

# **Beleidsplan Breedtesport 2007**

In het beleidsplan breedtesport 2007 is de ervaring van de afgelopen jaren en het onderzoek en de resultaten van het Strategisch Marketing Plan 2006 verwerkt. De activiteiten die met de beleidslijnen samenhangen zijn deel gestart in het voorjaar van 2006. Gedurende 2006 en 2007 zullen de activiteiten verder geïntensiveerd worden, afhankelijk van de beschikbaarheid van coördinatoren en vrijwilligers.

## **Missie en visie**

Het binden van nieuwsgierige mensen, jong en oud, op een gedeelde fascinatie: het plezier in het beoefenen van een 4000 jaar oud spel met vele moderne sportieve dimensies

## **Beleidslijnen**

Bovenstaande visie wordt doorgevoerd middels een vijftal hoofd beleidslijnen.

1. Beter Binding van belangstellenden aan de Bond
2. Bredere Basis van beginnende spelers
3. Bundeling van betrokkenheid: meer samenwerking binnen de Bond
4. Beter Beeldvorming: duidelijker imago van Go in Nederland
5. Bevordering Bekendheid: mee publiciteit voor go in Nederland

Deze hoofdlijnen worden in de volgende sectie individueel uitgewerkt en toegelicht.

## **1 Betere Binding van belangstellenden aan de Bond**

De Bond zoekt groei door werving en binding van (bestaande en nieuwe) groepen via verschillende kanalen.

Werving en binding via de consumentenmarkt vindt plaats door samenwerking met één of meerdere spellenleveranciers.

Werving en binding van jeugd vindt plaats via scholen, door lesgeven op scholen te stimuleren en te ondersteunen.

Werving en binding van studenten vindt plaats door het oprichten van studentenclubs en het houden van studententoernooien te stimuleren en te ondersteunen. De bond tracht via studentenambassadeurs een netwerk van actieve studenten vorm te geven.

Binding van oudere leden vindt plaats door ze op de hoogte te blijven houden van relevant nieuws en ontwikkelingen.

Promotie en werving op Internet vindt plaats via aan de Bond gerelateerde websites. Via doelgroepgerichte nieuwsbrieven, naast het reguliere tijdschrift voor leden, worden potentiële nieuwe leden aangesproken.

## **2 Bredere basis van beginnende spelers**

Een betere spreiding en differentiatie en meer speel en leermogelijkheden.

Een betere begeleiding en keuzemogelijkheden voor beginners en lichtgevorderden

Via webkanalen worden nieuwe mogelijkheden aangeboden:

- voor docenten, ouders en begeleiders wordt de website *SpeelZ* opgezet. Gericht op eerste informatie over Go en doorverwijzen voor specifieke informatie of spel- en leermogelijkheden.
- Voor beginnende spelers, en met name jeugd, wordt de website *321go* opgezet en uitgebreid. De website moet naast leermogelijkheden ook mogelijkheid gaan bieden voor spelen, coachen en trainen.

Nieuwe mogelijkheden via verenigingen zullen worden ondersteund:

- via een met de vereniging af te stemmen verenigingspakket

## **3 Bundeling van betrokkenheid: meer samenwerking binnen de Bond**

Een groter aantal vrijwilligers in teams op projectbasis; activiteiten onderling beter afgestemd. Stimuleren van vrijwilligers en flexibele omgang met ideeën.

Bestuur, coördinatoren, commissies en vrijwilligers vervullen hun eigen taken enthousiast, maar zijn soms minder enthousiast over elkaars werk. Het bestuur zoekt verbetering in de samenwerking door, met betrokkenen:

- duidelijker te maken wat de wederzijdse verwachtingen zijn (takenpakketten)
- te streven naar teamvorming
- een balans te zoeken tussen verantwoordelijkheden van het bestuur en eigen invulling door commissies, coördinatoren en vrijwilligers

## **4 Betere beeldvorming: duidelijker imago van Go in Nederland**

Uitdragen van het veelzijdige, avontuurlijke en uitdagende imago van Go  
De positieve status vanuit Azië overbrengen en de herkenbaarheid vergroten.

Uitdragen van 10 aansprekende kenmerken:

- de uitnodigende eenvoud
- de laagdrempelige regels
- de parallellen met real life
- de speelmogelijkheden op internet
- de bijdrage aan mentale fitness
- de diepgang van het spel (vele sterkte niveaus)
- de wortel van het spel in het traditionele Azië (4000 jaar oud)
- de stevige band met het moderne Azië (o.a. de professionele Go-wereld)
- de wereldwijde belangstelling voor Go
- een sociale basis voor geestverwanten

Het gebruik van deze kenmerken in promotie en communicatie over Go. Stimuleren door de Bond, via het tijdschrift en de website, via promotie, door verenigingen en zo mogelijk via pers en publiciteit.

## **5 Bevordering bekendheid: meer publiciteit voor go in Nederland**

Nastreven dat Go wordt erkend als één van de vier werelddenksporten.  
Promotieacties en P.R. met een kennismakingsaanbod.

Integreren van bestaande en beoogde kanalen (tijdschrift, website, nieuwsbrieven) in één hoofdredactie.

Afstemmen van directe bondskanalen en gelieerde kanalen (zoals 321go, SpeelZ)

Vorming van een perscommissie om actief pers te bewerken en publiciteit voor go na te streven.

Meewerken aan (promotie) activiteiten die gezamenlijk met de andere denksportbonden worden uitgevoerd.

Jan Derksen  
Oktober 2006