

VISIE KNWU 2017-2020

KANSEN, VAN HIER TOT TOKIO

(versie 0.4, 07-10-2016)

Drie agenda's vormen het vertrekpunt voor dit document;

Extern	De ontwikkelagenda (Wielersport2020)
Intern	De verbeteragenda (Verbeterteam)
Context	De sportagenda 2017+ (NOC NSF)

We hebben een geweldige uitgangspositie.

Mooiste merk

Nederland is hét fietsland bij uitstek. De meeste kinderen stappen op hun derde levensjaar al voor het eerst op. Fietsen zit in ons DNA. Onze infrastructuur is ongeëvenaard. Fietsen in Nederland, het is het mooiste merk om mee te werken. Nu de hele wereld het fietsen ontdekt wordt [stelselmatig](#) naar Nederland gekeken. Nederland geldt als [koploper](#), uitvinder, gidsland.

Sterke groei

Nog nooit stapten zoveel nieuwe sportieve fietsers op de fiets als in de afgelopen jaren. Fietsen als de perfecte sport voor een gezonde levensstijl; Fietsen blijkt ook steeds vaker de ideale vervanger van (het meer blessuregevoelige) voetbal en hardlopen of (het tijdrovende) golf. Collegabond NTFU becijferde samen met Bikemotion dat wekelijks meer dan 800.000 fietsers opstappen. Uit de [sportparticipatiemonitor](#) van NOC NSF blijkt al tijden achtereen de flinke groei van fietsen als sport (145.000 meer in juni 2016, ten opzichte van juni 2015). Uniek aan de sport is dat je het een leven lang én het hele jaar door kunt doen.

Top generatie

Het gaat goed met het Nederlandse [top-wielrennen](#). We hebben te maken met de beste generatie sinds Knetemann, Zoetemelk, Kuiper en Raas. De afgelopen twee jaar speelden de Nederlandse renners een prominente rol in de grote rondes. Het lijkt een kwestie van tijd voordat het podium (of meer) wordt bereikt. Er was winst in Luik-Bastenaken-Luik en de Classica San Sebastian. De – veelal – in Nederland opgeleide talenten komen tot volle bloei, bij Nederlandse en internationale ploegen. Ook Nederlandse ploegleiders maken furore; en zitten letterlijk aan het stuur bij de twee grootste ploegen van het peloton.

Olympische medailles

In totaal haalden de sporters van de KNWU in Rio [6 medailles](#). Anna van den Breggen is Olympisch kampioen op de weg. Elis Ligtlee op de Keirin. Niek Kimmann werd eerder wereldkampioen bij de BMX. Op MTB blijft Nederland momenteel achter, al staat talent klaar – die met de juiste begeleiding – hoge ogen kan gooien in 2020 of 2024. De KNWU is deze OS in Rio de Nederlandse bond die voor Nederland de meeste medailles binnenhaalt. De KNWU zorgt voor 32% van de binnengehaalde medailles. .

Ter vergelijking: British Cycling haalde 12 medailles, 1 op de weg, 11 op de baan. Groot Brittannië heeft meer dan 60 miljoen inwoners, dat betekent 1 medaille op 5 miljoen inwoners. Nederland haalt 1 medaille op 2,8 miljoen inwoners.

Vooruitstrevende hoofdsponsor

De KNWU is er – als een van de weinigen – in geslaagd een sponsor (Unibet) aan te trekken. Voor 2017 en zeer waarschijnlijk ook voor de periode erna.

Het wordt tijd om deze mooie uitgangspunten de komende jaren te verzilveren. Nederland als gidsland op het gebied van fietsen. KNWU als voorbeeld voor andere sportbonden in Nederland en de KNWU als [koploper](#) binnen de UCI.

Waarom zijn wij er (WHY)

Wij maken iedere fietser continu beter

We encourage every cyclist to become better

beter = sneller, verder, slimmer, gezonder, veiliger, leuker

iedere fietser = iedereen die fietsen als zijn sport ziet.

Hoe doen we dat (HOW)

KNWU is de beste wieleropleider ter wereld. KNWU stimuleert prestatie. De KNWU vervult de rol van coach, van inspirerend opleider. We zorgen ervoor dat mensen gaan fietsen, beter gaan fietsen en beter presteren. In mooi Nederlands: *encourage, empower, develop, inspire*.

Wat doen we (WHAT)

De KNWU ontwikkelt wedstrijd-, opleidings- en verenigingsvormen die aansluiten bij deze tijd en klaar zijn voor de toekomst. De KNWU ontwikkelt en stimuleert talent, zorgt voor het bijbrengen van vaardigheden en kennis. Voor ideale omstandigheden en faciliteiten, en voor de juiste competities en uitdagingen.

We streven ernaar de beste wielrenners ter wereld op te leiden, in alle disciplines. We willen in relatieve zin de hoogste participatie ter wereld, in alle disciplines. Dat betekent de breedste pyramide met de sterkste top.

Doelstellingen

- Resultaat op WK, EK en OS/PS in alle disciplines
- Resultaat tijdens andere grote wedstrijden
- Behoud van hoogste toelatingslimieten → Grootst mogelijke wielploeg in Tokio
- 7+ medailles in Tokio
- Topranking per discipline (UCI-norm). Top 5 bij weg (mannen).
- Meer klanten, groei naar 50.000 (in 2018) en 80.000 (in 2020)
- We bereiken in 2018 meer dan 1.000.000 (30% van totaal) wielervolgers via onze eigen kanalen
- KNWU komt tenminste 6 keer per jaar [positief](#) in het nieuws
- We sturen op klanttevredenheid (sporters en verenigingen), eerst meten (2017), dan verhogen (obv [NPS](#)) in de jaren erna.
- Medewerkerstevredenheid meten, in 2018 naar 8.5
- Groei in binnenkomende sponsorgelden

Van hier naar Tokio; 10 speerpunten

1. Toegevoegde waarde
2. Succesvolle topsport
3. Klantgericht aanbod
4. Digitale transformatie
5. Team innovatie
6. Toekomstgerichte verenigingen
7. Vernieuwende partnerships
8. Slimme samenwerkingen
9. Enthousiast publiek
10. Ondernemende KNWU

1. Toegevoegde waarde

Het wordt zaak onze toegevoegde waarde veel beter zichtbaar te maken. Als je nu aan een willekeurige vereniging vraagt wat er gebeurt als de KNWU een maandje dichtgaat, haalt menigeen zijn schouders op. 'Merken we niks van'. Dat is hard, maar vraagt ook om zelfreflectie. De KNWU heeft wel degelijk toegevoegde waarde, maar weet dit niet voldoende duidelijk te maken. Goed om te kijken waar onze toegevoegde waarde zit. *Wat heeft de KNWU wat anderen niet hebben? En hoe kunnen we dit laten groeien voor de toekomst?*

- I. **Kennis:** Jarenlange ervaring en kennis bij het opleiden van talenten én kader. De kennis die de KNWU heeft vanuit top- en wedstrijdsport heeft veel waarde voor iedereen die beter wil leren fietsen (ook als je niet persé een traditionele wedstrijd wilt rijden.)
- II. **Faciliteiten:** competities, kalenders, ranglijsten, reglementen, jury, veiligheid, processen, draaiboeken, evenementen, uitslagen, opleidingen, inschrijfsystemen, netwerk, etc. Maar ook de contacten met; politie, collega bonden, UCI, WADA, DA, ministeries, NOC*NSF. En automatisering en sporttechnische- en kaderopleidingen
- III. **Verenigingen:** Structuur, vrijwilligers, locaties
- IV. **Klanten:** Een groeiende database met daarin meer dan 32.000 actieve fietsers (Mijn KNWU)
- V. **Topsport:** De toegang tot de topsport en daarbij komende zichtbaarheid is interessant voor media, publiek en (potentiele) partners. Topsport inspireert jonge sporters.
- VI. **Eerlijke sport:** belang bij een eerlijke sport voor iedereen.

Tot nu toe gold de denkwijze: 'We doen wat de markt niet doet'. Beter is om dat te formuleren als 'We doen waar de markt (nog) niet toe in staat is'.

Voor wie zijn we er?

De KNWU is er voor de fietser die beter wil fietsen, beter wil presteren. De wielersporter staat centraal. De **primaire doelgroepen** zijn daarmee:

- Topsporter
- Wedstrijdsporter
- Prestatieve fietser

Secundaire doelgroepen, daarvan afgeleid, zijn;

- Actieve/sportieve fietser
- Verenigingen
- (Wedstrijd)Organisatoren
- Coaches en kader (overig)
- Wielierliefhebbers (fans)
- Pers
- Partners/sponsors
- (Semi-)overheden en belangenbehartigers

2. Succesvolle topsport

In Rio haalde de sporters van de KNWU 6 medailles binnen. Voor Tokio is [de ambitie](#) het nog beter te doen.

Doel

Binnen de KNWU voeren we een topsportbeleid waarin sporters op het allerhoogste niveau internationale competitie bedrijven met als belangrijkste activiteit de deelname aan de internationale kampioenschappen. De prestaties op kampioenschappen staan hoog in het vaandel. Het behalen van de overwinning is het hoogste doel. Het behalen van de zilveren en bronzen medailles is het subdoel.

Daarbij staat de sporter centraal en is de persoonlijke ontwikkeling van sporters als coaches een van de belangrijkste doelstellingen. Iedere dag sporters beter maken is een belangrijk streven. Het gaat erom dat de KNWU de sporter ondersteunt, faciliteert en *empowert* om de beste prestatie te leveren. Hiervoor creëert KNWU Topsport specifieke producten en diensten voor de sporter. Van het ter beschikking stellen van vermogensmeters, tot trainingsadvies, van hoogtestages tot een uitdagend wedstrijdprogramma. Tevens werkt de afdeling Topsport samen met externe partijen die een specialistische diensten of producten leveren.

Missie

De missie van de afdeling topsport is het behalen van de overwinning op EK, WK en OS. Het behalen van de zilveren of bronzen medaille is het subdoel.

Doelstellingen voor 2017

- WK Aangepast Wielrennen Pietermaritzburg, Zuid-Afrika
- WK Baanwielrennen Hong Kong, China
- WK Baanwielrennen Junioren Shenyang, China
- WK BMX Rock Hill, USA
- WK MTB Cairns, Australië
- WK Veldrijden Bieles, Luxemburg
- WK Wegwielrennen Bergen, Noorwegen
- EK Baanwielrennen Berlijn, Duitsland
- EK Baanwielrennen U23/Junioren (nog onbekend)
- EK BMX Bordeaux, Frankrijk
- EK MTB Istanbul, Turkije
- EK Veldrijden Tabor, Tjechie
- EK Wegwielrennen (nog onbekend)

De eerste doelstelling is de topsportprestatie. De 2e doelstelling is de ontwikkeling van mensen. Het draait om de sporters. Zij leveren de sportprestatie en zijn daar eigenaar van.

Visie

De Topsportprestatie is de optelsom van fysiek/technische en mentaal /tactische vaardigheden van de sporter. Wij stellen de sporter centraal en bieden producten en diensten ter ontwikkeling van de sporter. Wanneer vaardigheden verbeteren worden prestaties beter. We willen sporters “empoweren” en opleiden zodat zij zo veel als mogelijk autonoom keuzes maken binnen de grenzen van het KNWU beleid. Samen met de Coaches en de Technische staf streven sporters naar de ontwikkeling van hun volledig potentieel en presteren top op de kampioenschappen. Sporters en Technische staf verbinden zich aan een KNWU project. Een project is een kampioenschap of de ontwikkeling van persoonlijke competenties. De afdeling topsport werkt nauw samen met externe partijen die een specialistisch dienst of product leveren. Het gaat dan o.a. om soigneurs, mecaniciens, bewegingswetenschappers, sportartsen, fysiotherapeuten en voedingsdeskundigen.

Ambitie

De Nederlandsche ambitie om bij de beste 10 topsportlanden te behoren van de wereld onderschrijft de KNWU volledig. De KNWU streeft voor sommige disciplines naar scherpere resultaten. De landen ranking van de UCI is hiervoor leidend. Het behalen van topresultaten in internationale wedstrijden en kampioenschappen leidt tot het stijgen op de ranglijst. De Top 5 op de UCI landen ranking is streven.

Sporters

De Bondscoaches en Talentcoaches van de KNWU stellen talentengroepen en Topsportgroepen samen. De selectie van deze sporters gebeurt door de coaches op basis van wedstrijd resultaten en de verschillende testen die regelmatig plaatsvinden.

Coaches

Voor elke talentengroep en topsportgroep stelt de KNWU een coach aan. De Bondscoaches en Talentcoaches samen met de Technisch Directeur ontwikkelen het beleid en geven hier uitvoering aan. In de bijlage 2 staan de verschillende coaches zoals ze worden voorzien voor 2017.

Wedstrijden

Deelname aan internationale wedstrijden is een belangrijk instrument om sporters te ontwikkelen. Het gevecht op de cm2 is nodig om een bepaalde gewenning en vaardigheid te verkrijgen voor de discipline. De deelname aan kampioenschappen heeft de prioriteit en zal voor sporters een belangrijk doel zijn. Andere wedstrijden zijn de Nations Cup, Europa Cup en de Wereldbeker.

Specialistische begeleiding

Specifieke producten en diensten komen van externe partijen. Deze specialisten hebben toegevoegde waarden voor de sporters en het programma. De verschillende specialisten zijn: Sportarts, Fysiotherapeut, Krachtrainer, Voedingsdeskundige, Bewegingswetenschapper, Soigneur, Mecanicien, Sportsycholoog. In bijlage 4 worden de verschillende specialisten per discipline aangegeven.

3. Klantgericht aanbod (wedstrijdsport)

De KNWU stelt de wielersporter centraal. Deze sporter stelt andere wensen en eisen aan het product (wielersport) dan in het verleden. Daarom gaan we ons versneld richten op vernieuwd productaanbod. Aanbod dat aansluit op de verschillende levensfasen van sporters voor een leven lang wielersport. Producten die aansluiten in de lifestyle van de gezonde en vitale Nederlander. Maar ook producten die aansluiting hebben met verschillende community's en waarmee mensen zich kunnen onderscheiden. Door het toevoegen van nieuwe vormen van wedstrijd, uitdaging en competitie groeit de KNWU pyramide van jong tot oud.

Persona's en customer journey

Om dit vernieuwde aanbod te kunnen bepalen worden de verschillende doelgroepen gesegmenteerd en per groep de specifieke wensen in kaart gebracht. Niet ieder sporter is gelijk. We zijn begonnen met de definitie van zes verschillende persona's;

- Jeugd
- Vrouwen
- 'De wielrenner'
- Zij-instromer
- Ongebonden sporter
- Urban/Freestyle

We redeneren vanuit doelen van de sporter. De intrinsieke motivatie, bijvoorbeeld technisch beter willen leren fietsen, fitter worden of willen deelnemen aan competitie of unieke uitdaging.

Hoe sluiten we nog aan bij de nieuwe generaties? Het mediagebruik. Minder aandacht, dus meer spreiding over verschillende vormen van vrijetijdsbesteding. We verdiepen ons structureel en periodiek in de wensen en behoeften van deze groepen. We brengen *customer journeys* in kaart. Voor de website en online services geldt dat we gaan werken met *user stories*. Welke vraagstukken komen vaak voor en hoe kunnen we die optimaal bedienen.

We volgen de denklijn:

Persona's → Motivatie → Customer journey → User Stories → Product/functionaliiteit/content

Fietser → Doel → Hoe en waar komen de KNWU en de sporter elkaar tegen → Welke vragen/uitdagingen heeft de fietser → Hoe maken we producten of diensten die daaraan beantwoorden.

Sneller ontwikkelen

Door de introductie van een nieuw te vormen *team productontwikkeling en innovatie (onderdeel 5)* komt er meer slagkracht en urgentie bij het opleveren van nieuwe producten en concepten. 'Het snelste jongetje van de klas' en '**Start to race**' zijn hiervan goede voorbeelden. Dit doen wij niet alleen maar in samenwerking en co-creatie met diverse partners (gemeentes, sportmarketingbureaus, wielerploegen, andere bonden).

Vernieuwing

De begrippen 'wedstrijd' en 'vereniging' zijn aan verandering onderhevig. De scheidslijn tussen breedtesport en wedstrijdsport is lang niet altijd duidelijk. Nieuwe technologie maakt nieuwe opleidingsvormen (op afstand) mogelijk. De KNWU ontwikkelt vernieuwde wedstrijd-, opleidings- en verenigingsvormen die aansluiten bij deze tijd.

Opleidingsvormen

De nieuwe generatie sporters gaan niet langer akkoord met het 1 op 1 overnemen van de opleiding die hun leermeester zelf heeft doorlopen. Zij willen vooral weten waarom voor een bepaalde trainingsvorm wordt gekozen, zelf inbreng hebben, willen alles weten over de achtergronden, de nieuwste materialen en het gebruik van de moderne technologie om zo efficiënt mogelijk te trainen en kennis te vergaren. Dit vraagt om een andere manier van opleiden.

Verenigingsvormen

Aanbod voor iedere vorm van verenigen. Ook voor de whats'app groep die iedere zondag om '10 over 10' langs de IJssel afspreekt. Met betrekking tot vereniging wordt ingezet op ondernemende sportaanbieders die werken met leden en afnemers/klanten en meerwaarde aantonen. De KNWU zet in op het faciliteren en mogelijk maken van de verschillende bindingsvormen bij sportaanbieders en het inspireren en stimuleren van deze aanbieders in aantrekkelijk sportaanbod.

Wedstrijdvormen

Vertrouwde wedstrijdvormen zullen altijd blijven bestaan. Al zien we een daling van het aantal licentiehouders in de laatste jaren. Mensen zoeken naar andere vormen van competitie en uitdaging. Een uitdaging als The Ride is daarvan een goed voorbeeld. In het hardlopen zien we de categorie 'funrunning' sterk groeien, zoals *colorrans*, *mudmasters* en *ladiesruns*. Ook voor alle disciplines bij de KNWU kijken we naar nieuwe varianten. Het succes van de strandraces is hiervan een goed voorbeeld. Maar ook de Cauberg Challenge, Kop-over-kop, Meewindkoers, De Muur Challenge van Red Bull, etc. vallen hieronder.

De KNWU denkt actief en creatief mee over nieuwe wedstrijdvormen. Waarom niet – in navolging van de KNSB - een derby Nederland – België. Of het NK op Alpe d'Huez. Of een tijdrif in de nacht. De KNWU reglementen zullen in de breedte meer ruimte gaan bieden om dit te kunnen faciliteren waarbij de uitgangspunten veilig, gezond en eerlijke sportbeoefening aan de basis blijft staan.

KNWU in bèta

De huidige ontwikkelingen gaan zo snel dat het ondoenlijk is om nieuwe verschijningsvormen via de huidige structuren van de KNWU ingebed te krijgen in de organisatie. De KNWU moet ruimte kunnen geven aan nieuwe initiatieven en wedstrijdvormen, voordat ze door alle commissies gegaan zijn en vastgelegd in reglementenboeken.

Programma rondom afhaakmomenten

In een succesvolle klantenpyramide gelden drie principes: *get them in, get them up, keep them in*. Uit de statistieken blijkt dat er een aantal afhaakmomenten zijn. Bijvoorbeeld rond 18 jaar, als jongeren meer uitgaan én gaan studeren. Ook voor jonge gezinnen is het vaak lastig te combineren. We gaan aanbod ontwikkelen voor deze groepen (wordt project voor team innovatie).

Verkleinen van de afstand

Een veel gehoorde klacht is de [ondoordringbare hiërarchie](#) van de KNWU (congres – hoofdbestuur - uniebureau - district - afdeling - vereniging - lid). We gaan het voor leden makkelijker maken om de weg te vinden naar de KNWU. Een directe communicatielijn van lid naar het uniebureau

KNWU zet een servicepunt (team?) op voor leden en verenigingen. Veel voorkomende vragen worden op de nieuwe website ontsloten. Er komt een chatfunctie. En een nieuwe site wordt ontwikkeld op basis van [user stories](#) (en niet op basis van organisatiestructuur).

4. Digitale transformatie

We hebben de laatste jaren weinig focus gehad op de inzet van technologie. Op digitaal gebied is de KNWU nog niet veel verder gekomen dan digitale communicatie. De volgende stap is die naar digitale transformatie. Hoe zorgen we ervoor dat ICT in het hart van de organisatie komt. Maken we hier geen stappen dan zal de rol van de KNWU de komende jaren drastisch afnemen. Voor nu betekent dat dat we eigen resources inzetten op de kern van de KNWU (klantdatabase + websites + tools/apps/services). Voor secundaire processen zoals interne mail, server, etc. wordt gebruik gemaakt van marktstandaarden (in de cloud).

Klantendatabase - Mijn KNWU

Een belangrijk speerpunt voor de komende jaren wordt de doorontwikkeling van de klantendatabase (nu nog: Mijn KNWU). Om klantgericht te kunnen werken is het kennen van je klant een vereiste. Op basis van de informatie over onze klanten zijn we in staat om zelf - en met onze partners - producten en diensten te ontwikkelen die aansluiten bij de wensen van onze doelgroep. We weten momenteel al behoorlijk veel over onze leden, maar doen daar vooralsnog niets mee.

KNWU 'Shop'

- Meer diversiteit in lidmaatschappen en licenties. Versimpelde kostenstructuur.
- Nieuwe producten in de vorm van te stapelen modules: producten, verzekeringen, trainingsschema's, korting op materiaal, rides, reizen, basistrainingen, etc.
- We onderzoeken de mogelijkheid voor een introductie gratis variant. Bijvoorbeeld: vijf basislessen (video's) + trainingsschema's.
- User experience in lijn met wat men gewend is tegenwoordig. Mogelijkheid om voor langere tijd vast te leggen. De betaalmogelijkheden worden uitgebreid. 'Pakketten' aan de hand van voordelen in plaats van specificaties. *'What is in it for me?'*

Website(s)

De website van de KNWU wordt volledig op de schop genomen. Er komt/komen een of meerdere websites die vanuit klantgroepen is/zijn ingericht. Vraag gestuurd en met bijvoorbeeld service mogelijkheden via chat. Dit project wordt eind 2016 opgestart. Begin Q2 zijn de eerste resultaten zichtbaar.

De meest bezochte onderdelen van de KNWU zijn de *kalender* en de *uitslagen*. Het merendeel van het bezoek is via mobiel → we kijken naar de mogelijkheid voor een mobiele site (met een partner) voor deze informatie.

Flinke investering

De digitale transformatie vergt de komende jaren een flinke investering in mensen, kennis en technologie. **To do: Onderzoek mogelijkheden financiering van deze investeringen (funding via partnerships, NOC NSF, nieuwe sponsors, verschuiving van budget).**

5. Team Innovatie

Om ervoor te zorgen dat er vaart komt in de uitvoering van de ideeën en concepten uit de ontwikkelagenda 2020, wordt per direct een Team Innovatie / Productontwikkeling samengesteld. Producten krijgen productowners. Zij zijn verantwoordelijk voor de realisatie van het product/dienst.

Het team gaat op korte termijn aan de slag met de eerste diensten en producten, een aantal mogelijke voorbeelden:

1. 'Start to race'

Start to Race organiseert trainingen waarin je beter en veiliger leert fietsen. Bij Start to Race leer je een bocht écht goed aansnijden, beter en veiliger in een groep rijden, slimmer in een groep rijden en je fiets beter beheersen. Je werkt uiteindelijk toe naar je eerste KNWU-wedstrijd. Start to Race is toe te passen voor alle disciplines. Het past in een leerlijn: Start to bike → Start to ride (NTFU) → Start to race.

2. Tool Future Proof Vereniging

Om verenigingen te prikkelen om klaar te zijn voor de toekomst wordt door de 'stuurgroep 2020' gewerkt aan een tool (meetlat/scorecard/checklist) waaraan je kunt afleiden in hoeverre je als vereniging *future proof* bent. En waar nog verbeteringen noodzakelijk zijn. Dit wordt niet door de KNWU gedicteerd, maar door succesvolle verenigingen samengesteld.

3. Trainingen op maat

Een bestaande vraag ombouwen tot een vaste propositie. De KNWU verzorgde eerder een (in company) training voor CS030. Dit kan als product worden aangeboden aan alle verenigingen.

4. 'Ieder dorp zijn fietscrossbaan'

BMX vormt voor veel kinderen de ideale entree in de wielersport. BMX zelf groeit als internationale discipline (want: spectaculaire kijksport) en is ook bron voor talenten in andere disciplines (Elis Ligtlee, Jeffrey Hoogland). Om de basis te verbreden en instroom te bevorderen is er behoefte aan meer infrastructuur. De KNWU gaat zich samen met andere organisaties (als Fietsersbond, lokale verenigingen) inzetten om zoveel mogelijk fietscrossbanen aan te laten leggen in Nederland. In veel dorpen en gemeentes is de plaatselijke crossbaan een burgerinitiatief.

De KNWU presenteert een stappenplan waarmee 'burgers' op een gestructureerde manier een verzoek tot crossbaan kunnen indienen bij gemeentes. Voorbeelden: [Genemuiden](#), [Mijdrecht](#), [Oisterwijk](#), [Hengelo](#), [Berkelland](#). Ook toegankelijkheid tot fietsen is vaak een groot probleem voor instroom. De Olympic Experience in Scheveningen leert een belangrijk punt: zorg dat het er is en kinderen gaan alles proberen. De komende jaren kijken we actief naar uitbreiding van het fietsleaseplan en fietsdepots (bij RTC's).

Nieuwe aanpak

1. Co-creatie

Er wordt samengewerkt met mensen binnen en buiten de KNWU. Mogelijke partijen zijn:

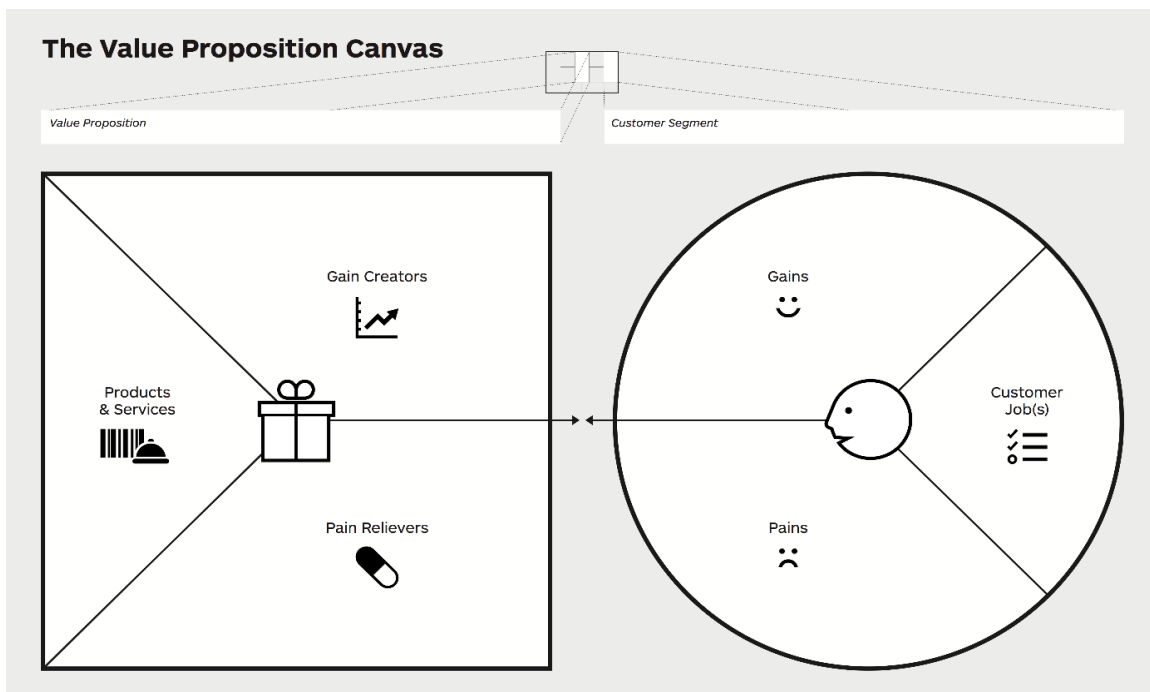
- Technische universiteiten.
- Partners/Leveranciers op het gebied van kleding, voeding en materiaal
- Technologie partijen voor toepassing van data
- Product designers, developers en andere creatieve specialisten

2. Agile/Scrum

Het innovatieteam gaat ook aan de slag met en [andere projectmethodiek](#). We gaan werken met product teams die in zogenaamde *sprints* (digitale) services en producten gaan ontwikkelen. Niet langer op zoek naar iets wat pas live gaat als het 100% 'af' is (dat is het namelijk nooit). Maar werken vanuit een [MVP](#) (*minimal viable product*) en van hieruit doorontwikkelen. Resultaat: nieuwe initiatieven en uitbreidingen snel 'op de markt' brengen.

3. Business Model Canvas

Het business model canvas is een manier om een business case op 1 pagina samen te vatten. Kern van het BMC zijn de Value Propositions per doelgroep. Het innovatieteam bij KNWU wordt [geschoold](#) om het BMC en proposities uit te werken.



6. Toekomstgerichte verenigingen

De verenigingen vormen het huidige fundament voor de KNWU. De komende jaren zal de KNWU speciale aandacht hebben op het verder doorontwikkelen van deze verenigingen. Samen kansen zien in tijden van verandering.

De volgende acties worden ondernomen;

- We maken eind 2016/2017 een ronde langs de verenigingen om wensen en behoeften op te halen. We introduceren hiervoor – vanuit de stuurgroep 2020 - een **tool** die vertelt hoe *future proof* een vereniging is. Doel: verenigingen stimuleren en inspireren mee te veranderen in nieuwe tijden.
- **Best practices.** Er zijn voorbeelden van succesvolle wielerverenigingen, denk aan Gaul!, CS030 en Westland Wil Vooruit. KNWU haalt de verhalen op en verspreidt deze actief (via nieuwsbrief en weblog) onder de aangesloten verenigingen. De **Dag van de Wielersport** speelt een centrale rol bij kennisoverdracht en inspiratie.
- **Drempel verlagen.** Verenigingen stimuleren hun drempels te verlagen en toegankelijker te worden (ook klantgericht worden)
- Er komt een gecombineerde propositie met de NTFU.
- Er komt een (digitaal) service punt voor verenigingen, voor vragen en suggesties
- Een KNWU Keurmerk kan ingezet worden voor het positioneren van verenigingen, denk aan opleidingsvereniging, topsportvereniging, vrouwvriendelijk etc
- In kaart brengen **blinde vlekken**.

Ander soortige verenigingen

Het begrip 'vereniging' verandert. Door social media is het mogelijk jezelf eenvoudig te verenigen, 'Whats'app'groepjes. We kijken actief naar andere vormen van 'verenigingen'. Wat kunnen we betekenen voor deze zelforganiserende groepen. En ontwikkelen hiervoor producten en diensten.

Passende dienstverlening

Zo neemt bijvoorbeeld de lokale fietsvriendengroep het meest basic pakket af, tegen dito tarief, om in ieder geval verzekerd op pad te gaan terwijl de grote wielervereniging met de jaarlijkse wielerronde en een internationaal programma een uitgebreid pakket afneemt inclusief inschrijfsysteem, sponsormodule en inkoopvoordeel. Aandachtspunt hierbij is het belonen van partijen en organisaties die een grote bijdrage leveren aan het mogelijk maken van de competitieve wielersport.

7. Vernieuwende partnerships

Unibet

Unibet is een internationale online kansspelorganisatie die de beleving van (wielers)port vergoot. In ons partnerschap zetten wij in op het vergoten van de sportbeleving en een verantwoorde en veilige (sport)omgeving.

Bij de uitvoering van de activatie kan de KNWU gebruik maken van de jarenlange kennis ervaring van Unibet op het gebied van (big) data en marketing en communicatie. In 2017 zal er de naam van een goed doel op het shirt van de KNWU staan.

Overige partnerships

Het plakken van namen op shirts en borden langs het parcours heeft de langste tijd gehad. Partners zijn op zoek naar andere vormen van sponsoring: activatie en participatie. De KNWU zal hierin een duidelijk switch maken en met andere vormen van partnerships komen. Enkele voorbeelden daarvan;

- **KNWU Channels.** Specifieke sponsoring van onderdelen van de KNWU, zoals bijvoorbeeld 'Offroad, waarin een tweede partner wordt gezocht voor de combinatie veldrijden/mtb.
- **Andersoortige partnerproposities.** Sponsoring op basis van gedeelde interesses/waarden: Sponsor van de opleiding. Van talent-ontwikkeling, van uitmuntende prestaties, van coaches, etc.
- **KNWU Businessclub.** 'Cycling is the new golf' wordt vaak gesteld. Met de toegang tot kennis, coaches en (oud)topsporters kan de KNWU heel goed voorzien in een sterk groeiende behoefte binnen het bedrijfsleven.
- **Digitale partner;** we zullen de komende jaren flink moeten investeren in technologie. Het lijkt uitgesloten dat we dat met de huidige bezetting intern snel genoeg voor elkaar krijgen. Een denkbare vorm is een partner vinden die in #uren per jaar investeert in de nieuwe websites en digitale dienstverlening van de KNWU.

Nieuwe werkplek

Vanaf november 2017 heeft de KNWU een nieuwe werkplek. Dit biedt mogelijkheden voor het aanhalen van samenwerkingen. De werkplek fungeert als ontmoetingsplek voor partnerships. De nieuwe werkplek stimuleert de liefde voor de wielersport. *We voegen ook symboliek toe in de nieuwe werkplek, denk aan leenfietsen, fietsen achter je bureau, trainingsruimte met Zwift, etc.*

8. Slimme samenwerkingen

Wie dit document leest kan het vermoeden krijgen dat we heel veel hooi op onze vork halen. Dat is echter niet zo. In de komende jaren zal de KNWU heel actief op zoek gaan naar samenwerkingen binnen en buiten het fietsen. Samenwerkingen die nu soms ad hoc of incidenteel zijn worden meer strategisch. We stimuleren samenwerking ook op verengingsniveau.

NTFU

Er wordt op een aantal gebieden al goed samengewerkt met de NTFU. Als het aan de KNWU ligt wordt deze samenwerking in de komende jaren verder geïntensiveerd. De Wieleracademie brengt het gezamenlijke aanbod van KNWU en NTFU voor kaderopleidingen al samen.

Samenwerkingen op het gebied van;

- Combinatie aanbod voor leden/klanten
- Combinatie aanbod voor verenigingen
- Gezamenlijk proposities voor (niet)leden
- Gezamenlijk uitvoeren van wielersport gerelateerd onderzoek
- Gezamenlijk eenduidige en sterkere belangenbehartiging
- Beter kijken naar eventuele overlap in werkzaamheden

Dutch Cycling

In deze context wordt ook gekeken naar samenwerking met aanpalende sportbonden (NTB, KNSB) en organisaties als Fietsersbond, Bikemotion, ANWB, Wielerploegen. Nergens in de wereld is het landschap van belangenbehartigers zo versnipperd als in Nederland. Voor de 'gewone burger' niet meer te bevatten. *Voor welke vraag moet ik waar zijn?*

Actie: Samen met partners maken we een slimme portal 'Dutch Cycling' waar we de weg wijzen naar de juiste partij bij de juiste vraag. Doel: inspiratie, informatie. En de som der delen benadrukken.

Aansluiten bij wat er al is

Niet alles zelf doen, maar slim aanhaken bij wat er is. De Dag van de Wielersport vindt op dezelfde dag plaats als de Bikemotion. De publieks- en vakbeurs voor fietsend Nederland. Volgende jaren wordt deze samenwerking verder doorgezet. Meedoen met The Ride in 2017 is een ander voorbeeld. Verder valt te denken aan: Strongher festival, NK Loopfietsen, Biketrail, Vast verzet bokaal, NK Retro wielrennen, Red Bull kop-over-kop en diverse andere nieuwe fietsevenementen.

Ploegen en renners

We zoeken nadrukkelijk de samenwerking met de commerciële ploegen en de huidige generatie renners. Voor het delen van kennis en kunde en het mee-ontwikkelen van visie op thema's. Maar ook richting de leden/achterban en het Nederlands publiek.

9. Enthousiaste fans

De KNWU heeft een belangrijke rol te vervullen bij het bedienen van (Nederlandse) wielersfans. Meer wielersliefhebbers leidt tot meer media-inkomsten, leidt tot meer investeringen van bedrijven, etc. De KNWU legt nadruk op drie punten:

- Stimuleren aantrekkelijker maken van bestaande wedstrijden
- Experimenteren met nieuwe wedstrijdvormen en initiatieven
- Meer mensen introduceren in de wereld van het fietsen. Wielrennen wordt stukken leuker als je weet waar je naar kijkt.

Voorbeeld 1. Het valt niet mee om als – niet geoefende – wielersfan te begrijpen hoe wielrennen werkt. Na anderhalve week inhaken in de Tour de France is praktisch onmogelijk. ‘De wedstrijd in de wedstrijd’ is voor velen niet te begrijpen. De Britse journalist die nog altijd niet begrijpt dat Cavendish de Tour niet wint (terwijl hij zoveel etappes wint), lijkt een uitzondering, maar reken maar dat er in Nederland veel mensen het ook niet begrijpen.

Voorbeeld 2. Hoe zit het nu precies met alle disciplines in het baanwielrennen. Hoe werkt het, wat zijn de verschillen, hoe werken de punten. Keirin, Omnium, Sprint, Huh?

NK

Met name de KNWU Nederlandse Kampioenschappen dienen meer aantrekkingskracht te krijgen. De belevingsmaatschappij waarin we leven biedt genoeg aanknopingspunten om deelnemers en publiek meer aan deze topevenementen te binden en attractiviteit van wielersport als kijksport te onderhouden.

10. Ondernemende KNWU

Verbeteragenda

Er is een interne verbeteragenda opgesteld. De volgende aandachtspunten zijn benoemd;

1. Ontwikkelen heldere visie (+ rol strategische rol ICT)
2. Projectmatig samenwerken
3. Beter delen van kennis
4. Verbeteren interne communicatie
5. Goed werkgeverschap

Open & ondernemend

Een belangrijke stap valt te maken in de interne organisatie. Bij de KNWU lijken we soms vergeten hoe mooi de uitgangspositie is. Ok, er komt minder geld binnen via de bekende geldstromen. Maar met een ondernemende mentaliteit moeten we in staat zijn onze toegevoegde waarde waar te maken. Nieuwe geldstromen los te krijgen. Slimmer om te gaan met bestaande middelen. Ook zullen we kiezen tussen wat we wel en niet meer doen. *You can't please all the people all the time.*

We stellen ons open voor leden, partners, klanten, pers en andere belanghebbenden. 'Zo doen we dat al jaren', is geen reden om iets te blijven doen. Sterker nog, grote kans dat het inmiddels stukken slimmer kan. Niet langer wordt geredeneerd van binnenuit.

Klantgericht werken

Leden worden ook klanten. En die zijn koning. De KNWU gaat de komende jaren echt de sporter centraal stellen. Redeneren vanuit kansen. Nieuwe mogelijkheden omarmen en initiatief nemen. Experimenteren, durf tonen en slim samenwerken met (ook niet voor de hand liggende) partners.

Nieuwe energie

We staan aan de vooravond van een verhuizing naar een nieuwe werkplek. Momenteel worden nieuwe mogelijkheden onderzocht. Of dat nou Papendal, Utrecht, Sittard of Nieuwegein wordt, belangrijk is dat het moment perfect is. **Een nieuwe plek geeft energie.** Het biedt de mogelijkheid deze plek aan te passen aan onze toekomst. Een eigen plek die inspireert, zorgt voor goede samenwerking en een die gastvrij is voor onze klanten. Een plek die de visie van de KNWU voelbaar maakt. Met ruimte voor experiment, innovatie en co-creatie.

Verbeterd imago

De KNWU is de laatste jaren niet vaak positief in het nieuws (o.a. rond Tourstart, NK, Unibet). Gek eigenlijk, als je even terugbladert naar de uitgangspunten.

- We claimen onze successen. En durven ook over onszelf te praten.
- We laten zien wat we doen. En leggen uit wat dat voor iedereen betekent.
- We zijn kritisch op wat we doen.
- We ontwikkelen een vernieuwde identiteit die past bij de huidige tijd.
- We maken gebruik van nieuwe technologie en software.
- We sluiten aan bij vernieuwende initiatieven

Voorbeeld: Mijlpalen uit het (recente) verleden

In de waan van de dag vergeten we successen te vieren. Het past misschien ook niet helemaal bij onze huidige gemoedstoestand. Maar wat hebben we veel voor elkaar gekregen de laatste jaren. Op de nieuwe website komt een tijdlijn met milestones. Het Rabo Development Team staat aan de basis van de successen van het huidige wielrennen. Al die medailles op WK's en OS. Het vrouwenwielrennen. Nieuwe disciplines (strandaces). De groei van het aantal leden. Sportparticipatiebarometer. De verkiezing tot beste fietsland door de UCI in 2014. Sponsoring en partnerships. De opleidingscentra rond Papendal en Sittard.

Goed verhaal

Every company is a media company. Elk bedrijf kan via digitale kanalen zijn eigen publiek/klanten bereiken. Je bent hiervoor al lang niet meer afhankelijk van betaalde media.

De [best gedeelde beelden](#) van de mannen wielploeg werd geschoten door onze eigen mensen. De KNWU heeft veel verhalen te vertellen. In tijden van grote toernooien - het content platform [Ride 4 Rio](#) is hiervan een prima voorbeeld – maar ook in tussenliggende periodes. De KNWU als *publisher* is in staat met de eigen media honderdduizenden fans en geïnteresseerden te bereiken, binden en boeien. We experimenteren de komende tijd meer met eigen content formats (bijvoorbeeld het NK of strandaces via Facebook Live).

Thought leader op dossiers

Ook op minder positieve dossiers zorgt de KNWU voor een duidelijk verhaal en visie. We bepalen mede de agenda op deze domeinen:

- Doping
- Matchfixing
- Intimidatie in de sport
- Integriteit
- Discriminatie

Nieuwe mentaliteit

Het zal duidelijk zijn dat we behoorlijk moeten veranderen. Soms datgene wat we gewend zijn overboord gooien.

	van	naar
voor wie	leden	→ klanten
aanbod	vast	→ klantgericht
sturing	op kosten	→ op toegevoegde waarde
drijfveer	regels	→ inspiratie
motivatie	lid moeten zijn	→ erbij willen zijn
houding	reactief	→ regie nemen
organisatie	afdelingen	→ teams
rol	ouderwets	→ trendsettend
communicatie	achteraf	→ actueel
media	print first	→ digital first

Tot slot

Dit is de meest actuele versie van het visiedocument 'Kansen, van hier tot Tokio'. Een document dat tot stand is gekomen op basis van een aantal agenda's en uiteenlopende gesprekken. De ideeën uit Wielersport 2020 vinden hun weg in deze visie. Het is een levend document, dat betekent zoveel als dat we continu zullen werken aan aanscherping van de visie.

Wilt u uw gedachten delen over dit document, neemt u dan vooral contact met mij op. Via e-mail: vincent.luyendijk@knwu.nl of via telefoon 06 39 77 36 24 (stuur me bij voorkeur eerst even een berichtje).

Vincent Luyendijk
Algemeen Directeur KNWU