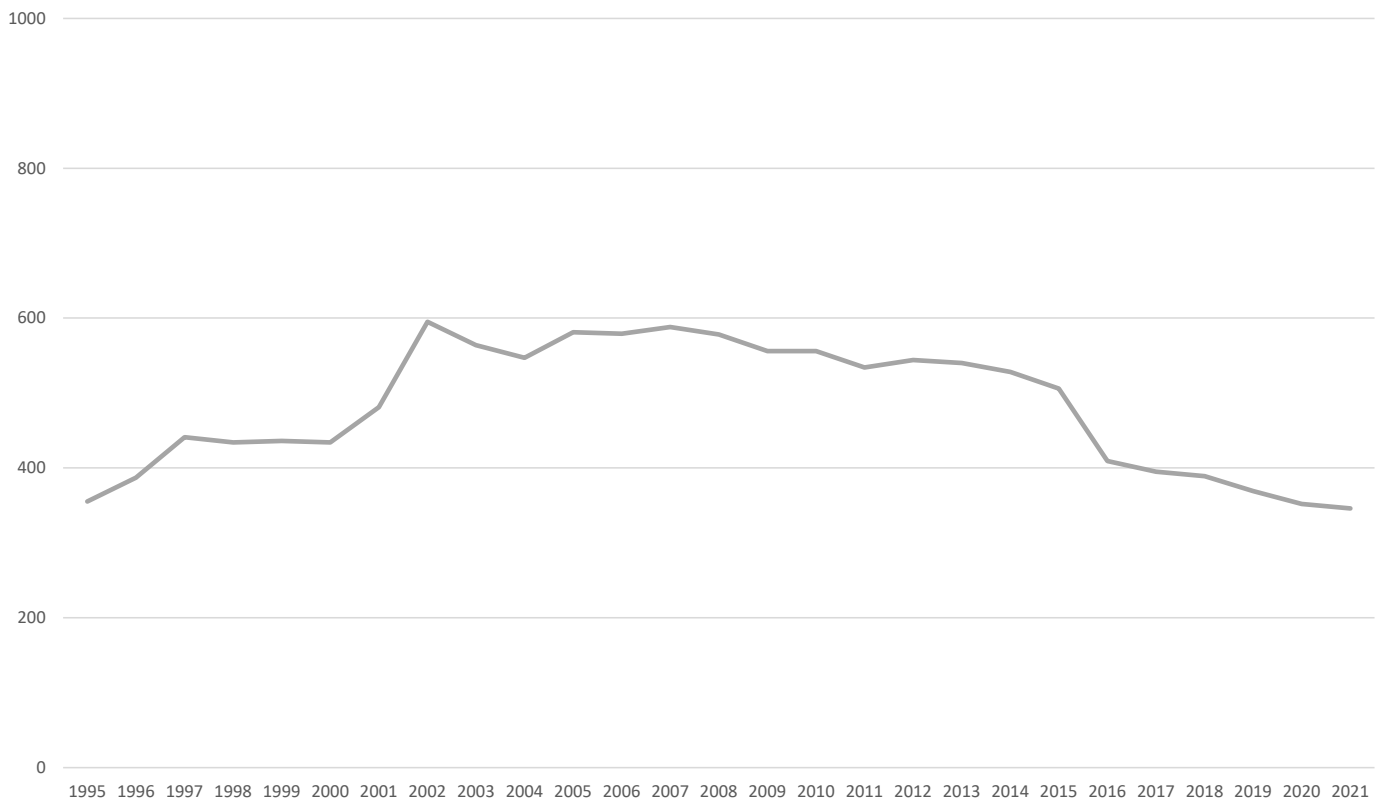
- Inkomsten andere dan subsidiëring zijn gemiddeld 75.000 euro per jaar.
- Inkomst subsidiëring Sport Vlaanderen zijn gemiddeld 138.000 per jaar.

Grafieken

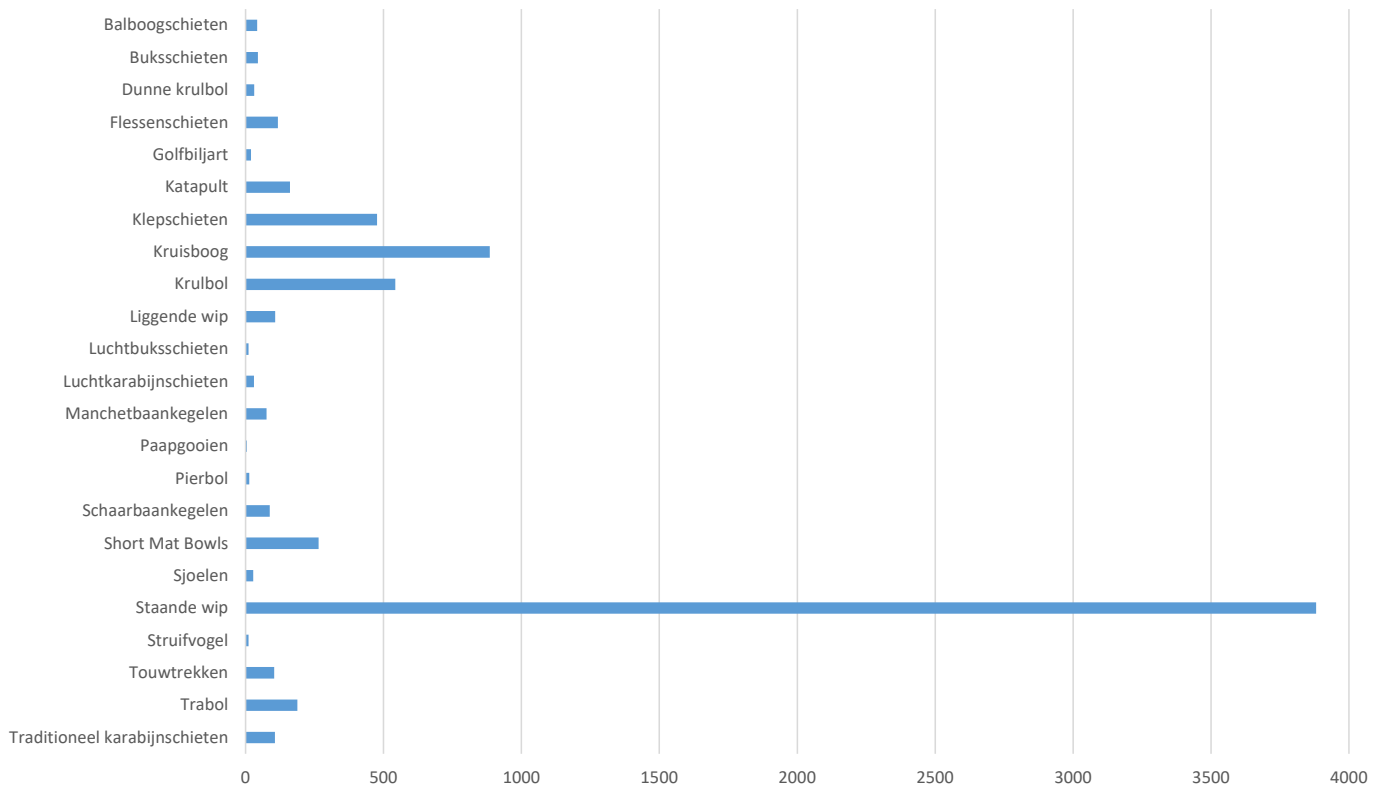
Evolutie aantal leden



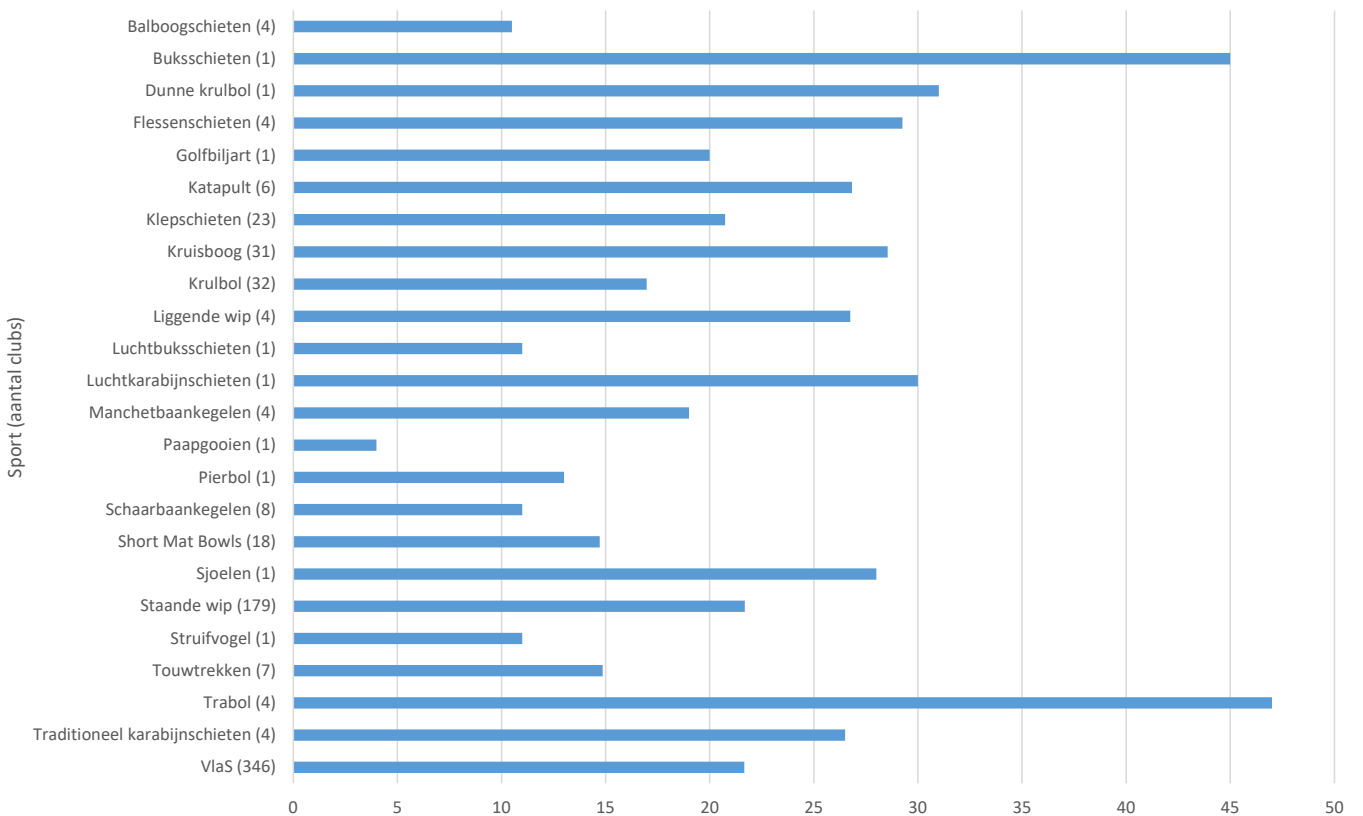
Evolutie aantal clubs



Aantal leden per sport

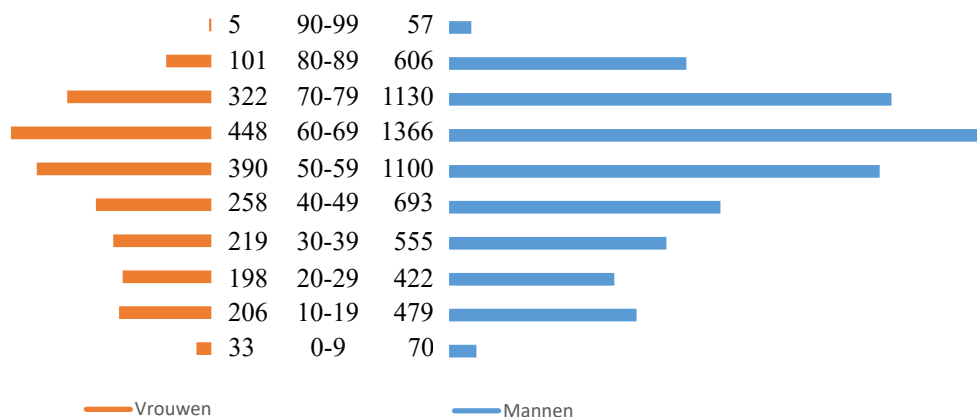


Gemiddeld aantal leden per club per sport

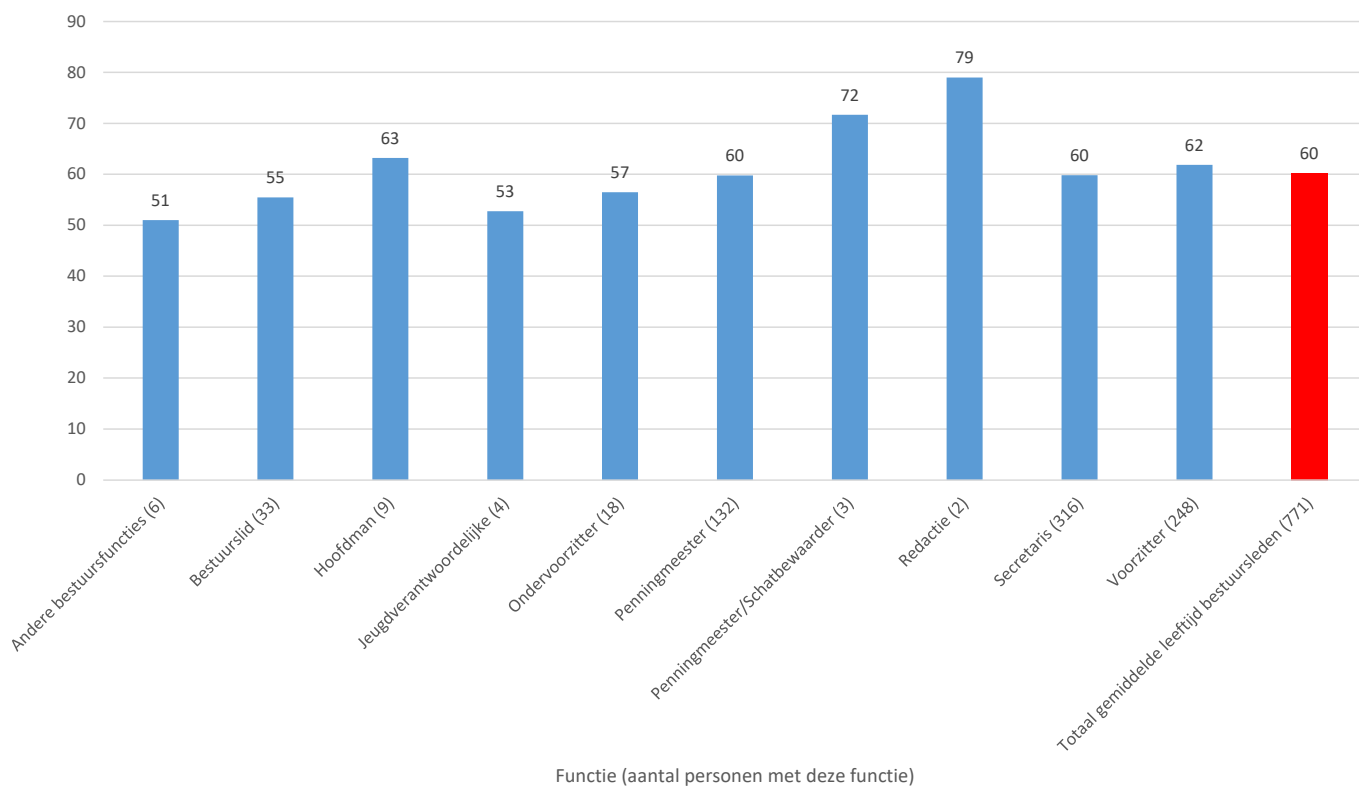


Leeftijdspiramide (2019)

Gemiddelde leeftijd 53,9



Gemiddelde leeftijd bestuursleden



Evolutie ledenaantallen per bond/sport

bond - verbond	sport	2010	2019	18/jun/20	verschil 19	evolutie 10 jaar
KNBBW	sta wip	5216	4288	3932	-356	-928
BKB	krulbol	886	740	596	-144	-146
BTB-VI	touwtrekken	317	173	81	-92	-144
VKF	kegelen	168	97	100	3	-71
Z&L	klep	459	401	369	-32	-58
VSJG	kruisboog	299	259	246	-13	-40
VKB	krulbol	210	183	168	-15	-27
B-L	klep	170	154	133	-21	-16
BFSB-VI	flessen	154	152	86	-66	-2
NKKS	trad kar	119	119	111	-8	0
VSMBF	bowls	204	207	212	5	3
Vkb	katapult	159	179	171	-8	20
LUK	kruisboog	630	685	653	-32	55
losse clubs	diverse sporten	1150	1524	1356	-168	374

4. Gegevensanalyse

4.1 SWOT-Analyse

Sterktes	Zwaktes
<ul style="list-style-type: none"> • Veel clubs en bonden verspreid over Vlaanderen • Secretariaat: verjonging is ingezet & ervaring is behouden • Sporten geschikt voor alle leeftijden • Jeugd+ • Sociaal aspect • Innovatief Animatie Aanbod • Sportiv • Erkenning gemachtigde schietsportfederatie • Blijvende groei op vlak van digitalisatie • Tradities • Internationaal netwerk • Bekendheid binnen sportsector • Waardevol publicatie Trend • Prijs/kwaliteit ongevallenzekerings • Laag lidgeld 	<ul style="list-style-type: none"> • Afnemende ledenaantal • Ligging secretariaat: West-Vlaanderen • Geen sexy sporten • Beperkt financieel/personeel (lidgelden en subsidies) • Sportschutterslicentie ratio aantal/geleverde werk • Afstand tussen bonden en secretariaat • Bekendheid • Verwarrend imago bij leden door relatie Vlas & Sportiv • Beperkte doelgroep: enkel in Vlaanderen, beperkt door sporttakkenlijst • Afstand tussen leden en secretariaat • Geen volwaardige plaats binnen sportfederatielandschap • Te weinig professionele omkadering binnen de clubs • Geen trainersopleiding (uitgezonderd wipschieten)
Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> • Bonden benaderen die nog geen thuis hebben • Beleidsfocussen • Uitbreiden Innovatief Animatie Aanbod, meer connectie leggen met clubs • Communicatie • Aanvullend innovatief sportaanbod creëren • Nauwer samenwerken op de gemeenschappelijke belangen tussen bonden • Sport specifieke trainersopleiding voorzien • Verjonging en diversiteit van clubbesturen en bondbesturen 	<ul style="list-style-type: none"> • Leeftijd leden • Leeftijd club besturen • Uni/multi federaties • Inefficiënte werking besturen • Vasthouden aan tradities staat innovatie in de weg • Administratieve overlast door nood erkenning aparte VZW (Sportiv) • Tekort media-aandacht voor onze sporten. Indien wel; zeer cliché (te weinig over het sportaspect zelf)

4.2 Behoeften die we onderscheiden

- Meer enthousiaste bestuursleden die geloven in de toekomst van hun sport(club).
- Meer instroom aan nieuwe leden, minder stopzettingen van clubs.
- Modernisering en digitalisering van de werking op alle niveaus.
- Meer media-aandacht voor het competitie aspect van onze sporten.
- Trainerscursussen per discipline met lage instapdrempel.
- Meer clubs met jeugdwerking.
- Verjonging van de bestuursleden.
- Modernisering van het aanbod van onze bonden en clubs.

4.3 Conclusie acties

4.3.1 Verder te zetten acties

Op basis van de SWOT-analyse, behoeften die we onderscheiden en de evaluaties tijdens de beleidsvergaderingen* zijn we tot de conclusie gekomen dat volgende acties verder gezet moeten worden. Dit omdat deze belangrijk zijn en blijven om onze sporten te promoten, ondersteunen...

- Digitale communicatie (A02)
- Public relations en marketing (A03)
- Innovatief Animatie Aanbod (A06)
- Internet ledenadministratie (A09)
- Ongevallenverzekering (A10)
- Sportschutterslicentie (A11)
- Bijscholing sporttechnisch (A12)
- Begeleiding clubs en bonden (A13)
- jeugd+ (A18)

4.3.2 Nieuw

Op basis van de SWOT-analyse, behoeften die we onderscheiden en de evaluaties tijdens de beleidsvergaderingen* kwamen enkele belangrijke pijlers naar boven. Hier willen we dan ook de komende vier jaar extra op inzetten.

Nieuwe actie

- Nieuw aanbod creëren in samenwerking met de bonden (A20)

Nieuw als aparte actie

- Ledenwerving (A19)
- Gezond en Ethisch Sporten (A21)

4.3.3 Niet verder te zetten acties

De actie diverse diensten aan externen (A08) zal niet als aparte actie opgenomen worden in het beleidsplan 20-24 doordat we geen aparte kosten noch opbrengsten hebben. De binnenkomende vragen zullen verder worden behandeld. Informatie verstrekking blijft verzekerd.

De actie Trend (A01) zal eveneens niet als aparte actie opgenomen worden maar wordt opgenomen in de ruimere actie public relations en marketing (A03).

* Tijdens de beleidsvergaderingen zijn alle bestaande en mogelijke deelacties (81) opgelijst en één voor één in detail besproken.

5. Doelstellingen en acties

Zoals in onderdeel “1.5 Hoe dit beleidsplan tot stand kwam” is de formulering van de doelstellingen en acties in samenspraak met de Raad van Bestuur, het dagelijks bestuur en het secretariaat tot stand gekomen.

SD1 zo veel mogelijk leden

A02	DIG - digitale communicatie	OD11
A03	PR – public relations en marketing	OD11
A09	ILA – database leden-clubs-bonden	OD14
A10	ONG – ongevallenverzekering	OD14
A11	SSL – sportschutterslicentie	OD14
A12	BIJ – bijscholing sporttechnisch	OD14
A13	BEG – begeleiding clubs en bonden	OD14
A21	GES – gezond en ethisch sporten	OD14
A19	LED - ledenwerving	DD13

SD2 de drempel naar onze sportclubs verlagen

A07	IAA – animatieaanbod	OD21
A18	JEU – jeugd sportfonds	OD22

SD3 succesvol nieuw aanbod creëren

A20	NAB - nieuw aanbod creëren ism bonden	OD31
-----	---------------------------------------	------

DOMEIN

A99	SEC - secretariaat, personeel, boekhouding, aanvragen erkenning en subsidiëring
-----	---

5.1 Strategische doelstelling 1

Zoveel mogelijk actieve beoefenaars van onze sporten.

SMART:

- Verminderen van de gemiddelde daling van het aantal clubs vergeleken met de voorbije vier jaar (gemiddelde daling = 11 clubs per jaar). Verminderen van de gemiddelde daling van het aantal leden vergeleken met de voorbije vier jaar (gemiddelde daling = 320 leden per jaar). = “flatten the curve”
- Nieuwe niet aangesloten clubs en bonden werven.

5.1.1 Operationele doelstelling 11

Communicatie versterken

Hieronder een oplijsting van de acties met hun belangrijkste deelacties die onder operationele doelstelling 11 horen:

A02: DIG - digitale communicatie		
Deelactie	Toelichting	Indicator
Vernieuwing en modernisering van ons digitaal platform via onze websites, huisstijl, logo's en sociale media	<ul style="list-style-type: none"> • Investeren in moderne website • Nieuwe huisstijl creëren 	<ul style="list-style-type: none"> • Is de website aangepast? • Is er een nieuwe huisstijl?
Wikipedia pagina's updaten	Wikipedia pagina's zijn 10 jaar geleden aangemaakt. Updaten is aangewezen.	<ul style="list-style-type: none"> • Zijn de Wikipedia pagina's up-to-date?
SETS website aanpassen en updaten	De website wordt nog geraadpleegd dus moet worden geüpdated. Is zeer waardevol in het kader van internationale traditionele sporten. Waardevolle gegevens integreren in nieuwe Vlas website.	<ul style="list-style-type: none"> • Is de informatie van de SETS website beschikbaar via de nieuwe website van Vlas?
Uitbreiden gebruik nieuwe media	Nieuwe media inzetten als promotie via nieuwe en opgefriste kanalen naar concrete doelgroepen.	<ul style="list-style-type: none"> • Zijn er nieuwe media in gebruik genomen?
Opmaken en uitvoeren algemene digitale strategie	Digitale strategische aanpak van marketing en communicatie.	<ul style="list-style-type: none"> • Worden de digitale strategie-KPI's gehaald?

A03: PR - public relations en marketing		
Deelactie	Toelichting	Indicator
Jaarpublicatie Trend realiseren	Jaarlijkse publicatie in de vorm van een magazine die wordt verstuurd naar de leden.	<ul style="list-style-type: none"> • Is Trend jaarlijks gepubliceerd • Betrof het een kwaliteitsvolle publicatie
Algemene Vergadering ETSGA	Aanwezigheid en vertegenwoordiging op Europees niveau via zitje in de Algemene Vergadering ETSGA.	<ul style="list-style-type: none"> • Jaarlijks aanwezig op Algemene Vergadering ETSGA? • Werd er een animatie verzorgd?
Bestuursfunctie opnemen bij VSF	Aanwezigheid en vertegenwoordiging op Vlaams niveau via zitje in de RvB van de Vlaamse Sportfederatie.	<ul style="list-style-type: none"> • Heeft Vlas een mandaat in de Raad van Bestuur?
Bestuursfunctie verderzetten bij Sportimonium	Aanwezigheid en vertegenwoordiging op de RvB van Sportimonium.	<ul style="list-style-type: none"> • Heeft Vlas een mandaat in de Raad van Bestuur?
Promotiemateriaal format nieuwe huisstijl	Promotiemateriaal m.b.t. onze sporten, clubs en bonden ontwikkelen in nieuwe huisstijl en gedigitaliseerde format.	<ul style="list-style-type: none"> • Zijn er digitale promotiesjablonen beschikbaar? • Hoeveel clubs hebben hiervan gebruik gemaakt?
Opmaken en uitvoeren algemeen marketing- en communicatieplan	Globale strategische vernieuwde aanpak van marketing en communicatie.	<ul style="list-style-type: none"> • Is er een marketingplan? • Is er een communicatieplan? • Is het marketingplan uitgevoerd? • Is het communicatieplan uitgevoerd?

5.1.2 Operationele doelstelling 14

Uitbreiding diensten aan bonden en clubs

Hieronder een oplijsting van de acties met hun belangrijkste deelacties die onder operationele doelstelling 14 horen:

A09: ILA - database leden-clubs-bonden

Deelactie	Toelichting	Indicator
Extra dienstverleningen toevoegen	Op vraag van bonden en clubs extra mogelijkheden voorzien (bvb inschrijvingen, aanwezigheden wedstrijden) binnen ILA.	<ul style="list-style-type: none">• Zijn er nieuwe dienstverleningen?• Werken de nieuwe diensten naar behoren?
Digitalisering ongevalsangiftes	Verder digitaliseren van de ongevalsangiftes en bijhorende procedures.	<ul style="list-style-type: none">• Is de ongevalsangifte volledig digitaal?
Digitalisering lidkaart	Volledige of gedeeltelijke digitalisering van onze lidkaart (bvb door gebruik QR/Barcode/app/...)	<ul style="list-style-type: none">• Is er een digitale lidkaart?• Is deze beschikbaar op smartphone?• Wordt de digitale lidkaart gebruikt door bonden/leden?

A10: ONG - ongevallenverzekering

Deelactie	Toelichting	Indicator
Verderzetten ongevallenverzekering	Aanbieden van een kwalitatieve ongevallenverzekering aan onze leden en voorzien in de opvolging daarvan.	<ul style="list-style-type: none">• Voldoet onze polis aan de decretale voorwaarden?
Bijhouden statistieken ongevallenverzekering	Statistieken ongevallenverzekering bijhouden en rapporteren in het kader van preventiewerking.	<ul style="list-style-type: none">• Zijn de statistieken beschikbaar?

A11: SSL - sportschutterslicentie

Deelactie	Toelichting	Indicator
Verderzetten werking gemachtigde schietsportfederatie	Uitreiken sportschutterslicenties als gemachtigde schietsportfederatie. Onderzoeken of de kostprijs per licentie voldoet aan de huidige economische context.	<ul style="list-style-type: none">• Werden de taken als gemachtigde schietsportfederatie uitgevoerd?• Is de bijdrage representatief?
Digitalisering sportschutterslicentie	Verder digitaliseren sportschutterslicentie in ILA.	<ul style="list-style-type: none">• Werd het inbrengen in ILA van voorlopige licenties en geldigverklaringen gedelegeerd?• Werd via ILA toegang gegeven aan de bestuursleden?

A12: BIJ - bijscholing

Deelactie	Toelichting	Indicator
Promoten VTS-cursus Initiator Wipschieten	Promotie voeren rond het aanbod Initiator Wipschieten van de Vlaamse Trainerschool met het oog op de verhoging van het aantal gediplomeerde trainers.	<ul style="list-style-type: none"> • Werd er promotie gevoerd voor de cursus IW?
Meewerken aan initiator-/trainerscursus per volkssport	Op vraag van één van onze bonden meewerken aan het opzetten van een laagdrempelige initiatoropleiding voor de betreffende sporttak.	<ul style="list-style-type: none"> • Is er een initiatorcursus gecreëerd, gepland? • Is er een initiatorcursus doorgegaan?

A13: BEG - begeleiding clubs en bonden

Deelactie	Toelichting	Indicator
Actief promoten van modernisering in al onze besturen	Actief promoten van modernisering, verjonging en diversiteit binnen de bonds- en clubbesturen.	<ul style="list-style-type: none"> • Is er actief promotie gevoerd? • Is er een toename aan bestuursleden communicatie?
Aanbieden clubbegeleiding	Aanbieden van specifiek(e) informatie en advies via individuele clubbegeleiding in functie van meer professionalisme binnen afgebakende thema's.	<ul style="list-style-type: none"> • Indien er een vraag kwam zijn we hierop ingegaan? • Waren de clubs tevreden met ons advies?
Clubs bijstaan bij problemen met volkssportaccommodaties	Informatie en advies verstrekken aan clubs en bonden m.b.t. volkssportinfrastructuur.	<ul style="list-style-type: none"> • Indien er een vraag is gekomen? Zijn we hierop ingegaan? • Waren de clubs tevreden met ons advies?

A21: GES - gezond en ethisch sporten

Deelactie	Toelichting	Indicator
Gezond sporten	Acties uitwerken in het kader van gezond sporten: <ul style="list-style-type: none"> • Promotie (mee)voeren • Integratie in initiatorcursussen volkssport • Bijhouden en analyseren van de verzamelde gegevens m.b.t. sportongevallen • Informeren clubs en bonden m.b.t. gezond sporten, letselpreventie en sportmedische geschiktheid 	<ul style="list-style-type: none"> • Zijn er acties opgezet rondom gezond sporten? • Is er een arts betrokken? • Analyseren we de sportspecifieke risico's binnen onze sporten? • Hebben we het vraagstuk rondom letselpreventie aangepakt? • Hebben we het vraagstuk rondom sportmedische geschiktheid aangepakt? • Werd een integratie in de initiatorcursus voorzien?
Ethisch sporten	Acties uitwerken in het kader van ethisch sporten: <ul style="list-style-type: none"> • Promotie (mee)voeren • Integratie in initiatorcursussen volkssport • Gedragscodes en handelingsprotocol opstellen • Informeren clubs en bonden m.b.t. ethisch sporten, integriteit, fair play en API 	<ul style="list-style-type: none"> • Zijn er acties opgezet rondom ethisch sporten? • Hebben we een API? • Hebben we gedragscodes? • Hebben we een handelingsprotocol? • Werd een integratie in de initiatorcursussen voorzien?

5.1.3 Operationele doelstelling 15

Werven clubs, bonden

Hieronder een oplijsting van de enige actie met zijn belangrijkste deelactie die onder operationele doelstelling 15 hoort:

A19: LED - ledenwerving		
Deelactie	Toelichting	Indicator
Ledenwerving professionaliseren	Commercieel plan opstellen en uitvoeren gericht op het werven van niet aangesloten clubs en bonden	<ul style="list-style-type: none">• Is commercieel plan er?• Is het commercieel plan opgestart?• Zijn er nieuwe clubs aangesloten? Zoja, hoeveel?• Zijn er nieuwe bonden aangesloten? Zoja, hoeveel?

5.2 Strategische doelstelling 2

De drempel naar onze sporten verlagen

SMART:

Een stijging bekomen van het gemiddeld aantal nieuwe leden per jaar vergeleken met het gemiddeld aantal nieuwe leden van de voorbije vier jaar (= 937).

5.2.1 Operationele doelstelling 21

Uitbreiden aanbod laagdrempelige animaties

Hieronder een oplijsting van de acties met hun belangrijkste deelacties die onder operationele doelstelling 21 horen:

A07: IAA - Innovatief Animatie Aanbod		
Deelactie	Toelichting	Indicator
Verderzetten IAA	Promoten van onze volkssporten aan de hand van originele, innovatieve animaties.	<ul style="list-style-type: none">• Werden er animaties verhuurd? Zoja, hoeveel?• Is er een positieve trend in het aantal verhuurde animaties?
Uitbreiden aanbod animaties	Twee nieuwe animaties ontwikkelen gebaseerd op volkssporten die nog niet aan bod zijn gekomen binnen de IAA-promotie.	<ul style="list-style-type: none">• Wordt er een nieuwe animatie ontwikkeld?• Wordt ze gehurd? Zoja, hoeveel?
Tweede opslag animatiemateriaal voorzien	Tweede opslagruimte animatiemateriaal voorzien ten Oosten van de as Antwerpen-Brussel in het kader van duurzamere logistiek.	<ul style="list-style-type: none">• Is er een tweede opslag in gebruik?• Is er een verhoging van goedgekeurde offertes in Vlaams-Brabant, Antwerpen en Limburg?
Lokale animatoren inschakelen	Zoeken naar IAA-animatoren in de regio ten Oosten van de as Antwerpen-Brussel in het kader van duurzamere logistiek.	<ul style="list-style-type: none">• Zijn er animatoren uit die regio aan de slag?
Bekendheid groepsaanbod Brugge verhogen	Actief promoten van en samenwerken met evenementenbureaus m.b.t. ons groepsaanbod in Brugge.	<ul style="list-style-type: none">• Is er een toename van het aantal groepsboekingen in brugge?• Werden er succesvolle samenwerkingen opgezet?
Vereenvoudigen van de administratieve IAA-procedure	Het vereenvoudigen, efficiënter maken en inkorten van de procedures rond animatoren, facturatie, aanvragen, reservaties, evaluatie...	<ul style="list-style-type: none">• Is de procedure vereenvoudigd?
Samenwerking met andere organisaties opzetten	Aanbod IAA op maat voorzien en actief promoten gericht op samenwerkingen met andere organisaties in het sportlandschap bvb. sportkampen, vrijetijdsorganisaties, mutualiteiten...	<ul style="list-style-type: none">• Is er een toename van het aantal boekingen IAA op maat via organisaties?• Werden er succesvolle samenwerkingen opgezet?

5.2.2 Operationele doelstelling 22

Upscalen project jeugdportfonds

Hieronder een oplijsting van de enige actie met zijn belangrijkste deelacties die onder operationele doelstelling 22 hoort:

A18: JEU - jeugdportfonds		
Deelactie	Toelichting	Indicator
Verderzetten jeugd+	Aanbieden van een jeugdportproject (inclusief jeugdfonds) om de kwaliteit van de jeugdwerking en de instroom van actieve jeugdleden te verhogen.	<ul style="list-style-type: none">• Is er een positieve trend in het aantal behaalde punten en sterren?• Is er een stijging van actieve jeugdleden bij de clubs die deelnemen aan jeugd+?• Is er een stijging van het totaal aantal jeugdleden Vlas?
jeugd+ upscalen	Upscalen project jeugd+ in samenwerking met alle bonden.	<ul style="list-style-type: none">• Is er een positieve trend in het aantal ingeschreven clubs in jeugd+?

5.3 Strategische doelstelling 3

Innoveren van het aanbod van onze sporten

SMART:

Nieuwe formules creëren in het aanbod van onze sporten.

5.3.1 Operationele doelstelling 31

Nieuw en succesvol aanbod creëren

Hieronder een oplijsting van de enige actie met zijn belangrijkste deelacties die onder operationele doelstelling 31 hoort:

A20: NAB - nieuw aanbod creëren in samenwerking met bonden		
Deelactie	Toelichting	Indicator
Nieuw aanbod ontwikkelen	Samen met bonden op zoek gaan naar innovatieve, attractievere vormen en formules rond hun bestaande aanbod.	<ul style="list-style-type: none">• Werd er een nieuw aanbod gecreëerd?• Werd er al een test uitgevoerd? Zoja, was de test succesvol?
Nieuw aanbod implementeren	Uitwerken en promoten van het innovatieve aanbod.	<ul style="list-style-type: none">• Wordt het nieuwe aanbod effectief aangeboden door clubs? Zoja, is het succesvol?

5.4 Domein

Onder domein vallen alle acties, kosten en opbrengsten die niet toe te wijzen zijn aan één van bovenstaande operationele doelstellingen.

A99: SEC - secretariaat, personeel, boekhouding, aanvragen erkenning en subsidiëring

Deelactie	Toelichting	Indicator
Lidmaatschapsbijdrage Vlas evalueren	Toepassing van de eerder goedgekeurde indexering en aftoetsen van de lidmaatschapsbijdrage aan de economische realiteit en de tarieven van de concurrentie.	<ul style="list-style-type: none"> • Werd de indexering toegepast? • Werd er een concurrentieonderzoek en -analyse uitgevoerd? • Werd de geïndexeerde lidmaatschapsbijdrage bijgestuurd?
Ledenenquête uitvoeren	Enquête afnemen bij alle Vlas-leden bij begin en einde beleidsperiode (bv. over tevredenheid, imago, nieuw aanbod...)	<ul style="list-style-type: none"> • Werden er twee enquêtes afgenomen? • Werden de resultaten van de enquêtes geanalyseerd?
Samenstelling Raad van Bestuur bijsturen	Verbeteren van de samenstelling van de Raad van Bestuur van Vlas i.f.v. verjonging, modernisering, diversiteit en deskundigheid.	<ul style="list-style-type: none"> • Werd de samenstelling van de RvB aangepast?
Digitalisering secretariaat	Verderzetting digitalisering secretariaat m.b.t. onder andere databasebeheer, duurzaamheid, archivering, communicatielijnen, mobiliteit, veiligheid...	<ul style="list-style-type: none"> • Werd de digitalisering verder doorgevoerd binnen het secretariaat?
Updaten statuten vzw	De statuten van Vlas vzw aanpassen aan de nieuwe wet van 23 maart 2019 m.b.t. het Wetboek van Vennootschappen en Verenigingen.	<ul style="list-style-type: none"> • Werden de statuten aangepast conform de nieuwe wetgeving?
Aanvragen Sociale Maribel	Gebruik maken van het aanbod van de Vlaamse Sportfederatie om een extra medewerker in te schakelen onder het statuut Sociale Maribel.	<ul style="list-style-type: none"> • Werd er een aanvraag m.b.t. Sociale Maribel ingediend bij VSF? • Werd een extra medewerker ingeschakeld als gevolg van de aanvraag bij VSF?
Stagiairs inschakelen	Gebruik maken van de vraag naar stageplaatsen bij de lokale hogescholen/ universiteiten om stagiairs in te schakelen op specifieke projecten.	<ul style="list-style-type: none"> • Werd er aanvraag tot stageplaats ingediend? • Werd een stagiair ingeschakeld?

6. Beleidsfocussen

6.1 Laagdrempelig sporten

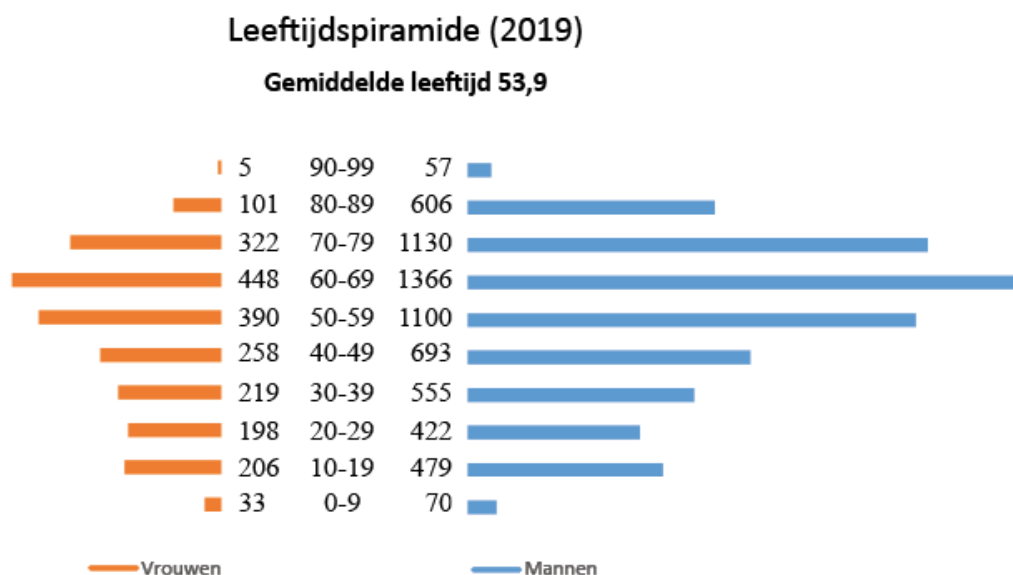
De traditionele sporten die onderdeel zijn van Vlas zijn over het algemeen al laagdrempelig. Vlas telt dan ook een groot aantal leden die zich precies in de groep bevinden waarvan de overheid constateert dat die het moeilijkst tot sporten aan te zetten zijn: ouderen, lagere sociale klasse, ... Personen uit deze doelgroepen, meestal ongebonden sporters, voelen zich vaak aangesproken tot de disciplines van de traditionele sporten en ervaren er een lagere drempel tot deelname door o.a. de nabijheid van zowel locatie als sociale kring. Iedereen die wil kan zich aansluiten bij een club en deelnemen aan de activiteiten. Het lidgeld is laag, het aanbod is lokaal, er zijn gratis probeersessies, ... Echter constateren wij dat het voornamelijk, om niet te zeggen louter, oudere personen en familieleden van bestaande leden zijn die zich aansluiten bij deze clubs.

Om er voor te zorgen dat ook andere jeugdleden en volwassenen zich aansluiten bij onze clubs en actief onze sporten beoefenen hebben we twee projecten ontwikkeld: [#volkssportanimaties](#) en [Tradition 4 Kids](#).

Verdere gegevensanalyse omtrent bovenstaande constatering levert drie probleemgebieden op waar onze twee projecten een oplossing voor dienen te bieden:

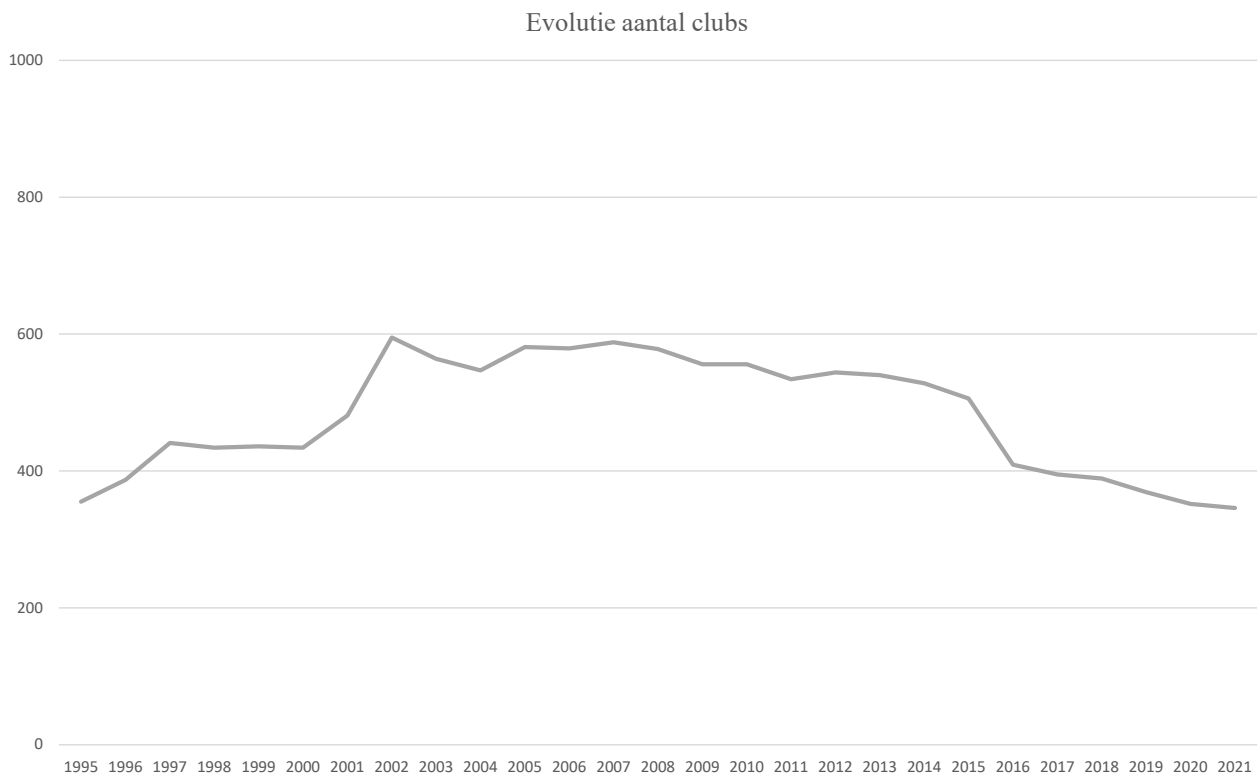
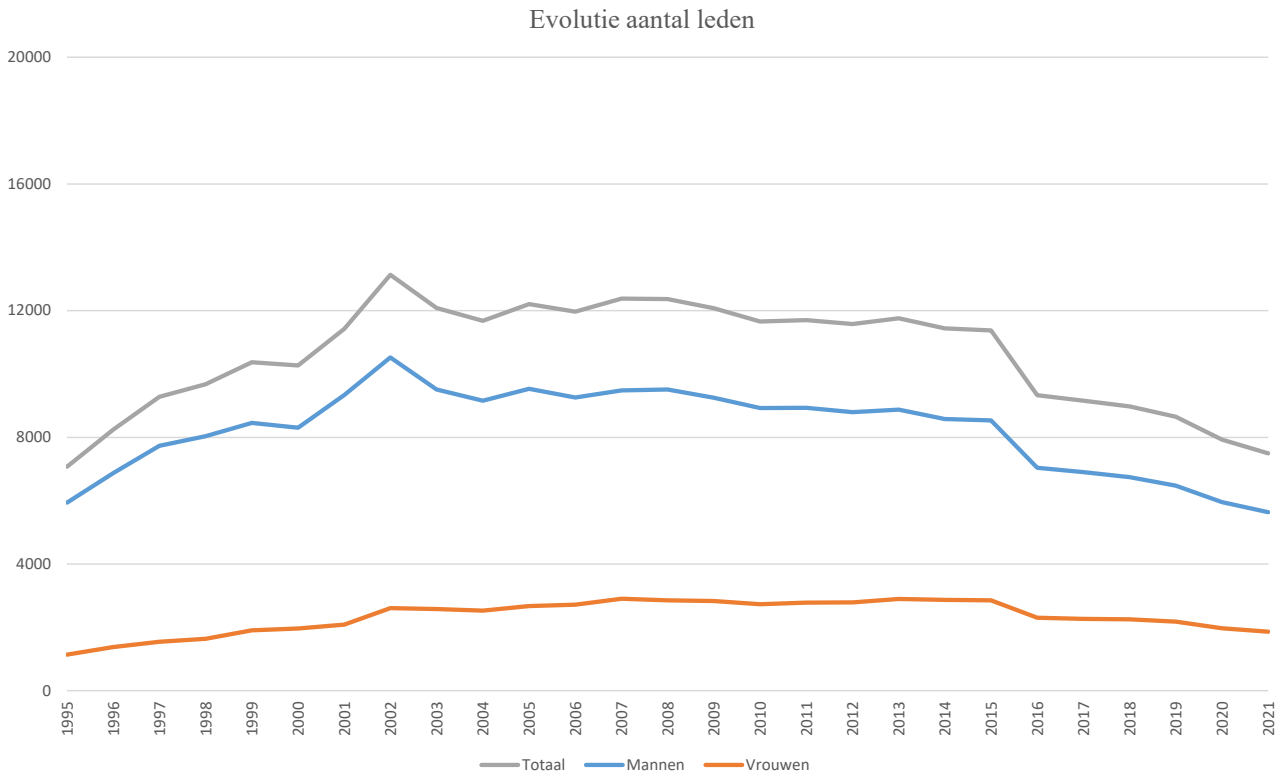
- Verhoogde niveau vergrijzing in de leeftijds piramide van onze leden
- Dalend aantal leden/clubs
- Lage bekendheidsgraad van onze sporten

1. Verhoogde niveau vergrijzing in de leeftijds piramide van onze leden



De gemiddelde leeftijd van onze leden was 10 jaar geleden 50,6 (2009), in 2019 zagen we reeds een verhoging naar 53,9. Het aanbod van onze clubs en bonden is inderdaad reeds in grote mate en op succesvolle wijze op ouderen gericht. Er vindt echter een veroudering plaats, zoals de cijfers aanwijzen en er komen onvoldoende jonge, actieve senioren (jagers) bij. Deze discrepantie heeft als gevolg dat er in heel wat clubs een leeftijdsdrempel ontstaat voor die jonge senioren. Bovendien blijkt uit de cijfers zeer duidelijk een ondervertegenwoordiging binnen onze clubs van het aantal jeugdleden. Nochtans hangt in vele gevallen de toekomst van deze sport(clubs) af van de instroom van jagers en jeugdige leden. Deze instroom van twee specifieke doelgroepen is prioritair.

2. Dalend aantal leden/clubs



De gebrekkige instroom van specifieke doelgroepen en de stijging van de gemiddelde leeftijd (cfr. punt 1) zorgt eveneens voor een dalend aantal leden en zelfs clubs. Het aantal leden daalde van 9.280 naar 8.650, het aantal clubs daalde van 409 naar 369 over de vorige beleidsperiode.

3. Lage bekendheidsgraad van onze sporten

De lage bekendheidsgraad van onze sporten en de bijhorende minimale aandacht in pers en media dragen ook bij aan de té kleine instroom van nieuwe leden. Deze bekendheid verhogen door promotie te voeren voor onze sporten is een essentiële en decretale kerntaak die integraal deel uitmaakt van onze missie en visie en tegelijk een potentiële katalysator voor het aanzwengelen van de instroom aan nieuwe leden voor onze clubs.

Het aanpakken van deze drie probleem gebieden d.m.v. de twee volgende beleidsfocussen ondersteunt finaal dan ook weer strategische doelstellingen 1 en 2 d.m.v. van het verlagen van de drempels naar onze sportclubs en bijgevolg zo veel mogelijk nieuwe leden aan te trekken.

6.1.1 Beleidsproject 1: #volkssportanimaties

Het huidige animatieaanbod rondom volkssporten werd ontwikkeld als alternatief testaanbod met als hoofddoel de promotie van onze sporten en de bijhorende instroom bij onze volkssportclubs. Het succes van dit testaanbod bewijst de effectieve nood aan een laagdrempelig instapaanbod. Een animatie is in essentie een eenvoudige en kortere vorm van de sporttak, gebracht in een aantrekkelijk format dat toegankelijk is voor iedereen. Het project volkssportanimaties streeft in hoofdzaak naar kennismaking met én het aanzetten tot sporten. Daarnaast moet dit doel ook bereikt worden door het nastreven van enkele nevendoelen zoals: begeleiding in ledenwerving en ledenbehoud, professionalisering en uitbreiding van het animatie-aanbod en het unieke karakter van de volkssporten onder de schijnwerpers brengen.

Traditionele Vlaamse sporten zijn over het algemeen al laagdrempelig, heel erg lokaal en sociaal ingebed. Onze testanimaties hebben nu al ruimschoots bewezen dat zij heel efficiënt die doelgroepen bereiken waarvan de overheid constateert dat die moeilijkst tot sporten aan te zetten zijn: senioren, kwetsbare jongeren en gezinnen, vaak uit een lagere sociale klasse en lager opgeleiden, personen met een beperking... De eerste stap naar een sportclub is net vaak de moeilijkste. Onze testanimaties werden in hoofdzaak ingezet op laagdrempelige en meer toegankelijke events (jaar-, rommel-, sportmarkten, sportdagen, seniorendagen, schoolinitiaties) ter promotie en kennismaking met lokale volkssporten.

- Iedereen kan eenvoudig deelnemen (LAAGDREMPELIG)
- De animatie komt naar je toe (LOKAAL)
- Er is snel resultaat zichtbaar (LAAGDREMPELIG)
- Meerdere personen nemen tegelijk deel (SOLIDAIR + SOCIAAL)
- Alle leeftijden kunnen deelnemen (SOCIAAL)

Er wordt gewerkt met persoonlijke begeleiding door een eigen opgeleide animator, telkens aangevuld met ervaren sporters en trainers van de lokale sportclub. Ervaring leert ons dat deze doelgroepen zich hierdoor vaak aangesproken voelen tot de traditionele sporten en er een lagere drempel tot deelname ervaren door o.a. de nabijheid van zowel locatie als sociale kring. Dit blijkt dé trigger om toch die stap te zetten naar aansluiting bij een volkssportwerking. Samen sporten versterkt vervolgens de sociale verbondenheid en solidariteit binnen het weefsel van de sportclub en zorgt voor een socioculturele impact op de maatschappij en positieve invloeden op de leefwereld van deze doelgroepen.

Concreet wordt bij het inzetten van een volkssportanimatie telkens een eigen begeleider ingezet. Deze specifiek opgeleide animator verzorgt de animatie met verschillende innovatieve spelvormen. Naast het voorzien van de animatie zelf geeft de animator ook wat extra uitleg over de betreffende traditionele sport aan de deelnemers en beschikt hiervoor ook over promotioneel materiaal. Onze animaties worden bovendien zo ontworpen dat ze voor iedereen makkelijk toegankelijk en dus laagdrempelig zijn:

- Iedereen kan er aan deelnemen zonder een al te uitgebreide uitleg
- De animatie komt naar het evenement, er is dus geen verplaatsing naar een sportaccommodatie nodig
- Er is zeer snel vooruitgang én resultaat zichtbaar, een kwestie van minuten, dit bevordert het spelplezier en de interesse
- Er kunnen meerdere personen tegelijk deelnemen aan een animatie (bvb het ganse gezin)
- Er worden veilige materialen ontwikkeld voor deze animatie gebruikt zodat alle leeftijden veilig kunnen proberen (viltbolletjes als projectiel ipv knikkers, pijlen met rubberen dop ipv punt, ...)
- Er worden enkel aangepaste materialen gebruikt ontwikkeld voor deze animaties zodat alle leeftijden een eigen uitdaging kunnen vinden maar toch samen aan de slag kunnen (bvb. lichtere ballen, 8m hoge wip ipv 25m, lichtere rekkers en bogen, ...)
- Persoonlijke uitleg en hands-on permanente begeleiding door een door professioneel opgeleide animator

Bij ieder openbaar event waar de animatie aanwezig zal zijn, voorzien wij naast de animator ook telkens een afgevaardigde van de lokale sportvereniging ter plaatse. Dit Vlas-lid vormt een extra aanspreekpunt voor informatie omtrent de sport, kan op deze manier promotie voeren én draagt bij aan de aangeboden expertise rond de animatie. Bovendien wijst onze ervaring er op dat de link met de lokale sportclub op deze manier een stuk makkelijker wordt gelegd. Een eerste kennismaking met de sport via onze animatie mondt zo heel vaak uit in een vervolgtraject binnen de lokale club en dan vooral bij niet-aangesloten en niet-gebonden sporters.

De voorbije jaren werden drie animatievormen gecreëerd en uitgetest vanuit de 21 sporten die wij vertegenwoordigen. De bedoeling is om vandaag en in de toekomst dit aanbod kwaliteitsvol door te ontwikkelen, professionaliseren én ook gevoelig uit te breiden. In het ideale scenario beschikt elk van de 21 sporten ooit over zijn eigen animatie. **Concreet willen we, over de komende drie jaar, tegen het einde van deze beleidsperiode nog twee gloednieuwe, extra animaties ontwikkeld én operationeel hebben. Naast deze uitbreiding moet de verdere professionalisering en een groter bereik door merkbekendheid ook zorgen voor een substantiële bijdrage aan zowel de promotie als ledenwerving voor onze volkssporten.**

criterium 1

Onze volkssportanimaties bereiken efficiënt doelgroepen waarvan de overheid constateert dat die moeilijkst tot sporten aan te zetten zijn: senioren, kwetsbare jongeren en gezinnen, lager opgeleiden, personen met een beperking... bv via sportmarkten, Internaten, jeugdbewegingen, Buitenspeeldag...

De persoonlijke aanpak, het lokale en sociale karakter van de animaties in combinatie met de aanwezigheid van een lokale vereniging leidt op meerdere niveaus tot het wegnemen van belangrijke drempels.

Ervaring vanuit de testanimaties leert ons dat we op deze manier ongeveer 2700 niet-aangesloten sporters per jaar bereiken die we anders niet zouden bereiken via onze clubs.

De initiatie door middel van zo'n animatie leidt vaak (dankzij de link met de lokale sportclub) tot een vervolgtraject binnen die club. Hier wordt dan kennis gemaakt met alle facetten van de sport, vaak gevolgd door lidmaatschap. Professionalisering en uitbreiding van dit project moet ervoor zorgen dat deze cijfers in de toekomst exponentieel toenemen. (cfr. criterium 8)

criterium 2

De animaties worden telkens aangeboden met persoonlijke begeleiding door een eigen animator. Deze specifiek opgeleide animator verzorgt de animatie met verschillende innovatieve spelvormen. Naast het voorzien van de animatie en het individueel begeleiden van de sporter geeft de animator ook extra uitleg over de betreffende traditionele sport en beschikt hiervoor ook over promotioneel materiaal. Bij ieder openbaar event waar de animatie aanwezig is, is er ook een afgevaardigde van de lokale club ter plaatse. Deze persoon vormt een extra aanspreekpunt voor informatie omtrent de sport, kan op deze manier promotie voeren én draagt bij aan de aangeboden expertise rond de animatie.

Aangepaste materialen, snelle leercurve, ervaren begeleiders... en dit binnen de vertrouwde lokale setting van de deelnemers verhoogt de factor plezier en engagement van de deelnemers waaruit vaak een vervolgtraject binnen de volkssport ontstaat.

criterium 3

De animatie is in essentie een eenvoudige en kortere vorm van de sporttak, gebracht in een aantrekkelijk format dat toegankelijk is voor iedereen. De animatie komt naar je toe (LOKAAL), de eenvoud zorgt voor snel resultaat (LAAGDREMPELIG), Meerdere personen kunnen tegelijk deelnemen en is geschikt voor alle leeftijden (SOLIDAIR + SOCIAAL)

Omwille van de lage leercurve kan heel snel worden ingespeeld op het competitieve gevoel van de deelnemers aan de hand van kleine wedstrijdjes en andere spelvormen. Deze dragen, in combinatie met het rechtstreekse persoonlijke contact, ook bij tot een streven om almaar beter te worden en de sport daarna in al zijn facetten te leren kennen binnen onze reguliere clubwerking.

Criterion 4

Wanneer het project voldoende bekendheid geniet en het aantal geboekte animaties een kritische grens bereikt kan het zelfbedruipend worden, gezien organisatoren van events graag zullen bereid zijn de opstelling en de aanwezigheid van de animatie deels te vergoeden. Na een terugverdienperiode rond de initiële investering in het technische en sporttechnische materiaal en in de opleidingsmogelijkheden voor de animatoren kunnen inkomsten naar de toekomst toe ook worden ingezet bij het onderhoud en de ontwikkeling van (nieuwe) animaties.

Binnen de basiswerking van de federatie maakt het project tevens deel uit van de strategische doelstelling ledenwerving. De duurzame instroom van nieuwe leden die dit project met zich moet meebrengen bij onze sportclubs en binnen het kader van ons jeugdwerkproject “Jeugd+” zorgt voor een positieve evolutie in ons ledenbestand.

Criterion 5

Met steden en gemeenten in Vlaanderen werd tijdens het testproject nauw samen gewerkt in het kader van events zoals sportmarkten, de Buitenspeeldag, Stadskriebels,... Deze ervaring leert ons dat de interactie met hun sportdiensten, jeugddiensten en diensten vrije tijd ons aanbod op maat dat deze overheden vragen beter en beter op hun noden afstemt. Het nieuwe project FORCE van Netwerk Lokaal Sportbeleid voorziet ook laagdrempelige beweegplekken op buurtniveau ter bevordering van sociale inclusie en samenhang en leent zich zo ook perfect tot samenwerking.

Samenwerkingen met regionale hogescholen en universiteiten dragen hier duidelijk hun steentje bij door middel van de hoog gekwalificeerde en gemotiveerde studenten die zich vaak opgeven voor een opleiding als animator.

Ook talrijke opdrachten en samenwerkingen met scholen, jeugdbewegingen, cultuurcentra, eventbureau 's, oudercomités, enz. zorgen voor kwaliteit en flexibiliteit van ons toekomstig aanbod.

Criterion 6

Traditionele Vlaamse sporten zijn over het algemeen al inclusief, laagdrempelig, heel erg lokaal en sociaal ingebed. Onze testanimaties hebben al ruimschoots bewezen dat zij heel efficiënt zeer verschillende en diverse doelgroepen bereiken en hun sportparticipatie gevoelig verhogen.

Zowel vanuit Vlas als gedurende de opvolging van onze clubs wordt het aanbod eenvoudig aangepast op maat van de verschillende doelgroepen die met dit project worden aangesproken. Zo hebben we onder andere volgende doelgroepen:

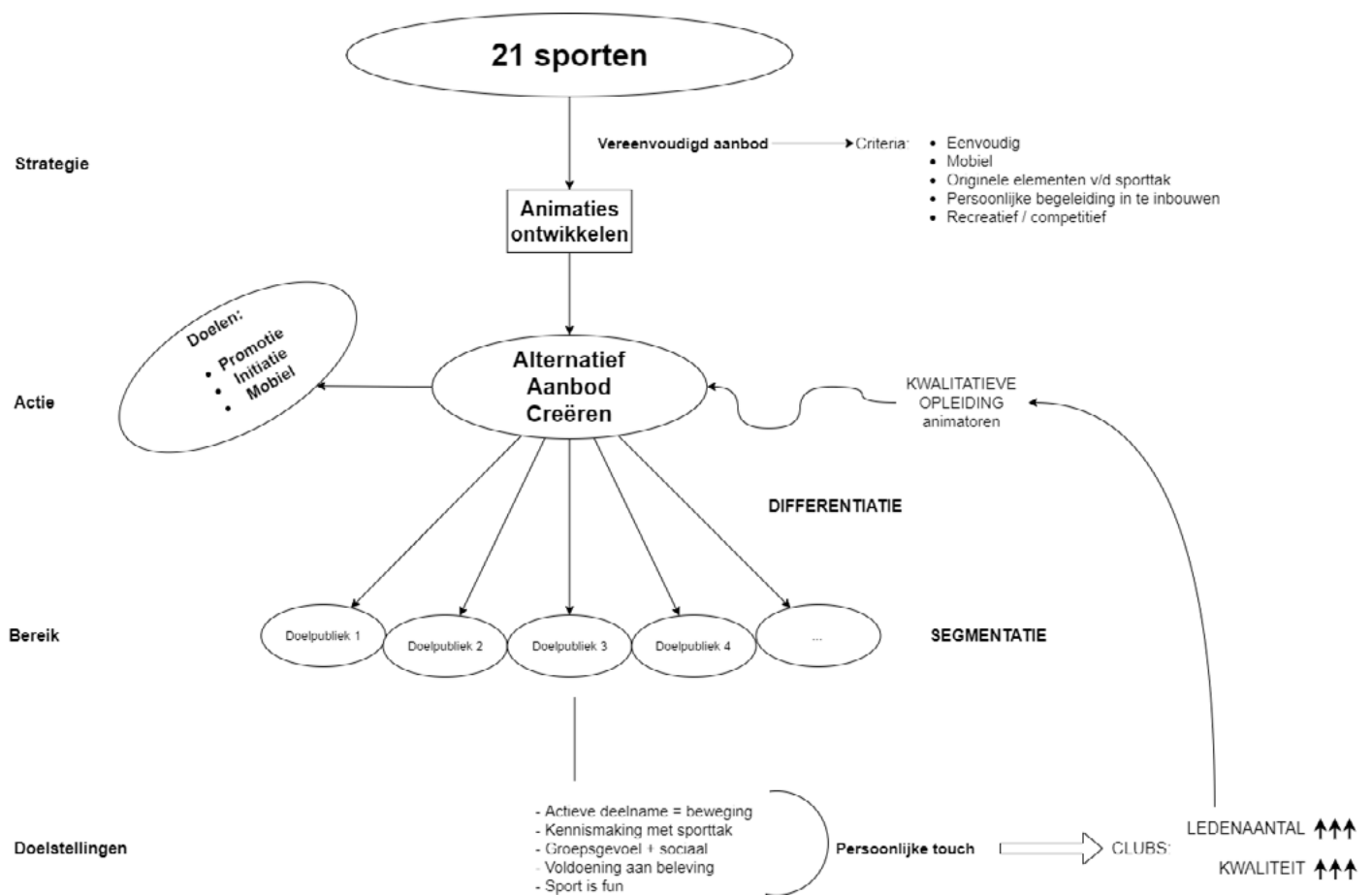
- Animaties en initiaties voor recreanten
- Animaties en initiaties voor senioren
- Animaties en initiaties kinderen <12j
- Animaties en initiaties jongvolwassenen
- Animaties en initiaties voor G-sporters

Samen sporten versterkt voor al deze doelgroepen de sociale verbondenheid en solidariteit binnen het weefsel van de sportclub en zorgt voor een socioculturele impact op de maatschappij en positieve invloeden op de leefwereld van deze doelgroepen.

Criterion 7

Nog meer dan de hiervoor reeds aangehaalde doelgroepen hebben onze testanimaties al vaak bewezen dat zij heel efficiënt de doelgroepen rond kansengroepen bereiken en sportparticipatie verhogen waarvan de overheid constateert dat die moeilijkst tot sporten aan te zetten zijn: senioren, kwetsbare jongeren en gezinnen, vluchtelingen en personen uit lagere sociale klasse, personen met een beperking,... De eerste stap naar een sportclub is voor hen net vaak de allermoeilijkste. Door het eenvoudige karakter van de animatie en de lokale setting maken zij kennis met een sport die zij anders niet direct zouden uitproberen. De één-op-één link met een lid van de lokale sportclub (die telkens aanwezig is) en persoonlijke begeleiding door de animator zorgen er vervolgens voor dat de link met de lokale sportclub op deze manier een stuk makkelijker wordt gelegd. Een eerste kennismaking met de sport mondt zo heel vaak uit in een vervolgtraject binnen de lokale club dankzij het persoonlijke contact.

Criterion 8



Binnen het projectplan (zie bijlage) wordt i.s.m. de projectpartners gefocussed op 'actie': via promotie, initiatie en mobiliteit bestaande drempels wegnemen door een fris alternatief aanbod uit te bouwen en zo een specifiek doelpubliek van niet aangesloten sporters kennis te laten maken met onze sporten. De bijhorende stijging van de kwaliteit van de werving en werking moet als uiteindelijk doel de ledenaantallen in de clubs doen toenemen.

In een normaal werkingsjaar tijdens de testperiode bereikten we via een 100-tal ingezette animaties gemiddeld zo'n 2.700 potentiële sporters. Het bijkomende, vernieuwende aanbod waarin dit project moet resulteren gaat uit van een stijging met 25% op jaarbasis, wat neerkomt op een extra bereik van 4.800 sporters over de voorziene drie jaar. Het proeven van onze sporten moet zo op zijn beurt als blijvend effect resulteren in een stijgend aantal nieuwe leden binnen onze clubs.

Criterion 9

Communicatie gebeurt in hoofdzaak digitaal met focus op social media en website in overeenstemming met de digitale communicatiestrategie van Vlas. Op korte termijn streven we naar merkbekendheid en op middellange termijn naar operationele doeltreffendheid van het project zonder op lange termijn de duurzaamheid uit het oog te verliezen.

De communicatie wordt in zijn geheel afgestemd op elke doelgroep apart door middel van gerichte segmentatie. De verschillende communicatiekanalen worden vervolgens op basis daarvan geselecteerd. Tone of voice: warm, sociaal, volkssport, traditie, fun. Voor de activatie van het merk wordt een grafische vormgeving (huisstijl, logo en kleurenpallet) uitgewerkt. **Deze zal tevens worden toegepast op de locaties waar de animaties effectief worden ingezet, waar d.m.v. een spandoek en flyers verder aan een grotere merkbekendheid wordt gewerkt. (brandactivatie)**

Strategische doelstellingen:

- MERKBEKENDHEID EN BETROKKENDHEID brandactivatie rond “#volkssportanimaties”
- GENEREREN VAN VERKEER OP WEBSITE EN SOCIAL MEDIA fanstrategie en communitybuilding
- GENEREREN VAN LEADS DIE CONVERSIES OPLEVEREN NAAR BOEKINGEN via website, sociale kanalen en gerichte mailings

Begroting

Om van dit project een succes te maken wil Vlas een occasionele medewerker in dienst nemen gedurende het project. Deze medewerker zal in staan voor de ontwikkeling, uitvoering, promotie en reservaties van de animaties en het geven van initiaties van deze volkssportanimaties. Vlas zou deze werknemer 9 uur in de week in dienst nemen waarin we er van uitgaan dat hij 4 uur/week nodig zal hebben voor administratieve taken en 5 uur/week voor het geven van initiaties. Deze verhouding is afhankelijk van de vraag naar initiaties.

Doordat deze werknemer wekelijks animaties zal geven op locatie zal deze ook tamelijk veel vervoerskosten hebben. We hebben een gemiddelde van 150km per initiatie genomen (75km door en 75km heen, hiermee zitten we in Mechelen centraal in Vlaanderen). Hierdoor komen we aan 600 kilometer per maand.

Ter promotie van onze animaties zullen we flyers ontwikkelen en laten drukken, enerzijds om te verdelen naar potentiële klanten die de animaties willen inzetten, anderzijds om uit te delen aan deelnemers om op deze manier in opvolging te kunnen voorzien en de drempel naar de lokale sportclub te verlagen. Naast flyers voorzien we ook 5 spandoeken die we tijdens initiaties kunnen ophangen. Om bekendheid te creëren rondom de volkssportanimaties en bijgevolg voor onze sporten zullen we ook een promotievideo laten maken. Deze zullen we aan de hand van een advertentiecampagne verspreiden over verschillende sociale media kanalen.

Voor de ontwikkeling van de volkssportanimaties zullen we verschillende ontwikkelingskosten hebben: aankoop materiaal, aanpassingen op maat, spelontwikkeling, constructie... Eenmaal een eerste prototype in elkaar gezet is weten we uit ervaring met de testanimaties dat er nog verschillende aanpassingen aan moeten gebeuren. De definitieve ontwikkeling krijgt vervolgens stilaan vorm aan de hand van de ervaring op het terrein en eventuele problemen die zich voordoen tijdens het gebruiken van de animatie.

Gezien de animaties aan intensief gebruik onderworpen worden leert de ervaring ons ook dat regelmatig onderdelen moeten vervangen worden door slijtage of breuk wat (kleine) onderhoudskosten met zich meebrengt.

6.1.2 Beleidsproject 2: Tradition 4 Kids

Vlaamse Traditionele Sporten en zijn honderden sportclubs werken al jaren hard rond het aanbieden van een alternatief instap-aanbod op maat van de jeugd. De instroom van sporters is cruciaal voor de overlevingskansen van vele sportclubs waar de gemiddelde leeftijd zich tussen 50 en 60 jaar bevindt, vaak zelfs nog hoger, en waar een ouderwets imago soms onterecht wordt meegesleept. Maar ook het behoud van deze jeugdleden en jongvolwassenen vormt een gewichtige uitdaging. Drop-out tegengaan en jonge leden op langere termijn aan de club binden willen we bereiken dankzij een doordachte jeugd- en adolescentenwerking die voortbouwt op vernieuwende initiaties onder de vlag “Tradition 4 Kids”.

De doelgroep van Tradition 4 Kids omvat de leeftijdsgroep 6 tot 14 jaar zodat er voldoende instapmogelijkheden ontstaan over alle 21 sporten heen. Zo lenen bepaalde sporten er zich toe om deze al aan te vatten op 6-jarige leeftijd (bv. boogschieten en katapult) terwijl andere een hogere instapleeftijd vereisen (bv. klepschieten en golfbiljart).

Het delen en doorgeven van ervaring staat ook centraal in de wisselwerking die we willen bewerkstelligen tussen de verschillende generaties. Deze uitwisseling van sporttechnische aspecten, sociale ervaring, waarden en normen en het belang van een groepsgevoel is ook een cruciaal element in het aanbieden van het alternatief kennismakingsaanbod op maat van de jeugd binnen het project Tradition 4 Kids dat bovenstaande uitdagingen wil aanpakken.

Het project Tradition 4 Kids wordt onderverdeeld in twee belangrijke pijlers. Enerzijds zullen we door middel van vernieuwende initiaties het huidige aanbod van onze sporten voorstellen op een leuke, attractieve manier waarin plezier en kwaliteit voorop staan. Anderzijds is het centraliseren, promoten, begeleiden en optimaliseren van alle jeugdinitiaties van onze clubs in één portaal, geïntegreerd in onze website, essentieel voor de opzet en kwaliteit van de eerste pijler.

Pijler1: Het project Tradition 4 Kids richt zich 100% op een specifiek vernieuwende kennismaking, aangepast aan de jeugd. Dit gebaseerd op het beproefde en succesvolle concept “Start to ...” zoals in andere sporttakken maar dan voor onze 21 verschillende volksporten **tegelijk**.

De huidige generatie manifesteert zich o.a. duidelijk door een andere beleving van het begrip tijd en vooral het gebrek daaraan. Een kortere aandachtspanne, de nood aan hapklare content, de snelheid waarmee informatie wordt verwerkt en het manifeste gebrek aan tijd om een nieuwe sport te leren kennen, laat staan uit te proberen. Ons aanbod wil met succes deze doelgroep overtuigen en moet dus aantrekkelijker, sneller en vooral op maat van deze digitale generatie. Prachtige voorbeelden zijn hiervan 3x3 basket, Airbadminton en Flex hockey.

Onze inspanningen richten zich dan ook voornamelijk op een alternatief aanbod dat bestaat uit:

- Nieuwe en aantrekkelijke formats (korte wedstrijden, snel resultaat, ...)
- Eenzelfde beleving in een kortere tijdsspanne (kortere sessies, louter basisregels, ...)
- Hapklaar, snel en digitaal (digitale spelvormen, individuele digitale resultaten, ...)
- Specifiek ontwikkeld sportmateriaal (vb. lagere schietwippen, jeugdbogen, luchtdrukgeweer, ...)
- Uniforme aanpak d.m.v. best practices bij alle clubs

Ervaring leert ons dat om dit alternatieve aanbod kwalitatief te kunnen voorzien clubs, bonden en Vlas moeten durven investeren in specifiek sportmateriaal op maat. Clubs die deze stap al hebben gezet behoren tot de meest succesvolle op gebied van instroom van jeugdleden en een verhoging van de sportparticipatie binnen deze specifieke doelgroep.

Hierbij wordt concreet gedacht aan en gebruik gemaakt van:

- Verlagen van de wip bij boogschieten staande wip (in plaats van 28 meter)
- Speciale jeugdbogen bij doelschieten en boogschieten op staande en liggende wip
- Nieuwe en aantrekkelijke doelen bij handboogschieten en kruisboog
- Vilt bolletjes in plaats van knickers bij katapult
- Lichtere krulbollen bij krulbol

Met T4K willen we kinderen duidelijk maken dat er naast de “populaire” of klassieke sporten ook nog alternatieven beschikbaar zijn en ze daarvan laten proeven. Wanneer een kind zich niet echt aangetrokken voelt tot een van de klassieke sporten stopt het vaak volkomen met sporten. Wanneer zij naast de “populaire” sporten een extra aanbod ontdekken van leuke, interactieve, snelle sporten die zij kunnen uitoefenen mét vrienden en zelfs familie is er meer kans dat ze toch aan het sporten gaan én blijven. **Een beloning na de initiatie in de vorm van een medaille verhoogt bij de kinderen de motivatie tijdens de deelname en zorgt er ook voor dat ze nadien T4K als tastbare herinnering mee naar huis kunnen nemen.**

Pijler 2: Veel nieuwe kennismakings-initiatieven binnen onze clubs komen op dit moment voort uit samenwerkingen met scholen, sociale instellingen, jeugdbewegingen en gemeentelijke jeugddiensten. Heel wat clubs hebben dankzij deze samenwerkingen veel leerrijke ervaringen opgedaan die door Vlas nu al deels wordt gecentraliseerd en gedeeld ter verbetering van activiteiten bij andere clubs. In het kader het Vlas jeugdportfonds werd zo bijvoorbeeld tijdens de recente pandemie een webinar-programma opgezet voor alle jeugdtrainers waar aan de hand van good practices kennis en ervaring werd gedeeld tussen tientallen clubs met een veelbelovende jeugdwerking. De feedback die hieruit ontstond bewijst eens te meer dat er een duidelijk vraag bestaat bij de clubs om vanuit Vlas initiatieven te nemen om hen bij te staan bij het opzetten en doorvoeren van een doordachte werking.

Het aanbod initiatieven en kennismakingen dat tot op vandaag werd ontwikkeld binnen onze clubs en bonden is zeer divers en ongestructureerd en daardoor inefficiënt. Met Tradition 4 Kids willen we, naast de uitbouw van die vernieuwende initiatieven, ook alle inspanningen van de clubs verzamelen op 1 portaal waar alle informatie, ondersteuning, toekomstige evenementen en activiteiten te vinden zullen zijn. Via dit portaal kan er dan brede promotie worden voorzien onder één algemene merknaam - "Tradition 4 Kids" - die garant staat voor een kwalitatief instaproject voor kinderen binnen de volkssportwerking. Het portaal zal daarbij constructief ondersteund worden met behulp van passende promotiekanalen gericht op deze specifieke doelgroep zoals bijvoorbeeld sociale media accounts op TikTok, Youtube en Instagram.

Naast dergelijke activiteiten zoals jeugdinitiatieven, probeersessies, schoolsportdagen, samenwerkingen met jeugdbewegingen, ... die clubs organiseren willen we via het portaal ook onze nationale sportbonden ondersteunen die tijdens grote evenementen zoals het Belgisch Kampioenschap, EK, WK, Nationale Keizerschieting, Europese Spelen, ... een apart beleevingsmoment voorzien voor kinderen waar kennis kan gemaakt worden met de desbetreffende sport onder begeleiding van topsporters binnen hun discipline.

Samengevat biedt T4K, **de volgende drie jaar**, in essentie een eenvoudige en kortere vorm van de sporttak, gebracht in een aantrekkelijk format, met minder regels en meer fun. Zo streeft het project in hoofdzaak naar kennismaking met en het aanzetten tot sporten. **Specifiek ontwikkeld materiaal en een gedegen, uniforme aanpak d.m.v. best practices (via een jeugdtrainersdag) beloven een top beleving op maat van deze doelgroep. Clubs en bonden vinden die extra ondersteuning en begeleiding daartoe in het T4K-portaal en op de jeugdtrainersdag waar alle kennis wordt gecentraliseerd en doorgegeven.**

Het proeven van onze sporten door duizenden kinderen moet zo op zijn beurt als blijvend effect resulteren in een stijgend aantal nieuwe leden binnen onze clubs.

Criterion 1

De targetdoelgroep van Start to Volkssporten of beter "Tradition 4 Kids" betreft een leeftijdsgroep waarbij het verloop tussen sporten heel hoog ligt. Kinderen proeven op deze leeftijd typisch van een breed pallet aan sporten, zowel meest bekende (voetbal, tennis...) als de minder voor de hand liggende (ballet, badminton...) vooraleer op latere leeftijd een definitieve keuze wordt gemaakt.

Tradition 4 Kids wil als hoofddoelstelling zijn kwalitatief aanbod op maat op het voorplan brengen om zo deze doelgroep de kans te geven om onze sporten te ontdekken. Dankzij het aanbieden van een eenvoudige en kortere vorm van de sporttak, gebracht in een aantrekkelijk format streeft het project in hoofdzaak naar kennismaking met en het aanzetten tot sporten. Aansluiten binnen onze reguliere clubwerking wordt dankzij deze eerste kennismaking sterk vereenvoudigd. Daarna kunnen de kinderen rekenen op ondersteuning door het kwaliteitsvolle jeugd+ project van Vlas dat al in veel clubs wordt toegepast.

Criterion 2

Op gebied van begeleiding kan Tradition 4 Kids terugvallen op de jarenlange ervaring en gedegen opleiding van jeugdtrainers die al aanwezig is binnen onze clubs. Het project brengt nu deze schat aan ervaring eindelijk samen op 1 portaal en organiseert ook bijkomende leermomenten waar deze begeleiders hun kunde samenbrengen en nog verder aanscherpen. Onder andere de uitstekende samenwerking met de Vlaamse Trainersschool (bv. Initiator boogschieten) draagt ook bij aan de hoge kwaliteitsnormen die wij voorop stellen.

Binnen het project wordt de begeleiding ook zo veel als mogelijk individueel aangepakt om kinderen zo persoonlijk mogelijk bij te staan, o.a. door het aanbieden van verschillende trainers, daardoor te werken met kleine groepen en regelmatige feedback te voorzien.

Dankzij het portaal zullen trainers én kinderen eenvoudig activiteiten en informatie kunnen terugvinden. De promotie zal zowel offline als online gebeuren, dit bv. Via TikTok, flyers op scholen...

Criterion 3

T4K biedt in essentie een eenvoudige en kortere vorm van de sporttak, gebracht in een aantrekkelijk format, met minder regels en meer fun. Zo streeft het project in hoofdzaak naar kennismaking met en het aanzetten tot sporten. Specifiek ontwikkeld materiaal en een gedegen, uniforme aanpak d.m.v. best practices beloven een top beleving op maat van deze doelgroep.

Omwille van de lage leercurve kan ook heel snel worden ingespeeld op het competitieve gevoel van de deelnemers aan de hand van kleine wedstrijdjes en andere leuke spelvormen. Deze dragen automatisch ook bij tot een streven bij de kinderen om almaar beter te worden en de sport daarna in al zijn facetten echt te gaan ontdekken en te leren kennen. Doordat ze op dat moment al kennis gemaakt hebben met (de personen binnen) een club is de stap naar lidmaatschap veel kleiner geworden.

Dankzij de verdere begeleiding van jongeren binnen het project jeugd+ van Vlas zullen de jongeren ook na het aansluiten verdere begeleiding krijgen.

Criterion 4

Wanneer het project voldoende bekendheid geniet dankzij de centralisatie op het portaal en de overkoepelende promotie rond het merk en waar het voor staat rekenen we enerzijds op een verhoogde instroom van leden (en dus lidgelden) in onze meest actieve clubs.

Anderzijds rekenen we ook op een sneeuwbaaleffect bij en een makkelijke instap voor clubs die vandaag ietwat achterblijven maar door het succes van Tradition 4 Kids getriggerd worden om ook een jeugdwerking op te starten of te professionaliseren.

Na de initiële investering in de opzet van het portaal, de promotie en activatie van het merk en aankoop van sporttechnisch materiaal moet zowel de begeleiding vanuit Vlas als de uitrusting en de knowhow bij de clubs op punt staan om in de toekomst kwalitatief te worden voorgezet.

De duurzame instroom van nieuwe leden bij onze sportclubs en binnen ons jeugdwerkproject Jeugd+ zorgt voor een positieve evolutie in ons ledenbestand en bijgevolg van de strategische doelstelling ledenwerving.

Criterion 5

Onze clubs en bonden leveren hun jarenlange ervaring aan met betrekking tot jeugdinitiaties en samenwerkingen met scholen, sociale instellingen, jeugdbewegingen en gemeentelijke jeugddiensten. Samen met hen distilleren we de meest kwalitatieve best practices om deze binnen het nieuwe format efficiënt in te kunnen zetten. Vervolgens passen zij deze aanpak en de opgedane knowhow toe binnen hun clubs.

Reclamebureau Hannibal zorgt voor de technische opmaak van het websiteplatform en de grafische vormgeving en huisstijl van het merk Tradition 4 Kids.

Samenwerkingen met hogescholen Howest en Vives dragen hier tenslotte hun steentje bij door het aanleveren van gekwalificeerde en gemotiveerde stagiairs met een specialisatie in sport, marketing en social media. Zij staan het secretariaat van Vlas bij in het aanleveren van content voor de social media kanalen, het opzetten van jeugdtrainersdagen en ontwerpen van handleidingen voor initiaties, veilig sporten, gezonde levensstijl enzovoort.

Criterion 6

Onze traditionele sporten zijn over het algemeen al inclusief, laagdrempelig en erg lokaal en sociaal ingebed. Er werd al vaak aangetoond dat ze heel efficiënt verschillende en diverse doelgroepen bereiken en hun sportparticipatie verhogen door instapdrempels weg te nemen. Vlas-clubs onderschrijven vandaag al een open en inclusieve aanpak in hun (bestuurs)werking en ledenbeleid, "iedereen is welkom" staat resoluut centraal.

Zowel vanuit Vlas als bij onze clubs wordt het aanbod eenvoudig aangepast op maat van de verschillende doelgroepen die met dit project kunnen worden aangesproken, bijvoorbeeld :

- Initiaties voor 6-8, 8-10, 10-12 en 12-14 jaar
- Initiaties voor jeugdige G-sporters
- Initiaties voor kinderen met autisme en gedragsproblemen

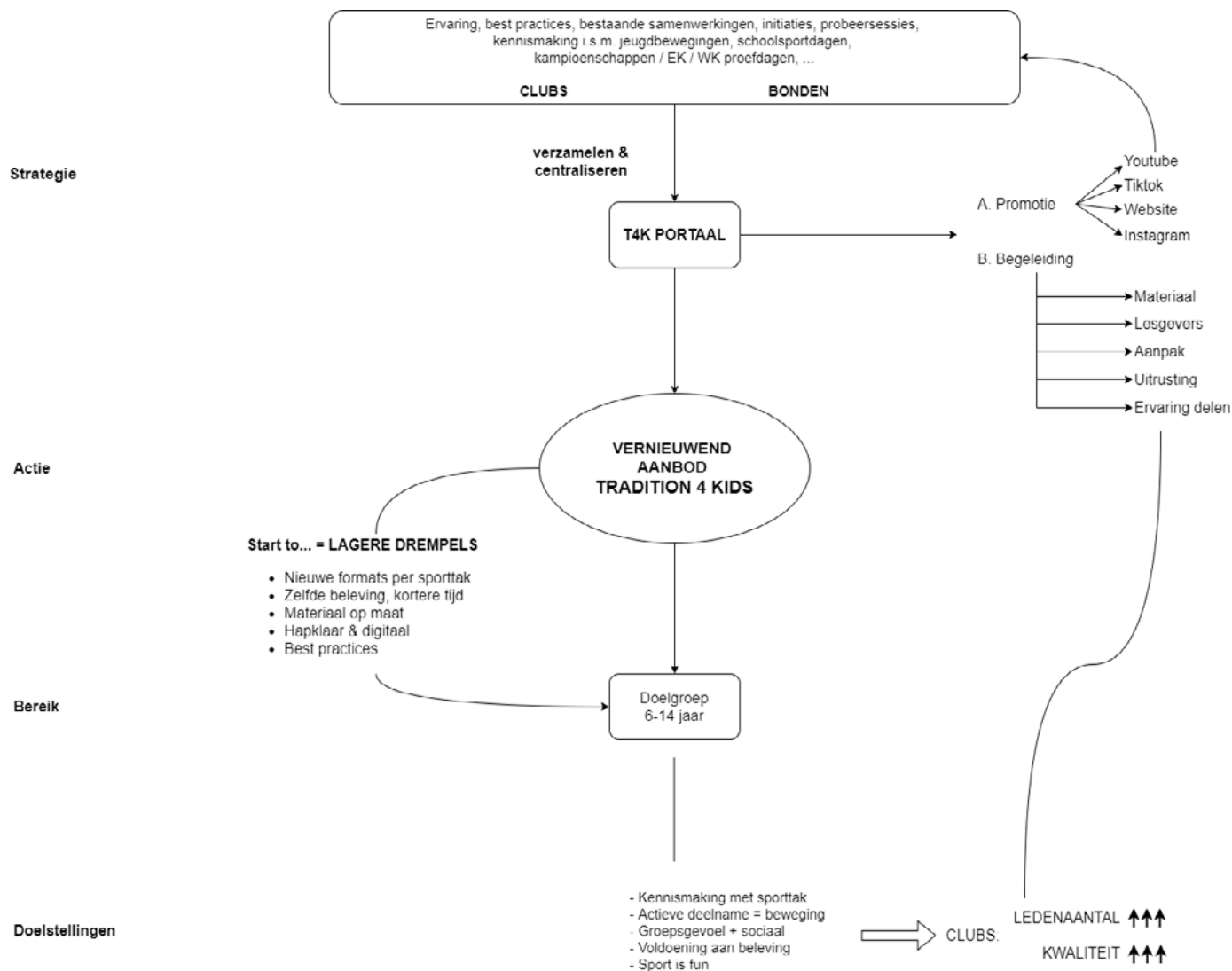
Samen sporten versterkt voor al deze doelgroepen de sociale verbondenheid en solidariteit binnen het weefsel van onze sportclub en zorgt voor een socioculturele impact op de maatschappij en positieve invloeden op de leefwereld van deze jongeren.

Criterion 7

Volkssporten zijn van nature uit al vaak laagdrempelig, bovendien zorgt hun zeer lokale en uitgesproken sociale inbedding ervoor dat ze heel efficiënt kansengroepen bereiken waarvan de overheid constateert dat die moeilijkst tot sporten aan te zetten zijn: kwetsbare jongeren en gezinnen, vluchtelingen en personen uit lagere sociale klasse, personen met een beperking... De eerste stap naar een sportclub is voor hen vaak de allermoeilijkste. Samenwerkingen van onze clubs met scholen, sociale instellingen, jeugdbewegingen en gemeentelijke diensten laten deze drempel vervagen omdat een eerste persoonlijke connectie al wordt gemaakt.

Het eenvoudige karakter van onze initiaties binnen Tradition 4 Kids en de lokale setting (binnen eigen gemeente) zorgt er vervolgens voor dat de link met de lokale sportclub op deze manier een stuk makkelijker wordt gelegd. Deze eerste kennismaking met de sport mondt zo heel vaak uit in een vervolgtraject binnen de lokale club dankzij het persoonlijke contact.

Criterion 8



Binnen het projectplan (zie bijlage) wordt i.s.m. de projectpartners gefocust op 'actie': via het nieuwe format en het nieuwe portaal bestaande drempels wegnemen door een frisse, alternatieve initiatie uit te bouwen en zo een specifiek doelpubliek van niet aangesloten sporters kennis te laten maken met onze sporten.

In een normaal werkingsjaar verzorgen onze clubs ongeveer 490 initiaties en kennismakingen. Dankzij dit project zouden de eerste 45 Start To-initiaties (600 kinderen) onder de vlag van T4K professioneler en uniform aangepakt kunnen worden met de beste begeleiding. De kwaliteit van het aanbod en de opleiding van de trainers moet een voortschrijdend effect creëren zodat we de volgende jaren naar 50, 75 en 100 T4K-initiaties kunnen groeien in gans Vlaanderen. Over 4 jaar spreken we bijgevolg van een bereik van 3.250 extra sportende kinderen.

Het proeven van onze sporten moet zo op zijn beurt als blijvend effect resulteren in een stijgend aantal nieuwe leden binnen onze clubs.

Criterion 9

TikTok, YouTube, Insta... communicatie gebeurt hier in hoofdzaak digitaal met focus op social media en het T4K-websiteplatform in overeenstemming met de digitale communicatiestrategie van Vlas. Op korte termijn streven we naar merkbekendheid en op middellange termijn naar operationele doeltreffendheid van het project zonder op lange termijn de duurzaamheid uit het oog te verliezen.

De communicatie wordt in zijn geheel afgestemd op de doelgroep kinderen en gezinnen. De verschillende communicatiekanalen worden vervolgens op basis daarvan geselecteerd. Tone of voice: warm, sociaal, volkssport, traditie, fun. Voor de activatie van het merk wordt een eigen grafische vormgeving uitgewerkt.

Deze zal tevens worden toegepast op de locaties waar de initiaties effectief worden ingezet, waar d.m.v. een spandoek en flyers verder aan een grotere merkbekendheid wordt gewerkt. (brandactivatie)

Strategische doelstellingen:

- MERKBEKENDHEID EN BETROKKENDHEID brandactivatie rond “Tradition 4 Kids”
- GENEREREN VAN VERKEER OP WEBSITE EN SOCIAL MEDIA fanstrategie en communitybuilding
- GENEREREN VAN LEADS-CONVERSIES NAAR INITIATIEBOEKINGEN BIJ CLUBS via website, sociale kanalen en gerichte mailings

Begroting

Om van dit project een succes te maken wilt Vlas een occasionele medewerker in dienst nemen gedurende het project. Deze medewerker zal in staan voor de onderhoud van het portaal, het begeleiden van clubs bij het opstarten van initiaties en kennismakingen, promotie van T4K, begeleiden van initiaties en kennismakingen. Vlas zou deze werknemer 9 uur in de week in dienst nemen waarin we er van uitgaan dat hij 4 uur/week nodig zal hebben voor administratieve taken en het uitbouwen van de jeugdtrainersdag en 5 uur/week voor het geven van initiaties. Deze verhouding is afhankelijk van de vraag naar initiaties.

Doordat deze werknemer wekelijks initiaties zal geven op locatie zal deze ook tamelijk veel vervoerskosten hebben. We hebben een gemiddelde van 150km per initiatie genomen (75km door en 75km heen, hiermee zitten we in Mechelen centraal in Vlaanderen). Hierdoor komen we aan 600 kilometer per maand.

Wat betreft het centraal platform dient een agenda in nieuwe paginastructuur toegevoegd aan onze website. Het centraliseren, promoten, begeleiden en optimaliseren van alle jeugdinitiaties van onze clubs op één centraal platform of portaal, geïntegreerd in onze website, is essentieel voor de opzet en kwaliteit van het project.

Ter promotie van onze T4K initiaties zullen we naast een eigen logo en huisstijl (investering gespreid over 3 jaar) ook flyers ontwikkelen en laten drukken. Naast flyers voorzien we ook 5 spandoeken die we tijdens initiaties kunnen ophangen om zo meer en meer het merk te activeren. Om enerzijds merkbekendheid te creëren rond de T4K initiaties en anderzijds de lokale trainers visueel te ondersteunen d.m.v. best practices zullen we een promotie- en instructievideo laten maken. Deze zullen we aan de hand van een advertentiecampagne ook verspreiden over verschillende sociale media kanalen.

De deelnemende kinderen ontvangen na afloop van de initiatie een T4K medaille als herinnering aan hun geslaagde initiatie. Op deze manier verhoog je bij de kinderen motivatie tijdens de deelname en nemen ze T4K als tastbare herinnering mee naar huis.

De jeugdtrainersdag, die wordt opgezet ter ondersteuning en begeleiding van de lokale trainers, wordt ondersteund door middel van het inzetten van gespecialiseerde en ervaren lesgevers om hen consistente T4K leermethodes mee te geven en zo voldoende kwaliteit te waarborgen naar hun toekomstige initiaties in de club. Vlas voorziet zelf in een budget voor catering, het aanwezige lesmateriaal en de noodzakelijke vrijwilligers.

6.2 Innovatie

De traditionele sporten die onderdeel zijn van Vlas zijn over het algemeen weinig innovatief. Zo constateren wij toch dat de interesse vanuit de leeftijdsgroep 6 tot 60 gevoelig afneemt en onze sporten vaak kampen met een oubollig en negatief imago. Vaak gaat dit gepaard met een kortere aandachtsspanne en tijdsgebrek bij de huidige -jongere- generaties. Gebrek aan tijd om een sport aandacht te geven, te bestuderen, laat staan uit te testen of aan te leren.

Om er voor te zorgen dat ook meer jeugdleden en volwassenen zich aansluiten bij onze clubs en actief onze sporten beoefenen zullen we het project “Nieuw Aanbod” ontwikkelen. Dit in navolging en overeenstemming met vele andere initiatieven die overal opduiken bij o.a. organisaties die dezelfde nood hebben aangevoeld binnen hun clubs zoals bijvoorbeeld Ultimate Tennis Challenge, Virtuele Zwift Ronde van Frankrijk, VR-rugby opleidingen en GymCoach@Home.

6.2.1 Beleidsproject 3: Nieuw aanbod creëren in samenwerking met onze bonden

Bovenop de probleempunten hierboven aangehaald hangen aan de andere kant veel van onze traditionele sporten vast aan bepaalde tradities en routines die soms minder goed werken, beperkend kunnen zijn en dus minder aantrekkelijk zijn binnen de huidige maatschappij en leefwereld. Hierdoor kan of wil niet iedereen deelnemen aan de clubactiviteiten van deze sporten.

Hieronder enkele voorbeelden van zo'n typische problemen:

- Vaak gaan er wedstrijden door die vier uur duren. Vaak geven mensen aan dat dit te lang is. Ze willen wel gaan sporten, maar het moet vooruit gaan.
- Voor startende (jeugd) wipschutters is het vaak moeilijk om raak te schieten op 25 meter hoogte. Ze missen hiervoor vaak de kracht en vanaf dag één gaan ze bovendien in competitie met schutters die tientallen jaren ervaring op de teller hebben. Doordat dit moeilijk is, zijn ze vaak snel niet meer gemotiveerd en haken af.

Vlas wil in overleg en samen met zijn bonden werken aan nieuwe, innovatieve vormen van het aanbod. Dit zou kunnen door nieuwe formules op gebied van nieuwe competitievormen, aangepaste spelregels, ...

Het doel is naast het aantrekken van nieuwe doelgroepen ook om huidige leden extra voldoening te schenken, nieuwe horizonten te laten verkennen en zo met vernieuwde motivatie de sport voort te zetten.

Voor dit project zullen we een subsidieaanvraag indienen onder de beleidsfocus innovatief. We zullen deze subsidieaanvraag indienen voor de jaren 2023 en 2024.

7. Bijlage 1:Lijst afkortingen

Afkorting	Voluit
Vlas	Vlaamse Traditionele Sporten
VOSCO	Volkssportconfederatie
OSV	Organisatie voor Sportieve Vrijtijdsbesteding
VSF	Vlaamse Sportfederatie
ETSGA	European Traditional Sports & Games Association
BKB	Belgische Krulbolbond
VKB	Vlaamse Krulbolbond
KNBBW	Koninklijke Nationale Bond der Belgische Wipschutters
BTB-VL	Belgische Touwtrekbond – afdeling Vlaanderen
VKF	Vlaamse Kegelsport Federatie
Z&L	Verbond Zand en Leemstreek
VSJG	Verbond Sint-Jorisgilden
B-L	Verbond Beringen-Lummen
BFSB-VL	Belgische Flessenschutters Bond – Vlaanderen
NKKS	Noord Kempische Karabijn Schutterskring
VSMBF	Vlaamse Short Mat Bowls Federatie
Vkb	Vlaamse katapultbond
LUK	Landelijke Unie der Kruisboogschutters
VTE	Voltijds Equivalent
API	Aanspreekpersoon integriteit
RvB	Raad van Bestuur
AV	Algemene Vergadering
SD	Strategische Doelstelling
OD	Operationele Doelstelling
A	Actie
IAA	Innovatief Animatie Aanbod
ILA	Internet Ledenadministratie
SGG	Seksueel Grensoverschrijdend Gedrag
DIG	Digitale communicatie
PR	Public relations en marketing
ONG	Ongevallenverzekering
SSL	Sportschutterslicentie
BIJ	Bijscholing sporttechnisch
BEG	Begeleiding clubs en bonden
GES	Gezond en Ethisch Sporten
LED	Ledenwerving
JEU	Jeugdportfonds
NAB	Nieuw Aanbod creëren i.s.m. bonden
SEC	Secretariaat
SETS	Strengthening European Traditional Sports
KPI	Kritische Prestatie Indicatoren
IW	Initiator Wipschieten
bvb.	bijvoorbeeld
VTS	Vlaamse Trainersschool
i.s.m.	in samenwerking met