



Conceptbeleidsplan 2019 – 2024, v 1.1, februari 2019

Introductie

De Vereniging Gouden-Kruisdragers Vierdaagse (GKD) is opgericht op 24 juli 1951 te Nijmegen. Het ledenbestand van de vereniging bestaat uit wandelaars die de reglementair voorgeschreven afstanden van de Nijmeegse Vierdaagse Afstandsmarsen ten minste tienmaal met succes hebben volbracht. De vereniging stelt zich ten doel de wandelsport te bevorderen, in het bijzonder door deelname aan de Nijmeegse Vierdaagse Afstandsmarsenen de banden tussen de leden te versterken. Per januari 2019 heeft de vereniging een ledenbestand van 3721 leden uit 17 landen. Omdat wij zo'n belangrijk deel van het wandellegioen vertegenwoordigen, willen we als vervolg op ons beleidsplan 2013-2018 onze uitgangspunten opnieuw vervatten in een beleidsplan. In het voorjaar van 2018 heeft het bestuur een brainstormsessie gehouden. De uitkomsten van deze sessie, gecombineerd met de input van de klankbordgroep, zijn verwerkt in dit beleidsplan.

Visie (waar gaan we voor?)

Over vijf jaar is de vereniging (nog steeds) een succesvolle en financieel gezonde organisatie die als gesprekspartner van de Stichting 4Daagse de belangen van haar leden – waar dan ook ter wereld - behartigt en de verbondenheid met het evenement de Vierdaagse propageert. Gezien het lange verleden van onze vereniging achten wij het ook onze taak de historie en de tradities van de Vierdaagse te bewaken en in ere te houden. Na de veranderingen in de afgelopen vijf jaren (invoeren verenigingsmagazine GOUD!, opzetten organisatie met ambassadeurs, inrichten van meetings points tijdens de Vierdaagse, invoeren van 'Powered by GKD' tochten, automatische toezending van lustrumbeloningen, nieuwe website, nieuwe opzet ledenadministratie) willen de ons de komende tijd richten op het stabiliseren van de organisatie en het ledenbestand.

Missie (waar staan we voor?)

In verbondenheid samen op weg

Rationale: Het mission statement geeft weer dat we als vereniging, maar ook als individuele leden in verbondenheid met elkaar en met de Stichting 4Daagse samen op weg zijn. Daarbij staat 'op weg' niet alleen voor het fysieke wandelen tijdens de 4Daagse, maar ook in de overdrachtelijke zin van het woord: samen werken aan onze vereniging en aan de toekomst van 'ons' evenement.

De vereniging anno 2019

De GKD is een rustige vereniging met een lange traditie. Leden zijn vooral lid omdat ze trots zijn op hun prestatie en zich verbonden voelen met de Vierdaagse. De GKD organiseert jaarlijks twee ledenvergaderingen (in april en op de Vierdaagsemaandag) en een reünie in september. De leden kunnen tijdens de Vierdaagse gebruik maken van de eigen meeting points. Wie hiervoor in aanmerking komt, ontvangt automatisch een lustrumbeloning. Leden ontvangen – per post of digitaal – tweemaal per jaar het verenigingmagazine GOUD! en een felicitatie op hun verjaardag. Daarnaast hebben zij toegang tot de GKD-website en een facebook-pagina. Het bestuur komt 4-6 maal per jaar bij elkaar om lopende zaken te bespreken.

In de afgelopen vijf jaar heeft het bestuur bergen verzet en veel zaken gerealiseerd, waarbij het vorige beleidsplan als basis diende. Hierdoor, en door de stijging van het ledental, is de werkdruk voor bestuursleden, ledenadministrateur en vrijwilligers erg hoog opgelopen. Wegens deze tijdsdruk hebben we dan ook niet alle zaken uit het vorige beleidsplan kunnen oppakken.

Met behulp van een sterkte-zwakte analyse analyseren we de (interne) sterktes en zwaktes en de (externe) kansen en bedreigingen. Op basis hiervan kunnen we vervolgens de strategie bepalen. De Engelse term SWOT-analyse wordt ook vaak in het Nederlands gebruikt en bevat de vier elementen: Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats. De SWOT-analyse laat het volgende zien:

Sterkten (strengths)	Kansen (opportunities)
<ul style="list-style-type: none">• Goede relatie en duidelijke afspraken (convenant) met Stichting 4Daagse• Rijke historie• Gevoel van trots op zelfgecreëerde eretitel: Gouden-Kruisdrager (gratis reclame)• Verbondenheid met Vierdaagse• Internationaal karakter van de GKD (... nationaliteiten)• 'Goedkoop' lidmaatschap incl. lidmaatschap KWBN• (Gratis) lustrumbeloningen	<ul style="list-style-type: none">• Gebruik maken van knowhow leden• Gebruik maken van faciliteiten leden• Gebruik maken van netwerk leden• Groei aantal buitenlandse leden• Groei aantal jongere leden (<50)• Gebruik de kennis van leden betr. het Vierdaagseverleden in een nieuwe rol als 'hoeder van de historie'.
Zwakten (weaknesses)	Bedreigingen (threats)
<ul style="list-style-type: none">• Weinig onderlinge binding (alles gerelateerd aan één week/jaar)• 'Grijs' imago (want weinig activiteiten)• Geografische spreiding ledenbestand	<ul style="list-style-type: none">• Individualisering• Binding met georganiseerd wandelen wordt minder groot• Kosten lidmaatschap• Te grote belasting van bestuursleden en vrijwilligers

<ul style="list-style-type: none"> • Bestuurstaken liggen bij één bestuurslid, bij uitval blijft er dus werk liggen • Belasting bestuursleden neemt toe (groei, activiteiten, eisen van KWBN) • Twijfel aan meerwaarde lidmaatschap KWBN 	
---	--

Ontwikkelingen in het ledenbestand

In de afgelopen jaren is het ledenbestand van de GKD gestadig gegroeid van 2.880 leden per 31-12-2013 tot 3721 per 1-1-2019). Dit is onder meer te danken aan de mailing van een wervingsfolder, ieder jaar na afloop van de Vierdaagse, naar iedereen die met succes voor de 10^{de} maal heeft deelgenomen en aan de verhoogde zichtbaarheid van de vereniging (emblem, shirts, vlaggenparade, powered by GKD wandeltochten, publiciteit rondom 100^{ste} Vierdaagse). Wellicht spelen hier ook de ambassadeurs een rol.

Op dit moment hebben wij 179 buitenlandse leden, die geografisch verspreid zijn over alle continenten. De meesten van hen komen uit Duitsland (75), gevolgd door Engeland (37). Van ons ledenbestand zijn er 2449 man en 1272 vrouw. Ons oudste lid is 94 jaar, ons jongste lid 23 jaar. Ons oudste lid in aantal jaren is 63 jaar lid (Jan Woordes), gevolgd door Bert van der Lans (60 jaar lid).

Verdere groei van de vereniging is zonder meer mogelijk, gezien het potentieel aan 10+ wandelaars. Wij zien het echter niet per sé als doel om verder te groeien. Liever zien we dat het aandeel 'jongere' leden (onder de 50) procentueel gezien stijgt, voor een betere balans en om te voorkomen dat de vergrijzing binnen het ledenbestand verder toeneemt. Dit betekent dat er meer aandacht moeten worden gegeven aan de werving van leden uit deze doelgroep. Ook is het wenselijk het ledenbestand uit te breiden met meer buitenlandse leden, om ook hen goed te kunnen representeren en de internationale uitstraling van de vereniging te vergroten. Uitgangspunt voor het ledenbeleid is dat iedereen die aan de toegangsvoorwaarden voldoet, lid moet kunnen worden van de vereniging. Daarbij streven wij ernaar om de vereniging en het lidmaatschap laagdrempelig te houden, dus financieel aantrekkelijk.

Imago en het gewenste profilering van de vereniging

De GKD heeft naar buiten toe het imago van een club van grijsaards. Uit de enquête die we in 2012 hielden, bleek dat het imago onder de leden zelf vooral te maken heeft met gevoelens van 'trots' (op het feit dat men 10x of vaker de 4Daagse heeft gelopen), 'eergevoel' (om lid te mogen zijn van deze 'elitetroepen van de 4Daagse') en 'verbondenheid' (met het evenement). Hierin lijkt niet veel veranderd te zijn.

Als belangenbehartiger is de GKD al langer een vaste gesprekspartner van de Stichting 4Daagse. De wederzijdse erkenning hiervan is in 2018 onderstreept met de ondertekening van een convenant, waarin de afspraken die wij hebben, zijn vastgelegd. Sinds enkele jaren vragen we via de digitale media input van onze leden over de ervaringen van de afgelopen Vierdaagse en nemen hun opmerkingen mee als input tijdens het jaarlijkse overleg met het bestuur van de Stichting Vierdaagse. Wij beschouwen het nog steeds als onze taak om de

kwaliteit van de 4Daagse systematisch in de gaten te houden en hierover te rapporteren. Ook fungeert de GKD als een - vanzelfsprekend - klankbord voor de 4Daagse. Om een goede gesprekspartner te kunnen zijn voor de Stichting 4Daagse, zal de vereniging qua ledenbestand een goede afspiegeling moeten blijven vormen van het 4Daagse-legioen. Uitgangspunt bij de gewenste profilering is professionaliteit in alles wat we uitstralen en in alles wat we doen. In het beleidsplan van 2013 hebben we de wens uitgesproken om een doelgroepenbeleid te formuleren dat ervoor moest zorgen dat de GKD een vereniging wordt die past bij al haar leden. Het idee was te zoeken naar een mix van communicatie-uitingen en activiteiten die passen bij onze doelgroepen. Vanwege de tijdsbelasting en het feit dat we met een beperkte groep vrijwilligers onze wensen moeten realiseren, hebben we dit plan nog niet verder kunnen uitwerken.

De organisatie/het kader

De GKD streeft er naar een transparante organisatie te zijn. Op dit moment bestaat het bestuur uit zeven personen. Daarnaast zijn er vanuit de ledenvergadering een financiële commissie en een commissie benoemingen. Een aantal actieve vrijwilligers staat ons bij met activiteiten als de ledenadministratie, het magazine, de organisatie van de jaarlijkse reünie, en het bemannen van de meeting points. Een en ander staat beschreven in een draaiboek, dat moet worden aangevuld en herzien. Gezien de toenemende druk op de bestuursleden pleiten wij ervoor om structureel meer leden te betrekken bij de organisatie van activiteiten. Inmiddels is er weliswaar een klankbordgroep in het leven geroepen, maar ook deze zal door een van de bestuursleden moeten worden aangestuurd en daaraan ontbreekt de tijd/mankracht. Omdat er een bewuste keuze is gemaakt het bestuur niet verder uit te breiden, is het idee ontstaan om – indien nodig - een (tijdelijke) commissie bijzondere bijstand in het leven te roepen, die nader te bepalen taken gaat uitvoeren om het bestuur te ontlasten. Deze commissie zal een vast bestuurslid als aanspreekpunt hebben. Daarnaast is het de bedoeling de overlegstructuur (bestuur, commissies, vrijwilligers) te vereenvoudigen door Skype toe te voegen als communicatiemiddel.

Financiën

De GKD is een financieel gezonde organisatie en dat willen we graag zo houden. Ons streven is om de contributie laag te houden en de vereniging laagdrempelig. De groei van het ledenbestand heeft consequenties voor de ledenadministratie. Hierin heeft het bestuur een enorme verbeterslag gemaakt, waarbij onder andere de ledenadministratie en de financiële administratie zijn ontkoppeld.

Op dit moment is het lidmaatschap van de KWBN inbegrepen in het lidmaatschap van de GKD. Buitenlandse leden betalen uitsluitend voor het basislidmaatschap (inclusief ledenpas); Nederlandse leden voor het 'plus'-lidmaatschap (inclusief ledenpas, Wandelsportmagazine en Landelijk Wandelprogramma). Wie in aanmerking wil komen voor het basislidmaatschap, kan dit aangeven.

Het activiteitenaanbod

Veel van de leden zijn lid geworden van de GKD om 'erbij te horen' en hebben geen behoefte aan activiteiten. Dat verklaart waarom er relatief weinig leden de activiteiten bezoeken. Dit werd des te meer duidelijk in het najaar van 2018, toen de jaarlijkse reünie bij gebrek aan belangstelling moest worden afgelast.

Het doel van de activiteiten die wij organiseren is - in theorie - het vergroten van de betrokkenheid van onze leden, die daardoor de meerwaarde van het lidmaatschap ervaren. Maar, ondanks het kleine aantal aanmeldingen voor de reünie en het kleine aantal leden dat onze 'Powered by GKD' tochten bezoekt, kan worden geconcludeerd dat die betrokkenheid er wel is. De vraag is dan ook of we moeten doorgaan met het organiseren van de reünie. Daarom gaan we opnieuw bekijken hoe we deze activiteit anders kunnen invullen en organiseren. De 'Powered by GKD' tochten kosten relatief weinig inspanning en daarmee gaan we dan ook door.

Interne communicatie

Omdat onze leden relatief weinig de activiteiten bijwonen, die worden georganiseerd, is communicatie een belangrijk punt van aandacht. Momenteel ontvangen de leden – digitaal of op papier – tweemaal per jaar een verenigingsmagazine, dat in 2013 in de plaats kwam van de traditionele circulaire. Verder nieuws is te lezen op de vernieuwde website en op facebook. Het managen van zowel de website en facebook kost eveneens tijd en inspanning. Dit zouden we graag uitbesteden aan een vrijwilliger met ervaring op dit gebied, zodat de uitingen professioneel, actueel en van deze tijd blijven. Aansturing van deze vrijwilliger komt van het bestuurslid dat verantwoordelijk is voor PR en communicatie.

Externe communicatie

Het uitdragen van de succesverhalen van de GKD draagt in belangrijke mate bij aan de beeldvorming van de vereniging. Jaarlijks verschijnt er een artikelen in het Vierdaagse magazine. Onze wervingsfolder wordt digitaal verstuurd naar iedereen die de Vierdaagse tien maal met succes heeft voltooid en is te vinden bij geselecteerde wandeltochten. Desondanks willen we actiever op zoek naar meer aandacht in de binnen- en buitenlandse media. Hierin zouden de ambassadeurs een rol kunnen spelen.

Doelstellingen

De Vereniging Gouden-Kruisdragers Vierdaagse houdt de waarden en tradities uit het verleden in ere maar wil eveneens met beide benen in de huidige tijd staan. Wij hebben daarom een aantal doelstellingen geformuleerd. Deze zijn SMART (specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch, tijdgebonden).

In 2024:

1. Is de internationale uitstraling van de vereniging vergroot [10% buitenlandse leden?]. Een grotere internationale uitstraling gaan we realiseren door meer aandacht op het werven van buitenlandse leden, bij voorbeeld tijdens de wandeltochten van het International Marching League (IML).
2. Heeft de vereniging procentueel meer leden van <50 jaar [10%?]. Bij de werving zullen we inzetten op de 'jongere' doelgroep.
3. Is de GKD nog steeds een belangrijke overlegpartner van de Stichting 4Daagse.
4. Is het huidige vrijwilligersbestand van de vereniging uitgebreid met 50%.
5. Is de interne communicatie (binnen de vereniging) verder geprofessionaliseerd. Uitingen worden inhoudelijk aan elkaar gelinkt en geactualiseerd. Uiterlijk in 2024 wordt de huisstijl weer opgefrist (want dat is per slot van rekening intern én extern het visitekaartje van onze vereniging).

6. Loopt de externe communicatie volgens een plan waarin momenten en media worden geselecteerd om door GKD actief te worden benaderd.

Prioriteiten en plan van aanpak/implementatie

Het bestuur zal prioriteiten stellen om de bovenstaande punten aan te pakken. De gedetailleerde uitwerking van de doelstellingen in een plan van aanpak zal plaatsvinden nadat de ALV haar goedkeuring heeft uitgesproken.

Goedkeuring door de Algemene Ledenvergadering

Voorafgaand aan de eerstvolgende Algemene Ledenvergadering zal het beleidsplan aan de leden worden voorgelegd. Dit gebeurt via een aankondiging in GOUD! en publicatie op de website. Tijdens de ALV in april 2019 kan de ledenvergadering zich hierover uitspreken en het beleidsplan goedkeuren dan wel verwerpen.

Evaluatie en terugkoppeling

Om te voorkomen dat het beleidsplan in een la verdwijnt, zullen het plan en de voortgang minimaal tweemaal per jaar in de bestuursvergaderingen van maart en oktober worden besproken. Ook zal het onderwerp tijdens de ledenvergaderingen op de agenda komen te staan.

Bijlage 1: Vragen/aandachtspunten/actiepunten

- Herziening huishoudelijk reglement is noodzakelijk (bijv. 4Daagse wordt niet meer georganiseerd door de KNBLO).
- Herziening/aanvulling draaiboek is noodzakelijk (wie is actiehouder?).
- Een nieuwe ledenenquête is wenselijk
- Hoe betrekken we leden als vrijwilliger bij activiteiten?
- Wie coördineert de Klankbordgroep?

Ledenwerving

- Felicitteer iedereen die 10x heeft gelopen en biedt ze een gratis (uitgekleed) jaarabonnement aan. Dus zonder KWBN-lidmaatschap (tenzij KWBN wil meeliften) en met digitale uitingen.

Richting 4Daagse

1. Is het wenselijk een (willekeurig) lid mee te nemen naar het jaarlijkse overleg met de Stichting 4Daagse?
2. Kan er een link op de 4D-site worden gezet naar de GKD-site voor mensen die zich willen aanmelden als lid?

Communicatie

1. Redactieformule en redactieteam t.b.v. 'Goud'
2. Beeld/videobank opzetten (pinterest?)
3. Volg leden tijdens 4Daagse interactief op Twitter met live verslagen #GKD, #4D13 / Foursquare. Laat ze digitaal inchecken op de meeting points via FB/Twitter.
4. Vaker en korter communiceren via digitale newsletters(4x/jaar) en, indien nodig, per e-mail of newsflash
5. Website: FAQ optimaliseren, voeg gastenboek toe.
6. Gebruik informatie op meerdere fronten: bundelen FB input in de circulaire

Ideeën uit de Klankbordgroep

1. Vervang de reünie door een 'opening van het wandelseizoen' in het voorjaar, gecombineerd met een 'Powered by' tocht. Praatje van de voorzitter, bestuur uitnodigen. Altijd in de buurt van Nijmegen.
2. Organiseer de reünie in het weekend voor de Vierdaagse. Dan is iedereen er al en kun je ook je buitenlandse leden erbij betrekken.
3. Geef bezoekers aan het meeting point een kleine beloning op de vierde dag (goudkleurige bloemenkrans). Dan zijn ze ook direct beter herkenbaar als GKD'er.
4. Vul het bestuur aan met iemand die belast wordt met marketing/communicatie.
5. Maak de ambassadeurs 'toegankelijker'. Laat ze bijvoorbeeld iets publiceren op onze website.
6. Trek een fondsenwerver aan.