

# Doortrapper

Publieksversie: Strategisch plan Wereldfietser 2020 - 2025

mei 2020

De Publieksversie van de Doortrapper is een samenvatting van het plan. De volledige versie is uitsluitend voor leden beschikbaar in het clubhuis van De wereldfietser.

Doortrapper: De doortrapper is gebruikt als metafoor voor de Wereldfietser. Een doortrapper is een fiets met een vast verzet zonder een freewheel. De trappers blijven dus doordraaien als je eenmaal voortgaat. De fiets werkt als een vliegwiel en wil voort blijven gaan. Ook al zit het eens tegen, de Wereldfietser gaat door!

## Voorwoord

Om onze prachtige vereniging met meer dan 3000 leden te besturen, is het een geschenk als wensen, voorkeuren, kritiek etc. van leden en andere berokkenen bij het bestuur bekend zijn. Het ledenonderzoek in 2016 heeft daar een belangrijke bijdrage aan geleverd. Het bestuur heeft de uitkomsten van ledenonderzoek aangegrepen om haar plannen voor de komende jaren uit te stippelen. Het heeft even geduurd voordat de plannen in dit document het licht hebben kunnen aanschouwen. Bestuurswisselingen en andere perikelen voerden de boventoon waardoor het schrijven ervan diverse malen vertraging opliep.

In 2019 nam de aandacht voor communicatie en gesprekken over de uitwisselingen en de beschikbaarstelling van informatie met leden en andere 'stakeholders' toe. Na een heisessie in 2019 met nieuwe bestuursleden was er, tezamen met de informatie uit het ledenonderzoek en input van de eerdere bestuursleden, voldoende munitie én ambitie om de ideeën voor de komende jaren op papier uit te werken.

Dit document biedt geen vergezichten op de toekomst alhoewel je die er misschien wel uit kunt herleiden. Die vergezichten zijn ook niet nodig. We zullen als vereniging de dingen die we doen blijven doen, alleen sommige dingen gaan we anders doen: vooral beter en efficiënter. De belangrijkste actiepunten zijn een nieuwe website, introductie van doelgroepen, de vergroting van het aanbod van activiteiten en betere communicatie naar onze leden.

De totstandkoming van dit strategische plan was een hele kluit, maar het is gelukt. Wij zijn trots op het resultaat. Mijn dank gaat uit naar iedereen die heeft bijgedragen, heeft meegeschreven of zijn reactie en commentaar heeft gegeven. Zonder al die waardevolle feedback had het nooit zo'n doorwrocht stuk kunnen worden.

We blijven informeren, organiseren en socialiseren alleen met verbeterde middelen waardoor de vereniging efficiënter kan opereren en de vereniging gemakkelijker kan bieden wat u graag wilt. Het document heeft daarom ook de toepasselijke naam Doortrapper gekregen. We trappen door op de weg die we zijn ingeslagen.

Ik wens u veel leesplezier.

Eric Picard  
Voorzitter

## Samenvatting

Na het ledenonderzoek in 2016 was er behoefte om op basis van onder andere de uitkomsten te bepalen op welke onderwerpen de vereniging zich in de komende jaren zou kunnen richten. De communicatie tussen bestuur en leden, organisatoren van tochten en stakeholders blijft telkenmale terugkomen als belangrijk aandachts- en verbeterpunt. Net alleen als middel om te informeren maar ook om activiteiten eenvoudiger en prettiger te organiseren voor organisatoren en deelnemers en om administratieve handelingen te verbeteren.

Naast de uitkomsten van het ledenonderzoek zijn suggesties, informatie van leden, observaties van bestuursleden en diverse ervaringen meegenomen om de analyses uit te voeren. Er is een interne analyse uitgevoerd om de sterke en zwakke punten in de organisatie bloot te leggen. Hetzelfde is voor de externe analyse gedaan waarbij is gekeken wat er buiten de vereniging om in 'fietsenland' plaatsvindt wat van invloed kan zijn op de toekomst van de Wereldfietser. Door de sterktes en zwakten van verschillende onderwerpen met elkaar te confronteren, wordt zichtbaar waar er kansen voor de vereniging liggen maar ook welke bedreigen de vereniging het hoofd moet bieden. De uitkomsten van het onderzoek hebben geresulteerd in aantal onderwerpen waar de vereniging zich in de komende jaren op zal richten.

### **Prioriteiten vereniging 2020-2025**

1. Verbetering communicatie door:
  - a. realisatie van een nieuw platform/website
  - b. informatie te richten op verschillende doelgroepen
2. Optimaliseren functioneren Activiteitencommissie en uitbreiding aanbod activiteiten
3. Het opstellen van een vrijwilligersbeleid
4. Digitalisering tijdschrift

Alhoewel het een bescheiden lijstje is, verwachten wij dat de jaren 2020 en 2021 in het teken zullen staan van de inrichting van de nieuwe website en alle bijkomende zaken om alle nieuwe functies van de website optimaal te benutten, wegwijs te worden in de nieuwe processen en de website te voorzien van informatie gericht op de verschillende doelgroepen.

## Primaire en secundaire prioriteiten

De confrontatie van kansen met sterktes is het terrein waarin groeimogelijkheden liggen; de kansen afgezet tegen de zwakten leveren de verbeterpunten op; de bedreigingen ten opzichte van de sterkten de onderwerpen die we in stand moeten houden. Het beste is terugtrekking of verandering op het terrein waar de bedreigingen verband houden met onze zwakten. De vier strategieën worden hieronder weergegeven.

	<b>Sterkten</b>	<b>Zwakten</b>
<b>Kansen</b>	Groeien	Verbeteren
<b>Bedreigingen</b>	Verdedigen	Terugtrekken/ veranderen

Belangrijkste conclusie van het bestuur is dat we moeten doortrappen op de weg die voor ons ligt. De dingen die we doen, zijn goed, maar er kunnen efficiencylagen worden gemaakt. Van het allergrootste belang zijn de middelen om te communiceren. De mogelijkheden om onder andere activiteiten te organiseren, vrijwilligers te informeren, betalingen te verrichten en nieuwsbrieven op te stellen kunnen veel efficiënter worden georganiseerd dan thans plaatsvindt met de huidige middelen. Daarom geeft het bestuur communicatie de hoogste prioriteit. Daarnaast zijn er secundaire prioriteiten. De hiernavolgende paragrafen lichten de primaire en secundaire prioriteiten voor de komende jaren toe.

### 1.1 Primaire prioriteiten

Enkele belangrijke punten onder de zwaktes hebben betrekking op de communicatie. Het gaat om beleid, de middelen om te communiceren en de doelgroepen van de vereniging. Het gebrek aan een kwalitatief goede interne en externe communicatie beschouwen we bovendien als een bedreiging. Als middel voor de communicatie is onze website van groot belang maar deze is niet gebruiksvriendelijk. De kansen liggen vooral bij de organisatie van verschillende activiteiten en het bedienen van (nieuwe) doelgroepen. De Wereldfietser is sterk in het organiseren van tochten en bijeenkomsten en de informatievoorziening via het tijdschrift en het forum. Het bestuur ziet betere communicatie daarom als dé grote opdracht voor de komende jaren.

#### 1.1.1 Nieuwe website

Wij zien een groot potentieel in het verbeteren van de boodschap die we willen uitdragen en die in het verlengde ligt van de doelen van de vereniging: verenigen, organiseren en informeren. Een goede communicatie met leden, vrijwilligers en geïnteresseerden in onze vereniging is van essentieel belang. Voor de Wereldfietser is de website daarvoor het belangrijkste instrument. De communicatie met en tussen leden, vrijwilligers, commissies, bestuursleden, stakeholders en donateurs vindt voor het overgrote deel plaats via elektronische weg. Er is immers geen fysieke ontmoetingsplek waar leden en andere betrokkenen elkaar regelmatig kunnen treffen om van gedachten te wisselen. Het is derhalve van groot belang dat de vereniging beschikt over goed werkende en actuele communicatiemiddelen. De website is daarin cruciaal. In de nieuwe website zullen enkele praktische zaken zoals het organiseren van activiteiten, de verzending van nieuwsbrieven en het lidmaatschap

worden geïntegreerd. Er is in 2019 een commissie gestart die de wensen en eisen van een website heeft geanalyseerd en een functioneel ontwerp heeft opgesteld. Naar verwachting wordt in 2020 een nieuwe leverancier geselecteerd. De livegang wordt medio 2020 verwacht.

### **Doelgroepen**

De Wereldfietser informeert fietsers op tal van terreinen om een fietsreis te ondernemen. De Wereldfietser maakt daarin nog geen onderscheid in type reiziger. De Wereldfietser zal haar communicatie en informatieverstrekking meer gaan richten op specifieke doelgroepen: de doelgroepen worden:

- Avonturiers
- Bike-packers
- Fietsreizigers (Europa en daar buiten)
- Familiefietsers

Met de indeling sluit de Wereldfietser beter aan op de behoeften van leden en kan er effectiever en gericht worden gecommuniceerd.

### **Functionaliteiten website**

De website moet een middel worden waar leden terecht kunnen voor al hun lidmaatschapsgegevens, zich eenvoudig kunnen aanmelden voor activiteiten en snel informatie kunnen vinden. Tegelijkertijd moet het ook een centrum zijn waar vrijwilligers, bestuurders en organisatoren eenvoudig informatie beschikbaar kunnen stellen voor alles wat de Wereldfietser organiseert en aanbiedt.

### **Ledenadministratie**

Een verandering die speciale aandacht verdient, is de ledenadministratie. Die wordt nu nog gedaan door Ereprijs. Ereprijs verwerkt aanvragen voor een (partner)lidmaatschap, nieuwe lidmaatschappen, opzeggingen, wijzigen, etc. Al deze handelingen zullen voor het grootste deel worden geautomatiseerd en onderdeel worden van de nieuwe website.

### **Opleiding gebruik website**

Met de start van de nieuwe website zal een belangrijk deel van het IT-beheer wijzigen. De nadruk zal minder komen te liggen op het beheer van de IT en op het gebruik van de mogelijkheden van de website. Er zal een aantal mensen moeten worden geïnstrueerd de functionaliteiten van de website optimaal te gaan gebruiken. Er zullen handleidingen en instructies centraal beschikbaar moeten zijn. Een systeem van autorisaties moeten worden opgezet over wie wat kan en mag doen op de website (denk aan plaatsing banners, activiteiten, nieuwsbrieven etc.).

## **1.1.2 Organisatie Activiteitencommissie en activiteiten**

De Wereldfietser is goed in het organiseren van fietstochten en activiteiten. Dit beleid zal ongewijzigd worden voortgezet, maar er zijn aanpassingen nodig om efficiënter te werken. Naar verwachting zal de nieuwe website er een belangrijke rol in vervullen maar tegelijk is een verbetering van de interne organisatie gewenst. Uit de interne analyse blijken er veel zwaktes te bestaan die aandacht behoeven. Uit het ledenonderzoek blijkt dat er veel belangstelling is voor buitenlandse reizen. De vereniging faciliteert het fietsen in het buitenland door reisverhalen en route-informatie te geven, maar laat het feitelijk uitvoeren van een reis over aan het eigen initiatief. Het bestuurslid

Activiteiten zal in overleg met de leden van de Activiteitencommissie afstemmen welke verbeteringen er in de komende tijd en jaren kunnen worden gedaan.

### **1.1.3 Opstellen vrijwilligersbeleid**

Goed vrijwilligersbeleid zorgt voor een prettige samenwerking tussen vrijwilligers en vereniging. Het maakt duidelijk wat men van vrijwilligers verwacht. Beleid zorgt ook voor goede afspraken en geeft richtlijnen voor wat wij als vereniging voor vrijwilligers kunnen doen. Een beleidsplan beschrijft de manier waarop we vrijwilligers werven, behouden en waarderen, en geeft tevens aan hoe we het vrijwilligerswerk in de vereniging coördineren. Een plan biedt duidelijkheid over taken en verantwoordelijkheden binnen de vereniging en is van grote waarde tijdens de overdracht van taken bij bestuurswisselingen. De Wereldfietser heeft geen vrijwilligersbeleid. Een beleid zal in de acties van het bestuur worden opgenomen.

### **1.1.4 Digitalisering tijdschrift**

Een lang gekoesterde wens is om het tijdschrift naast de papier versie in digitale vorm aan te bieden. Het voornemen is het tijdschrift via de nieuwe website, naast de papieren versie, tevens als digitale bladerbare versie aan te bieden.

## **1.2 Secundaire prioriteiten**

De andere benoemde punten in de confrontatiematrix beschouwen we als de secundaire prioriteiten. Het zijn de prioriteiten die naast de primaire prioriteiten kunnen worden opgepakt door bestuur en andere vrijwilligers.

### **1.2.1 Contractuele afspraken tijdschrift**

We achten het van groot belang dat de kwaliteit en de continuïteit van het tijdschrift blijft gewaarborgd. Het tijdschrift is de financiële motor van de vereniging. De afspraken met de uitgever zullen in 2020 tegen het licht worden gehouden en geformaliseerd. Het tijdschrift zal via de nieuwe website voor de leden beschikbaar kunnen worden gesteld.

### **1.2.2 Continuïteit organisatie fietstochten**

Het is belangrijk dat de tochten die De Wereldfietser in Nederland en soms buiten de grenzen organiseert, er altijd zijn. De poule aan vrijwilligers die de tochten uitzet en organiseert, moet voldoende groot zijn om alle gangbare tochten door het jaar heen te organiseren. De informatie en de middelen die (aankomende) tochtorganisatoren nodig hebben, moeten ruim beschikbaar zijn.

### **1.2.3 Integratie forum en nieuwe website**

De informatie op het forum is voor veel bezoekers van grote waarde om informatie over allerlei aspecten van het reizen per fiets op te doen. Besloten is om met de komst van de nieuwe website het forum ongemoeid te laten. Op een later moment zal worden onderzocht of en op welke wijze de informatie op het forum beter kan worden geïntegreerd in de nieuwe website. Het bestuur wil het forum in principe alleen voor leden toegankelijk stellen.

#### **1.2.4 Continuering beurs in Ede**

De beurs van de Wereldfietser voorziet in belangrijke mate in een van de doelstellingen van de vereniging: informatie over fietsreizen en alles wat daarbij komt kijken. We slagen daar bijzonder wel in. Sinds de organisatie van de beurs op een nieuwe locatie is het aantal bezoekers fors toegenomen. Het bestuur is zich bewust van de bezwaren die bij sommige leden bestaat ten aanzien van de locatie. Op dit moment voorziet de locatie in de belangrijkste eisen en wensen die de Wereldfietser aan een locatie stelt. Het bestuur continueert de organisatie van de beurs in Ede maar sluit niet de ogen voor suggesties voor andere locaties.

#### **1.2.5 Vacature bestuurslid PR (publieke relaties)**

Het bestuur heeft de vacature voor een bestuurslid PR open staan. Vooral nog weet de vereniging de taken ten aanzien van PR-vraagstukken redelijk te verdelen maar structurele aandacht is wenselijk om de PR zaken van de vereniging daadkrachtiger te realiseren. Het gaat dan onder meer om het opzetten en invullen van reclame- en sponsorbeleid (banners, website, ledenpas, promotieartikelen, t-shirts) communicatie met externe partijen en contractuele afspraken (Vakantiefietser, Europafietser), en samenwerking met bijvoorbeeld de jongerengroep (WF18-35). Ook zal er een commercieel beleid ontwikkeld moeten worden.

Het bestuur onderzoekt of de PR-taken kunnen worden verdeeld onder de zittende bestuursleden.