



Strategisch Plan 2025 – Judo Bond Nederland

Een leven lang groei voor mens en maatschappij!

Datum: 13-3-2024





Voorwoord

Judo Bond Nederland faciliteert **een leven lang groei** voor mens en maatschappij. De JBN wil zoveel mogelijk Nederlanders in verbinding brengen met onze budosporten en onze BUDO waarden positief aan alle Nederlanders overdragen. Dit begint met een totale cultuuromslag binnen de JBN organisatie van **'ieder voor zich'** naar **'samen sterk'**.

Om bovenstaande te bereiken moeten we kennis en kunde met elkaar delen en vooral in elkaar **waarderen**. De JBN is een organisatie met veel enthousiaste vrijwilligers met één gemeenschappelijke deler: **Passie voor BUDO!** De erkenning voor de tomeloze inzet van onze vrijwilligers mogen we meer uitdragen omdat iedereen zich binnen de JBN-familie welkom en gewaardeerd mag voelen.

De JBN wil daarom werken vanuit **een integrale aanpak**. Op de eerste plaats **werken we met elkaar**, binnen onze eigen sportorganisatie met clubs en vrijwilligers, maar zeker ook daarbuiten met overheidsinstanties en andere actoren in de sport. Samen maken we budo mogelijk en functioneert de JBN als spin in het web om onze budosporten georganiseerd te houden. De JBN heeft verschillende rollen, waaronder (en niet uitsluitend) ondersteunen en hulp bieden in de vorm van kennis en expertise voor onze clubs, vrijwilligers en budoka's. Daarnaast willen wij de budosport en haar waarden op een positieve wijze doorgeven aan volgende generaties door een veilig sportklimaat te **waarborgen**.

Deze vernieuwde aanpak krijgt nu een structurele blauwdruk in de vorm van een strategisch plan met het vizier op de **toekomst**. De JBN heeft de nieuwe inzichten en Bottom-up aanpak gebundeld in een 'levend' document dat hier voor u ligt.

Bij de totstandkoming van dit strategisch plan zijn we begonnen bij onze **purpose**, het bestaansrecht van de JBN. Door samen antwoord te geven op de vragen: 'why, how and what?' komen we tot een breed gedragen missie, visie en strategie.

In deel een en twee gaan we in op het proces en waar we nu als Judo Bond Nederland staan. In deel drie en vier behandelen we de (concept) missie, visie, ambities en doelgroepen. In de fase hierna zullen de werkwijze van de JBN en de consequenties voor financiën en de werkorganisatie ingevuld worden.

Veel leesplezier, domo arigato!



Inhoudsopgave

Deel 1: Het proces	4
Deel 2: Waar staat de JBN nu?	5
Externe Analyse	5
SWOT Analyse	5
Basisprincipes en BUDO waarden.....	6
BUDO: het nieuwe DNA van de JBN	7
Ikigai	8
Deel 3: Missie, Visie en Doelgroepen	9
Missie	9
Visie	9
Doelgroepen	9
1 Sporters	9
2 Clubs en scholen.....	10
3 Overige partners.....	10
4 Overheden	10
Deel 4: Ambities	11
1. Breedtesport (sportparticipatie)	11
2. Wedstrijdsport.....	12
3. Kader en Opleidingen	13
4. Partnerships, Marketing & Communicatie	14
5. Verenigingen en clubs	15
6. Topsport	16
Deel 5: Onze werkwijze	17
Deel 6: Financieel en de nieuwe werkorganisatie	17



Deel 1: Het proces

Zoals in het jaarplan beschreven is 2024 een jaar van transitie. Door zowel bestuur als ledenraad is de nadrukkelijke wens uitgesproken om vooral **samen** op zoek te gaan naar een nieuwe strategische lijn. Immers, de JBN zijn we met elkaar: vrijwilligers, het bondsbureau, clubs en onze leden.

Het afgelopen jaar is dan ook hard gewerkt aan **bestuurlijke vernieuwing** met als doel een betere en slagvaardiger samenwerking tussen onze vrijwilligers en het bondsbureau. Dit proces is binnen de JBN organisatie in gang gezet via het WOW-project. Inherent aan de inrichting van deze bestuurlijke vernieuwing en de gewenste bottom-up methode is de ontwikkeling van een breed gedragen **missie, visie** en **strategie**.

Dit betekent letterlijk terug naar de tekentafel. Wat vindt onze achterban namelijk van de huidige missie en visie en waar willen we **samen** naartoe? Om erachter te komen wie we zijn, wat we doen en waarom we het doen hebben we in de afgelopen maanden uitgebreid overlegd met ledenraadsleden, districtsbestuurders, commissieleden, bestuur en medewerkers. Onderstaand schema geeft de route weer die we hebben gelopen om te komen tot dit concept plan. Na beoordeling door het bestuur (en eventuele aanpassingen aan het plan) gaan we in gesprek met de ledenraad om te bepalen of we met de voorgestelde missie, visie en ambities verder kunnen om uit te werken tot het definitieve strategisch plan.

Wat?	Wie?	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
Ledenonderzoek	Bonds-bureau																															
Clubonderzoek	Bonds-bureau																															
Externe maatschappelijke analyse	Bonds-bureau																															
Learnings huidige strategisch plan	Bonds-bureau																															
Data-analyse	Bonds-bureau																															
Discussie Missie en Visie JBN	Ledenraad, Bestuur																															
Afzonderlijke proepprocedures over SWOT	Ledenraad, bestuur, Bonds-bureau, MT, Districten																															
Uitwerken strategische scenario's	Bonds-bureau																															
Keuze strategische scenario's	Bestuur, Directie																															
Bevestiging keuze strategisch scenario door Ledenraad	Ledenraad																															
Uitwerken strategisch scenario in Ambities en Doelstellingen	Bestuur, Bonds-bureau																															
Eerste discussieronde Ledenraad	Ledenraad, bestuur																															
Aanpassen op basis van discussie	Bonds-bureau																															
Finale besluitvorming	Ledenraad																															

Voor het **vervolg** van dit proces zal de interne projectgroep van het bondsbureau de ambities vertalen in een werkwijze (lees: hoe de ambities gerealiseerd kunnen gaan worden) en concrete kaders voor de lange termijn budgetten en consequenties voor de werkorganisatie. In dit laatste deel kan, net als in het voorgaande traject, tussentijds afstemming gezocht worden met de achterban om de betrokkenheid en het draagvlak zo groot mogelijk te houden.

Uiteindelijk zal in de ledenraad van juni de concept strategie vastgesteld kunnen worden.



Deel 2: Waar staat de JBN nu?

In dit proces is veel aandacht besteed aan het beschrijven van de huidige situatie. In het voortraject zijn eigen data uit de administratie en diverse club- en ledenonderzoeken beschouwd, er is gesproken met ledenraad en districtsbestuurders en er zijn op basis hiervan diverse brainstorm sessies gehouden. Het algemene beeld dat we hieruit halen is dat de budosporten veel betekenis kunnen hebben voor de maatschappij en dat de JBN volop groeimogelijkheden heeft. Tegelijkertijd zien we dat de organisatie in een veranderproces zit en dat het traject van bestuurlijke vernieuwing een basis heeft gelegd voor een volgende stap. Maar we zijn er nog niet! De nieuwe manier van werken vraagt de komende jaren nog veel aandacht en zal deels nog uitgewerkt moeten worden. Het is dus naast het benoemen van kansen en mogelijkheden ook belangrijk om duidelijk te zijn over wat we nog niet kunnen of welke risico's er zijn.

Externe Analyse

De wereld van sport is volop in beweging. Na de coronaperiode, die ons allemaal veel problemen heeft opgeleverd, moeten we alle zeilen bijzetten om te herstellen en weer een opwaartse lijn te vinden. In de maatschappij van nu zijn de volgende trends en ontwikkelingen van groot belang voor de JBN, haar clubs en de leden:

1. Sport staat in de belangstelling (gezondheid, welzijn) maar is financieel en organisatorisch verzwakt. Veel clubs staan aan de rand van de afgrond en nieuwe vrijwilligers vinden is een enorme klus.
2. Motorische ontwikkeling van jonge kinderen is zorgelijk en 'we' zitten veel te veel. Toch staat binnen het basisonderwijs sport en bewegen in het lesrooster nog altijd onder druk en komt bedrijfssport in Nederland nauwelijks van de grond.
3. Vrijwilligers zijn moeilijk te motiveren voor verantwoordelijk werk, terwijl de verantwoordelijkheid die de maatschappij van sportverenigingen en vrijwilligers vraagt, steeds toeneemt. Toenemende vergrijzing en eenzaamheid staan deels haaks op deze ontwikkeling.
4. Versnelling in digitalisering en 'NU-moraal' maken dat met name jongeren steeds moeilijker op vaste momenten aan één activiteit willen doen. Dit betekent ook dat er steeds hogere eisen aan dienstverlening gesteld worden.
5. Het politiek klimaat is aan het veranderen en dat levert grote onzekerheden op voor de financiering van verenigingssport en topsport.

SWOT Analyse

In de werk- en strategische sessie op het bondsbureau is veel informatie verzameld via een zogenaamde SWOT analyse, die daarna nog meerdere malen besproken is. De belangrijkste bevindingen zijn verpakt in het onderstaande diagram.



sterk

1. JBN familie: veel gepassioneerde vrijwilligers
2. Onderscheidend karakter budosporten met antwoord maatschappelijke ontwikkelingen
3. Ondernemerskracht bij sportscholen
4. Meerwaarde Kyu-dangraden
5. Breed wedstrijdaanbod en -organisatie
6. Breed sportaanbod
7. Samenwerking JeugdFonds Sport&Cultuur
8. JBN expertisecentrum en opleidingen
9. Professionele topsportstructuur en organisatie met meerwaarde voor hele JBN
10. Keurmerkclubs zijn succesvoller voor de JBN

zwak

1. Veel niet-leden (60k), onvoldoende meerwaarde lidmaatschap en onzichtbaarheid van de bond
2. Gering recreatief aanbod (match vraag en aanbod)
3. Hoog gewaardeerde diensten zijn onbekend bij aangesloten clubs en verenigingen
4. Geen duidelijke missie naar buitenwereld
5. Onpersoonlijk en kil imago (log, autoritair, regels)
6. Grote afhankelijkheid JBN van contributie, maar het contributiesysteem sluit niet aan bij de wensen
7. Organisatiecapaciteit sluit niet aan bij de ambities
8. (nog) Weinig samenwerking binnen de bond

kans

1. Vergrijzing biedt kansen tot verbreding sportaanbod en werving vrijwilligers
2. Stijgende kosten voor Zorg&Veiligheid, maken preventie belangrijker
3. Forse landelijke investeringen in het in beweging krijgen en houden van jeugd
4. Community- en belevingsdenken neemt toe
5. Maatschappelijk belang sport en bewegen groeit
6. De influencer-maatschappij hecht steeds meer waarde aan rolmodellen
7. Digitalisering wordt gemeengoed

bedreiging

1. Vergrijzing zorgt voor een lagere instroom van jeugd
2. Nederland telt steeds minder vrijwilligers
3. De digimens en zappsporten zorgen voor bewegingsarmoede en andere sportconsumptie
4. Onzekerheid subsidies en wijze van financiering sport
5. Het externe vertrouwen in de JBN organisatie is laag
6. Georganiseerde sport wordt in Nederland gezien als een recht en mag weinig kosten
7. Het sportaanbod in Nederland raakt steeds verder versnipperd en dat kost klassieke bonden leden

Basisprincipes en BUDO waarden

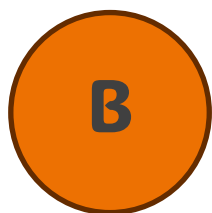
In de SWOT analyse, maar ook het purpose model wordt meerdere malen verwezen naar het belang van onze budo kernwaarden die inherent verbonden zijn met de eeuwenoude Japanse krijgskunsten en levensfilosofie. In alles wat we doen bij Judo Bond Nederland gaan we uit van deze gedragingen als **basisprincipe**. In de huidige samenleving zijn verbinding met en respect voor elkaar van groot belang voor een harmonieus en waardevol leven. Dit vormt het **waarom** we doen, wat we doen en daarom besteden we veel aandacht aan onze opleidingen en zijn we **trots** op de talloze JBN vrijwilligers die die deze 8 waarden dagelijks uitdragen en **doorgeven**:

- *Verdraagzaamheid* wil zeggen dat we denkbeelden, gewoonten en kenmerken van anderen niet afwijzen maar erkennen als gelijkwaardig
- *Zelfbeheersing* is het kennen van de grenzen van jezelf en anderen; we leren om kalm te blijven als je boos wordt
- *Respect en vriendschap* betekent dat we anderen in hun waarde laten. Ook, of juist als je van mening met elkaar verschilt. In onze sporten behandelen we iedereen als een vriend
- *Eerlijkheid* wil zeggen dat we oprecht zijn in wat we zeggen en wat we doen
- *Integriteit* betekent dat we altijd het goede willen doen en nooit een ander willen beschadigen
- *Trouw* zien wij als de belofte dat anderen op je kunnen rekenen en dat je altijd inzet toont om te helpen
- *Eer* betekent voor ons dat we tradities en afspraken die we maken niet breken
- *Moed* staat voor doorgaan, ook als het soms tegenzit of angst je in de weg zit



BUDO: het nieuwe DNA van de JBN

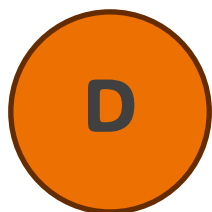
Uit de analyse kunnen we ook een viertal fundamentele rollen herleiden die de JBN en haar sporten uniek maken: **Bewegen**, **Uitdagen**, **Doorgeven** en **Ontwikkelen** door BUDO. Deze fundamentele rollen vormen het nieuwe **DNA** van de JBN.



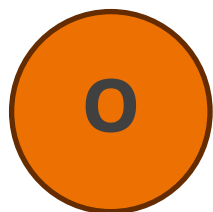
Bewegen is het fundament voor een gezond leven. Goed en genoeg bewegen zorgt voor fysieke én mentale gezondheid¹. Voor kinderen tussen 4 en 6 jaar biedt de budosport een veilige omgeving om te leren stoeien, vallen en weer opstaan en de waarde van sparren met respect voor je tegenstander. Ook op hoge leeftijd is de budosport een verrijking. Naast de sociale functie van de vereniging of sportschool, biedt de JBN valpreventie voor ouderen om zelfverzekerd en fit te blijven.



Uitdagen is in de budosport vanzelfsprekend. Het Kyu-dangradensysteem biedt een ontwikkelpad voor het leven. Hierbij staat het individu centraal en kan je in je eigen tempo ontwikkelen. Onze competities zijn uitdagend voor alle doelgroepen met vrijwel alle (on)mogelijkheden. In de budosporten word je steeds uitgedaagd om het beste van jezelf te laten zien.



Doorgeven staat voor de passie die onze leraren en vrijwilligers hebben om BUDO en haar waarden aan anderen over te brengen. Zij hebben zelf ervaren hoezeer de budosport op alle levensvlakken een verrijking is geweest en willen dit graag doorgeven. De JBN besteedt daarom veel aandacht aan opleidingen voor leraren en officials.

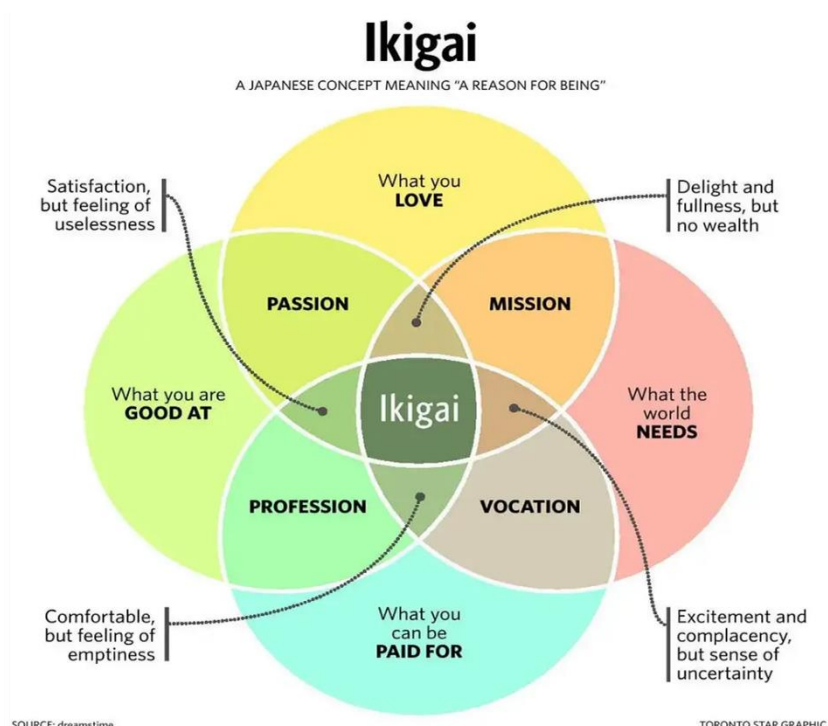


Ontwikkelen is de kern van onze overtuiging. Het concept van *ikigai* (vrij vertaald; je levensdoel) past heel goed bij de budosporten en de JBN. In elke levensfase kan je jezelf verder ontwikkelen en mensen iets meegeven waarmee ze mentaal en fysiek gezond blijven. Een leven lang groei is waar wij onze *purpose* vinden.



Ikigai

Tijdens onze werksessie op 10 januari jl. zijn we, samen met onze achterban, op zoek gegaan naar de *purpose* van de JBN. Het model van Hubert Joly is gebaseerd op een van origine oud Japans concept **ikigai**, wat onlangs door onderzoekers Francesc Miralles en Héctor García beschreven is. Ikigai staat voor datgene waar jij je bed voor uitkomt en waard is om voor te leven. Het is je passie waarin vier elementen samenkomen: hetgeen waar je van houdt, wat de wereld nodig heeft, waarvoor je betaald kunt worden en waar je goed in bent.



Het is geen toeval dat dit Japanse concept zo goed aansluit bij onze budosporten, -waarden en het nieuwe DNA van de JBN. Zelfontwikkeling en **een leven lang groei** voor mens en maatschappij is de verantwoording voor onze intense **passie** voor BUDO.

De JBN, een leven lang groei voor mens en maatschappij!



Deel 3: Missie, Visie en Doelgroepen

De JBN is vanuit onze basisprincipes, waarden en nieuwe DNA op zoek gegaan naar een missie en visie welke inspireert, verbindt en begrijpelijk is voor alle Nederlanders. We zijn daarbij tot de volgende missie en visie gekomen:

Missie

De **Missie** van de JBN is om meer mensen in verbinding te brengen én te houden met onze budosporten, en BUDO aan ieder mens door te geven!

Visie

Onze **Visie** is dat budo bijdraagt aan een gebalanceerde levenswijze en filosofie, waarin respect en zelfontwikkeling centraal staan. Vanuit ons DNA: **Bewegen Uitdagen Doorgeven** en **Ontwikkelen**, faciliteert Judo Bond Nederland onze budosporten aan iedereen die zichzelf fysiek, mentaal en sociaal wil verbeteren.

Doelgroepen

Er zijn talloze doelgroepen voor onze budosporten en de JBN als organisatie. Niet alleen kunnen mensen van alle leeftijden, geslacht, achtergrond en status deelnemen aan aikido, jiu-jitsu en judo; de JBN heeft ook daadwerkelijk aanbod voor al deze verschillende behoeften. Het is daarom extra belangrijk om zorgvuldig te kijken welke doelgroepen de meeste focus van het beleid moeten krijgen. Traditioneel is de JBN goed in judo voor de (jongste) jeugd en de wedstrijdsport en Topsport. Voor volwassenen in recreatieve zin zijn de vormen aikido en jiu-jitsu beter ingericht, al zijn de aantallen leden veel lager dan in de judosport. Onderstaande doelgroepen zijn de belangrijkste om expliciet beleid op te maken, en onze missie te realiseren.

1 Sporters

- A. Jeugd 4-6 jaar: van belang vanwege preventie, gezondheid, maar ook kwetsbare doelgroepen (sociaal, economisch, mensen met een beperking)
- B. Jeugd 7-15 jaar: vanwege verbreding sportaanbod, grote uitval rond 12^e jaar, beter aanbod jeugdjudo creëren
- C. 16+: vanwege verlenging van het lidmaatschap. Juist voor deze leeftijd gelden andere randvoorwaarden en behoeften dan de traditionele (wedstrijdgeoriënteerde) vorm. Nu verliezen we in deze leeftijd alle recreatieve sporters, terwijl die er nog wel degelijk zijn. Ons aanbod sluit momenteel echter niet aan.
- D. Ouderen: van belang vanwege het belang van algemeen welzijn en gezondheid. Ouderen kunnen enorm profiteren van JBN programma's als Zeker Bewegen en de sporten judo, jiu-jitsu en aikido zijn tot op hoge leeftijd te beoefenen.
- E. Niet-budoka: met name gericht op mensen die zich motorisch willen ontwikkelen



2 Clubs en scholen

- A. Leraren: zij dragen de waarden van de budosport uit, zijn professioneel opgeleid, kunnen steunen op de kennis van de JBN en zijn daarmee de belangrijkste ambassadeurs van de JBN
- B. Sporters: en dan specifiek gericht op diegenen die de budosporten naast hun andere (sport)activiteiten willen gebruiken om zichzelf verder te ontwikkelen.
- C. Ouders: hebben een belangrijke rol in de keuze voor de sportbeoefening van kinderen. Ouders bekend maken met de voordelen die budo te bieden heeft is belangrijk voor de JBN
- D. Bestuurders: zij zijn van groot belang in het in de praktijk brengen van alle ambities en het succes van de JBN is afhankelijk van de relatie die we met elkaar hebben

3 Overige partners

- A. Onderwijs: is een belangrijke vindplaats en via de schooljudo programma's kunnen we goed laten zien waar judo voor staat
- B. Fondsen (maatschappelijk): zijn een belangrijke partner in het verbreden van onze afzetmarkten en communicatie naar nieuwe doelgroepen (zie bij 1. Sporters)
- C. Kenniscentra: willen we beter vertellen wat de meerwaarde is van budosporten, dus naast de fysieke ook de mentale en sociale eigenschappen
- D. Bedrijven: kunnen ons helpen om nieuwe programma's en maatschappelijke interventies te sponsoren

4 Overheden

- A. Internationale federaties
- B. NOC*NSF: vanwege de faciliteiten (subsidie, kennis, netwerk)
- C. Provinciale en Gemeentelijke organisaties
- D. Ministeries: vanwege de bijdrage aan het maatschappelijk belang van de JBN



Deel 4: Ambities

De JBN wil aikido, jiu-jitsu, judo en op een toegankelijke, veilige en hoogwaardige manier aanbieden voor iedereen die streeft naar leven in balans en evenwicht. Rekening houdend met de strategische opties vanuit de SWOT-analyse, heeft de JBN de volgende ambities opgesteld om zoveel mogelijk mensen te stimuleren aan budo te doen en te behouden voor de sport.

1. Breedtesport (sportparticipatie)

Binnen de doelgroep sporters wordt gefocust op de groep budoka's die vanaf de tienerleeftijd afhaakt. Dit gaat om de leeftijdsgroep vanaf 12 tot ongeveer 23 jaar. Motivatie hiervoor is het tegengaan van de massale uitstroom van leden in die leeftijdsgroep. De reden dat men vertrekt heeft deels te maken met het ontbreken van een passend sportaanbod. De ambitie kan als volgt worden geformuleerd:

Jeugdleden worden vanaf de eerste kennismaking (tot ±15 jaar) beter bediend met passend sportaanbod en ervaren de meerwaarde van het JBN lidmaatschap.

Hiervoor ontwikkelen we een kwalitatief hoogwaardig en passend sportaanbod op maat. Recreatief sporten en sociale aspecten van de sport staan daarbij centraal.

What's in it for them:

- Duidelijk aanbod vanuit de JBN, zoals een kinderpaspoort, evenementen, etc
- Competitie in participatiecontext
- Ontwikkelen van sociale vaardigheden als meerwaarde
- Budo als donorsport (ondersteunt ontwikkeling in andere sporten)
- Wel een perspectief blijven houden op een doel, bijvoorbeeld zwarte band halen
- Individuele sporter volgen en adviseren, bijvoorbeeld begeleiding bij verhuizing (denk o.a. aan de studentenleeftijd)

Voorwaarden:

- Aantrekkelijk aanbod
- Passend of gepaste lidmaatschapsvorm
- Op de plekken waar de doelgroep te vinden is (witte vlekkenkaart)
- Bestaat uit meerdere programma's (maatwerk voor specifieke groepen is van belang)

Financieel:

- Gaat in eerste aanleg mogelijk best veel geld kosten
- Aanbod moet wel gecreëerd worden



Organisatorisch:

- Vraag is of er niet al goede voorbeelden zijn in den lande, dus onderzoek hiernaar is nodig – (Eerste stap: Werkgroep Jeugd vragen wat ze hierin kan betekenen)

2. Wedstrijdsport

De uitstroom van leden beperkt zich niet tot jeugd vanaf 12 jaar. Ook voor volwassen sporters bieden de huidige competitievormen niet de juiste balans tussen tijdbesteding, intensiteit en sociale aspecten. De bestaande competitievormen sluiten onvoldoende aan bij de wensen en mogelijkheden van specifieke doelgroepen. Ook als we erin slagen de jeugd vanaf 12 jaar voor de budosporten te behouden, zal bij elke levensfase weer een andere vorm beter passen. We zullen een beter inzicht in de sportwensen en mogelijkheden van de budoka moeten krijgen en die vertalen naar passend sportaanbod. Dat wil niet zeggen dat alles nieuw uitgevonden moet worden. Er zijn op kleine schaal goede voorbeelden te vinden, die zullen we allen beter moeten ontsluiten om er landelijk een succes van te kunnen maken.

Onze leden hebben een levenlang competitief budoplezier.

Dat realiseren we door een passend en innovatief competitieaanbod te ontwikkelen voor ieder niveau.

Waarom is dit belangrijk:

- Het is beter om bestaande leden langdurig te behouden voor de sport, dan steeds nieuwe mensen te moeten werven
- Met name volwassen doelgroepen zijn als sporter van belang omdat ze als ouder ook weer ambassadeur van de sport zijn en mogelijk zelfs bijdragen als vrijwilliger

Voorwaarden:

- Een nieuwe competitie organiseren is niet gemakkelijk, eerst onderzoek doen naar wat er dan mogelijk is.
- Strategie voor uitrol bepalen: eerst een specifieke doelgroep (bijv. 35+) oppakken, of binnen een district.
- Focus vooral op zaken die al (op kleinere schaal) bestaan zoals de Kameradendivisie en de Westfriese team competitie
- Belangrijke voorwaarde is dat de uitwisseling tussen districten, clubs en bureau versterkt is: er is nu weinig beeld van wat er allemaal al op districtsniveau bedacht is.
- Werkgroep 'Categoriseren toernooien' betrekken



- Dit omvat veel werk, dus beginnen bij concrete (beperkte doelgroep), niet alles in één keer oppakken

Financieel:

- Initieel hoeft dit niet veel geld te kosten omdat er al diverse andere vormen uitgeprobeerd zijn op kleine schaal
- Desondanks zal goed onderzoek naar de wensen en mogelijkheden van de doelgroep én het nieuw ontwikkelen van innovatieve competitievormen wel een investering vragen

Organisatorisch:

- Goede uitwisseling van ideeën vanuit de districten en clubs, in samenwerking met het bureau. Landelijk uitrollen vraagt integraal denken en werken.

3. Kader en Opleidingen

De budoleraar is het meest zichtbare uithangbord voor de JBN. Naast leraar is deze vaak ook (zelfstandig) ondernemer en in grote mate afhankelijk van de JBN om een inkomen te verdienen. Deze ambitie richt zich op het versterken van de relatie met de budoleraar door deze op maat te bedienen met opleidingsaanbod én betere diensten te ontwikkelen ter ondersteuning van het ondernemerschap.

De JBN versterkt blijvend de band met budoleraars.

Dat doen we door het optimaal ondersteunen met een passend kwalitatief hoogwaardig opleidingsaanbod, praktische dienstverlening en aanwezigheid van de JBN in het veld.

Waarom is dit belangrijk:

- Meer verbondenheid tussen de leraren en de JBN zorgt aantoonbaar voor grote meerwaarde vice versa
- Door structureel opleidingen te (laten) volgen creëren we een veiliger sportklimaat
- Het borgen van de budo waarden gaat beter als de leraren duurzaam inspireren
- Met JBN on Tour geven we lokaal aandacht aan de sport en onderlinge samenwerking

Behoeftes van de doelgroep:

- Eigen behoefte aan ontwikkeling ondersteunen
- Hen ontzorgen in de basistaken
- Helpen in hun ondernemerschap



Voorwaarden:

- Voor nieuw opleidingsaanbod zal ook nieuwe kennis aangeboord moeten worden – kan eventueel ook ingekocht worden of in een samenwerkingsverband ontwikkeld worden
- JBN zal naam als kennisinstituut nog verder moeten ontwikkelen
- Opleidingen moeten aantrekkelijk én toegankelijk gemaakt worden

4. Partnerships, Marketing & Communicatie

De nieuwe visie van de JBN leunt zwaar op de maatschappelijke waarde van het zijn van een budoka. Eenmaal geconfronteerd met de budosporten, blijft dit een leven lang onderdeel van je vaardigheden. Juist met onze partnerships kunnen we meer impact maken. We zullen dan wel goed moeten kiezen welke partners daarvoor geschikt zijn. Indien de juiste voorwaarden aanwezig zijn, kunnen we onze impact stevig vergroten en tegelijkertijd de organisatie financieel gezond maken. Er zijn al goede programma's en campagnes beschikbaar zoals Tuimeljudo+, Gun je kind judo en Zeker Bewegen (valpreventie) die hiervoor heel geschikt zijn.

Nederland heeft behoefte aan onze budowaarden! Wij zijn de beste partner om met sport en bewegen maatschappelijke impact te maken.

Dat doen we door de waarden van budo uit te dragen en excellente programma's voor specifieke doelgroepen te promoten.

Waarom is dit belangrijk:

- Specifieke doelgroepen in alle leeftijden zijn mogelijk
- Wij bieden duurzame oplossingen waarbij én fysiek, én mentaal én sociaal opbrengsten zijn te behalen
- Onze kwaliteit en ons netwerk (distributie) zijn TOP!

Ten aanzien van de partners:

- Kritisch zijn! Niet alle partners lenen zich voor dit programma. Je moet echt impact willen maken en niet alleen voor communicatiewaarde gaan.
- Altijd met zichtbaar maatschappelijk rendement

Voorwaarden:

- Kernwaarden budo moeten eerst worden geborgd in het programma (je kan je geen zeperds veroorloven)
- Kwaliteit in begeleiding is hierbij wel belangrijk
- De cultuur binnen het programma moet kwaliteit en positiviteit uitstralen
- Een club moet ervoor kiezen om dit te willen doen. Motivatie is belangrijk!
- Dit is geen 'Quick Fix'; het vraagt om volharding



- Ambassadeurs, zoals (ex) topsporters, kunnen dit programma dragen
- Programma's moeten liefst wel een duidelijk begin en einde hebben (zichtbare maatschappelijke doelen in beeld)

5. Verenigingen en clubs

De verbindende kracht in de budosport is groot. Het traject van bestuurlijke vernieuwing loopt in deze beleidsfase door met als belangrijkste doel om de samenwerking tussen bureau, districten en clubs verder te versterken. Het is van groot belang om in de komende jaren de individuele budoleraar en de vrijwilligers hierbij te betrekken. Door meer en persoonlijk contact op lokaal niveau kunnen we van elkaar leren en elkaar inspireren. De nieuwe districtsledenbijeenkomsten hebben daarin een belangrijke plek.

Versterken van het unieke JBN Familiegevoel

Vrijwilligers en leden voelen zich gewaardeerd en betrokken. Clubs, leraren en budoka's willen zich aansluiten bij de JBN en ervaren de meerwaarde van het JBN lidmaatschap

Waarom is dit belangrijk:

- De leraar is een belangrijke schakel naar de budoka en geeft ons inzicht in de concrete behoeften van de sporter
- Door de relatie met districten, clubs en leraren te versterken zijn we beter in staat om onze dienstverlening te verbeteren
- Vrijwilligers en ouders zijn van levensbelang, we zullen nieuwe manieren moeten vinden om mensen duurzaam te betrekken bij onze activiteiten
- Met inzicht in behoeften kunnen we het lidmaatschap/de betrokkenheid op alle niveaus beter laden, wat helpt om ambitie in ledengroei te realiseren

Behoefte van de doelgroep:

- Wat levert het op om vrijwilliger of lid van de JBN te zijn?
- Versterken van JBN familiegevoel door meer zichtbaarheid en persoonlijke aandacht op lokaal niveau
- Relatie met individuele leraar verbeteren door in te spelen op de eigen intrinsieke motivatie (wat heeft de leraar nodig om meer succesvol te zijn in de rol van ambassadeur?)
- Vrijwilligers hebben behoefte aan waardering en erkenning vanuit de JBN organisatie



Belangrijke voorwaarden:

- Ontwikkeling op terrein van contributiestelsel en wedstrijdaanbod gaat hiermee samen
- Valt of staat bij goede en regelmatige communicatie/zichtbaarheid JBN en haar dienstverlening
- Bestuurlijke vernieuwing is continue proces voortzetten, waarbij inbreng achterban van groot belang blijft

Financieel/organisatorisch:

- Heeft belangrijke consequenties voor inrichting van de bureauorganisatie, veel behoefte aan persoonlijk en structureel contact
- Projecten op gebied van digitalisering en communicatiemiddelen zijn kostbaar

6. Topsport

De beleidskeuzes binnen topsport worden voor een groot deel gekaderd vanuit het landelijk topsport beleid van NOC*NSF. Er wordt een separaat meerjarenplan door de afdeling topsport gemaakt. Desondanks zijn top- en breedtesport onlosmakelijk met elkaar verbonden. Voor elke budoka is onze sport een leven lang van betekenis. Juist onze talenten en topt atleten zijn een uithangbord voor de budowaarden en in de rol van ambassadeur spelen zij een belangrijke rol voor de JBN familie.

Nederland heeft het beste topsport- en talentontwikkelingsprogramma ter wereld, waarin ontwikkeling, plezier en lef een centrale rol hebben.

"We willen niet beter zijn dan een ander, maar elke dag iets beter dan onszelf!"

- De basis van een succesvol topsportprogramma; de beste sporters/talenten onder leiding van de beste coaches in een optimaal programma met de beste topsportfaciliteiten;
- Er heerst een cultuur van ontwikkeling, plezier en lef waarin het ambassadeurschap van de atleet centraal staat;
- Innovatie speelt een grote rol;
- Voor alle gewichtscategorieën is er een optimaal ontwikkelings- en topsportprogramma;
- Samenwerking met talentpartners, NOC*NSF en andere partners is van belang;
- Het thema 'een verantwoorde topsportomgeving' is een wezenlijk onderdeel geworden als het gaat om de randvoorwaarden van de programma's.



Deel 5: Onze werkwijze

In dit hoofdstuk besteden we aandacht aan hoe de ambities gerealiseerd kunnen worden. De uitgangspunten staan hierboven al beschreven. De volgende zaken zijn hier van belang:

- De continuering van de bestuurlijke vernieuwing is een randvoorwaarde. Wat is de opdracht voor de komende jaren?
- Hoe geven we invulling aan het versterken van de onderlinge samenwerking? Welke consequenties heeft dit voor de organisatie-inrichting en de 'spelregels' die we nu hebben?
- Communicatie en verbinding met elkaar blijven houden

Deel 6: Financieel en de nieuwe werkorganisatie

Belangrijke punten om aandacht aan te besteden:

- Veel ambities zijn niet zomaar gerealiseerd. Goed segmenteren is belangrijk! Wie doet dit in de organisatie en hoe zorgen we voor integraliteit
- Belangrijk om helder financieel kader te maken: welke kosten zijn nodig en aanvaardbaar?
- Andere rollen in de organisatie vraagt ook om nieuwe vaardigheden. Hoe snel kan de organisatie deze nieuwe vaardigheden realistisch ontwikkelen?