

A photograph of a young couple hiking through a field. The woman on the left is smiling and looking towards the right, wearing a light grey t-shirt and a backpack. The man on the right is also smiling, wearing a brown polo shirt and a backpack, and holding a blue trekking pole. Large white numbers '2020' are overlaid on the image. The number '2' is partially outlined by a thin white line that follows the woman's shoulder and arm.

JAARPLAN

Wandelen brengt je verder

kwbn
Koninklijke Wandel Bond Nederland

Onze uitdagingen in 2020



Visie en missie

Wandelen draagt bij aan een gezonde, actieve leefstijl en is daarom onmisbaar in een vitale samenleving. Wandelen is laagdrempelig én veelzijdig en daarom geschikt voor iedereen. Vanuit deze visie laten we wandelaars optimaal genieten en behartigen wij hun belangen. Samen met wandelaanbieders en partners faciliteren we wandelaars met kennis en eigentijdse producten en diensten. Dit alles onder het motto ‘Wandelen brengt je verder’.

Sport en maatschappij

Sport wordt in ons land steeds meer beschouwd als een middel om maatschappelijke doelstellingen te realiseren. De visie van KWBN sluit daar goed op aan. Niet zo gek dus dat wij als bond zijn aangesloten bij het Nationaal Preventieakkoord. Het akkoord is gericht op het tegengaan van roken, problematisch alcoholgebruik en obesitas. Daarnaast legt het de nadruk op bewegen, waarvan wandelen de meest laagdrempelige vorm is. De uitdaging is om op acties vanuit het akkoord

mee te liften en onze producten en diensten daarop aan te passen. FitStap is een mooi voorbeeld van zo’n passend product.

Lokale sportakkoorden

Een zelfde uitdaging biedt het Nationaal Sportakkoord, dat gezondheidsbevordering en sociale verbinding ten doel stelt. Overheden, sportbonden en maatschappelijke organisaties werken op alle niveaus samen om zoveel mogelijk mensen met plezier te laten sporten en bewegen. Daarbij investeren zij o.a. in een passend sport- en beweegaanbod, een duurzame sportinfrastructuur en vitale sport- en beweegaanbieders. Onze lidorganisaties kunnen hieraan bijdragen en van mee profiteren door zich aan te sluiten bij het lokale sportakkoord in hun eigen gemeente. KWBN ondersteunt dit proces.

Hybride strategie

De ontwikkelingen in de samenleving én in de samenstelling van ons ledenbestand geven weer dat

de positie van KWBN aan het veranderen is. We houden vast aan onze hybride strategie en de daarbij passende verdienmodellen, maar geven ons ook rekenschap van het feit dat sportfinanciering nog op het oude model van lidmaatschappen berust. Onze uitdaging is om onze lidorganisaties sterk te houden en tegelijkertijd de héle wandelmarkt met de juiste producten en diensten te bedienen. In dit jaarplan en de begroting voor 2020 komt dat goed tot uitdrukking.

Balans houden

Uit ons Ledenonderzoek 2019 komt naar voren dat onze lidorganisaties ons positief waarderen. Belangenbehartiging, promotionele activiteiten en een goed serviceniveau zijn bepalend voor de toegevoegde waarde die zij ervaren. De financiering vanuit NOC*NSF is echter afgenomen. Ons verdienvermogen uit ‘de markt’ groeit en daarmee het rendement op onze investeringen uit voorgaande jaren. In 2020 is het zaak om dit nog tere evenwicht in balans te houden en steeds beter invulling te geven aan onze hybride strategie.



Organisatie, bestuur en beleid

Bestuurlijk en organisatorisch bouwen we voort op de in 2019 ingevoerde vernieuwing. We blijven professionaliseren en geven vanaf 2020 gericht invulling aan onze ambitie om de natuurlijke wandelautoriteit van Nederland te zijn.

Professionaliseren

Een hybride KWBN vraagt om een flexibele en klantgerichte organisatie, die ook als zodanig wordt bestuurd. In 2019 voerden we een nieuw besturingsmodel, een nieuwe beleidscyclus en een nieuwe structuur voor verenigingsondersteuning in. Bestuurlijk ontwikkelden we in gezamenlijkheid onze visie en strategie. Daarbij werden we vanuit de praktijk gevoed via beleidsbijeenkomsten met lidorganisaties en het platform individuele leden. Veel van deze input is verwerkt in dit jaarplan en/of gebruiken we bij de (verdere) ontwikkeling van onze producten en diensten.

Met alle vernieuwingen hebben we veel positieve ervaringen opgedaan. Desondanks blijft het zoeken naar de beste manier om tot het gewenste resultaat te komen. Daarom gaan we in 2020 door met het ontwikkelen van de rollen en de rolvastheid van onze verschillende verenigingsorganen. Dialoog en toekomstgerichtheid zijn sleutelwoorden daarbij. Vanuit dat oogpunt kijken we ook hoe we de opkomst van de beleidsbijeenkomsten kunnen vergroten. Uiteindelijk gaat het erom dat we met een bundeling van al onze kennis en kunde interessant blijven voor de Nederlandse wandelaar.

Vanuit het bondsbureau gaan we door met het automatiseren en digitaliseren van processen en procedures. Medewerkers gaan competentie- en resultaatgericht werken. Dat doen zij met behulp van een nieuw functiegebouw, dat is gekoppeld aan onze organisatiedoelstellingen. Ook onze landelijke teams voor verenigingsondersteuning werken doelgericht op basis van actieplannen. Waar nodig werven we nieuwe vrijwilligers en vergroten we kennis en kunde tijdens teamoverleggen en een gezamenlijke dag voor alle verenigingsondersteuners.



Organisatie, bestuur en beleid

Positioneren

KWBN heeft de ambitie om dé wandelautoriteit van Nederland te zijn. Op een bijna natuurlijke wijze weten overheid, maatschappelijke en commerciële partners ons steeds beter te vinden. Desondanks moeten we meer doen aan onze algehele zichtbaarheid. Daarom gaan we onze organisatie steviger positioneren, onze naamsbekendheid vergroten en ons imago verbeteren.

Vanaf 2020 mengen we ons nadrukkelijker in maatschappelijke discussies. In het kader van belangenbehartiging blijven we aanschuiven aan belangrijke tafels, maar genereren we ook meer aandacht in de pers. Daarnaast gaan we door met het ontwikkelen van innovatieve producten en diensten voor wandelaars én wandelaanbieders. Zo laten we zien dat we over veel kennis van de wandelmarkt beschikken en daarmee voorop lopen.

Samenwerking is bij dit alles cruciaal. Daarom investeren we zowel binnen als buiten onze organisatie in zorgvuldig relatiebeheer. Om voor wandelaars en al onze stakeholders goed herkenbaar te zijn, heroverwegen we de positionering van onze huidige merken.





Ledenorganisatie

Voor onze lidorganisaties continueren we de in 2019 ingezette koers. Hier en daar brengen we meer focus aan; aanleiding daarvoor zijn de uitkomsten van ons Ledenonderzoek, de input tijdens bijeenkomsten en ontwikkelingen als het Preventie- en het Sportakkoord. Daarnaast nemen we actie om zowel meer individuele, als verenigingsleden te werven.

Promotie

Lidorganisaties waarderen vooral onze ondersteuning op het gebied van de promotie en kwaliteit van hun wandelevenementen. In 2020 zetten we in op een betere presentatie van evenementen op Wandel.nl (website en nieuwe app). Daarvoor ontwikkelen we een blauwdruk, maar is het vooral aan onze lidorganisaties om hun evenementpagina's met aantrekkelijke informatie, foto's en video te verrijken. De Wandel.nl-website krijgt een vraag-aanbodmodule voor wandelen in verenigings- en groepsverband. Zo komen we tegemoet aan de concrete wens om te helpen bij het vinden van nieuwe verenigingsleden.

Kwaliteit

De kwaliteit van een wandelevenement wordt bepaald door objectieve factoren, maar ook steeds meer door de mening van de wandelaar. In 2019 introduceerden we met succes de Zelfcheck Kwaliteit en bezochten onze kwaliteitsadviseurs circa 100 wandelevenementen. Daar gaan we mee door. Nieuw is dat we wandelaars via de nieuwe Wandel.nl-app de mogelijkheid gaan bieden om hun waardering voor bezochte wandelevenementen uit te drukken.

Belangenbehartiging

Op verzoek van lidorganisaties én individuele leden beweegt KWBN zich steeds meer op het terrein van belangenbehartiging. Dat doen we om collectieve afspraken te maken, om het wandelen beter te positioneren als middel om maatschappelijke doelstellingen te realiseren én om aandacht te vragen voor zaken als hoge regeldruk en vrijwilligerstekorten. Belangenbehartiging is tijdsintensief en een kwestie van lange adem. In 2020 integreren we het verder in onze activiteiten.

Van elkaar leren

Om de afstand tussen KWBN en lidorganisaties te verkleinen, organiseerden we in 2019 in heel het land kleinschalige bijeenkomsten. Alhoewel de opkomst voor verbetering vatbaar is, worden deze initiatieven enorm gewaardeerd. Vooral de combinatie 'input leveren' en van elkaar leren lijkt er eentje met toekomst. In 2020 gaan we daarom door met het faciliteren van ontmoeting met en tussen onze lidorganisaties. Belangrijke uitdaging is de wijze waarop we met een aantal van hen kunnen inspelen op belangrijke ontwikkelingen zoals het Sport- en Preventieakkoord.

Scherpe keuzes

In 2020 maken we scherpe keuzes: wat doen we voor en met wie? Daarbij richten we ons hoofdzakelijk op die wandelaanbieders, die de toekomst vol vertrouwen en samen met ons vorm willen geven.

Individuele leden

Het aantal individuele leden stijgt nog steeds en overtreft in de nabije toekomst het aantal verenigingsleden. Op basis van onderzoek en in samen-

werking met het Platform Individuele Leden benutten we 2020 om verdere groei te realiseren.

Belangrijkste ambities 2020

Kwaliteit

- ▶ 250 lidorganisaties maken gebruik van de Zelfcheck Kwaliteit.
- ▶ Minimaal 100 kwaliteitsbezoeken afgelegd.
- ▶ Handleiding/draaiboek 'Organisatie wandelevenement' gerealiseerd.

Belangenbehartiging

- ▶ Afspraken met Natuurmonumenten geconsolideerd; mogelijkheden met andere terreineigenaren verkend (i.s.m. andere buitensportbonden).
- ▶ Lobby en relatiebeheer bij ministeries, provincies en relevante stakeholders op het snijvlak van o.a. sport/wandelen, gezondheid, veiligheid en sociale cohesie.

Wandelagenda

- ▶ Coördinatie evenementenkalender; alle lidorganisaties hebben een vast aanspreekpunt.
- ▶ Online presentatie is verbeterd; minimaal 150 lidorganisaties maken gebruik van de presentatieblauwdruk en verrijkmogelijkheden.

- ▶ Wandel.nl Jaargids Evenementen 2021 geproduceerd; mogelijk geheel of gedeeltelijk digitaal.
- ▶ Handleiding 'Hoe organiseer ik een lange afstandsevenement?' gerealiseerd.

Relatiebeheer lidorganisaties

- ▶ 18 Wandelcafé's en andere kleinschalige bijeenkomsten.
- ▶ Symposium 'Wij zijn één KWBN'
- ▶ 6 beleidsbijeenkomsten.
- ▶ 2 Bijeenkomsten Platform Landelijke Organisaties (waar mogelijk aangevuld met organisatoren grote wandelevenementen)
- ▶ Betaalbaar traject werving en behoud vrijwilligers gerealiseerd (mogelijke financiering: combinatie KWBN Innovatiefonds en eigen bijdrage lidorganisaties)

Communicatie

- ▶ 6 Nieuwsbrieven voor lidorganisaties uitgegeven; waar nodig aangevuld met themamailings.
- ▶ Online kennisbank uitgebreid met geactualiseerde en nieuwe informatie.
- ▶ Pilot online communicatieplatform voor lidorganisaties uitgevoerd.

Online calamiteitenplan en online inschrijven

- ▶ 300 lidorganisaties maken gebruik van het online calamiteitenplan.
- ▶ 100 wandelevenementen maken gebruik van online inschrijven.

Lidmaatschappen

- ▶ Aantal lidorganisaties is eind 2020 minimaal 1.000.
- ▶ Aantal wandelevenementen is eind 2020 minimaal 1.250.
- ▶ Aantal individuele lidmaatschappen is met 9% gestegen t.o.v. 2019.

Verloop individuele en verenigingsleden 2017-2020

Categorie	Eindstand 2017	Eindstand 2018	Prognose 2019	Prognose 2020
Individuele leden	23.079	23.503	25.082	27.640
Verenigingsleden	28.744	26.864	26.044	24.884
Atletiekunie	5.845	6.014	6.457	6.538
Totaal	57.926	56.757	58.023	59.062

Verloop lidorganisaties 2017-2020

Contractvorm	Eindstand 2017	Eindstand 2018	Prognose 2019	Prognose 2020
Vereniging	370	331	337	322
A4daagse	421	418	451	455
Stichting/bedrijf	285	262	282	278
Totaal	1.076	1.011	1.070	1.055



Opleidingen

Voor onze trainersopleidingen maakten we in 2018 en 2019 een flinke kwaliteitsslag; in 2020 gaan we focussen op kwantiteit. Meer opleidingen, meer deelnemers en een nieuw aanbod in bijscholingen. Om die schaalvergroting te faciliteren, betrekken we andere deskundige partijen en automatiseren we administratieve processen.

Bij de werving van deelnemers richten we ons in 2020 niet alleen op onze huidige, maar ook op nieuwe klanten. Denk daarbij aan wandel-, sport- en leefstijlcoaches die zelfstandig actief zijn, of in dienst van gemeenten, sportbedrijven, natuur-, gezondheids- en welzijnsorganisaties.

Een deel van onze opleidingen zetten we weg bij onze wandelsportcentra in Maastricht, Amsterdam, Den Haag en Arnhem. Uiteraard hopen we ook op interesse van andere wandelsportcentra. Daarnaast gaan we steeds meer samenwerken met externe partijen. Zo wordt de Wandeltrainersdag 2020 opnieuw georganiseerd door Running20/20.

We trekken deze werkwijze door om een nieuw aanbod in bijscholingen aan te kunnen bieden. Intern krijgen de opleidingen een belangrijkere plek binnen onze organisatie. Zo is ons opleidingsaanbod in 2020 ook te vinden op www.wandel.nl.

Belangrijkste ambities 2020

- ▶ 12 opleidingen Wandeltrainer 1 - Wandelbegeleider georganiseerd (150 deelnemers).
- ▶ 5 opleidingen Wandeltrainer 2 - Assistent-wandeltrainer georganiseerd (75 deelnemers).
- ▶ 1 opleiding Wandeltrainer 3 - Zelfstandig wandeltrainer georganiseerd (12 deelnemers)
- ▶ 12 bijscholingen georganiseerd (120 deelnemers).
- ▶ 3 nieuwe opleiders geworven (totaal 15 opleiders).
- ▶ 30% van het opleidingsaanbod is ondergebracht bij de wandelsportcentra.
- ▶ Wandeltrainersdag 2020 georganiseerd.



Markt

Er zijn in Nederland miljoenen mensen die regelmatig wandelen en hun aantal neemt nog steeds toe. KWBN is een ledenorganisatie, maar speelt ook in op kansen in deze groeiemarkt. Dat doen we met producten en diensten voor verschillende typen wandelaar, die we onder verschillende merk- en productnamen aanbieden. Digitalisering en innovatie spelen bij dit alles een belangrijke rol.

Wandel.nl

KWBN anticipeerde een aantal jaren geleden op de toename van het aantal ongebonden sporters. Naast het verenigingslidmaatschap zetten we ook in op het individuele lidmaatschap en verstevigden we het contact met de Nederlandse wandelaar via de kanalen van Wandel.nl. Denk aan een nieuwe website, online nieuwsbrieven voor verschillende groepen wandelaars en meer activiteit op sociale media. Digitalisering bleek noodzakelijk om stagnatie in ledenaantallen te voorkomen.

De digitale revolutie dwingt ons inmiddels tot een volgende stap. Van passieve informatiedeling (via maillijsten, websites en verschillende sociale media) moeten we door naar actieve informatiedeling. De interactieve app (Close) rondom de Vierdaagse Nijmegen is hiervan een mooi voorbeeld.

In 2020 ontwikkelen we een uitgebreidere versie van deze applicatie om wandelaars constant te voorzien van relevante evenementen,

routes en tips. Dit zal zich vertalen in zowel meer beweging voor de wandelaar, als in een rendabel verdienmodel voor KWBN en zijn bestaande mediakanalen. Met de app kunnen ook ongebonden wandelaars zichzelf in 2020 met gelijkgezinden verbinden en organiseren. Daarnaast dient de app uiteraard als katalysator voor bestaande kanalen en content(strategie).

Belangrijkste ambities 2020

App

- ▶ Interactieve Wandel.nl-app geïntroduceerd als extra communicatiekanaal richting wandelaars.
- ▶ Basisfunctionaliteiten gerealiseerd: interactieve wandelagenda, digitale ledenpas en mogelijkheid om wandelevenementen te waarderen.
- ▶ Minimaal 10.000 downloads in het eerste jaar gerealiseerd.
- ▶ Subsidie voor incidentele investeringskosten aangevraagd bij het NOC*NSF Innovatiefonds.

Website

- ▶ Aantal unieke bezoekers is gegroeid naar ruim 1 miljoen.
- ▶ Aantal bezoeken is gegroeid naar 2,3 miljoen.
- ▶ Presentatie wandelevenementen is verbeterd.
- ▶ Functionaliteit is uitgebreid met route-tool (via partnership met Imagine Run).
- ▶ Functionaliteit is uitgebreid met vraag-aanbodmodule voor wandelen in verenigings- en groepsverband.

Nieuwsbrief

- ▶ Aantal abonnees is gegroeid naar 65.000.

Sociale media

- ▶ Aantal Twitter-volgers is gegroeid naar 7.000.
- ▶ Aantal Facebook-likes is gegroeid naar 15.000.
- ▶ Aantal volgers op Instagram is gegroeid naar 5.000.

Groeicijfers Wandel.nl

	2018	2019		2020
	31-12-18	01-10-19	31-12-19	31-12-20
Sessies	1.300.000	1.500.000	2.000.000	2.300.000
Bezoekers	630.000	740.000	900.000	1.050.000
Profielen	780.000	980.000	1.050.000	1.200.000
Nieuwsbriefabonnees	46.000	58.000	60.000	65.000

Databaseprofielen

- ▶ Aantal profielen van wandelaars is gegroeid naar 1,2 miljoen.
- ▶ Huidig aantal segmenten (gezondheid, recreatie en sport/prestatie) is uitgebreid naar zes, zodat we nog specifiek met wandelaars kunnen communiceren.

Verdienmodellen

- ▶ Omzet uit online advertising is door productontwikkeling en campagnes toegenomen tot € 110.000,-.
- ▶ Omzet uit offline advertising (magazine, jaargids, KWBN Rustpost) is geconsolideerd op € 150.000,-.
- ▶ Twee of drie nieuwe partners geworven met een totale omzet van € 75.000,- (naast de huidige partnerships met een omzet van € 150.000,-).
- ▶ Webshop-verkopen zijn kostenneutraal geconsolideerd als servicemodel; minder als verdienmodel.

Lidmaatschapsproducten

- ▶ Magazine, jaargids en wandelvoordepas geproduceerd.
- ▶ Gestart met verduurzaming en digitalisering van deze producten, bij voorkeur gekoppeld aan de app.

Campagnes

- ▶ Vier inhoudelijke themacampagnes gelanceerd, gekoppeld aan meerdere overkoepelende doelen (dataverrijking, ledenwerving, commercie, betrokkenheid, bereik, exposure, imago).

FitStap

FitStap is ons veelzijdige beweegprogramma voor de gezondheidswandelaar. In 2019 zorgden we dat coaches en deelnemers flexibeler van het programma gebruik konden maken. Daarbij kregen coaches op eigen verzoek ook de verantwoordelijkheid voor lokale werving, planning en administratie. We leidden nieuwe coaches op en behaalden niveau 2 (goed onderbouwd) van het kwaliteitskeurmerk 'Erkende sport- en beweeginterventie'.

Met behulp van deze erkenning gaan we in 2020 op zoek naar een verdubbeling van het aantal deelnemers aan FitStap. Daarbij verschuift het accent binnen onze wervingsstrategie van B2C naar B2B. Direct contact met (potentiële) deelnemers verloopt niet meer via KWBN, maar via de FitStap-coaches en maatschappelijke partners die het programma zelf aanbieden. Uiteraard blijven we ondersteunen met landelijke promotie. Bij dit alles blijft de opleiding van nieuwe FitStap-coaches cruciaal, maar ook daar zoeken we de samenwerkingen met externe partijen.

Belangrijkste ambities 2020

- ▶ 100 nieuwe FitStap-coaches en 30 voor FitStap opgeleide mbo-studenten Sport & Beweging.
- ▶ 4 opleidingsweekenden bij KWBN, 2 bij partners.
- ▶ 1 grote partner neemt het product FitStap af (bijv. grote gemeente).
- ▶ 3 externe partners bieden FitStap aan (denk aan Parkinson Vereniging, Reumafonds, Nederlandse Hartstichting, Diabetes Challenge).
- ▶ Gestart met 4-jarig traject om niveau 3 van 'Erkende sport en beweeginterventie' te behalen.
- ▶ FitStap kan op twee niveaus worden aangeboden, zowel voor de inactieve beweger als de recreatieve beweger.



- FitStap kan worden geïntegreerd met andere producten zoals Gezond Natuur Wandelen.
- 800 FitStap-deelnemers.

Avond4daagse

Avond4daagse staat al ruim 75 jaar bekend om vier dagen wandelfeest, een oer-Hollandse traditie.

KWBN verzorgt de landelijke promotie en voorziet organisatoren van alle benodigde kaders, hulpmiddelen en ondersteuning. In 2019 trokken we extra aandacht met de actie Schone Avond4daagse.

Onze dienstverlening wordt door Avond4daagse-organisatoren hoog gewaardeerd. In 2020 houden we die dus op peil en stemmen we beter af op specifieke behoeften. Daarnaast verrichten we extra inspanningen om de betrokkenheid en deelname van basisscholen te vergroten en méér media-exposure te genereren.

Belangrijkste ambities 2020

- Klantbediening op maat gerealiseerd.
- Gratis promotiematerialen voor organisatoren vernieuwd.
- Online groepsinschrijving gerealiseerd.
- Nieuwsbrief voor basisscholen geïntroduceerd.
- Avond4daagse.nl verder ontwikkeld (evenementpagina's en pagina's voor commerciële doeleinden, ter vervanging van fysieke promotiepakketten).
- 1 nieuwe maatschappelijke partner verbonden (naast Nederland Schoon).
- 1 mediapartner verbonden.
- 375.000 medailles verkocht.

Via Vierdaagse

Via Vierdaagse is hét voorbereidingsprogramma voor debutanten van de Vierdaagse Nijmegen. In 2020 willen we het aantal startbewijzen vergroten en de kwaliteit van het programma verbeteren door nog directer contact met de deelnemers. Op die manier hopen we

dat deelnemers zoveel plezier aan het wandelen en de Vierdaagse beleven, dat zij ook ná dit evenement aan het wandelen verbonden blijven.

Belangrijkste ambities 2020

- Van 1.800 naar 2.000 startbewijzen.
- 100% van de deelnemers maakt gebruik van de Via Vierdaagse-app en beoordeelt deze met minimaal een 8,1.
- Behalve aan de Rode Kruis Bloesemtocht kunnen deelnemers aan nog 2 andere voorbereidingstochten mee doen.
- Minimaal 90% van de Via Vierdaagse-deelnemers voltooit de Vierdaagse Nijmegen.
- Deelnemers beoordelen het programma met minimaal een 8,1.

Vierdaagse Nijmegen

Bij de Vierdaagse Nijmegen gaan elk jaar 44.000 deelnemers van start, waaronder ruim 13.000 leden van KWBN. Daarmee is dit evenement voor ons dé gelegenheid om onze leden te ontmoeten, relaties te ontvangen en nieuwe leden te werven. We verzorgen

onze leden op de KWBN Rustpost, met een apart VIP-gedeelte voor Via Vierdaagse-deelnemers en mensen met een Pluspakket. Daarnaast zijn we zes dagen lang met een informatiestand aanwezig op inschrijf- en startlocatie de Wedren. Voor álle Vierdaagse-deelnemers introduceerden we in 2019 de Vierdaagse Experience-app.

Met de Vierdaagse Experience-app stellen we alle Vierdaagse-deelnemers in 2020 opnieuw in staat om zich goed op het evenement voor te bereiden. Op de KWBN Rustpost zorgen we samen met onze partners en leveranciers voor een gevarieerd en aantrekkelijk aanbod. Dit aanbod gebruiken we om nieuwe inkomsten te verwerven, met name als trigger om méér Pluspakketten te verkopen en nieuwe leden te werven. De doelstelling voor het aantal nieuwe leden blijft gehandhaafd, in de wetenschap dat werving op de Wedren het begint af te leggen tegen de online werving via www.wandel.nl.

Belangrijkste ambities 2020

- ▶ 10.000 Vierdaagse-deelnemers maken gebruik van de Vierdaagse Experience-app.
- ▶ 3.400 Pluspakketten verkocht (inclusief Via Vierdaagse-deelnemers).
- ▶ Minimaal 500 nieuwe KWBN-leden geworven (online en op de Wedren).
- ▶ Minimaal 3 partijen per dag, die op de KWBN Rustpost een snack of drankje uitdelen.
- ▶ Bezoekers beoordelen de KWBN Rustpost minimaal met een 8.
- ▶ Bezoekers beoordelen het VIP-gedeelte minimaal met een 7,6.





Begroting

In 2020 zien we het rendement uit onze investeringen in kennis, systemen, producten en diensten verder groeien. Met de groei van de community Wandel.nl, het stijgende aantal databaseprofielen en de introductie van een interactieve Wandel.nl-app vergroten we onze kansen bij commerciële partijen. Met name nieuwe partnerships en online advertising zorgen voor stijgende inkomsten.

Avond4daagse blijft een succesvol programma, maar wordt beïnvloed door de demografische ontwikkeling van minder kinderen in de basisschoolleeftijd. We houden deelname interessant met meer maatschappelijke en media-aandacht én door vroegtijdige betrokkenheid van scholen te creëren. Samen met een kostenbesparing door verdere digitalisering proberen we zo de omzetzijde door afnemende medaille-verkoop te beperken.

Voor FitStap en onze Opleidingen werken we doelbewust samen met maatschappelijke en andere externe partners. Op die manier bereiken we schaalvergroting, maar ook een besparing op onze uitvoeringskosten. We voorzien dat FitStap kostenneutraal draait en Opleidingen een licht positief resultaat behaalt. Ons succesvolle programma Via Vierdaagse telt meer deelnemers. Verdere samenwerking met Stichting DE 4DAAGSE is daarbij een belangrijke voorwaarde.

Met de invoering van het contributiemodel 2020-2022 stijgen de inkomsten uit afdrachten van lidorganisaties en verenigingsleden. De inkomsten uit de contributieafdracht van individuele leden stijgen door indexering en de groei van het aantal individuele leden. Zo zijn we in staat om onze dienstverlening ook in de toekomst op peil te houden, ondanks een daling van het aantal verenigingsleden en de vermindering van bijdragen van NOC*NSF.

Begroting

	Resultaat 2017	Resultaat 2018	Begroting 2019	Begroting 2020
Bijdragen NOC*NSF	540.000	439.000	438.000	385.000
Organisatiebijdrage	73.000	70.000	73.000	163.000
Contributies (organisatieleden)	356.000	371.000	397.000	450.000
Contributies (individuele leden)	565.000	599.000	629.000	735.000
Overige baten ledenorganisatie	3.000	91.000	91.000	4.000
Totaal baten ledenorganisatie	997.000	1.131.000	1.190.000	1.352.000
Wandel.nl	285.000	236.000	402.000	525.000
Fitstap	9.000	20.000	100.000	32.000
Via Vierdaagse	252.000	318.000	401.000	423.000
Avond4daagse	753.000	831.000	877.000	738.000
Opleidingen	64.000	38.000	55.000	75.000
Totaal marktbatens	1.363.000	1.443.000	1.835.000	1.793.000
TOTAAL BATEN	2.900.000	3.013.000	3.463.000	3.530.000

	Resultaat 2017	Resultaat 2018	Begroting 2019	Begroting 2020
Contributielasten (organisaties)	326.000	387.000	436.000	416.000
Contributielasten (individuele leden)	148.000	135.000	134.000	162.000
Totaal lasten ledenorganisatie	474.000	522.000	570.000	578.000
Wandel.nl	233.000	121.000	164.000	240.000
Fitstap	82.000	67.000	98.000	30.000
Via Vierdaagse	235.000	263.000	316.000	323.000
Avond4daagse	422.000	427.000	425.000	414.000
Opleidingen	80.000	33.000	40.000	62.000
Totaal marktkosten	1.052.000	911.000	1.043.000	1.069.000
Totaal personeelskosten	1.444.000	1.438.000	1.381.000	1.432.000
Bestuurs- en directiekosten	81.000	99.000	46.000	38.000
Huisvestingskosten	21.000	25.000	25.000	21.000
Automatiseringskosten	234.000	153.000	135.000	124.000
Kantoorkosten	31.000	20.000	18.000	23.000
Accountants- en advieskosten	48.000	66.000	49.000	35.000
Algemene kosten	69.000	44.000	60.000	45.000
Totaal organisatiekosten	484.000	407.000	333.000	286.000
Afschrijvingskosten	29.000	85.000	128.000	135.000
TOTAAL LASTEN	3.483.000	3.363.000	3.455.000	3.500.000
OPERATIONEEL RESULTAAT	-583.000	-350.000	8.000	30.000
Financiële baten/lasten	-2.000	-10.000	-6.000	-8.000
Bijzondere baten	241.000	68.000	-	4.000
RESULTAAT	-344.000	-292.000	2.000	26.000

Colofon

KWBN Jaarplan 2020

Nijmegen, 28 oktober 2019

Auteurs:

Gijs Janssen, Roel de Krijger,
Paul Sanders, Sil Sanders,
Margot Vandermeulen,
Eric Voet, Twan Willems

Fotografie:

KWBN
Shutterstock
Sharon Willems

Vormgeving:

Diep Arnhem