

Mobiele beachvolleybalscholen

Wat te doen bij het oprichten van een beachvolleybalschool?



Titelblad

Motiverende hoofdtitel en de structurerende ondertitel

Projectgroep

Namen

Naam opdrachtgever

Plaats, datum

Voorwoord

Samenvatting

Inhoudsopgave

INLEIDING	5
1. BRANCHEOMSCHRIJVING	6
1.1 DE BESCHRIJVING VAN DE MARKT	6
1.2 HET MARKTPOTENTIEEL	7
2. ORGANISATIE.....	8
2.1 HET IDEE	8
2.2 DE MISSIE	8
2.3 DE RECHTSVORM EN VERGUNNINGEN.....	9
2.4 BELASTINGEN EN ADMINISTRATIE.....	10
2.5 VERZEKERINGEN	11
2.6 STATUTEN	11
2.7 INTERNE ORGANISATIE	11
2.7.1 <i>Het organogram</i>	11
3 MARKETINGPLAN.....	13
3.1 EXTERNE ANALYSE.....	13
3.1.1 <i>Afnemersanalyse</i>	13
3.1.2 <i>Bedrijfstakanalyse</i>	14
3.1.3 <i>Leveranciersanalyse</i>	15
3.1.4 <i>Belangengroepen</i>	16
3.2 DOELGROEP.....	18
3.3 SWOT-ANALYSE.....	19
3.4 CONFRONTATIEMATRIX.....	20
3.5 MARKETINGSTRATEGIE	22
3.6 SEGMENTATIESTRATEGIE	24
3.7 GROEISTRATEGIE	25
3.8 BEDIENINGSCONCEPT	25
3.8.1 <i>Bedieningsconcept</i>	25
4 FINANCIËN	29
4.1 FINANCIEEL GEDEELTE.....	29
BIJLAGE 1	31
BIJLAGE 2	33
BIJLAGE 3	34
BIJLAGE 4	41
BIJLAGE 5	42
BRONVERMELDING.....	46

Inleiding

1. Brancheomschrijving

In het volgende hoofdstuk zal een beknopt beeld worden gegeven van de branche waar de beachvolleybalschool zich in gaat bevinden. Dit maakt het makkelijker om het geheel van het rapport in een context te plaatsen.

1.1 De beschrijving van de markt

Het beachvolleybal in Nederland begint zich steeds meer te ontwikkelen. De NeVoBo heeft het beachvolleybal geaccepteerd en heeft het opgenomen in de organisatie. Michel Everaert is aangesteld als manager van het beachvolleybal. Door deze ontwikkeling komt het beachvolleybal in Nederland steeds meer op de kaart. Inmiddels zijn er in Nederland 7 beachvolleybalscholen opgericht. Deze zijn in 2005 gestart met hun beachvolleybalschool. De bestaande beachvolleybalscholen gaan uitbreiden en het aantal leden neemt toe.

De markt waar de beachvolleybalschool zich in eerste instantie op richt zijn de mensen die al actief zijn in het volleybal. De beachvolleybalschool wil een aanbod creëren voor zaalvolleyballers om tijdens de zomerstop actief te blijven met volleybal. In Nederland zijn momenteel ongeveer 1300 verenigingen en daar zijn bijna 128.000 leden ondergebracht. Daarnaast zijn er in Nederland momenteel 19 beachvolleybalverenigingen. Het is niet geheel bekend hoeveel actieve beachvolleyballers er op dit moment zijn. De reden hiervan is dat de NeVoBo nog geen beachvolleyballidmaatschap heeft ontwikkeld. De schatting van het aantal beachvolleyballers ligt op 20.000 tot 25.000 actieve beachvolleyballers.

Daarnaast richt de beachvolleybalschool zich op de oud-volleyballers. Deze oud-volleyballers hebben hun carrière in de zaal beëindigd. Om toch actief te blijven in het volleybal, is beachvolleybal een interessante optie. Beachvolleybal wordt in de zomermaanden beoefend. De kennis die de oud-volleyballers al hebben vanuit de zaal, kan men toepassen bij het beachvolleybal.

De jeugd in Nederland is een groep waar de beachvolleybalschool zich op kan richten. De jeugd in Nederland heeft de toekomst, dus ook in het beachvolleybal. De jeugd kan worden omschreven binnen de leeftijdscategorie 15-20 jaar.

Naast de zaalvolleyballers is er ook vraag vanuit de samenleving die voor hun plezier beachvolleybal beoefenen of willen beoefenen. Deze recreanten¹ komen voornamelijk voor de gezelligheid.

De NeVoBo heeft als doel gesteld om in het jaar 2008 een ledenaantal van 30.000 te hebben voor het beachvolleybal². De NeVoBo ziet de beachvolleybalscholen als een middel om het gestelde doel te bereiken. De NeVoBo zal actief bezig zijn om het beachvolleybal in het algemeen te promoten.

Kortom, de markt is heel divers. Het zal van het ondernemerschap van de trainers afhangen of zij trainingen kunnen organiseren en zodoende mensen bij elkaar te brengen.

¹ Recreant: iemand die het beachvolleybal puur voor zijn plezier beoefent en niet de ambitie heeft om competitief beachvolleybal te beoefenen.

² Uit Activiteitenplan 2006

1.2 Het marktpotentieel

Als men een blik richt op de top van het beachvolleybal in de hele wereld, dan zijn dat van oudsher volleyballers die hun carrière zijn begonnen in de zaal. In Nederland zijn momenteel ongeveer 126.000 volleyballers actief in de zaal. Daarvan zijn momenteel rond de 20.000 actief in de zomer met het beachvolleybal. Het aantal mensen dat volleybal heeft beoefend, nog beoefend of geïnteresseerd ligt op een aantal tussen de 750.000 en een 1.000.000³.

De jeugd in Nederland is een markt waar veel potentie in ligt. Deze zijn vooral "open minded" en is een interessante markt waar de beachvolleybalschool zich op kan richten. In de leeftijdscategorie 15-20 jaar bevinden zich iets minder dan één miljoen kinderen⁴.

Aangezien de populariteit van het beachvolleybal groeit, is er ook een mogelijkheid om de recreanten aan het beachvolleyballen te krijgen. In de zomer gaan veel mensen naar de stranden in Nederland. Op het strand wordt vaak recreatief volleybal beoefend. Als men kijkt naar het aantal bezoeken aan het strand per jaar van de Nederlander ligt dat in zijn geheel op 10,5 miljoen bezoeken⁵. Daarvan is de grootste groep bezoekers. Uiteraard is niet iedere bezoeker van het strand een potentiële klant voor de beachvolleybalschool. Voornamelijk de jongeren zijn een potentiële doelgroep voor de beachvolleybalschool. Deze zijn als recreanten nog relatief onbekend met het beachvolleybal, maar zijn wel geïnteresseerd.

Momenteel is de concurrentie van het beachvolleybal erg laag. Er zijn maar weinig sporten die ook daadwerkelijk in de zomer beoefend worden. Een grote sport die in de zomer wordt beoefend is het tennis. Daarnaast is wielrennen een populaire zomersport. Als laatste grote concurrent kan de atletiek genoemd worden. Van de beachsporten is beachvoetvolley de grootste concurrent. Hoewel de sport niet erkend wordt door de KNVB als echt voetbal, is het voor veel strandbezoekers een populaire sport om te beoefenen. Op deze concurrenten zal dieper ingegaan worden in het verloop van dit rapport.

Nu er een beknopt beeld is gegeven van de markt waar de beachvolleybalschool zich in bevindt, zal er in het volgende hoofdstuk ingegaan worden de organisatie van de beachvolleybalschool.

³ Bron Michel Everaert

⁴ Volgens de gegevens van het CBS 2005

⁵ Volgens de gegevens van het CBS 2005

2. Organisatie

In dit deel van het ondernemingsplan zal de organisatie van de beachvolleybalschool toegelicht worden. Vragen zoals wat is het idee achter de beachvolleybalschool en welke missie hanteert de beachvolleybalschool zullen hier beantwoord worden. Tevens is er een overzicht te vinden van de rechtsvorm van de beachvolleybalschool en wordt de interne organisatie doorgelicht.

2.1 Het idee

Het idee van de beachvolleybalschool is het aanbieden van trainingen aan mensen die geïnteresseerd zijn in het beachvolleybal. Het product beachvolleybal is te vergelijken met het product volleybal. Beachvolleybal wordt op een strand, nabij een plas, zandverstuivingen of op aangelegde beachvolleybalvelden gespeeld. Het beachvolleybal in Nederland is in opkomst en de populariteit van het beachvolleybal neemt toe. De beachvolleybalschool ziet kansen om gebruik te kunnen maken van de potentie die zich in het beachvolleybal bevindt.

Het product beachvolleybal is te vergelijken met het product volleybal. Er zijn echter wel degelijk verschillen qua imago tussen deze twee vormen van volleybal. Bij beachvolleybal is het imago ontspannender en meer gericht op het entertainen van de toeschouwers. Dit maakt het aantrekkelijk voor de zaalvolleyballers om zich in de zomer bezig te houden met het beachvolleybal. De kennis en de technieken kunnen ze toepassen in het beachvolleybal.

De beachvolleybalschool zal trainingen aanbieden op verschillende locaties. Daar zullen er trainingen aangeboden worden op verschillende niveaus. Hierbij dient men te denken aan trainingen op topniveau, maar zeker ook de mogelijkheid bieden voor recreanten om beachvolleybal te beoefenen. Voor de beachvolleyballers die competitief mee willen draaien in het nationale circuit voorziet de beachvolleybalschool in trainingen op hoog niveau. Hierin kan de beachvolleybalschool voorzien, omdat men trainers op niveau heeft. Beachvolleybal is tevens ook een sport dat laagdrempelig is. Het is toegankelijk voor iedereen. Qua organisatie behoeft men vrij weinig te regelen.

Om de deelnemers de mogelijkheid te bieden om trainingen aan te bieden op een hoog niveau voor de competitieve deelnemers biedt de NeVoBo VT2^B (Volleybaltrainer 2 Beach). In deze opleiding wordt de trainers geleerd trainingen te geven aan beachvolleyballers en het begeleiden van die sporters bij sportactiviteiten. In de zomer van 2006 wordt een vervolgopleiding gecreëerd door de NeVoBo. Deze zal VT4^B heten.

2.2 De missie

Ieder bedrijf, vereniging of stichting heeft een missie gevormd voor zijn of haar onderneming. De missie geeft richting aan de sportorganisatie en omlijnt en verduidelijkt de betekenis en de bestaansreden ervan. Concreet gezegd moet een missie duidelijk antwoord geven op de vragen, "wat is onze business", "voor wie doen we dat" en "hoe doen we dat?". Een missie kan bovendien uitspraken doen over hoe uniek de organisatie is.

De missie voor de beachvolleybalschool kan als volgt luiden: "De faciliteiten creëren om beachvolleybal op een competitief, professioneel, maar ook op een recreatief niveau te beoefenen".

De beachvolleybalschool voorziet de deelnemers van trainingen om het beachvolleybal te verbeteren bij de deelnemers. Daarnaast biedt de school ook de mogelijkheid om “voor de gezelligheid” een potje te beachvolleyballen en daar wat extra training aan te geven om zich toch te verbeteren.

2.3 De rechtsvorm en vergunningen

Bij het oprichten van een beachvolleybalschool wordt de stichting als rechtsvorm gekozen. Waarom er gekozen is voor een stichting en niet voor een vereniging met volledige rechtsbevoegdheid wordt aan de hand van de volgende tabel uitgelegd.

	Vereniging	Stichting
	<i>Volledige rechtsbevoegdheid</i>	
Oprichting	Notariële akte.	Notariële akte.
Doel	Niet in strijd met openbare orde, goede zeden of de wet. Verbod op verdeling van winst onder leden.	Niet in strijd met openbare orde, goede zeden of de wet. Verbod op uitkering van winst aan oprichters of bestuurders.
Inschrijving Kamer van Koophandel	Verplicht.	Verplicht.
Aansprakelijkheid	In principe geen hoofdelijke aansprakelijkheid van bestuurders.	In principe geen hoofdelijke aansprakelijkheid van bestuurders.
Statuten	Naam en vestigingsplaats. Doel. Verplichtingen van leden. Wijze van bijeenroepen Algemene Leden Vergadering. Wijze benoemingen ontslag van bestuurders. Bestemming batig saldo in geval van ontbinding.	Doel. Wijze benoeming en ontslag van bestuurders. Bestemming batig saldo in geval van ontbinding.
Leden	Ja.	Nee, verboden.
Interne organisatie	Algemene ledenvergadering verplicht en bestuur verplicht. Eventueel andere organen.	Bestuur verplicht. Eventueel andere organen.
Bevoegdheden	Volledige rechtsbevoegdheid. Mits uit statuten zulks voortvloeit kan zij registergoederen in eigendom verkrijgen.	Volledige rechtsbevoegdheid. Mits uit statuten zulks voortvloeit kan zij registergoederen in eigendom verkrijgen.
Statutenwijziging	Door besluit algemene ledenvergadering.	Alleen indien statuten dit mogelijk maken door besluit van het bestuur of door een besluit van de Rechtbank.
Ontbinding en opheffing	Door besluit van de Algemene Leden Vergadering. Ook als er geen leden meer zijn of als de vereniging (bij faillissement) niet meer aan haar verplichtingen kan voldoen.	Door besluit van het bestuur of op vordering van het Openbaar Ministerie, door de rechter.
Vermogen na	Vermogen dient te worden	Vermogen dient te worden vereffend

ontbinding	vereffend zoveel mogelijk overeenkomstig de statuten.	zoveel mogelijk overeenkomstig de statuten.
Belastingen	Kan wel een onderneming drijven. Eventueel vennootschapsbelasting, omzetbelasting en afdracht sociale premies.	Kan wel een onderneming drijven. Eventueel vennootschapsbelasting, omzetbelasting en afdracht sociale premies.
Erven/legaten/Schenken	Kan wel erven. Daarnaast ook legaten/schenken ontvangen. Instelling bedoelt in artikel 24 lid 4 Successiewet: daarvoor geldt: Een vermindert tarief van 11% Vrijstelling successierecht, indien de verkrijging niet hoger is dan € 8.483, vrijstelling 2004 Vrijstellingschenkingsrecht, indien de verkrijging niet hoger is dan € 4.243 (vrijstelling 2003)	Kan wel erven. Daarnaast ook legaten/schenken ontvangen. Instelling bedoelt in artikel 24 lid 4 Successiewet: daarvoor geldt: een vermindert tarief van 11% vrijstelling successierecht, indien de verkrijging niet hoger is dan € 8.483, vrijstelling 2004 vrijstellingschenkingsrecht, indien de verkrijging niet hoger is dan € 4.243 (vrijstelling 2004)

Tabel 2.1 Verschillen vereniging & stichting (Bron: KvK)

De keuze voor een stichting ligt voornamelijk bij het feit dat er op bestuurlijk niveau geen Algemene Leden Vergadering aanwezig is. Het bestuur van een stichting beslist zelf over de gehele stichting. Als men kijkt naar een vereniging met volledige rechtsbevoegdheid bepaalt de Algemene Leden Vergadering veel binnen de vereniging. Zo heeft de Algemene Leden Vergadering de macht om over te gaan tot ontbinding en opheffing van de vereniging. Bij een stichting ligt deze besluitvorming bij het bestuur. Bij een stichting mag de gemaakte opbrengst niet verdeeld worden onder de bestuurders van de stichting. De winst van de stichting zal ten gunste komen voor het onderhoud van de beachvolleybalschool. Daarnaast is het voordeel van een stichting dat er geen hoofdelijke aansprakelijkheid is van de bestuurders. Zij kunnen niet op hen privé vermogen aangesproken worden.

Als de beachvolleybalschool op het strand trainingen wilt verstrekken, dan zal men eerst bij de gemeente na moeten vragen voor het bestemmingsplan. Hieruit zal blijken of de beachvolleybalschool een evenementenvergunning af moet sluiten. Dus het afsluiten van een evenementenvergunning zal dus in zijn geheel afhangen van het beleid van de betreffende gemeente⁶.

2.4 Belastingen en administratie

De NeVoBo speelt op het gebied van de administratie een belangrijke rol. Zo is een beachvolleybalschool verplicht om de deelnemers aan de trainingen te melden bij de NeVoBo. Dit gebeurt middels een excelbestand wat wordt verstrekt door de NeVoBo. Dit ledenbestand is nodig voor de NeVoBo om de lidmaatschappen te kunnen verstrekken. In de toekomst zal dit veranderen binnen de NeVoBo. Dan zal er gewerkt gaan worden met het systeem Bestmate.

⁶ Een evenementenvergunning is aan te vragen bij iedere gemeente. Informeer hierover bij de plaatselijke gemeente.

2.5 Verzekeringen

Een stichting kan aansprakelijk worden gesteld bij calamiteiten. Daarom is het handzaam om een verzekering af te sluiten hiervoor. De NeVoBo biedt de mogelijkheid om een sportverzekering af te sluiten. Deze is in samenwerking met het NOC*NSF mogelijk gemaakt. Echter is het niet vanzelfsprekend dat de verzekering is afgesloten als men de vereniging/stichting aanmeldt bij de NeVoBo. Daar moet de stichting zelf actie in ondernemen. In bijlage 5 is te vinden wat de sportverzekering exact inhoud.

2.6 Statuten

Een stichting wordt opgericht bij notariële akte of testament. Een stichting kan door één of door meerdere personen worden opgericht. Onder personen kunnen zowel natuurlijke als rechtspersonen worden verstaan. De notariële akte bevat naast een verklaring van de oprichters dat de stichting in het leven wordt geroepen, ook de statuten van een stichting.

In de statuten moet in ieder geval het volgende vermeldt staan.

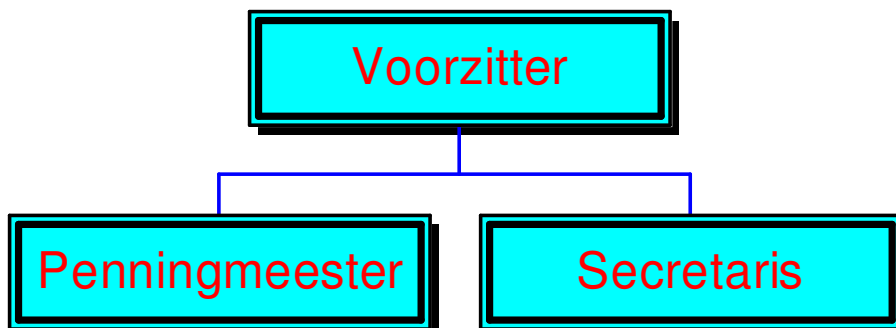
- ◆ De naam van de stichting, met het woord stichting als deel van de naam;
 - ◆ Het doel van de stichting;
 - ◆ De wijze van benoeming en ontslag der bestuurders;
 - ◆ De gemeente in Nederland waar de stichting haar zetel heeft;
 - ◆ De bestemming van het overschot na vereffening van de stichting in geval van ontbinding.
- Daarnaast zullen in de statuten regels staan over de organisatie en de inrichting van de stichting. De stichting is ingeschreven bij de Kamer van Koophandel. Zolang dit niet het geval is, is iedere bestuurder privé aansprakelijk naast de stichting.

De statuten van de beachvolleybalschool zijn te vinden in bijlage 3: Voorbeeld statuten oprichting stichting.

2.7 Interne organisatie

In deze paragraaf zal de interne organisatie worden beschreven van de stichting. De paragraaf zal het volgende bevatten: het organogram en een overzicht van het personeelsbestand.

2.7.1 Het organogram



Figuur 2.1: Voorbeeld organogram stichting

De organisatiestructuur van de onderneming is weergegeven in een organogram. Het organogram kenmerkt zich door twee niveaus, zoals hierboven weergegeven. De spil van de stichting is de voorzitter. Hij probeert de andere bestuurders van de stichting te motiveren en te stimuleren. De secretaris is verantwoordelijk voor een aantal administratieve zaken. De secretaris verzorgt de administratie van de deelnemende beachvolleyballers. Deze registreert de gegevens die direct verband houden met de doelstelling van de stichting, het sporten. Ook de gegevens die benodigd zijn voor registratie elders, zoals bij een landelijke sportbond, mogen worden geregistreerd. De privacy van de deelnemende beachvolleyballers, en de administratie hiervan, vallen onder de Wet Bescherming Persoonsgegevens (WPB)⁷ als er sprake is van een geautomatiseerde of systematische ingedeelde administratie.

Het bestuur is gezamenlijk verantwoordelijk voor de financiële feiten van de stichting. De penningmeester is daarbij in de dagelijkse praktijk de uitvoerder, maar ook een deskundige op dit terrein. Alle financiële stukken van de stichting dienen ten minste zeven jaar bewaard te worden.

Om inzicht te geven in het personeelsbestand van de stichting is het volgende schema opgesteld. Dit schema laat het volgende zien: naam, leeftijd, afdeling, functie, opleiding en kennis. Aan de hand van onderstaand schema is duidelijk te zien hoe de stichting in elkaar zit.

Naam	Leeftijd	Afdeling	Functie	Opleiding	Kennis
Dhr. / Mevr.		Bestuur	Voorzitter		
Dhr. / Mevr.		Bestuur	Secretaris		
Mevr. / Dhr.		Bestuur	Penningmeester		

Tabel 2.2: Voorbeeld personeelsbestand

⁷ Om te bepalen of men aan de WPB voldoet, is de handleiding op te vragen bij de justitie (www.justitie.nl) of bij de NeVoBo.

3 Marketingplan

De beste ondernemingsvorm voor een beachvolleybalschool is een stichting. In dit hoofdstuk zal er een overzicht gegeven worden van de afnemers, de bedrijfstak, de concurrentie en de leveranciers waarmee de beachvolleybalschool te maken krijgt. Vervolgens volgt er een korte omschrijving van de doelgroep en een SWOT-analyse met confrontatiematrix, waarna de marketing- en segmentatiestrategie worden behandeld. Daarna zullen de positionering en de USP besproken worden. Vervolgens volgt er een omschrijving van de marketingdoelstellingen die de beachvolleybalschool wilt nastreven en de manier waarop de beachvolleybalschool daar zijn invulling aan geeft, de marketingmix.

3.1 Externe analyse

Als eerste zal het afnemersbestand worden geanalyseerd. Hierna worden achtereenvolgens de bedrijfstak, concurrentie en leveranciers geanalyseerd.

3.1.1 Afnemersanalyse

Bij het analyseren van de afnemers zal er rekening gehouden worden de verschillende segmenten, waarin de afnemers van het product (het aanbieden van beachvolleybal) zijn verdeeld.

Het belangrijkste segment waar de beachvolleybalschool zich op kan richten zijn de volleyballers die al actief zijn in de zaal. De zaalvolleyballer is te typeren als een liefhebber van het volleybal. De zomerstop is voor veel zaalvolleyballers toch een te lange periode, waarin zij niet actief volleyballen. Beachvolleybal biedt daarin de mogelijkheid om volleybal te beoefenen in de zomermaanden. De eisen die hieraan gesteld worden door de deelnemers liggen vooral op het gebied van de verbreding van het aanbod volleybal. In het beachvolleybal kan men nieuwe technieken leren en eventueel later toepassen in de zaal. Beachvolleybal wordt dus voornamelijk gezien als een leuke, maar toch ook serieuze, ontspanning na het zaalvolleybalseizoen. Onder dit segment vallen ook de oud-volleyballers. Er is bij de volleybalbond niet bekend hoeveel oud-volleyballers er zijn. De oud-volleyballers zijn te typeren als sporters die al afscheid hebben genomen van het volleybal, maar een uitdaging zoeken in het beachvolleybal. Volleybal speelt een belangrijke rol in hun leven. Beachvolleybal is daarbij een goed alternatief. Het wordt hoofdzakelijk in het zomerseizoen beoefend. De eisen die worden gesteld door de oud-volleyballers is voornamelijk het plezier in het beachvolleybal. Daarnaast wordt er van de trainers verwacht dat zij trainingen aan kunnen bieden op een hoog niveau, aangezien ze vanuit de zaal al voldoende kennis hebben van het volleybal.

Een tweede segment waar de beachvolleybalschool zich op kan richten is de jeugd in Nederland. De jeugd in Nederland, in de leeftijdscategorie 15-20 jaar, heeft de toekomst. De jeugd staat nog helemaal "open minded" tegenover de sport beachvolleybal. Met de juiste strategie kan men het beachvolleybal onder de jeugd populair maken. Dit zal verderop in het rapport uitgewerkt worden. De jeugd is te typeren als een doelmarkt die innovatief is. De jeugd is daarnaast ook te typeren als leergierig.

Een derde segment waar de beachvolleybalschool zich op kan richten zijn de recreanten. De grootte van deze groep is onbekend. Recreanten stellen andere eisen dan de zaalvolleyballers en de oud-volleyballers. Recreanten willen toch voornamelijk plezier hebben in het spel en hebben niet de intentie om competitief beachvolleybal te spelen. De gezelligheid van een potje beachvolleyballen staat bij deze groep hoger in het vaandel dan echt beachvolleyballen om de prijzen.

Het moge duidelijk zijn dat de voorkeur van een locatie bij elk segment uitgaat naar een zandondergrond. De grootste voorkeur gaat uit naar een strand, maar op een zandverstuiving of nabij een recreatieplas, vindt men ook prima. Daarnaast bestaan er ook aangelegde accommodaties.

Om alle bovengenoemde afnemers te kunnen bereiken zal in het verdere verloop een invulling aan gegeven worden, de marketingmix.

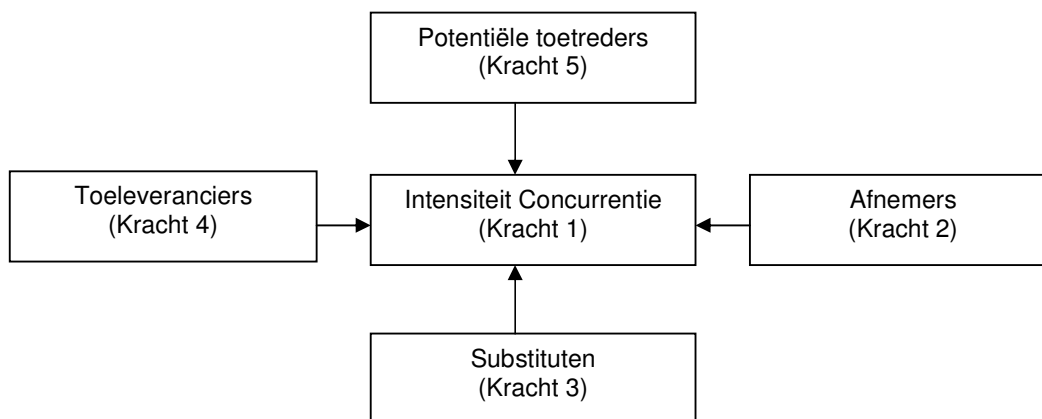
3.1.2 Bedrijfstakanalyse

De bedrijfstak waar de beachvolleybalschool zich in bevindt is sport & recreatie. De attractiviteit van een bedrijfstak wordt gewoonlijk afgelezen aan de winstgevendheid. Dit is echter niet het belangrijkste doel van non-profitorganisaties en sportorganisaties. Levensvatbaarheid en het winnen van wedstrijden zijn belangrijke resultaten en zijn voor sportorganisaties de voornaamste graadmeter voor attractiviteit. Potentiële competities kunnen bijvoorbeeld de mate van levensvatbaarheid van een markt beoordelen aan de hand van het aantal aanwezige teams en de locatie ervan. Om een duidelijk beeld te krijgen van de concurrentie binnen de bedrijfstak, wordt het 5-krachten model van Porter hieronder behandeld.

Porter onderscheidt 5 krachten waarmee managers rekening moeten houden bij het onderzoeken van de concurrentie en de attractiviteit van een bedrijfstak:

- Kracht 1: de intensiteit van concurrentie tussen bestaande ondernemingen in de bedrijfstak;
- Kracht 2: de onderhandelingspositie van de afnemers;
- Kracht 3: de dreiging van substituut-producten;
- Kracht 4: de onderhandelingspositie van toeleveranciers;
- Kracht 5: de dreiging van nieuwe toetreders.

Deze 5 krachten worden weergegeven in onderstaand figuur:



Figuur 2.2: Model van Porter

Nu zal er per kracht de punten worden behandeld die van toepassing zijn voor de beachvolleybalschool.

- Kracht 1: De intensiteit van de concurrenten kenmerkt zich door de felheid van de concurrentie binnen de bedrijfstak. De concurrentie⁸ voor de beachvolleybalschool zijn

⁸ Concurrent: Aanbieders van een sport in dezelfde periode als het beachvolleybal die afnemers kunnen wegnemen.

voornamelijk de individuele zomersporten. Hierbij dient men te denken aan tennis, wielrennen en atletiek.

- Kracht 2: De onderhandelingspositie van de afnemers kenmerkt zich door de macht van de consumenten (afnemers), bijwonen van evenementen, lidmaatschappen en sponsoring. Voor de beachvolleybalschool is de onderhandelingspositie van de afnemer een belangrijk onderdeel. Deze zorgen voor de inkomsten en verwachten, voor het geld dat zij moeten betalen voor een training, dat zij een training krijgen die bij hun denkbeeld past. Daarnaast vindt de afnemer de prijs/kwaliteit verhouding belangrijk. Als men vindt dat het niveau te laag is, en dat men er teveel voor betaalt, dan zal de kracht van de afnemer toenemen. De macht van de afnemers is op dit moment heel klein.
- Kracht 3: Substituut-producten zijn producten die als alternatief dienen voor andere, soortgelijke producten. De substituut-producten die voor het beachvolleybal een belangrijke rol spelen zijn bij kracht 1 al vermeld, namelijk:
- ◆ Tennis
 - ◆ Wielrennen
 - ◆ Atletiek
 - ◆ Beachvoetvolley
 - ◆ Beachsoccer
- Tennis is het substituut-product dat als gevaarlijkste gezien moet worden. Deze sport wordt veel in de zomer beoefend. Tennis kan ook in een dubbelspel gespeeld worden, dus dat kan een alternatief zijn voor het beachvolleybal. Wielrennen en atletiek zijn andere substituut-producten die in mindere mate belangrijk zijn voor het beachvolleybal. Dit zijn individuele sporten. Als men kijkt naar de beachsporten dan is beachvoetvolley het belangrijkste substituut-product. In mindere mate is beachsoccer aanwezig als een substituut-product. Inmiddels is beachsoccer door de KNVB erkend als een echte sport. Echter is het een kans om een samenwerking aan te gaan met beachvoetvolley en beachsoccer. Deze kunnen in samenwerking een accommodatie aanleggen.
- Kracht 4: De grootste toeleverancier met de meeste macht is voor de beachvolleybalschool de betreffende gemeente. De gemeente heeft de macht om het ontstaan van verschillende locaties te verbieden als het bestemmingsplan anders vermeld. Daarnaast is de gemeente de leverancier van de accommodatie. Dit zal verder toegelicht worden in de paragraaf over de leveranciers, alsook de steun van de NeVoBo.
- Kracht 5: De dreiging van nieuwe toetreders is op dit moment minimaal. De overige beachsporten zijn in een dusdanige hoedanigheid dat ze weinig tot geen bedreiging vormen voor het beachvolleybal. De sport die de potentie heeft om te groeien is het beachhandbal. Maar om een echte bedreiging loopt het te ver achter bij het beachvolleybal.

3.1.3 Leveranciersanalyse

Beachvolleybal heeft als sport enkele leveranciers. Met leveranciers wordt bedoeld diegene die de sport wat kunnen bieden. Voor het beachvolleybal zijn dat:

- ◆ Gemeentes

- ◆ Commerciële Instellingen
- ◆ NeVoBo
- ◆ Volleybalverenigingen
- ◆ Ballen / netten

De gemeente waar u uiteindelijk mee in zee gaat als u een geschikte locatie heeft gevonden is uw leverancier. Helaas is niet aan te geven hoe uw gemeente reageert op uw voorstel. In Nederland is het zo dat veel macht ligt bij de gemeente. Het kan zo zijn dat het niet binnen het beleid van de gemeente ligt om zich te richten op nieuwe sportaccommodaties. Als dat zo is zult u andere manieren moeten vinden om uw beachvolleybalschool te realiseren. Inmiddels is er ook een ontwikkeling gaande binnen het NOC*NSF dat de beachsporten gaat stimuleren en ondersteunen. Met deze ontwikkeling wordt het makkelijker om beachaccommodaties te plaatsen in samenwerking met de gemeenten.

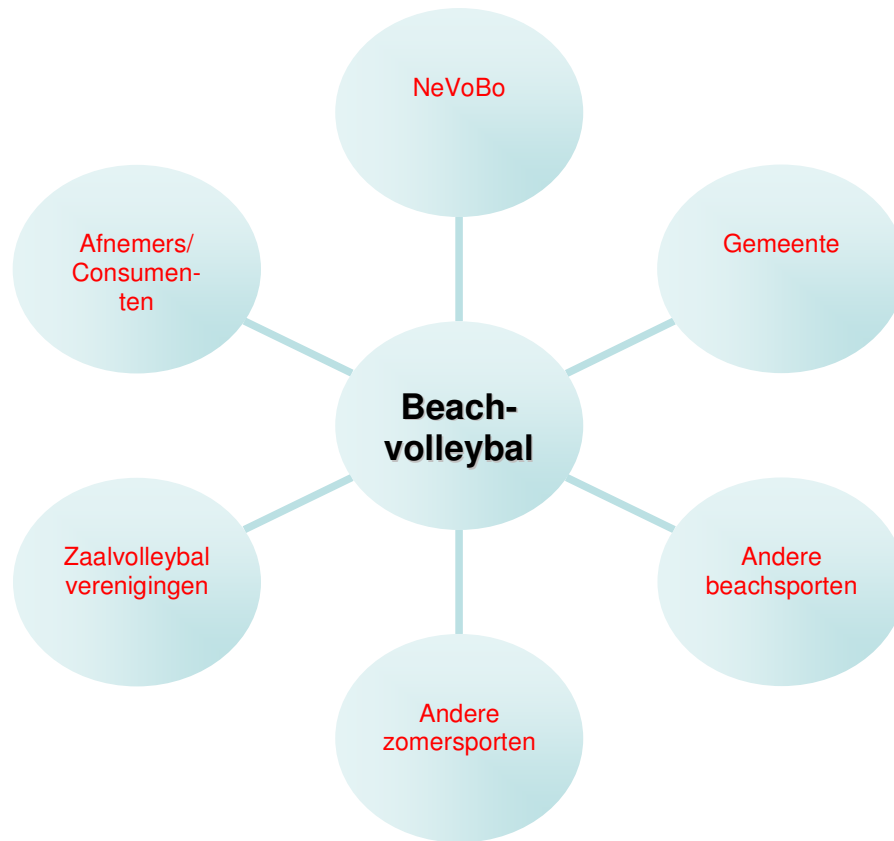
Wanneer u er met de gemeente niet uitkomt of wanneer u sowieso niet met de gemeente in gesprek gaat, heeft u waarschijnlijk te maken met een commerciële instelling. Hiermee wordt bedoeld de eigenaar van het complex of accommodatie. Deze leverancier vervult in principe dezelfde functie als een gemeente.

De NeVoBo is ook een leverancier voor uw beachvolleybalschool, maar vervult een andere rol dan de twee hierboven. Wanneer het zover is dat u een beachvolleybalschool begint zorgt de NeVoBo voor promotiemateriaal, netten en ballen. Verder dient de NeVoBo als adviesorgaan en biedt de beachvolleybal ondersteuning.

De volleybalverenigingen zijn een belangrijke schakel in het web van de beachvolleybalschool. De beachvolleybalschool zal in eerste instantie proberen om zaalvolleyballers in de zomer te betrekken bij het beachvolleybal.

3.1.4 Belangengroepen

Het onderzoek van de externe omgeving kan worden afgesloten met de identificatie van de belangengroepen waarvoor de sport verantwoordelijk is. In onderstaand figuur zijn de belangengroepen voor de beachvolleybalschool.



Figuur 2.3: Belangengroepen

NeVoBo

De NeVoBo zal er belang bij hebben dat de beachvolleybalschool zich actief bezig houdt met het promoten van het beachvolleybal en het imago daarvan uitstralen naar buiten toe. Een tweede waar de NeVoBo een groot belang bij heeft, is dat het ledenaantal groeit.

Gemeente

De gemeente is een belangengroep die een groot belang heeft bij de beachvolleybalschool. De gemeente zal er belang bij hebben dat de beachvolleybalschool een goede uitstraling heeft naar buiten. Een onderdeel hiervan kunnen ook eventuele scholenprojecten een belangrijke rol hebben in het geheel. Dit bepaalt het beeld voor de gemeente. Daarnaast heeft de gemeente een grote inspraak qua accommodatie.

Andere beachsporten

Het belang van andere beachsporten bij het beachvolleybal is te relateren aan de enorme populariteit van het beachvolleybal ten opzichte van deze beachsporten. Daarnaast is er een kans te vinden in het feit dat er een samenwerking aan gegaan kan worden met deze sporten. Dit om de aanleg van beachaccommodaties te vergemakkelijken.

Andere zomersporten

Het belang van de andere zomersporten bevindt zich op het gebied van de populariteit van het beachvolleybal. Voor deze zomersporten is het van belang dat ze door het beachvolleybal niet aan populariteit verliezen. Daarom zullen ze er belang bij hebben om hun sport te promoten.

Zaalvolleybalverenigingen

Het belang van de zaalvolleybalverenigingen bij het beachvolleybal is dat de spelers niet terugkomen met blessures. Daarnaast is het voor de zaalvolleybalvereniging van belang dat de leden niet teruglopen door het beachvolleybal. Het ledenaantal zal eerder toenemen doordat beachvolleyballers het volleybal zo leuk vinden, dat ze verder gaan in de zaal.

Afnemers/Consumenten

Het belang van de afnemers en de consumenten ligt bij het niveau van de trainingen. De topbeachvolleyballers hebben belang bij een training op niveau. Daarnaast zal de jeugd en de recreanten minder belang hebben bij een training op niveau.

3.2 Doelgroep

In deze paragraaf wordt de doelgroep van de beachvolleybalschool behandeld. Het bepalen van de doelgroep is een belangrijke keuze. De keuze van de doelgroepen bepaalt immers de mate van differentiëren van de marketingactiviteiten. Vooraf dient gezegd te worden dat de doelgroep voor de beachvolleybalschool niet in één zin te formuleren is. Wel is het mogelijk om de doelgroep te specificeren in drie segmenten.

Zoals hierboven vermeldt is het niet mogelijk om de doelgroep van de beachvolleybalschool in één zin te omschrijven. De onderstaande segmenten zijn het meest aantrekkelijk voor de beachvolleybalschool.

- ◆ De (oud) zaalvolleyballers;
- ◆ De jeugd in de leeftijdscategorie 15-20 jaar;
- ◆ Mensen in de leeftijdscategorie 20-30 jaar;
- ◆ De recreanten.

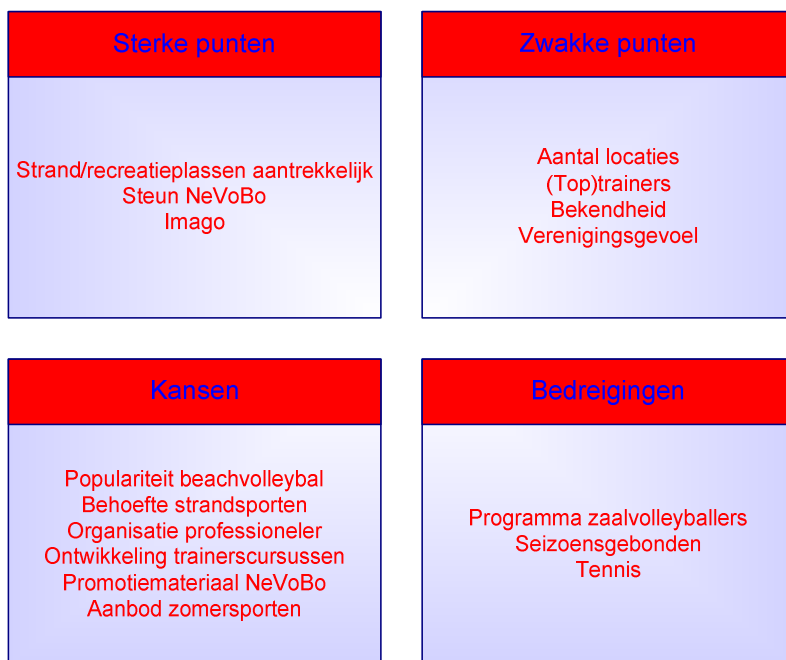
Uit bovenstaande blijkt dus dat de doelgroepkeuze als vrij breed omschreven kan worden. De keuze voor de doelgroep (oud) zaalvolleyballers ligt vrij voor de hand. Dit is de groep die de meeste affiniteit heeft met het volleybal. Beachvolleybal kan een toevoeging zijn op het zaalvolleybal. Daarnaast kan beachvolleybal voor de oud zaalvolleyballers een unieke gelegenheid zijn om toch actief te blijven met het volleybal. De jeugd in de leeftijdscategorie 15-20 jaar heeft een omvang van 954.486 in Nederland.⁹ Daarvan zit ruim 44% op het Voortgezet Onderwijs. Dit is een zeer interessante doelgroep om aan het beachvolleyballen te krijgen. Beachvolleybal wordt gezien als een ontspannende sport, maar daarnaast ook een sport die mensen entertainen. De mensen in de leeftijdscategorie 20-30 jaar is een doelgroep die zeer interessant is voor de beachvolleybalschool. De meeste deelnemers aan de FTP-toernooien zijn in deze leeftijdscategorie en zijn hoogopgeleid.

De laatste doelgroep waar de beachvolleyschool zich op kan richten zijn de recreanten. Recreanten beoefenen beachvolleybal puur voor de gezelligheid en hebben niet de intentie om competitief beachvolleybal te beoefenen.

⁹ Volgens gegevens CBS 2005

3.3 SWOT-analyse

In onderstaand figuur ziet u de SWOT met betrekking tot de beachvolleybalschool. Hierin komen de sterktes, zwaktes alsook de kansen en bedreigingen van/voor het beachvolleybal naar voren. Hieronder zullen de sterktes en zwaktes kort toegelicht worden, alsook de kansen en bedreigingen.



Figuur 2.4: SWOT-matrix

Sterktes

S1: Strand/plassen aantrekkelijk: In de zomermaanden zijn het strand en de recreatieplassen zeer aantrekkelijk bij een groot publiek. Beachvolleybal wordt voornamelijk in de zomermaanden beoefend en ook op het strand en op de recreatieplassen.

S2: Steun NeVoBo: De NeVoBo is actief bezig om het beachvolleybal in Nederland op de kaart te zetten.

S3: Imago: Het imago van het beachvolleybal is verfrissend. Deze uitstraling spreekt aan bij een breed publiek.

S4: Laagdrempelig: De sport is toegankelijk voor iedereen. Het vereist weinig om een beachvolleybalschool op te zetten en te onderhouden.

Zwaktes

Z1: Aantal locaties: Het aantal locaties waar beachvolleybal wordt beoefend is nog vrij klein. Er zijn 10 beachvolleybalscholen en 19 beachverenigingen over heel Nederland verspreid.

Z2: (Top)trainers: De (top)trainers ontbreken in Nederland. Om spelers naar de top van het beachvolleybal te brengen, zijn er (top)trainers benodigd.

Z3: Bekendheid: De bekendheid van het beachvolleybal in Nederland is nog minimaal.

Z4: Verenigingsgevoel: Het ontbreken van een verenigingsgevoel bij een beachvolleybalschool is een zwakte. Bij een beachvolleybalschool is het meer een training en weer naar huis.

Kansen

K1: Populariteit beachvolleybal: Het beachvolleybal in Nederland wint aan populariteit. De sport wordt bekender, maar is nog niet optimaal.

K2: Behoeft strandporten: De behoefte van de Nederlander om een sport op het strand te beoefenen in Nederland groeit.

K3: Organisatie professioneler: De organisatie van het beachvolleybal wordt steeds populairder. Het beachvolleybal is door de NeVoBo erkend en stimuleert het beachvolleybal.

K4: Ontwikkeling trainerscursussen: De NeVoBo ontwikkelt trainerscursussen. Momenteel is er VT2^B ontwikkeld door de NeVoBo. In de zomer van 2006 wordt het vervolg gepresenteerd, VT4^B.

K5: Promotiemateriaal NeVoBo: Er wordt door de NeVoBo promotiemateriaal verstrekt om bekendheid te vergaren voor de beachvolleybalschool.

K6: Aanbod zomersporten: Het aanbod van sporten in de zomer is minimaal. Dit kan als kans gezien worden voor de beachvolleybalschool.

Bedreigingen

B1: Programma zaalvolleyballers: Beachvolleybal beoefenen na het zaalvolleybalseizoen kan een te vol programma zijn voor de volleyballers.

B2: Seizoensgebonden: Beachvolleybal wordt voornamelijk in de zomermaanden beoefend.

B3: Tennis: Tennis wordt in de zomermaanden beoefend. Tennis is daarmee de grootste concurrent, dus bedreiging, voor het beachvolleybal.

3.4 Confrontatiematrix

Hieronder ziet u de confrontatiematrix. De matrix vloeit voort uit de eerder gemaakt SWOT. In deze matrix staan wederom de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen. Nu ziet u echter enkele strategische opties. Uit de sterktes en de kansen vloeien opties voort om te kunnen groeien. Zo komen uit de zwaktes en de kansen opties om te verbeteren. Uit sterktes en bedreigingen komen opties om te verdedigen en uit de zwaktes en de bedreigingen opties om terug te trekken dan wel om te buigen.

Hieronder ziet u de verschillende opties genoemd waarop later verder zal worden gegaan. Naar aanleiding van deze opties worden onder meer marketingdoelstellingen gesteld alsook keuzes gemaakt voor doelgroepen en positionering.

	Sterktes	Zwaktes
	Strand / Plassen aantrekkelijk Steun NeVoBo Imago Laagdrempelig	Aantal locaties (Top)Trainers Bekendheid Verenigingsgevoel
Kansen Populariteit beachvolleybal Behoeft strandsporen Organisatie professioneler Ontwikkeling trainerscursussen Promotiemateriaal NeVoBo Aanbod zomersporten	Strategische opties (groeien) Promotie rondom strand / plassen Zomersport nummer 1 in regio worden	Strategische opties (verbeteren) Investeren kennis (top)trainers Lokale campagne beachvolleybal
Bedreigingen Programme zaalvolleyballers Seizoensgebonden Tennis	Strategische opties (verdedigen) Imago t.o.v. tennis vergroten	Strategische opties (terugtrekken/ombuigen) Samenwerking volleybalverenigingen Overdekte locaties i.s.m. gemeente

Figuur 2.5: Confrontatiematrix

Strategische opties (groeien):

Promotie rondom strand / plassen

De stranden en recreatieplassen zijn gebieden waar veel jongeren komen in de zomer. De populariteit van het beachvolleybal kan gebruikt worden in deze gebieden, om een veld neer te zetten. Hieraan een inschrijvingsmogelijkheid binden voor als men het leuk vindt. (S1 – K1)

Zomersport nummer 1 in de regio worden

Aangezien er in de zomer vrij weinig sporten worden beoefend, is er de mogelijkheid om te groeien met het beachvolleybal. Door middel van het imago van het beachvolleybal moet men trachten zomersport nummer 1 te worden in de regio. (S3 – K6)

Strategische opties (verbeteren):

Investeren kennis (top)trainers

De (top)trainers in Nederland voor het beachvolleybal ontbreken. De trainers van de beachvolleybalschool dienen aan de cursussen van de NeVoBo deel te nemen, om zo een school van kwaliteit te worden. (Z2 – K4)

Lokale campagne beachvolleybal

De bekendheid van het beachvolleybal in de regio kan onbekend zijn. Door middel van het promotiemateriaal wat de NeVoBo verstrekt, kan men de bekendheid verhogen in de regio. (Z3 – K5)

Strategische opties (verdedigen):

Imago t.o.v. tennis vergroten

Het imago van beachvolleybal is ontspannen en gericht op het entertainen van het publiek. Het imago van tennis is toch vooral in de zomer even een “potje” spelen. Het imago van beachvolleybal in de regio dient versterkt te worden, om zodoende meer deelnemers voor de school te verkrijgen. (S3 – B3)

Strategische opties (terugtrekken / ombuigen):

Samenwerking volleybalverenigingen

Aangezien er bij een beachvolleybalschool niet een verenigingsgevoel heerst, en deelnemers dat wel als belangrijk kunnen vinden, is een samenwerkingsverband met volleybalverenigingen niet ondenkbaar. (Z4 – B1)

Overdekte locaties i.s.m. gemeente

Beachvolleybal is een zomersport en dus seizoensgebonden. Om deze bedreiging weg te nemen, kan er een mogelijkheid gecreëerd worden met de betreffende gemeente om overdekte beachvolleybalvelden in de toekomst te verwezenlijken. (Z1 – B2)

De beste strategische keuze voor de beachvolleybalschool is om te groeien en te verbeteren. Daarom hangen de opties “promotie rondom strand/plassen” en “zomersport nummer 1 in de regio worden” nauw samen. Het beachvolleybal zit in de lift en daar moet de beachvolleybalschool van profiteren en groeien. Daarnaast is het verbeteren van het beachvolleybal een onderdeel van de beachvolleybalschool die kan bijdragen aan de groei van de school. Het investeren in (top)trainers is een vereiste om het aanbod te verbeteren.

3.5 Marketingstrategie

De formulering van de marketingstrategie bestaat uit drie delen. Allereerst zal de doelmarkt worden beschreven, plus de geplande positionering van het product en de doelstelling wat betreft de inkomsten. Het tweede deel betreft de geplande prijs van het product en het marketingbudget voor het eerste jaar. In het derde en laatste deel zullen de geplande langetermijndoelstellingen worden behandeld.

(Oud) zaalvolleyballers

De doelmarkt bevindt zich in de leeftijd van 20 – 45 jaar en bestaat uit mannen en vrouwen die actief bezig zijn, of bezig waren, met zaalvolleybal. Deze groep zoekt een manier om bezig te blijven met het volleybal in de zomer, aangezien de zomerstop voor de meeste volleyballers lang is. De beachvolleybal moet er proberen voor te zorgen om een gezonde bodem te creëren met deze doelgroep. De beachvolleybalschool moet proberen om binnen 2 jaar een bodem te creëren van 100 (oud) zaalvolleyballers.

Het beachvolleybal moet aangeboden worden waarbij er voor deze doelmarkt een competitief karakter aanwezig is. Daarnaast moet er voor deze doelmarkt een hoge intensiteit aanwezig zijn. In de reclame voor deze doelgroep ligt de nadruk dan ook op deze twee onderdelen. Hiervoor is in eerste instantie geen specifiek bedrag benodigd, aangezien er promotiemateriaal wordt verstrekt door de NeVoBo.

Het is niet de intentie van de beachvolleybalschool om winst te behalen, omdat het een stichting betreft. Wel zullen er inkomsten gegenereerd worden uit de betaling van de deelnemers. Deze inkomsten kunnen als middel gebruikt worden om de trainers op te leiden.

Jeugd 15-20 jaar

De doelmarkt bevindt zich in de leeftijdscategorie 15-20 jaar en bestaat voornamelijk uit mannen (598.160) en vrouwen (477.243)¹⁰. Dit betreft wel de gegevens over heel Nederland. Daarvan zit 44% op het voortgezet onderwijs. De beachvolleybalschool kan als doel stellen om 100 deelnemers te werven uit deze leeftijdscategorie. Deze nieuwe aanwas is belangrijk voor het voortbestaan van de beachvolleybalschool.

De doelgroep heeft nog weinig tot vrij weinig kennis van het beachvolleybal, of überhaupt volleybal. Het beachvolleybal moet op een niveau gegeven worden waarbij de intensiteit vrij laag is. Dit omdat de kennis en de technieken van het volleybal vrijwel onbekend zijn. Daarnaast zal het van de deelnemers persoonlijk afhangen of men competitie wil spelen of op recreatief niveau beachvolleybal blijft beoefenen.

Om de doelgroep te bereiken dient er een budget vrij gemaakt te worden voor promotionele activiteiten. Deze activiteiten zullen gericht zijn op het voortgezet onderwijs, hierbij moet de beachvolleybalschool denken aan het geven van gastcolleges, het verspreiden van informatie op de scholen.

Recreanten

De doelmarkt recreanten bevindt zich in de leeftijdscategorie van 20-50 jaar. De doelgroep bestaat uit mannen en vrouwen. De beachvolleybalschool kan als doel stellen om in deze doelmarkt een deelnemersaantal te behalen van 200 binnen twee jaar. Deze aanwas is belangrijk voor de beachvolleybalschool om het fris te houden.

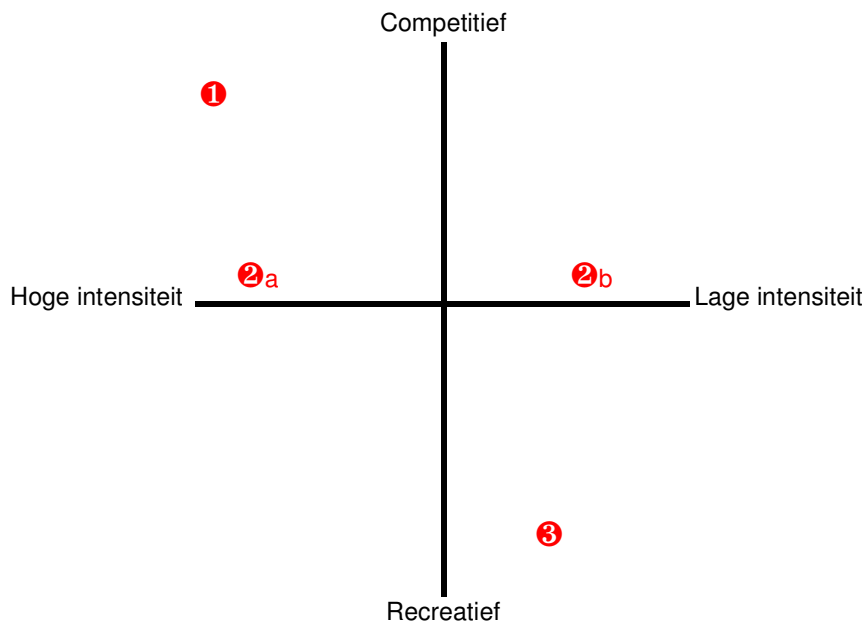
De doelgroep heeft de intentie om beachvolleybal te beoefenen puur voor de lol en hebben niet de intentie om beachvolleybal te beoefenen op competitief niveau. Uiteraard is niet uit te sluiten dat sommige recreanten op een hoger niveau wil trainen.

Er zijn geen kosten verbonden aan het flyeren, deze worden verstrekt door de NeVoBo.

Positionering

Als alles bij elkaar gevoegd wordt, dan komt er een positionering uit. Dit is een matrix waarin er duidelijk weergegeven is waar de doelgroep zich bevindt. Op de X-as staat de intensiteit die een deelnemer eist van het beachvolleybal. Op de Y-as staat de mate waarin de doelgroep behoefte heeft om op een competitief niveau te beachvolleyballen en de tegenhanger hiervan is recreatief beachvolleybal.

¹⁰ Volgens gegevens CBS 2005



Figuur 2.6: Positioneringsmodel

- ❶ → (Oud) zaalvolleyballers
- ❷a → Jeugd (15-20 jr.) (volleybal)
- ❷b → Jeugd (15-20 jr.) (niet-volleybal)
- ❸ → Recreanten

3.6 Segmentatiestrategie

Met de segmentatiestrategie wordt de doelgroep verder gesegmenteerd. De doelgroepen waarop de marketing zich zou moeten richten zijn:

- ◆ (Oud) zaalvolleyballers (spelend in de NeVoBo competitie);
- ◆ Recreanten;
- ◆ Jongeren tussen 15 en 20 jaar.

Belangrijkste voor een beginnende beachvolleybalschool is dat men eerst probeert een “bodem” te creëren van zaalvolleyballers. Daarna is het de bedoeling dat de marketing zich gaat verschuiven op de groep jongeren tussen de 15 en 20 jaar en recreanten.

Waarom het handzaam is om juist voor de groep jongeren tussen de 15 en 20 jaar te kiezen luidt als volgt:

- ◆ De NeVoBo gaat in de komende jaren proberen meer leden onder deze doelgroep aan zich te binden. Zoals ook beschreven in het strategisch marketingplan van de NeVoBo;
- ◆ De uitval in deze groep opvallend groot is. Dit geldt niet alleen voor volleybal, elke sport heeft problemen deze groep “vast te houden”;
- ◆ Wanneer het lukt deze groep aan je te binden kunnen zij voor lange tijd aan de beachvolleybalschool verbonden blijven.

De keuze om voor de groep recreanten is als volgt bepaald:

- ◆ Zeer grote groep;
- ◆ Redelijk trouw en niet te veeleisend (op gebied van trainingen en accommodaties);
- ◆ Plezier staat voorop, dus over het algemeen komen zij voor de gezelligheid.

3.7 Groeistrategie

Zoals u eerder heeft kunnen lezen zijn er een aantal keuzes gemaakt betreffende de doelmarkt. Met deze keuzes dient een gewenste groei gerealiseerd te worden. Deze groei wordt mogelijk middels een zogeheten groeistrategie. Hieronder vallen: marktpenetratie, productontwikkeling, marktontwikkeling en diversificatie.

De beachvolleybalschool moet zich in eerste instantie gaan richten op de (oud) zaalvolleyballers. Dit is benodigd om een bodem te creëren voor de beachvolleybalschool. Een nieuwe markt die de beachvolleybalschool aan kan gaan spreken is de jeugd in de leeftijd van 15-20 jaar. Deze groep heeft veel potentie en met de juiste strategie goed te bereiken. De recreanten zijn al actief in bestaande beachvolleybalschool, maar hier bevindt zich een forse groei die ook te realiseren is.

	Bestaande producten	Nieuwe producten
Bestaande markten	1. (Oud) Zaalvolleyballers 2. Recreanten	-
Nieuwe markten	Jeugd 15-20 jaar	-

Figuur 2.7: Ansoff-model

3.8 Bedieningsconcept

Zoals in de marketingstrategie is gebleken is er gekozen voor een gedifferentieerde marketingmix. Dit houdt in dat voor elke doelmarkt een marketingmix wordt opgesteld. De marketingmix zal bestaan uit de 6 P's. Deze P's zijn respectievelijk prijs, plaats, product, personeel, promotie en proces. Deze marketingmix zal bepaald worden voor de gekozen segmenten zoals hierboven staat vermeldt.

3.8.1 Bedieningsconcept

Prijs

De prijszetting van de beachvolleybalschool moet onderscheidend zijn met de andere zomersporten. Om een indicatie te geven van welke prijszetting er gemaakt moet worden is de volgende tabel opgesteld van bestaande beachvolleybalscholen/verenigingen. Gekeken naar het prijzenoverzicht, moet de prijszetting liggen tussen de € 40,- en € 70,-. In de toekomst zal deze prijs moeten stijgen, als de vraag groter wordt.

<u>Club</u>	<u>Contributie Jeugd</u>	<u>Contributie Senioren</u>	<u>Trainingsbijdrage</u>
Beachsportvereniging Werkendam	25,- (t/m 18 jaar, met incasso)	35,-	Jeugd: 2,- per les Senioren: 3,50 per les
Harambee	n.v.t. (studentenvereniging)	14,- (alleen trainen) 11,50 (alleen interne competitie) 18,00 (trainen + interne comp.) Dit alles is voor harambee leden, niet harambee leden betalen 5,- basiscontributie	n.v.t.
Strijen Beach	15,-	20,- beginners (1x per week training) 40,- gevorderden(1xper week trainen) 60,-gevorderden(2x per week trainen)	n.v.t.
BeeVeeStrand	40,-	65,-	-
Beachme	25,-	40,-	Jeugd: 20,- (1x per week training) 30,- (2x per week training) Senioren: 25,- (1x per week training) 35,- (2x per week training)
2Slag	n.v.t. (studentenvereniging)	Wintertraining: 58,- (indoor) Zomertraining: 20,-	-
2BE	25,-	35,-	Jeugd: 22,50 Senioren: 27,50
Breda beach	45,-	Goldmember: 135,- Trainingslid: 90,- Competitielid: 70,- Lid: 45,-	Goldmember: niks alles inclusief Trainingslid: competitie en trainingen inclusief Competitied: competitie inclusief, 24,- voor 6x trainen Lid: 24,- 6x trainen
BVS-Silicium	€ 45,- 15 trainingen	€ 45,- 15 trainingen	n.v.t.
Nieuw-Gelre	€ 40,- 1x per week € 60,- 2x per week	€ 50,- 1x per week € 70,- 2x per week	n.v.t.
BVS-Topspin	€ 40,- 2x per week	€ 60,- 2x per week	n.v.t.
Drenthe Beach	n.v.t.	n.v.t.	T/m 1,5 uur training per week: 24,- T/m 2 uur training per

			week: 27,- T/m 4 uur training per week: 48,- T/m 6 uur training per week: 63,-
--	--	--	--

Plaats

De plaats waar de beachvolleybalschool trainingen aan moet bieden is op het strand, in de buurt van recreatieplassen of op zandverstuivingen. Daarnaast is het een mogelijkheid om in samenwerking met de gemeente speciale beachvelden aan te leggen. In samenwerking met andere sporten kan deze accommodatie gefinancierd en gebruikt worden. Dichtbij een woonwijk is tevens een optie om beachvolleybal in de omgeving bekend te krijgen.

Product

Het product dat de beachvolleybalschool aan gaat bieden zijn beachvolleybaltrainingen. Het zal bestaan uit trainingen voor de jeugd en volwassenen. Daarnaast zal de beachvolleybalschool speciale trainingen aanbieden die gericht zijn op de recreanten. Voor de topteams worden er trainingen gegeven een toptrainer.

Personeel

Het personeel bestaat in het begin uit 4 trainers. Dit is gewenst aangezien er een breed aanbod gegeven dient te worden. Om trainingen op een hoog niveau te geven dienen de trainers een cursus beachvolleybaltrainer te volgen. Voor informatie over de cursus en het inschrijvingsformulier wordt er verwezen naar bijlage 4.

Bij het oprichten van een stichting dienen er bestuursleden aangesteld te worden. Zo dienen er een voorzitter, penningmeester en secretaris aangesteld te worden. Deze moeten statutair vastgelegd worden.

Promotie

Om bekendheid te verkrijgen in de omgeving is promotie van groot belang. Promotie kan gedaan worden op verscheidene manieren. Als eerste dient er een website gemaakt te worden voor de beachvolleybalschool. Dit is de meest gangbare manier om informatie te verlenen aan de deelnemers.

Om actief de beachvolleybalschool te promoten moet gedacht worden aan het verspreiden van flyers. In het eerste en tweede jaar worden 400 flyers verstrekt door de NeVoBo ter ondersteuning van de beachvolleybalschool. De flyers kunnen worden verspreid bij de zaalvolleybalverenigingen in de omgeving.

Daarnaast is het voor de beachvolleybalschool mooi meegenomen als er gebruik kan worden gemaakt van free publicity. Hierbij dient men te denken aan het verspreiden van persberichten. Mond-tot-mondreclame is een vorm van free publicity waarvan de beachvolleybalschool gebruik van kan maken. Het ophangen van posters in de omgeving is een optie om de promotie in de omgeving te ondersteunen.

Om bekendheid te verkrijgen onder de jeugd is het geven van clinics op middelbare scholen een unieke gelegenheid. Leerlingen komen dan in aanraking met beachvolleybal. Daarnaast zijn scholenprojecten een ideale manier om bekendheid te verkrijgen onder de jeugd.

Proces

Het proces van de beachvolleybalschool heeft te maken met het toekomstbeeld van de school. Het toekomstbeeld moet erop gericht zijn om te groeien. Daarom is het van belang dat de beachvolleybalschool in de toekomst meer gaat aanbieden dan alleen trainingen. Het is de bedoeling dat de ontwikkeling van de beachvolleybalschool zich gaat richten in de toekomst op het aanbieden van competities en toernooien.

In de toekomst is het van belang dat de beachvolleybalschool meer faciliteiten gaat bieden. Dit houdt in dat er een vaste plek dient te zijn waar de beachvolleyballers terecht kunnen. Dit haalt het gevoel van geen verenigingsgevoel weg.

Daarnaast is het van belang dat men de beachvolleybalschool blijft verbeteren. Dit betekent dat de investering in trainers van wezenlijk belang is. Uiteindelijk vertaalt dit zich naar de prijs voor de trainingen. Dit zal in de toekomst moeten stijgen, om verbeteringen mogelijk te maken.

4 Financiën

Het financiële gedeelte van het ondernemingsplan is in principe het belangrijkste gedeelte. Dit laat een overzicht zien van de kosten die gemaakt kunnen worden. Daarnaast staan de opbrengsten hier tegenover om de beachvolleybalschool mogelijk te maken.

4.1 Financieel gedeelte

Op de volgende pagina wordt een indicatie gegeven van de kosten die gemaakt kunnen worden en de opbrengsten. Bij een stichting is het zo dat het er niet op gericht is om winst te maken. Daarom zullen de opbrengsten zo verdeeld worden om de kosten te kunnen dekken.

Jaar 1 Voorbeeld

Uitgaven			
Soort	Kosten	Totaal	Opmerking
<i>Materiaal</i>			
Netten	Geen	€ 0,-	2 Netten worden verstrekt door de NeVoBo
Ballen	10 x € 30,-	€ 300,-	10 ballen worden verstrekt door de NeVoBo
Lijnen	Geen	€ 0,-	Zit bij de netinstallatie van de NeVoBo
Tassen	2 x € 10,-	€ 20,-	
Spanners	Geen	€ 0,-	Zit bij de netinstallatie van de NeVoBo
<i>Trainers</i>			
Vergoeding	4 x 40 x € 10,-	€ 1600,-	4 trainers / 40 uur / vergoeding optioneel
Cursus materiaal	Geen	€ 0,-	
<i>Locaties</i>			
Zand	Geen	€ 0,-	Mits locatie wordt aangelegd
Netten / lijnen	Geen	€ 0,-	Zie hierboven
Toegangskaartjes	Geen	€ 0,-	Mits locatie bij een zwembad is
<i>Topteams</i>			
Kleding	Geen	€ 0,-	Eerste jaar nog niet relevant
Toernooigelden	Geen	€ 0,-	Eerste jaar nog niet relevant
Reiskosten	Geen	€ 0,-	Eerste jaar nog niet relevant
<i>Diverse</i>			
T-shirts leden	70 x € 5,-	€ 350,-	
Flyers		400 € 0,-	Worden verstrekt door de NeVoBo
Internetsite	€ 250,-	€ 250,-	Door vrienden en/of kennissen laten doen
Prijzen toernooien			Optioneel
Organisatie toernooien			Optioneel
Totaal uitgaven		€ 2520,-	
Inkomsten			
Soort	Opbrengsten	Totaal	Opmerking
Eigen bijdrage leden	50 x € 45 jeugd	€ 2250,-	Eigen bijdrage leden voor trainingen
Eigen bijdrage leden	20 x € 55 senioren	€ 1100,-	Eigen bijdrage leden voor trainingen
Toernooigelden	€ 5,- p.p.		Optioneel
Totale inkomsten		€ 3350,-	
Totaal verschil		€ 830,-	Positief resultaat

Bijlage 1

Persoonsgegevens

Naam :

Voornamen (voluit) :

Beroep :

Geboorteplaats :

Geboortedatum :

Woonplaats :

Adres (voluit)
(géén postbusnummer) :

Burgerlijke staat :

Functie bestuur :

Nationaliteit :

Adres vereniging/stichting
(géén postbusnummer) :

Bijlage 2

Opgave oprichting stichting bij de belasting

Bijlage 3

Voorbeeld statuten oprichting Stichting

Naam, zetel en duur

Art. 1

1. De stichting draagt de naam: Stichting
2. Zij is gevestigd te Voorburg.
3. De stichting is opgericht voor onbepaalde tijd.

Doel

Art. 2

1. De stichting stelt zich ten doel het verzorgen van Nederlandse taal? en cultuurlessen voor de in en omgeving wonende Nederlandstalige kinderen en/of kinderen met de Nederlandse nationaliteit, die ingeschreven staan als leerling.
2. De stichting probeert bij het organiseren van de Nederlandse taal? en cultuur lessen een zo groot mogelijke groep kinderen te bereiken door redelijkerwijs rekening te houden met achtergrond, niveau, leeftijd, mogelijkheden en tijd van Nederlandstalige kinderen.

Vermogen

Art. 3

1. Het vermogen van de stichting zal worden gevormd door:
 - het stichtingskapitaal;
 - subsidies en donaties;
 - schenkingen, erfstellingen en legaten;
 - alle andere verkrijgingen en baten.

De inkomsten van de stichting kunnen mede bestaan uit lesgelden, waarvan de hoogte door het Bestuur zal worden vastgesteld.

Bestuur

Art. 4

1. Het bestuur van de stichting bestaat uit ten minste drie leden. Het aantal leden wordt ? met inachtneming van het in de vorige zin bepaalde ? door het bestuur met algemene stemmen vastgesteld.
2. Het bestuur kiest uit zijn midden een voorzitter, een secretaris en een penningmeester. De functies van secretaris en penningmeester kunnen ook door één persoon worden vervuld.
3. Bestuursleden worden benoemd voor een periode van drie jaar, waarbij het bestuur een rooster van aftreden opstelt. Aftredende bestuursleden zijn terstond herkiesbaar. Een tussentijds benoemd bestuurslid neemt op het rooster de plaats in van zijn voorganger.
4. Bij het ontstaan van één (of meer) vacature(s) in het bestuur, zullen de overblijvende bestuursleden met algemene stemmen (of zal het enige overblijvende bestuurslid) binnen twee maanden na het ontstaan van de vacature(s) daarin voorzien door de benoeming van één (of meer) opvolger(s)
5. Mocht(en) in het bestuur om welke reden dan ook één of meer leden ontbreken, dan vormen de overblijvende bestuursleden, of vormt het enige overblijvende bestuurslid niettemin een wettig bestuur, behoudens het bepaalde in artikel 7.
6. De leden van het bestuur genieten geen beloning voor hun werkzaamheden. Zij hebben wel recht op vergoeding van de door hen in de uitoefening van hun functie gemaakte kosten.

7. Niet tot bestuurslid benoembaar zijn personen die werkzaam zijn ten behoeve van het door de stichting georganiseerde onderwijs.

Bestuursvergaderingen en bestuursbesluiten

Art. 5

1. De bestuursvergaderingen worden gehouden te of omgeving, of indien alle bestuursleden daarmee instemmen elders.
2. Ieder kalenderkwartaal wordt tenminste één vergadering gehouden.
3. Vergaderingen zullen voorts telkenmale worden gehouden, wanneer de voorzitter dit wenselijk acht of indien één der andere bestuursleden daartoe schriftelijk en onder nauwkeurige opgave der te behandelen punten aan de voorzitter het verzoek richt. Indien de voorzitter aan een dergelijk verzoek geen gevolg geeft in die voege, dat de vergadering kan worden gehouden binnen drie weken na het verzoek, is de verzoeker bevoegd zelf een vergadering bijeen te roepen met inachtneming van de vereiste formaliteiten.
4. De oproeping tot de vergadering geschiedt behoudens het in lid 3 bepaalde door de voorzitter, voor zover mogelijk tenminste zeven dagen tevoren, de dag der oproeping en die der vergadering niet meegerekend, door middel van oproepingsbrieven. In geval van spoedeisendheid kan oproeping ook telefonisch plaatsvinden.
5. De oproepingsbrieven vermelden, behalve plaats en tijdstip van de vergadering, de te behandelen onderwerpen.
6. Zolang in een bestuursvergadering alle in functie zijnde bestuursleden aanwezig zijn, kunnen geldige besluiten worden genomen over alle aan de orde komende onderwerpen, mits met algemene stemmen, ook al zijn de door de statuten gegeven voorschriften voor het oproepen en houden van vergaderingen niet in acht genomen.
7. De vergaderingen worden geleid door de voorzitter van het bestuur; bij diens afwezigheid wijst de vergadering zelf haar voorzitter aan.
8. Van het verhandelde in de vergaderingen worden notulen gehouden door de secretaris of door één der andere aanwezigen, door de voorzitter daartoe aangezocht. De notulen worden vastgesteld en getekend door degenen, die in de vergadering als voorzitter en secretaris hebben gefungeerd.
9. Het bestuur kan ter vergadering alleen dan geldige besluiten nemen indien de meerderheid zijner in functie zijnde leden ter vergadering aanwezig of vertegenwoordigd is. Een bestuurslid kan zich ter vergadering door een medebestuurslid laten vertegenwoordigen onder overlegging van een schriftelijke, ter beoordeling van de voorzitter der vergadering voldoende, volmacht. Een bestuurslid kan daarbij slechts voor één medebestuurslid als gevolmachtigde optreden.
10. Het bestuur kan ook buiten vergadering besluiten nemen, mits alle bestuursleden in de gelegenheid zijn gesteld schriftelijk, telegrafisch of per telex/telefax hun mening te uiten. Van een aldus genomen besluit wordt onder bijvoeging van de ingekomen antwoorden door de secretaris een relaas opgemaakt, dat na medeondertekening door de voorzitter bij de notulen wordt gevoegd.
11. Ieder bestuurslid heeft het recht tot het uitbrengen van één stem. Voorzover deze statuten geen grotere meerderheid voorschrijven worden alle bestuursbesluiten genomen met volstreekte meerderheid der geldig uitgebrachte stemmen.
12. Alle stemmingen ter vergadering geschieden mondeling, tenzij de voorzitter een schriftelijke stemming gewenst acht of één der stemgerechtigden dit vóór de stemming verlangt. Schriftelijke stemming geschiedt bij ongetekende, gesloten briefjes.
13. Blanco stemmen worden beschouwd als niet te zijn uitgebracht.
14. In alle geschillen omtrent stemmingen, niet bij de statuten voorzien, beslist de voorzitter.

Bestuursbevoegdheid en vertegenwoordiging

Art. 6

1. Het bestuur is belast met het besturen van de stichting.
2. Het bestuur is bevoegd tot het sluiten van overeenkomsten, tot het kopen, vervreemden of bezwaren van registergoederen.
3. Het bestuur is niet bevoegd tot het sluiten van overeenkomsten, waarbij de stichting zich als borg of hoofdelijk medeschuldenaar verbindt, zich voor een derde sterk maakt of zich tot zekerheidsstelling voor een schuld van een derde verbindt.

Art. 7

1. Het bestuur vertegenwoordigt de stichting in en buiten rechte. De vertegenwoordigingsbevoegdheid komt mede toe aan de voorzitter tezamen met de secretaris, of de voorzitter tezamen met de penningmeester, en bij hun belet of ontstentenis hun daartoe door het bestuur uit zijn midden aangewezen plaatsvervanger.

Einde bestuurslidmaatschap

Art. 8

1. Het bestuurslidmaatschap eindigt:
door overlijden van een bestuurslid, bij verlies van het vrije beheer over zijn vermogen, bij schriftelijke ontslagneming (bedanken), alsmede bij ontslag op grond van artikel 298 Boek 2 van het Burgerlijk Wetboek.

Boekjaar en jaarstukken

Art. 9

1. Het boekjaar van de stichting loopt van één augustus tot en met eenendertig juli van het daarop volgende jaar.
2. Per het einde van ieder boekjaar worden de boeken der stichting afgesloten. Daaruit worden door de penningmeester een balans en een staat van baten en lasten over het geëindigde boekjaar opgemaakt, welke jaarstukken binnen twee maanden na afloop van het boekjaar aan het bestuur worden aangeboden.
3. Het bestuur laat de boeken der stichting onderzoeken door een externe deskundige die van zijn bevindingen aan het bestuur verslag doet.
4. De jaarstukken worden door het bestuur vastgesteld nadat het heeft kennis genomen van het door de externe deskundige uitgebrachte verslag.

Reglement

Art. 10

1. Het bestuur is bevoegd een reglement vast te stellen, waarin die onderwerpen worden geregeld, welke niet in deze statuten zijn vervat.
2. Het reglement mag niet met de wet of deze statuten in strijd zijn.
3. Het bestuur is te allen tijde bevoegd het reglement te wijzigen of op te heffen.
4. Op de vaststelling, wijziging en opheffing van het reglement is het bepaalde in artikel 11 lid 1 van toepassing.

Statutenwijziging

Art. 11

1. Het bestuur is bevoegd deze statuten te wijzigen. Het besluit daartoe moet worden genomen met algemene stemmen in een vergadering, waarin alle bestuursleden aanwezig of vertegenwoordigd zijn, zonder dat in het bestuur enige vacature bestaat.
2. De wijziging moet op straffe van nietigheid bij notariële akte tot stand komen.
3. De leden van het bestuur zijn verplicht een authentiek afschrift van de wijziging, alsmede de gewijzigde statuten neer te leggen ten kantore van het Openbaar Stichtingenregister, gehouden door de Kamer van Koophandel en Fabrieken, binnen welker gebied de stichting haar zetel heeft.

Ontbinding en vereffening

Art. 12

1. Het bestuur is bevoegd de stichting te ontbinden. Op het daartoe te nemen besluit is het bepaalde in artikel 11 lid 1 van toepassing.
2. De stichting blijft na haar ontbinding voortbestaan voorzover dit tot vereffening van haar vermogen nodig is.
3. De vereffening geschiedt door het bestuur.
4. De vereffenaars dragen er zorg voor, dat van de ontbinding van de stichting inschrijving geschiedt in het register, bedoeld in artikel 11 lid 3.
5. Gedurende de vereffening blijven de bepalingen van deze statuten zoveel mogelijk van kracht.
6. Een eventueel batig saldo van de ontbonden stichting wordt zoveel mogelijk besteed overeenkomstig het doel van de stichting ter ondersteuning van het onderwijs in de Nederlandse taal en Cultuur in het buitenland.
7. Na afloop van de vereffening blijven de boeken en bescheiden van de ontbonden stichting gedurende dertig jaren berusten onder de jongste vereffenaar.

Slotbepalingen

Art. 13

1. In alle gevallen, waarin zowel de wet als deze statuten niet voorzien, beslist het bestuur. Tenslotte verklaarde de comparant, dat voor de eerste maal als bestuursleden zullen optreden:
 1. voorzitter:
 2. secretaris:
 3. penningmeester:De comparant is aan mij, notaris, bekend en haar identiteit is door mij, notaris, vastgesteld aan de hand van het hiervoor gemelde daartoe bestemde document.

Waarvan akte

in minuut is verleden te Voorburg, gemeente Voorburg/Leidschendam op de datum in het hoofd dezer akte vermeld. Na zakelijke opgave van de inhoud van deze akte aan de comparant, heeft deze verklaard van de inhoud van deze akte te hebben kennisgenomen en op volledige voorlezing daarvan geen prijs te stellen.

Vervolgens is deze akte, na beperkte voorlezing, door de comparanten en mij, notaris, ondertekend.

Volmacht

De ondergetekende(n):

Verkla(art)(ren) last en volmacht te geven aan:

ieder van de medewerkers verbonden aan het kantoor van notaris mr. R.M. Dom te Voorburg, gemeente Voorburg/Leidschendam zo tezamen als ieder afzonderlijk,

Speciaal om voor en namens ondergetekende(n) een vereniging/stichting* op te richten genaamd:

Vereniging/Stichting*

te vestigen te Voorburg en daarvoor de statuten vast te stellen, bij akte te passeren ten overstaan van de te Voorburg gevestigde notaris mr. R.M.Dom of diens plaatsvervanger, overeenkomstig een door deze geredigeerde aan de ondergetekende(n) bekende ontwerpakte,

meer te doen wat ter zake voorschreven nodig, nuttig of wenselijk mocht blijken, alles met macht van substitutie.

Getekend te, op 2003

*doorhalen wat niet van toepassing is

Kopie paspoort bijvoegen s.v.p.

Persoonsgegevens

Naam :

Voornamen (voluit) :

Beroep :

Geboorteplaats :

Geboortedatum :

Woonplaats :

Adres (voluit)
(géén postbusnummer) :

Burgerlijke staat :

Functie bestuur :

Nationaliteit :

Adres vereniging/stichting
(géén postbusnummer) :

Bijlage 4

Informatie VT2B

(Deze is op te vragen bij de NeVoBo, evenals het inschrijvingsformulier)

Bijlage 5

Informatie sportverzekering

Sportverzekering

De NeVoBo heeft besloten de verenigingen de mogelijkheid te bieden om een sportverzekering af te sluiten. Met de collectieve verzekeringen kunnen alle verenigingen en leden van de NeVoBo nu en in de toekomst adequaat verzekerd zijn tegen zeer gunstige premie en condities.

De sportvereniging van vandaag kan niet zonder een goede verzekering. De sportvereniging is een dynamische ontmoetingsplaats voor sport en sociale activiteiten met een veelvoud aan bezoekers, betrokkenen en vrijwilligers. Daarbij ondervindt de vereniging risico's die niet geheel zijn te overzien.

Met de 'terugtrekkende overheid' is er een duidelijke tendens naar toenemende eigen verantwoordelijkheid van individuen en instellingen in onze maatschappij. Bij calamiteiten kan men niet (geheel) meer terugvallen op sociale voorzieningen. Nu sociale voorzieningen nog slechts als vangnet fungeren, is het noodzakelijk op tijd aanvullende maatregelen te treffen in de vorm van aanvullende verzekeringen.

Collectieve sportverzekering Bestuurdersaansprakelijkheidsverzekering Juridisch advies Collectieve sportverzekering

Een onderzoek onder alle sportbonden heeft aangetoond dat niet alle bonden en verenigingen een adequate verzekering hebben. De geschetste ontwikkelingen in de maatschappij, recent verbeeld in enkele aangrijpende affaires, maakt de noodzaak van een sportverzekering actueel. Samen met gevestigde verzekeringsmaatschappijen heeft NOC*NSF een standaard sportverzekering ontwikkeld met een aantal verzekeringsrubrieken:

- **Aansprakelijkheidsverzekering** dekt de aansprakelijkheid van verzekerde voor door derden geleden zaak- en/of personenschade. De premie bedraagt € 0,19 per lid per jaar; minimumpremie € 15,88 per jaar.
- **Ongevallenverzekering** doet een uitkering bij overlijden (rubriek A € 9.076,-), blijvende invaliditeit (rubriek B € 45.379,-) en vergoedt secundaire medische kosten ten gevolge van een ongeval (rubriek D € 1.135,-). De premie bedraagt € 0,75 per lid per jaar voor rubriek A + B + D en € 0,41 per lid per jaar voor rubriek A + B.
- **Onkosten evenementen verzekering** dekt de financiële schade, die verzekeringnemer lijdt indien een georganiseerd evenement door een onvoorziene omstandigheid niet of niet geheel doorgang vindt. Voor deze verzekeringsrubriek kunt u een aparte brochure aanvragen.
- **Bestuurdersaansprakelijkheidsverzekering** dekt de persoonlijke aansprakelijkheid van de bestuurder voor door derden geleden schade als gevolg van een fout. Bij een verzekerd bedrag van € 113.446,- bedraagt de premie € 68,07 per bestuur / per jaar. Bij een verzekerd bedrag van € 226.891,- bedraagt de premie € 90,76 per bestuur / per jaar (uitgaande van een balanstotaal van minder dan € 453.781,-)
- **Inventarisverzekering** dekt uw inventaris en speelmateriaal tegen brand en diefstal. De premie bedraagt € 11,34 per jaar bij een verzekerd bedrag van € 4.538,-.

Voor alle bovenstaande rubrieken zijn verzekerd:

- Vereniging
- Bestuursleden van de vereniging
- Ondergeschikten van de vereniging
- (Aspirant-)leden die bij de vereniging zijn aangesloten

Vrijwilligers zijn gratis meeverzekerd voor de rubrieken aansprakelijkheid en ongevallen. Verzekeringen compenseren de gevolgen van een ongeval. Het voorkomen van schade verdient natuurlijk de voorkeur. De opbouw van de NOC*NSF sportverzekering kan sportongevallen voortaan eenduidig registreren. Met de opgeslagen statistische gegevens kunnen preventieve maatregelen worden genomen. Preventie is daarom één van de belangrijke doelen van de collectieve sportverzekering.

Meer informatie

Voor meer informatie kun je bellen met de Sport Helpdesk van *Aon Verzekeringen*. Je kunt daar ook het informatiepakket aanvragen. Telefoonnummer 010 448 8845.

Bestuurdersaansprakelijkheidsverzekering

Een bestuurslid wordt geacht te functioneren zoals het een goed bestuurder betaamt. Hierbij speelt het geen rol of de bestuurder zijn taak vrijwillig of betaald uitoefent. Er is onderscheid te maken tussen interne en externe aansprakelijkheid.

Interne aansprakelijkheid

De interne aansprakelijkheid van de bestuurder is zijn aansprakelijkheid jegens de vereniging. De vereniging kan haar bestuurders aansprakelijk stellen op grond van onbehoorlijke taakvervulling. De bestuurders moeten instaan voor hun kwaliteiten in deze functie. Van onbehoorlijk taakvervulling is bijvoorbeeld sprake wanneer een bestuurder geld van de vereniging uitleent, zonder hiervoor zekerheid in de vorm van een borg of garantie te bedingen.

Externe aansprakelijkheid

Bestuursleden kunnen ook extern, dus door derden, aansprakelijk worden gesteld. Het kan hierbij gaan om leveranciers, afnemers of werknemers van de vereniging of de curator in het faillissement van de vereniging. Derden kunnen verenigingsbestuurders aansprakelijk stellen op grond van onrechtmatige daad, bijvoorbeeld wanneer hij verplichtingen aangaat terwijl hij wist (of behoorde te weten) dat de vereniging deze verplichtingen niet zou kunnen nakomen.

Bestuurders van vennootschapsbelastingplichtige verenigingen kunnen bovendien aansprakelijk worden gesteld op grond van kennelijk onbehoorlijk bestuur. Hierbij moet worden gedacht aan balansaansprakelijkheid, de derde anti-misbruikwet in geval van faillissement en de tweede anti-misbruikwet met betrekking tot rechtstreekse en persoonlijke aansprakelijkheid voor belastingen en premies.

Aansprakelijkheid en schadevergoeding

Fouten van bestuurders kunnen ernstige financiële gevolgen hebben voor hun privévermogen. De bestuurdersaansprakelijkheidsverzekering voorziet in bescherming van deze privévermogens, wanneer verzekerde bestuursleden persoonlijk aansprakelijk gesteld worden in hun hoedanigheid van bestuurder. De polis dekt schade die is toegebracht aan de vereniging en schade aan derden en daarnaast ook de kosten van verweer en advies, met inbegrip van de proceskosten. Opzettelijk veroorzaakte schade is uitgesloten van verzekering. De penningmeester die er met de clubkas vandoor is gegaan, valt dus niet onder de dekking. Als vereniging is het raadzaam na te gaan waar en wanneer de bestuursleden persoonlijke risico's lopen en of deze risico's door verzekering kunnen worden afgedekt. Op de bestuurdersaansprakelijkheidsverzekering zijn te goeder trouw gemaakte fouten van

bestuurders verzekerd en wordt ervan uitgegaan dat bestuursleden de wet- en regelgeving ten aanzien van rechtspersonen kennen

Bronvermelding