

EEN JEUGDBELEID MET EFFECT ?

Een onderzoek naar de effectiviteit van het
jeugdhockey-stimuleringsbeleid van de KNHB

Eindrapport
Sector Sportontwikkeling NSF
Arnhem, juli 1992

Nederlandse Sport Federatie



92/47

Colofon

NSF publikatie, juli 1992

Een jeugdbeleid met effect?

Een onderzoek naar de effectiviteit van het jeugdhockey-stimuleringsbeleid van de KNHB

Dit rapport is geschreven in opdracht van het bestuur van de KNHB

Samengesteld door:

Projectteam NSF:

Martin van der Gugten
Klaas Loeve
Jo Lucassen (eindredactie)
Gerald Morssinkhof
Geert Jan Venekamp

met begeleiding van een KNHB-projectgroep bestaande uit:

Hanny Leeftang
Eveline Ruiter
Gabriëlle van Doorn
Arno den Hartog

Reproductie en lay-out:

Theo Duijzer/NSF

Correspondentie-adres:

KNHB

Postbus 1250
3980 ZH Bunnik

NSF

Postbus 302
6800 AH Arnhem

Inhoudsopgave

1. OPZET ONDERZOEK, EVALUATIE EN ONTWIKKELING SSD-BELEID KNHB	7
1.1. Aanleiding en doelstelling van het onderzoek	7
1.2. Aanpak van de deelonderzoeken	10
1.3. Organisatie en tijdpad van het onderzoek	11
2. ANALYSE VAN HET JEUGDHOCKEY -STIMULERINGSBELEID VAN DE KNHB	13
2.1. Benaderingen van beleid	13
2.2. Het KNHB-jeugdhockeybeleid nader bekeken	16
2.2.1 visie op jeugdhockey	16
2.2.2. probleemanalyse	18
2.2.3. doelstellingen en doelgroepen van beleid	20
2.2.4. produktontwikkeling	21
2.2.5 implementatie	22
2.3. Conclusie en aandachtspunten voor het overige onderzoek	23
3. BEKENDHEID EN GEBRUIK VAN KNHB-PRODUKTEN EN -DIENSTEN T.B.V. JEUGDHOCKEY ONDER HOCKEY-VERENIGINGEN	25
3.1. Een beschrijving van de belangrijkste diensten en produkten van de KNHB voor het jeugdhockey	25
3.2. Opzet enquête over de produkten en diensten bij hockeyverenigingen	29
3.3. Resultaten van de enquête onder verenigingen	29
3.4. Enkele verbanden tussen de resultaten nader onderzocht	34
3.5. Conclusie	41
4. ANALYSE VAN DE JEUGDLEDENONTWIKKELING BIJ DE VERENIGINGEN IN DE PERIODE 1986 - 1990	43
4.1. Inleiding	43
4.2. Uitsplitsing in de combinatie district en leeftijdscategorie	43
4.3. Uitsplitsing in de combinatie geslacht en leeftijdscategorie	47
4.4. Uitsplitsing in de combinatie geslacht en district	49
4.5. Ontwikkeling jeugdledental KNHB i.r.t. demografische ontwikkeling 1986 - 1990	50
4.6. Vergelijking jeugdledenverloop van de 15 grootste NSF-lidorganisaties in de periode 1986 - 1990 (rangorde bepaald door totaal aantal leden)	52
4.7. Conclusies	53

5. DE ONTWIKKELING VAN JEUGDHOCKEYBELEID EN DE BIJDRAGE VAN DE KNHB DAARAAN OP VERENIGINGSNIVEAU	55
5.1. Ontwikkeling van een gespreksschema voor de dieptestudies	55
5.2. Selectie van de onderzoeksverenigingen	56
5.3. De belangrijkste resultaten van de dieptestudies	57
6. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	65
6.1. Conclusies	65
6.2. Aanbevelingen/voorstellen	69
INHOUDSOVERZICHT BIJLAGEN RAPPORT "EEN JEUGDBELEID MET EFFECT"	73

Hoofdstuk 1

Opzet onderzoek evaluatie en ontwikkeling SSD-beleid KNHB

In dit hoofdstuk wordt ter introductie een toelichting gegeven op de opzet van het evaluatie-onderzoek. Na een schets van aanleiding en doel van het onderzoek, beschrijven we de gevolgde werkwijze om tenslotte af te ronden met enige informatie over de organisatie van de onderzoeksactiviteiten.

1.1. Aanleiding en doel van het onderzoek

Het onderzoek naar het SSD-beleid van de KNHB maakt deel uit van een serie pilotprojecten gericht op de evaluatie en ontwikkeling van het sportstimuleringsbeleid van landelijke sportorganisaties.

In de algemene opzet voor de 'Pilotprojecten ontwikkeling en evaluatie sportstimuleringsbeleid landelijke sportorganisaties' worden de doelstellingen van de pilots als volgt omschreven:

- " In algemene zin wordt met de ondersteuningsprojecten beoogd de effectiviteit van het sportstimuleringsbeleid van de betrokken landelijke sportorganisaties te vergroten. Meer specifiek wordt in dit kader gestreefd naar:
 - a. het bevorderen van een adequate keuze en formulering (duidelijkheid, realiseerbaarheid) van doelstellingen voor sportstimuleringsbeleid;
 - b. het bevorderen van een adequate keuze en gebruik (doelgerichtheid, doelmatigheid, samenhang) van instrumenten en methodieken voor sportstimuleringsbeleid;
 - c. het bevorderen van systematische aandacht voor de effecten van sportstimuleringsbeleid (evaluatie, effectmeting)."

In het KNHB-project zijn deze doelstellingen in overleg met de KNHB als volgt vertaald:

- a. Het bevorderen van een adequate keuze en formulering van doelstellingen voor (jeugd)hockeybeleid t.a.v. SSD;
Het gaat hier niet om het adviseren over de keuze van doeleinden in inhoudelijke zin. Wel zal worden gekeken naar de motivering van de gemaakte beleidskeuzen en de wijze waarop deze worden gecommuniceerd en uitgewerkt (draagvlak).
De wijze van totstandkoming van het sportstimuleringsbeleid wordt daarbij eveneens gezien.

- b. Het bevorderen van een adequate keuze van te ontwikkelen activiteiten;
- c. Het bevorderen van een regelmatige evaluatie, effectmeting.

Voordat we nader ingaan op de vraagstelling bij het bij de KNHB uitgevoerde evaluatie-onderzoek, introduceren we enkele begrippen die bij evaluatie veelvuldig worden gehanteerd.

Doelbereiking, effectiviteit en efficiëntie van beleid.

In de literatuur over beleidsevaluatie wordt een onderscheid gemaakt tussen de doelbereiking, de effectiviteit (ook wel: doeltreffendheid) en de efficiëntie (ook wel: doelmatigheid van een beleid).

De mate van doelbereiking is de mate waarin een bepaald doel wordt bereikt. Een conclusie uit een doelbereikingsonderzoek kan dus luiden: 'Het doel was de aanwezigheid van 250.000 toeschouwers bij hoofdklasse-wedstrijden in het seizoen 1991-1992, maar er waren er slechts 210.000'.

Onder de effectiviteit van een beleid verstaan we de mate waarin een bepaald beleidsmiddel of beleid bijdraagt aan het bereiken van een bepaald doel. De definitie laat zich dus ook als volgt formuleren: de effectiviteit is de mate van doelbereiking voor zover deze aan het betreffende beleid is te danken. Een conclusie van een effectiviteitsonderzoek kan dus luiden: 'De toename van het aantal toeschouwers van 175.000 in het voorafgaande seizoen naar 210.000 in het seizoen 1991-1992 is te danken aan bepaalde promotie-maatregelen'.

De beleidseffectiviteit kan kleiner zijn dan de doelbereiking, namelijk wanneer andere factoren dan het beleid aan de doelstelling hebben bijgedragen. Het omgekeerde is ook denkbaar: zelfs zonder enige mate van doelbereiking kan beleid zeer effectief zijn, doordat het (uit het oogpunt van het doel) een verslechtering heeft weten te voorkomen, die anders door andere factoren dan het beleid zou zijn veroorzaakt.

Tenslotte onderscheidt men de efficiëntie van een beleid. Bij onderzoek naar de efficiëntie van een beleid evalueert men de verhouding tussen kosten (negatieve effecten) en baten (positieve effecten) van een beleid. We noemen een beleid meer efficiënt naarmate het met minder kosten meer baten weet te bereiken. Het begrip efficiëntie heeft dus twee kanten. Een bepaald beleid of beleidsinstrument is meer efficiënt als het gegeven baten tegen lagere kosten weet te bereiken, maar ook als het bij een gegeven hoeveelheid kosten meer baten oplevert. Aansluitend bij het eerder gegeven voorbeeld: het betreffende beleid is meer efficiënt als de toename van toeschouwersaantallen van 175.000 naar 210.000 met een geringer promotiebudget kan worden bereikt dan eenzelfde toename in een eerdere periode.

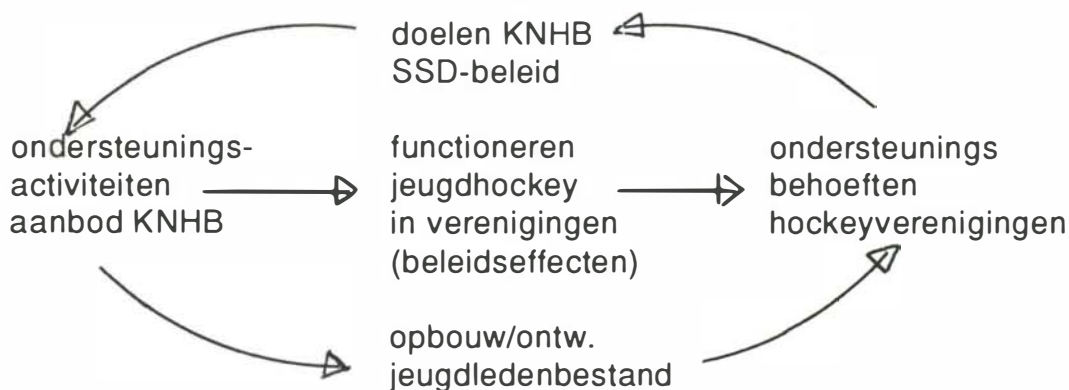
In dit onderzoek bij de hockeybond nu zullen we ons voornamelijk bezig houden met de mate van doelbereiking op het gebied van jeugdhockey en de effectiviteit van het stimuleringsbeleid daarbij.

Kernvragen voor de evaluatie van het jeugdhockeybeleid

Het hockeystimuleringsbeleid is vooral gericht op de (kwalitatieve en kwantitatieve) ontwikkeling van het jeugdhockey. Het hockeystimuleringsbeleid voor de jeugd moet vooral op verenigingsniveau gestalte krijgen. De KNHB ziet het als haar taak om de verenigingen hierbij te ondersteunen. Teneinde dit te bereiken, zijn door de KNHB voor de te onderscheiden jeugdcategorieën (A t/m F-jeugd) diverse produkten ontwikkeld, zoals trainings/coachingsplannen, testprogramma's, brochures en folders. Hierin wordt veel menskracht en geld geïnvesteerd. De KNHB legt om die reden prioriteit bij onderzoek naar de effectiviteit van haar jeugdhockeystimuleringsbeleid. Door het uitvoeren van dit evaluatie-onderzoek beogen we de volgende onderzoeksvragen te beantwoorden:

1. Voorziet de produktontwikkeling van de KNHB op landelijk niveau in een behoefte bij de verenigingen? Zijn er behoeften waarin nog niet is voorzien?
2. Maken de verenigingen gebruik van het KNHB-activiteitsaanbod?
3. Worden met het KNHB-activiteitsaanbod de beoogde effecten bereikt t.a.v. het functioneren van de verenigingen?

De centrale elementen van het te onderzoeken jeugdhockeybeleid en de relaties daartussen zijn hieronder nog eens schematisch weergegeven.



Afrondend kunnen we zeggen, dat het bij dit evaluatie-onderzoek dus enerzijds gaat om de vraag naar de mate van doelbereiking van het jeugdhockeybeleid van de KNHB en de effectiviteit van het huidige aanbod aan ondersteuningsactiviteiten voor het jeugdhockey daarbij, anderzijds om de vraag welke (wederzijdse) invloeden er bestaan tussen dit aanbod en de ontwikkeling van het jeugdledenbestand.

1.2. Aanpak van de deelonderzoeken

Om het onderzoek binnen de gegeven beperkingen uit te kunnen voeren zijn de in 1.1. geformuleerde vraagstellingen uitgewerkt in de vorm van een viertal deelonderzoeken. In deze paragraaf beschrijven we de aard en inhoud van deze deelonderzoeken.

In het onderzoek worden de volgende deelprojecten onderscheiden:

a. Onderzoek naar inhoud en totstandkoming van SSD-beleidsdocumenten.

Centrale vraag hiervan is: welke doeleinden op verenigingsniveau worden geformuleerd en langs welke weg/met welke middelen wil de KNHB die realiseren?

Dit onderzoek heeft plaatsgevonden door literatuuranalyse en vraaggesprekken met enkele sleutelfiguren voor het jeugdbeleid binnen de KNHB. Dit deelonderzoek wordt nader beschreven in hoofdstuk 2.

b. Onderzoek van kennis, gebruik en satisfactie bij verenigingen t.a.v. KNHB-ondersteuningsactiviteiten voor het jeugdhockey.

Centrale vragen van dit deelonderzoek: maken de verenigingen gebruik van de door de hockeybond aangeboden ondersteunende produkten en diensten en komt deze ondersteuning voldoende tegemoet aan de bij de verenigingen levende behoefte.

Om deze vraagstelling te beantwoorden is een enquête onder alle hockeyverenigingen gehouden.

De resultaten van de enquête worden benut voor de keuze van thema's en de opzet van de dieptestudies (zie d). Ook worden samenhangen nagegaan met de analyse van de ledenontwikkeling (zie c).

Een weergave van dit deelonderzoek treft u in hoofdstuk 3.

c. Onderzoek van de ontwikkeling van het jeugdledenbestand bij KNHB-clubs in de laatste jaren en de relatie met de KNHB-ondersteuning.

Centrale vraag: hoe is de ledenontwikkeling bij de verenigingen en is er een verband met het gebruik en de behoeften aan ondersteuning. Dit deelonderzoek zal plaatsvinden als een secundaire computer-analyse op de bij de KNHB geregistreerde ledencijfers. Bij de uitwerking wordt aan de volgende aspecten aandacht besteed:

- analyse ledenontwikkeling clubs t.b.v. samenstelling vergelijkingsgroepen voor dieptestudies (bijv. groeiclubs t.o.v. afnameclubs);
- analyse van de samenhang tussen ledenontwikkeling en kennis/gebruik van middelen (correlatief);

Meer informatie over dit deelonderzoek vindt u in hoofdstuk 4.

- d. Onderzoek naar de wijze waarop verspreiding en gebruik van de KNHB-ondersteuningsactiviteiten aansluiten bij de praktijk van jeugdbeleid in de verenigingen.

Centrale vraagstelling: op welke manier krijgt het jeugdhockeybeleid in de clubs gestalte en hoe maken clubs daarbij gebruik van door de KNHB aangeboden ondersteuningsmogelijkheden.

Dit onderzoek wordt uitgevoerd in de vorm van dieptestudies bij een selectie van verenigingen.

In hoofdstuk 5 wordt nader op dit deelonderzoek ingegaan.

1.3. Organisatie en tijdpad van het onderzoek.

Projectbegeleiding

Het onderzoek is begeleid door een projectgroep bestaande uit de onderzoekers en de volgende personen namens de KNHB:

Mevr. H. Leeflang
Mevr. E. Ruiter
Mevr. G. van Doorn
Dhr. A. den Hartog

De projectgroep heeft in de voorbereidingsfasen van het onderzoek een projectplan en projectprogramma besproken en vastgesteld.

Tijdens de uitvoering van het onderzoek heeft de projectgroep voorstellen besproken en geakkordeerd voor de diverse onderzoeksonderdelen en voor de concept-teksten van het eindrapport.

Projectuitvoering

Het project is uitgevoerd door een onderzoeksteam van NSF-medewerkers:

drs. M. van der Gugten
drs. K. Loeve
drs. J. Lucassen
drs. G. Morssinkhof
drs. G.J. Venekamp

Binnen dit team trad M. van der Gugten op als projectcoördinator en J. Lucassen als supervisor. Ook verschillende medewerkers van het bondsbureau van de KNHB hebben voor verschillende deelonderzoeken uitvoerende werkzaamheden verricht, o.a. bij het verzamelen van benodigde stukken en gegevens en bij de uitvoering van de dieptestudies.

Projectfasering

Het onderzoek is uitgevoerd volgens een projectmatige aanpak. Bij een dergelijke werkwijze wordt de invulling van een activiteit in fasen nader uitgewerkt.

Medio 1991 hebben tussen KNHB en NSF als opdrachtgever en uitvoerende voor het project de eerste afbakenende besprekingen plaatsgevonden (initiatiefase). Het projectplan is eind juni 1991 door het bestuur van de KNHB goedgekeurd. In september 1991 is de projectgroep ingesteld en een projectprogramma hieraan voorgelegd (definitiefase). Vervolgens zijn achtereenvolgens de verschillende deelonderzoeken voorbereid en uitgevoerd (voorbereidings- en uitvoeringsfase). De enquête en de beleidsanalyse hebben daarbij tevens als functie gehad een brede oriëntatie te bieden voor diepteanalyses. Vanaf begin 1992 is over de verschillende deelonderzoeken gerapporteerd, uitmondend in het eindrapport dat nu voor u ligt (rapportage- en nazorgfase).

Vooruitblik

In de volgende hoofdstukken van dit eindrapport worden de aanpak en resultaten van de verschillende deelonderzoeken uitgebreid besproken. Hoofdstuk 2 is gewijd aan de beleidsanalyse. In hoofdstuk 3 komt de enquête naar bekendheid en gebruik van de KNHB-produkten aan de orde en hoofdstuk 4 gaat in op de analyse van de ledenontwikkeling bij de verenigingen in de afgelopen jaren. De dieptestudies bij een selectie van verenigingen worden in hoofdstuk 5 besproken. Het rapport wordt afgesloten met een hoofdstuk waarin de belangrijkste resultaten nog eens worden samengevat en een aantal aanbevelingen voor beleid worden geformuleerd (hoofdstuk 6).

Hoofdstuk 2

Analyse van het jeugdhockey stimuleringsbeleid van de KNHB.

De KNHB voert als landelijke organisatie voor de hockeysport een specifiek op de jeugdhockeysers gericht beleid. Om over dit beleid iets te zeggen moet allereerst duidelijk worden wat beleid is en hoe je naar beleid kunt kijken. Als deze gedachten toegelicht zijn, kun je het beleid van de KNHB nader plaatsen.

De opbouw van dit hoofdstuk is hieraan aangepast, allereerst wordt kort iets vermeld over beleid, vervolgens wordt het jeugdbeleid van de KNHB besproken en ter afsluiting volgen enige aandachtspunten voor de andere deelonderzoeken.

2.1. Benaderingen van beleid

De orthodoxe 'actor-centrische' benadering

Een gangbare benadering van beleid is in het volgende schema weer te geven:

doel --» middel --» implementatie --» evaluatie

Elke situatie die volgens een beleidsbepalende actor (een organisatie, bedrijf of instelling) niet voldoet aan de "norm" kan een aanleiding vormen om beleid te voeren. Het waargenomen verschil tussen "werkelijkheid/feit" en "norm" vormt de motivatie om iets te gaan ondernemen. Daarbij kan het er ook om gaan dreigende achteruitgang te voorkomen.

Allereerst formuleert men wat gerealiseerd moet worden - de doelstelling -, vervolgens zoekt men daarbij het meest geschikte middel - dat is dat middel dat met de minste kosten de hoogste baten realiseert -, waarna het middel wordt uitgevoerd. Ter afsluiting evalueert men in hoeverre de doelstelling gehaald is.

Op zich is op deze fasering in doelstelling, middel, implementatie en evaluatie heel bruikbaar en niet problematisch. Wel kun je kritisch kijken naar de wijze waarop organisaties met deze fasen omgaan, omdat bepaalde problemen bij de uitvoering van het beleid hiermee te maken hebben.

Een belangrijk gegeven daarbij is dat de mensen in een organisatie niet altijd dezelfde opvattingen er op na houden, en bijvoorbeeld anders denken over feiten en normen of anders gezegd over de beleidsprioriteiten.

Bovendien formuleert een organisatie vaak zelfstandig de doelstelling en kiest daarbij zelfstandig het geschiktste middel. Doelgroepen van het beleid staan hierbij op grote afstand (soms letterlijk buitenspel).

Echter bij de uitvoering (implementatie) van het beleid spelen diezelfde doelgroepen een cruciale rol. Zij moeten de uitvoering ter hand nemen, van een beleid waar zij tot dan toe niet bij betrokken zijn geweest. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de doelgroepen ander gedrag vertonen dan dat gewenst zou zijn bij de geformuleerde doelstelling. Gebrekkige aansluiting bij de belevingswereld van de doelgroepen leidt ertoe dat veel beleid niet zo effectief en efficiënt verloopt als gewenst wordt. De organisatie reageert hier dan op met strikte regelgeving, sancties en verscherpte controle.

Sleutelbegrippen bij deze benadering zijn sturing en beheersing. De organisatie stuurt het beleidsproces volledig vanuit zijn optiek en streeft naar volledige controle over zowel de inhoud van het beleid als het gedrag van de doelgroepen (beheersing).

Het frappante is nu dat iedereen weet dat de werkelijkheid niet zo in elkaar steekt, je bent niet alleen, je kunt niet in je eentje iets veranderen, daar heb je anderen bij nodig. In het beleid dienen die anderen dan ook betrokken te worden.

Dit betekent dat het zinnig is te zoeken naar een andere benadering om beleid te voeren dan deze "ivoren-toren" benadering (in jargon: top-down benadering). We zullen deze tegenhanger hieronder beschrijven als de netwerk-benadering.

De 'netwerk'-benadering van beleid

De tweede wijze van beleidsvoering gaat er vanuit dat beleid tot stand komt en wordt uitgevoerd door allerlei organisaties gemeenschappelijk. Niet de beleidsvoerende organisatie is hier het vertrekpunt, maar de relatie tussen de inhoud van het beleid en de verschillende betrokken partijen staat centraal. Wil je gedrag van mensen, van organisaties veranderen, dan dien je rekening te houden met hun ideeën, opvattingen en wensen. Hoe definiëren zij het probleem, welke oplossingen staan hen voor ogen, op welke wijze willen zij dat veranderen. Aansluiting zoeken bij en rekening houden met de belevingswereld van mensen en andere organisaties vergroot het draagvlak voor het beleid en daarmee de effectiviteit daarvan.

Aldus opgevat is beleid de resultante van verschillende bijdragen van verschillende betrokkenen aan het probleem.

In schema:



Er bestaat een wisselwerking tussen de inhoud van het beleid en de omgeving waarbinnen het tot stand komt. Tot de inhoud van het beleid worden gerekend de ideeën, gedachten, oplossingen, wensen en intenties van allerlei betrokken organisaties en mensen bij het beleid. Tot de omgeving behoren al die organisaties en mensen die bij het probleem betrokken zijn. Hierbij worden ook de betrokken organisaties niet langer opgevat als zijnde één geheel, maar als bestaande uit meerdere relatief autonome onderdelen zoals districten en verenigingen met elk verschillende ideeën, opvattingen, wensen en gewoonten. Een heel netwerk van partijen is dus bij het beleid betrokken. Uit deze wisselwerking tussen inhoud en omgeving vloeit het beleid voort.

Sleutelbegrippen bij deze benadering zijn draagvlak, communicatie en continuïteit.

Onder draagvlak voor het beleid wordt verstaan dat de nagestreefde doelstellingen, middelen en wijze van uitvoering door alle betrokkenen worden ondersteund waardoor men ook daadwerkelijk bereid is zich daarvoor in te zetten. Het gaat erom dat er commitment bestaat tussen alle betrokkenen over wat men wil realiseren en ook over hoe men dat wil. Dit draagvlak wordt bereikt door de communicatie tijdens het beleidsproces een zeer centrale rol te geven. Dat betekent dat de betrokkenen er vanaf het eerste begin bij betrokken zijn, maar deze betrokkenheid betekent voor hen beslist géén vrijblijvende aangelegenheid. Beleid op deze manier gevoerd heeft ook voor de basis een verplichtend karakter tot deelname. Anders kunnen probleemanalyse, het formuleren van doelstellingen, het kiezen van de middelen en de wijze van uitvoering niet in gemeenschappelijk overleg tot stand komen. Zeker bij complexe problemen is het zaak voor dit communicatieve karakter van beleid een ruime tijdsperiode uit te trekken en het niet vanaf het begin te plaatsen in een strak keurslijf van tijdschema's en/of organisatorische kaders.

Binnen sportorganisaties is over het algemeen een belangrijke rol bij de beleidsvorming en -uitvoering weggelegd voor de professionele ondersteuning vanuit het bondsbureau. Van de daar werkzame personen wordt dan verwacht, dat ze de kennis hebben om een dergelijk beleidsproces te trekken, te coördineren en van de nodige inhoudelijke voorstellen ter discussie te voorzien. Deze rol vervullen zij juist om het communicatieve karakter van beleid te stimuleren.

Beleid op deze wijze gevoerd biedt mogelijkheden voor continuïteit. Eénmaal geaccepteerd door betrokkenen is het draagvlak gecreëerd om over een langere tijdsperiode aan het uitgestippelde beleid gemeenschappelijk te werken. Voorwaarde daarbij is dat de betrokkenen geen adhoc-beslissingen nemen die de uitgezette koers torpederen. Daarnaast is het zaak dat de continuïteit in personele sfeer gerealiseerd wordt, bijvoorbeeld door het draagvlak binnen de organisatie te verbreden. Valt iemand af dan is vervanging door iemand die gecommitteerd is aan de tot dan toe gemaakte afspra-

ken voorhanden. Anders leiden personele wisselingen te snel tot beleidsmatige veranderingen.

Samenvattend: de wijze waarop organisaties met beleid om gaan kan verschillen. Hiervoor werden twee nogal afwijkende benaderingen beschreven: de actor-centrische en de netwerk-benadering. Deze typering van beleidsbenaderingen vormt het referentiekader van waaruit naar het KNHB-jeugd-beleid gekeken wordt. Het beleid zal inhoudelijk worden beschreven en daarnaast zal worden gekeken naar aspecten die de benadering van beleid binnen de KNHB kenmerken, als:

- door wie worden de doelstellingen geformuleerd, zijn de doelgroepen daarbij betrokken;
- in hoeverre streeft de landelijke organisatie naar sturing en beheersing van de beleidsuitvoering;

- hoe wordt een draagvlak voor de realisatie van het beleid gekweekt;
- hoe wordt het beleid gecommuniceerd;
- hoe wordt de continuïteit van het beleid bevorderd.

2.2. Het KNHB-jeugdhockeybeleid nader bekeken

Achtereenvolgens zullen hier besproken worden:

- * visie
- * probleemanalyse
- * doelstelling/doelgroep
- * produktontwikkeling
- * implementatie

Per beleidselement geven we eerst een beschrijving van het beleid bij de KNHB en stellen daarbij vervolgens enkele vragen in verband met de beleidsbenadering.

2.2.1. Visie op jeugdhockey

Wil je beleid voeren dat enige continuïteit in zich heeft dan moet er zo iets zijn als een gemeenschappelijk uitgangspunt/fundament dat door iedereen gedeeld wordt en dat richting geeft aan de activiteiten die je ontwikkelt. Dit noem je de visie die ten grondslag ligt aan het beleid. De visie die ten grondslag ligt aan het KNHB-jeugdbeleid kan opgesplitst worden in vier onderdelen:

- a. kinderen leren zo goed mogelijk en met zo veel mogelijk plezier te hockeyen;
- b. aansluiting zoeken bij de ontwikkelingsfasen van het kind;
- c. kinderen een sportieve mentaliteit bij brengen;
- d. het kader dat de jeugd begeleidt zowel kwantitatief als kwalitatief op peil houden.

Deze uitgangspunten worden voor het jeugdbeleid gehanteerd en passen binnen een ruimer kader namelijk de investering in de toekomst van het hockey; je wilt zowel de kwantiteit van het aantal hockeyers vergroten, de kwaliteit verbeteren, het plezier verhogen als het gedrag (sportiviteit) verbeteren.

De ontwikkeling van deze visie is op meerdere wijzen tot stand gekomen, maar de belangrijkste is wel het verticale bestuurlijke overlegcircuit, bestaande uit enerzijds districts/regionale vergaderingen en anderzijds de commissie voor het thema Hockeyontwikkeling, Topsportcoördinatie en Opleidingen (HTO) en subcommissies.

Alvorens in de Algemene Vergadering de hoofdlijnen van het toekomstige beleid van de KNHB besproken worden, worden tijdens de districtsledenvergaderingen deze hoofdlijnen van beleid voorbesproken. In deze vergaderingen zijn de verenigingen door hun bestuur vertegenwoordigd en zij hebben hier de mogelijkheid het beleid inhoudelijk te beïnvloeden.

Specifieke elementen van het beleid rond de HTO worden eveneens voorbesproken met de verschillende districtscommissies HTO. Dit betekent dat het verwerven van commitment bij de verenigingen voor het toekomstige beleid op bestuurlijk vlak een georganiseerde activiteit is.

De professionele lijn (het sporttechnisch kader) is hiermee organisatorisch niet afgedekt. Het ontbreken van STK-ers op districtsniveau, leidt ertoe dat enerzijds in de inhoudelijke ondersteuning aan verenigingen en anderzijds in de terugkoppeling van de verenigingen naar de bond een belangrijke schakel ontbreekt.

Tot nu toe wordt dit tweeledig opgevangen, door enerzijds de bestuurlijke lijn optimaal te benutten en anderzijds een gesystematiseerd promotiebeleid te voeren (dit systeem wordt momenteel ontwikkeld door zowel een netwerk van personen te registreren als een stappenplan voor activiteiten op te zetten).

Enkele conclusies en vragen over de beleidsuitgangspunten:

- het draagvlak voor de KNHB beleidsvisie wordt voornamelijk gecreëerd via het reguliere bestuurlijk overleg.
- onduidelijk is in hoeverre deze visie gedeeld wordt door andere belangengroepen binnen de KNHB. Met name het ontbreken van een georganiseerde lijn voor de professionals - het technisch kader - is hierbij van belang. Dit kan een aanleiding zijn voor belemmeringen bij de beleidsuitvoering. Het ontwikkelen van een gesystematiseerde promotie komt hieraan gedeeltelijk tegemoet, namelijk aan het bereiken van de juiste mensen, maar niet aan het vergroten van het commitment bij het kader!
- de uitgangspunten zijn tamelijk algemeen en laten nogal wat ruimte voor uiteenlopende interpretatie. Zij geven op zich weinig concreet houvast hoe het hockey voor de jeugd moet worden benaderd, ontberen een

inspirerende en uitdagende formulering. Het is de vraag of dit gebrek aan scherpte en wervende werking niet belemmerend werkt voor de communicatie en het creëren van draagvlak voor het beleid.

- het onder a geformuleerde uitgangspunt kan leiden tot sterk uiteenlopende accentleggingen: n.l. zo goed mogelijk hockeyen versus zoveel mogelijk plezier. Het eerste heeft een directe relatie met prestatie, terwijl het tweede daar geheel los van kan staan. Over het algemeen behoeft dit niet problematisch te zijn, want zo goed mogelijk presteren kan op ieder niveau en plezier en presteren zullen vaak hand in hand gaan. Toch kun je je afvragen of er binnen de verschillende geledingen van de bond voldoende bewust en gelijkgericht accenten worden gelegd tussen beide elementen en duidelijkheid wordt verschaft over dit uitgangspunt: is het hockeybeleid gericht op iedereen of met name op de "goede" spelers of wordt aan beide accenten gedifferentieerd aandacht gegeven.

2.2.2 Probleemanalyse

Beleid probeert de spanning tussen werkelijkheid en norm op te heffen. Behalve het hebben van een norm (visie) moet je ook inzicht hebben in de werkelijkheid. Dit betekent dat je inzicht moet hebben in zowel de ontwikkelingen binnen het hockey als in de samenleving en hoe die twee op elkaar inwerken.

Welke probleemanalyse ligt ten grondslag aan het jeugdbeleid, welke ontwikkelingen vormen de voedingsbodem voor dit beleid?

- a. Een eerste element ligt bij het aantal hockeyers (kwantiteit). Het Wereldkampioenschap van het Nederlandse herenteam in 1973 heeft geleid tot een versnelde groei van het aantal (jeugd)leden. Deze groei neemt in het begin van de jaren tachtig geleidelijk af om vervolgens te stagneren. In het seizoen '88/'89 wordt het moment bereikt waarop zowel het aantal leden als het aantal ingeschreven teams terugloopt. In hoofdstuk 4 wordt een nadere analyse gemaakt van de jeugdledenontwikkeling in de periode 1986-1991.
- b. Een tweede element vormt de introductie van de kunstgrasvelden. Hierdoor verandert het hockeyspel op zich en neemt de zekerheid over het doorgaan van wedstrijden, juist bij slecht weer, toe. Een interessant neven-effect van deze introductie is de spreiding over de dag van de wedstrijden waardoor de teams die bijvoorbeeld 's ochtends spelen minder contact hebben met de teams die 's middags spelen. Hierdoor verandert de betrokkenheid bij de vereniging van zowel spelers, begeleiding als ouders. En juist deze laatste categorie vormt een potentiële bron voor nieuw kader.
- c. Een derde element vormt de verlaging van de instroomleeftijd voor het hockey van 11/12 jaar naar 6/7 jaar. Deze verlaging vindt in eerste instantie plaats ondanks het beleid van de hockeybond. Deze motiveert handhaving van de instroomleeftijd van 11/12 jaar door te wijzen op zowel het ontbreken van de voor het hockey vereiste technische vaardigheid en

coördinatie bij de jongere leeftijdsgroepen als het ontbreken van kwalitatief geschikt kader binnen de verenigingen.

Motivatie voor de beleidsverandering heeft haar grondslag in veranderingen bij de jeugd zelf en de cultuur van het hockeyen, nl. een familiesport. De belangrijkste oorzaak heeft echter ook met het eerste element van de kwantiteit te maken. Door de ontgroening van Nederland en de opkomst van concurrerende vrijetijdsactiviteiten wordt de noodzaak steeds groter om de jeugd voor het hockeyspel te winnen. De bond is daarom ook activiteiten gaan ontwikkelen die aan de eerdere bezwaren tegemoet kunnen komen, zoals vorming van begeleidend kader voor deze leeftijdsgroep.

- d. Een vierde element vormt de verruwing van de sport. Dit is niet een specifiek hockeyverschijnsel, maar heeft een sterk maatschappelijk karakter.
- e. Het vijfde element vormt de gedachte bij de bond dat "vele verenigingen zijn in zichzelf gekeerd en hebben weinig aandacht voor de (nabij) gelegen stadswijken." "...Toch krijgt het ontwikkelen van beleid niet in voldoende mate aandacht, worden er verkeerde prioriteiten gesteld en is er regelmatig sprake van onvoldoende coördinatie." Anders gezegd: geconstateerd wordt dat veel verenigingen zich richten op interne, korte termijn problemen. Lange termijn beleid, o.a. voor werving ontbreekt. Deze analyse leidt tot de gedachte dat het verenigingskader op dit punt ondersteuning behoeft.
- f. Het zesde element tenslotte vormt het kader van de verenigingen (zie ook de punten b en c). Het enthousiasme en de kwaliteit van het kader vormen belangrijke aspecten van het verenigingsleven en dus ook voor het jeugdhockey. Hoe werft, hoe motiveert en hoe begeleidt de vereniging het kader, dit zijn vragen die steeds relevanter worden voor het functioneren van een hockeyvereniging. In wezen begint zich een accentverschuiving in het beleid van de hockeybond af te tekenen. Officieel is het beleid nog steeds gericht op behoud en werving van leden, maar blijkbaar de condities waarbinnen dit gerealiseerd moet worden, het verenigingsleven in zijn totaliteit, komen gaandeweg meer in de picture. Conclusies en vragen:
 - Samenvattend kan worden vastgesteld, dat zowel de interne en externe ontwikkelingen als langdurige en kortdurende processen ten grondslag liggen aan het ontwikkelde jeugdbeleid;
 - Niet alle stuwende ontwikkelingen zijn door de bond via haar beleid beïnvloedbaar;
 - Het lijkt nuttig nader te analyseren welke effecten autonome processen, zoals de demografische ontwikkeling kunnen hebben voor de ledenontwikkeling in de bond (zie hoofdstuk 4);
 - Het is zinnig om te kijken in hoeverre de gedachten van de bond over het functioneren van de verenigingen ook bij hen leven.

2.2.3. Doelstellingen en doelgroepen van beleid

De doelstellingen die aan het jeugdbeleid ten grondslag liggen vloeien voort uit de 4 punten van de visie. Bijvoorbeeld het punt van aansluiting zoeken bij de ontwikkelingsfasen van het kind. De 'Notitie inzake jeugdbeleid' noemt daarvoor dat de vorming van de jeugd loopt van "spel naar sport". Hieruit worden de volgende globale kenmerken per leeftijdscategorie als volgt omschreven:

7 - 10	-» speels proberen en leren
9 - 11 (m)	-» speels leren en oefenen
10 - 13 (j)	
11 - 16 (m)	-» oefenen, trainen en spelen
12 - 18 (j)	
15 - 18 (m)	-» trainen en spelen
17 - 20 (j)	

Vanuit deze globale kenmerken kunnen vervolgens per leeftijdscategorie de specifieke leeftijdskenmerken worden aangegeven voor techniek, tactiek, conditie en motivatie en die bepalen vervolgens de doelstellingen die voor die leeftijdscategorie gerealiseerd kunnen worden.

Kortom, een getrapte aanpak voor differentiatie van doelstellingen per leeftijdscategorie.

Tot de doelgroepen van het jeugdbeleid behoort naast de jeugd, zoals in 2.2.2. reeds signaleerd, in toenemende mate ook het verenigingskader. En natuurlijk impliciet op de achtergrond het verenigingsbestuur. Het voorgaande kan als volgt in schema worden gezet:



Naar aanleiding van de beschrijving kunnen de volgende vragen worden geformuleerd:

- Het werken met verschillende doelgroepen (jeugd/kader) kan tot onduidelijkheid bij de verenigingen leiden; dit zou bij de verenigingen kunnen worden getoetst.
- Daarnaast kan de vraag worden of de geschetste verticale bestuurlijke lijn en een gesystematiseerd promotiebeleid vanuit Bunnik voldoende draagvlak genereren bij het ontwikkelen van jeugdbeleid in de driehoeksverhouding bond, jeugdhockeyers en kader, met op de achtergrond het verenigingsbestuur.

- Op zich staat de beschreven getrapte inhoudelijke benadering van de doelgroepen vanuit beleidsmatige optiek niet ter discussie, maar wel de relatie tussen "wat mag de bond" en "wat wil de bond". Hiertussen zien we een behoorlijke discrepantie.

De bond (bestuur en bondsbureau) heeft als dienstverlenende taak het ondersteunen van de begeleidings- en organisatiewerkzaamheden van de verenigingen, en in die zin heeft zij een voorwaardenscheppende functie. ("De taak van de KNHB is er in gelegen om randvoorwaarden te creëren voor de verenigingen, opdat zij de verschillende activiteiten goed kunnen invullen c.q. suggesties kunnen overnemen." Notitie inzake jeugdbeleid, p.3). Deze functie vloeit ook voort uit het "relatief" autonome karakter van de verenigingen. Echter in haar beleidsintenties voert de bond een veel actiever sturend beleid. Men verwacht dat de verenigingen de aangedragen ideeën en voorstellen overnemen, tenzij ze goede argumenten hebben om dit niet te doen.

2.2.4. Produktontwikkeling

De KNHB heeft de laatste jaren een veelheid aan produkten ontwikkeld ter ondersteuning van de verenigingen. Een aantal van deze produkten wordt nader beschreven in hoofdstuk 3.

Deze produkten worden ontwikkeld met behulp van zowel externe deskundigen - van buiten het bondsbureau - als interne deskundigen. Deze laatsten praten zowel in het begin mee als dat zij betrokken worden bij de uitvoering. Het gebruik van deze produkten is op één na - het Hockeydiploma - niet verplicht voor de verenigingen. Tevens zijn de verenigingen vrij in de wijze van uitvoering van de produkten, dit geldt ook voor het hockeydiploma. Bij deze laatste wordt bijvoorbeeld wel een uitgebreide handleiding voor de begeleiders - het verenigingskader - toegevoegd. Maar men is vrij om deze suggesties al dan niet over te nemen. Vanwege het vrijblijvende karakter voor de verenigingen om produkten te gebruiken, wordt als eis gesteld - door het bondsbureau - dat de produkten moeten aansluiten bij de verenigingspraktijk. Kennis over deze verenigingspraktijk vergaart men via een aantal kanalen, namelijk:

- * de ledenvergaderingen
- * contacten met districtbesturen
- * contacten met technisch kader
- * contacten met de verenigingen (contactpersonen opleidingen)
- * evaluatieformulieren van cursisten.

Conclusies en vragen over de produktontwikkeling:

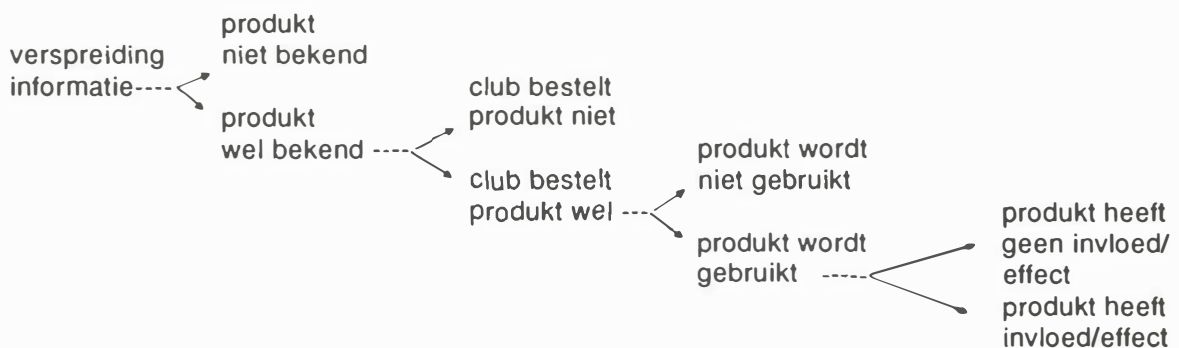
- De KNHB ontwikkelde de laatste jaren een stroom van ondersteunende produkten voor verenigingen, grotendeels bedoeld voor specifieke leeftijdsgroepen.

- De vraag kan worden gesteld of de stroom produkten voor de gebruikers inhoudelijk voldoende samenhang vertonen en voldoende tegemoet komen aan bij de verenigingen levende behoeften.
- De produktontwikkeling vindt voornamelijk plaats vanuit het bondsbureau met steun van interne en externe deskundigen.
- De verenigingen zijn vrij de produkten naar eigen inzicht te gebruiken. Voor de produktontwikkeling is het dan ook van essentieel belang dat zij zich moeten herkennen in de produkten, dat zij achter de gedachten en uitwerkingen staan en dat zij er gemakkelijk iets mee kunnen doen. Wij vragen ons af of in de gebruikelijke ontwikkelingswijze voldoende rekening wordt gehouden met de variatie aan verenigingspraktijken. Aansluiten bij de gemiddelde verenigingspraktijk als eis lijkt daarvoor niet een afdoende voorwaarde.

2.2.5. Implementatie

De belangrijkste implementatie-strategie is die van de informatie.

Elk nieuw produkt wordt aangekondigd op de ALV, in KNHB-organen en de boekenfolder en verspreid ter informatie naar personen zoals trainers en coaches. Dit betekent, dat wil een produkt bij een vereniging in gebruik genomen worden, het volgende:



Dit schema impliceert dat verenigingen een actieve daad moeten verrichten om aan de materialen te komen.

Conclusies en vragen over de implementatie:

- Wil een produkt in gebruik genomen worden dan is reeds de eerste fase, de informatie-voorziening van cruciale betekenis. Onduidelijk is in hoeverre deze de verenigingen bereikt en in hoeverre de informatie de verenigingen voldoende beeld geeft, dat dit het produkt is waar zij op hebben zitten wachten.
- Belangrijk is te beseffen dat een aantal produkten is aangekondigd op de AV en dus op bestuurlijk niveau bekend zijn, maar onduidelijk is in hoeverre dat vervolgens binnen de vereniging leidt tot verspreiding over die mensen die daar ook daadwerkelijk wat mee gaan doen.

- Het lijkt nuttig na te gaan welke motieven de verenigingen hebben om produkten aan te schaffen, op welke wijze binnen verenigingen de verspreiding van informatie gaat én wat de feitelijke gebruikers - de trainers, coaches en dergelijke - vinden van zowel de inhoud van de produkten als de gevolgde implementatiestrategie.

2.3. Conclusie en aandachtspunten voor het overige onderzoek

Voorlopige conclusie n.a.v. de beleidsanalyse.

Vergelijken we de beschrijving over het KNHB-jeugdbeleid met datgene wat er in 2.1. gesteld is over beleid dan kan het volgende als voorlopige conclusie naar voren worden gebracht.

Een bottle-neck voor de effectiviteit van het KNHB jeugdbeleid vormt de relatie en communicatie met de verenigingen: de bond heeft vanuit haar perspectief goede ideeën voor de ontwikkeling van het jeugdhockey, maar wordt bij de uitvoering geconfronteerd met de verenigingen die zelfstandig mogen bepalen wat zij er mee gaan doen.

Deze constatering mag niet leiden tot de conclusie dat er dan maar geen beleid gevoerd hoeft te worden, maar wel dat beleid sterk in onderling overleg tot stand moet komen wil je de verenigingen enigszins committeren aan het beleid.

Het ontwikkelen van beleid, en dan met name de doelstellingen en produkten gebeurt ook momenteel tot op zekere hoogte in overleg met het veld en is in die zin zeer positief te waarderen. Maar dit veld wordt gedomineerd door "bestuurlijk overleg" en er is weinig georganiseerde ruimte voor professionele overlegcircuits. Toch moeten veel produkten uiteindelijk in de praktijk gehanteerd gaan worden door trainers, coaches en dergelijke. Het ontwikkelen van beleid via de bestuurlijke lijn, waarna de verenigingsbesturen het binnen de verenigingen over het kader verspreiden is dan voor een effectieve verspreiding en gebruik van die produkten waarschijnlijk niet afdoende. Het lijkt daarom van belang in de toekomst meer gestructureerd professioneel overleg te ontwikkelen, bijvoorbeeld via STK-ers.

Aandachtspunten voor het overige onderzoek.

Op basis van de hiervoor weergegeven beleidsanalyse zullen we de rest van dit onderzoek in ieder geval aandacht besteden aan op de volgende drie aspecten:

- * Vinden de verenigingsbesturen en het verenigingskader dat de produkten van de bond aansluiten bij hun eigen ervaringswereld? En welke verande-

ringen moeten daarin eventueel optreden? (In hoeverre sluiten het verenigingsbeleid en het nationale beleid op elkaar aan?)

- * Is de gevolgde implementatiestrategie van informatieverschaffing een voldoende aanzet voor verenigingen om produkten aan te schaffen en vervolgens ook daadwerkelijk te gaan gebruiken?
- * Hoe denken de verenigingen dat de communicatie tussen bond en verenigingen het beste tot stand kan komen en welke bijdrage willen en kunnen zij daar aangeven?

In de volgende hoofdstukken worden de overige deelonderzoeken beschreven. We zullen daarbij eerst in hoofdstuk 3 de produkten van de KNHB ten behoeve van het jeugdhockey beschrijven en weergeven hoe de hockeyclubs met deze produkten omgaan.

Hoofdstuk 3

Bekendheid en gebruik van KNHB-produkten en -diensten t.b.v. jeugdhockey onder hockeyverenigingen

In dit hoofdstuk wordt het deelonderzoek beschreven naar de bekendheid met en het gebruik van diensten en produkten van de KNHB ten behoeve van jeugdhockey door hockeyverenigingen. Eerst worden de diensten en produkten van de bond getypeerd en vervolgens wordt geschetst volgens welke methode het onderzoek is uitgevoerd. De belangrijkste resultaten van het onderzoek treft u aan in de derde paragraaf. Paragraaf 3.4. gaat nader in op enkele relaties tussen de onderzochte aspecten van het aanbod. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een conclusie.

3.1. Een beschrijving van de belangrijkste produkten en diensten van de KNHB voor het jeugdhockey.

Zoals in het vorige hoofdstuk werd aangegeven heeft de KNHB in het kader van haar beleid ter bevordering van het jeugdhockey in de afgelopen jaren een groot aantal produkten en diensten ontwikkeld, dat tot doel heeft de verenigingen en het daar actieve kader te ondersteunen bij hun werkzaamheden. In deze paragraaf wordt een typering van deze produkten en diensten gegeven. Daarbij kijken we eerst naar de doelgroep en de aard van het produkt. Vervolgens worden de nagestreefde doelstellingen per produkt in beeld gebracht en tenslotte wordt aangegeven op welke wijze het produkt is verspreid en geïmplementeerd.

Tabel 3.1 Doelgroep en aard van de jeugdhockeyprodukten

Naam produkt	Doelgroep	Type produkt		Speciaal project/ testprogr.	Werving/ promotie	Overig
		Scholing/ opleiding kader	Traln.-/ coaching plan			
1. Het oog op de hockeyvereniging	(jeugd-)bestuur					o
2. Hockey voor de jongste jeugd	jeugdbestuur		o			
3. Spelen met de Benjamins	bestuur, trainers/begeleiders F-jeugd		o			
4. Mini-Hockey Plan Nederland	bestuur, trainers/begeleiders E/D-jeugd		o			
5. Hockey-Diploma Programma D-jeugd	begeleiders			o		
6. Young Stars Test Programma C-jeugd	begeleiders			o		
7. Verenigings trainers/ Jeugdplan	coaches		o			
8. Het oog op de Open Dag	(jeugd)bestuur E/D-jeugd			o		
9. Als je weet wat wilt, kies je voor hockey	F/E/D/C-jeugd			o		
10. Vaktijdschrift 'Hockey' c	trainers/ oaches	o	o	o		

Uit de bovenstaande tabel valt op te maken dat in het produkten-aanbod van de KNHB de trainings- en coachingsplannen de belangrijkste plaats in nemen, gevolgd door speciale projecten en promotionele produkten. De produkten zijn merendeels gericht op specifieke doelgroepen kaderleden. Sommige produkten zijn zowel voor bestuurlijk als voor sporttechnisch kader bedoeld. Specifieke produkten voor kaderleden die zich met B- en A-jeugd bezig houden treffen we niet aan.

Tabel 3.2. Doelstellingen per produkt op verenigingsniveau

Product	Beoogd effect bij verenigingen
1. Het oog op de hockey-vereniging	25% van de verenigingen maakt een beleidsplan en stelt een activiteiten-aanbod samen op basis van een sterkte-zwakte analyse
2. Hockey voor de jongste jeugd	75% volgt in de opleiding van de jongste jeugd het KNHB opleidingsplan, zowel inhoudelijk als organisatorisch
3. Spelen met de Benjamins	40% heeft gekwalificeerde trainers voor de Benjamins
4. Mini Hockey Plan Nederland	100% volgt de regels van het MHPN bij het trainen, begeleiden en spelleiden voor E- en D-achtallen
5. Hockey Diploma Programma	100% laat de D-jeugd het programma volgen
6. Young Stars Test Programma	55% biedt het YSTP aan haar C-jeugd aan
7. Verenigingsjeugdplan	30% werkt bij de jeugdopleiding met een jeugdplan
8. Het oog op de Open Dag	20% organiseert een open dag in het kader van haar ledenwerving
9. Als je weet wat je wilt..	60% gebruikt de folder bij haar promotie-activiteiten
10. Vaktijdschrift 'Hockey'	75% van het gediplomeerde kader is hierop geabonneerd

Tabel 3.2. laat zien dat de mate waarin de KNHB op verenigingsniveau effect verwacht van door haar aangeboden produkten sterk uiteen loopt. Over het algemeen worden de beoogde effecten geformuleerd op toepassingsniveau: men verwacht dat de clubs het produkt niet alleen kennen en aanschaffen, maar ook gebruiken. Sommige produkten lijkt men voor gebruik door de verenigingen van grotere waarde te achten dan andere. In het volgende overzicht vinden we enige gegevens over de wijze van verspreiding van de produkten.

Tabel 3.3. Verspreiding van KNHB jeugdhockey-producten

	Jaar van verschijnen	Bruikbaarheid *	Implementatie/ verspreiding**	Follow-up ***
1. Het oog op de hockeyvereniging	1990	5	1	-
2. Hockey voor de jongste jeugd	1990	4	4	1
3. Spelen met de Benjamins	1989	1	2	1,2
4. Mini Hockey Plan Nederland	1980	3	?	1,3
5. Hockey-Diploma Programma	1989	4	3	2,4
6. Young Stars Test Programma	1987	2	4	2
7. Verenigings Jeugdplan	1989	5	1	1
8. Het oog op de open dag	1991	2	1	1
9. Als je weet wat je wilt...	1991	1	4	-
10. Vaktijdschrift Hockey	1988	3	5	1,5

* Toelichting scores bruikbaarheid: 1 = direct bruikbaar;
5 = bewerking door de club noodzakelijk

** Toelichting scores verspreiding:
1. presentatie op Algemene Ledenvergadering (ALV); alle vereniging ontvangen twee exemplaren
2. presentatie ALV; aanschrijving aan alle verenigingen
3. presentatie ALV; aanschafverplichting voor alle verenigingen
4. aankonding aan verenigingen, docenten en in Hockeymagazine
5. direct schrijven aan de doelgroep

*** Toelichting scores follow-up:
1. vermelding in boekenfolder
2. recensie in 'Hockey'
3. verplichte literatuur voor cursisten trainersopleidingen
4. extra activiteiten na introductie
5. speciale folder

Naar aanleiding van tabel 3.3. valt op te merken dat de bond de directe bruikbaarheid van haar produkten verschillend taxeert. De wijze van verspreiding bestaat overwegend uit een combinatie van een presentatie tijdens ledenvergaderingen en schriftelijke introductie bij alle verenigingen en het kader. Selectieve verspreiding naar die clubs en kaderleden waarvoor het betreffende produkt is ontwikkeld, (doelgroepgericht) komt slechts een enkele keer voor.

3.2. Opzet enquête over de produkten en diensten bij hockeyverenigingen

Als eerste deel van het onderzoek naar de beleidseffectiviteit is een enquête uitgevoerd onder alle aangesloten hockeyverenigingen met jeugdleden.

Via de enquête is getracht een beeld te verkrijgen van de volgende zaken:

- a. de situatie van het jeugdhockey in de vereniging in het algemeen;
- b. het oordeel van de vereniging over bekendheid en gebruik van de door de bond ontwikkelde produkten;
- c. de bij de vereniging levende behoefte aan ondersteuning door de bond.

In bijlage 3.1. wordt de gebruikte vragenlijst weergegeven. De enquête werd in het najaar van 1991 aan 300 verenigingen toegezonden. Gevraagd is of deze enquête kon worden ingevuld door de voorzitter van het jeugdbestuur of de jeugdcommissie, eventueel in overleg met andere betrokkenen, zoals jeugdtrainers, begeleiders en/of de contactpersoon opleidingen. Aangekondigd werd dat mede op basis van de uitkomsten van deze brede enquête een beperkt aantal verenigingen nogmaals benaderd zou gaan worden om diepgaander inzicht te verwerven in de bestaande behoeften en de effecten van de aangereikte produkten (via telefonische of face-to-face interviews).

Respons

In totaal zijn er van de 300 verstuurde verenigingsenquêtes 148 ingevuld geretourneerd naar het bondsbureau, hetgeen een respons betekent van ongeveer 50 %. Er is globaal nagegaan in hoeverre de respons beschouwd kan worden als een representatieve afspiegeling van de hockeyverenigingen met jeugdleden (bijv. omvang, district, verstedelijking). Bij deze vergelijkingen zijn geen duidelijke aanwijzingen voor een gerichte non-respons gevonden zodat mag worden aangenomen, dat de verzamelde gegevens een redelijk beeld geven van de situatie bij alle hockeyclubs.

3.3. Resultaten van de enquête onder verenigingen.

De algemene situatie van het jeugdhockey in de onderzochte clubs.

In tabel 3.4. zijn enkele algemene gegevens over het jeugdhockey in de onderzochte verenigingen weergegeven.

Tabel 3.4. Situatie Jeugdhockey in het algemeen

Leeftijd categorie	Aantal leden*	Aantal trainers*			tekort	Aantal begeleiders*		
		opgeleid	niet-o			opgeleid	niet-o	tekort
F-jeugd	11 (1619)	1 (84)	1 (108)	- (18)	- (5)	1 (85)	- (6)	
E-jeugd	31 (4468)	1 (159)	2 (219)	- (30)	1 (49)	4 (448)	- (14)	
D-jeugd	38 (5615)	1 (161)	2 (231)	- (30)	- (46)	3 (386)	- (20)	
C-jeugd	40 (5719)	2 (211)	2 (223)	- (25)	- (49)	3 (353)	- (24)	
B-jeugd	39 (5661)	1 (146)	3 (315)	- (32)	- (39)	3 (329)	- (24)	
A-jeugd	36 (5241)	2 (181)	2 (195)	- (20)	1 (50)	2 (272)	- (33)	
Totaal	190 (28.293)	6 (951)	9 (1.292)	1 (168)	2 (240)	13 (1.872)	1 (123)	

* De vermelde gegevens zijn gemiddelden per vereniging. De tussen haakjes vermelde cijfers geven de totalen weer. In de cellen met een "-" is het gemiddelde kleiner dan 1.

Uit tabel 3.4. komen de volgende zaken naar voren:

- Gemiddeld genomen tellen hockeyclubs ongeveer 200 jeugdleden, die tamelijk evenwichtig over de verschillende jaargroepen verdeeld zijn.
- Per vereniging zijn gemiddeld 15 trainers en evenveel begeleiders actief, hetgeen neerkomt op één trainer en één begeleider per 30 jeugdleden; trekken we deze gegevens over ongeveer de helft van de clubs door naar het totaal, dan kunnen we vaststellen dat ten behoeve van de jeugdige hockeyers in het hele land zo'n 9000 trainers en begeleiders actief zijn;
- De actieve trainers en begeleiders zijn tamelijk evenredig verdeeld over de verschillende leeftijdscategorieën, zij het dat bij de jongste jeugd iets meer begeleiders actief zijn en bij de oudere jeugd iets meer trainers;
- Ruim 42 % van de jeugdtrainers is in bezit van een diploma (JJ/JHT/A/B); van de begeleiders is slechts 11% in het bezit van een diploma (JHB).
- 7 % van het totaal aantal aanwezige trainersfuncties bij de clubs is momenteel niet ingevuld (vacature/tekort), van het totaal aantal begeleidingsfuncties is 5% niet ingevuld (vacature/tekort). Over het gehele land

genomen betekent dit een tekort van ongeveer 330 trainers en 150 begeleiders.

Bekendheid, gebruik en kwaliteit van de KNHB produkten bij de verenigingen

Aan de verenigingen is gevraagd per produkt aan te geven in hoeverre het produkt bekend is, of het door de vereniging is aangeschaft, of het ook daadwerkelijk wordt gebruikt en of er een zichtbare invloed of effect is opgetreden. Daarnaast hebben de verenigingen een oordeel gegeven over de kwaliteiten van de gebruikte produkten, door aan de aspecten inhoud, methodiek, toepasbaarheid en leesbaarheid een rapportcijfer toe te kennen. In tabel 3.5. is per produkt aangegeven hoe de onderzochte verenigingen oordelen over de door de KNHB aangeboden produkten.

Tabel 3.5. Gebruik en kwaliteit van de KNHB produkten

Produkt	bekend %	aanschaf %	gebruik %	effect %	kwaliteits oordeel I M T L*
Met het oog op de hockey- vereniging	64	52	33	14	7 7 7 7
Hockey voor de jongste jeugd	75	64	53	41	8 7 7 8
Spelen met de Benjamins	78	69	63	55	8 8 8 8
Mini-Hockey Plan Nederland	86	80	73	63	8 8 8 8
Hockey-Diploma- Programma (v)	94	91	88	71	8 8 8 8
Young Stars Testprogramma	90	57	50	37	7 7 7 7
Verenigingsjeugdplan	63	54	37	31	8 7 7 7
Het oog op de open dag	51	41	21	16	7 7 7 8
Als je weet wat je wilt ...	69	55	49	28	7 6 7 7
Vaktijdschrift "Hockey"	93	81	71	59	8 8 8 8
Gemiddeld voor alle produkten	76	64	54	42	

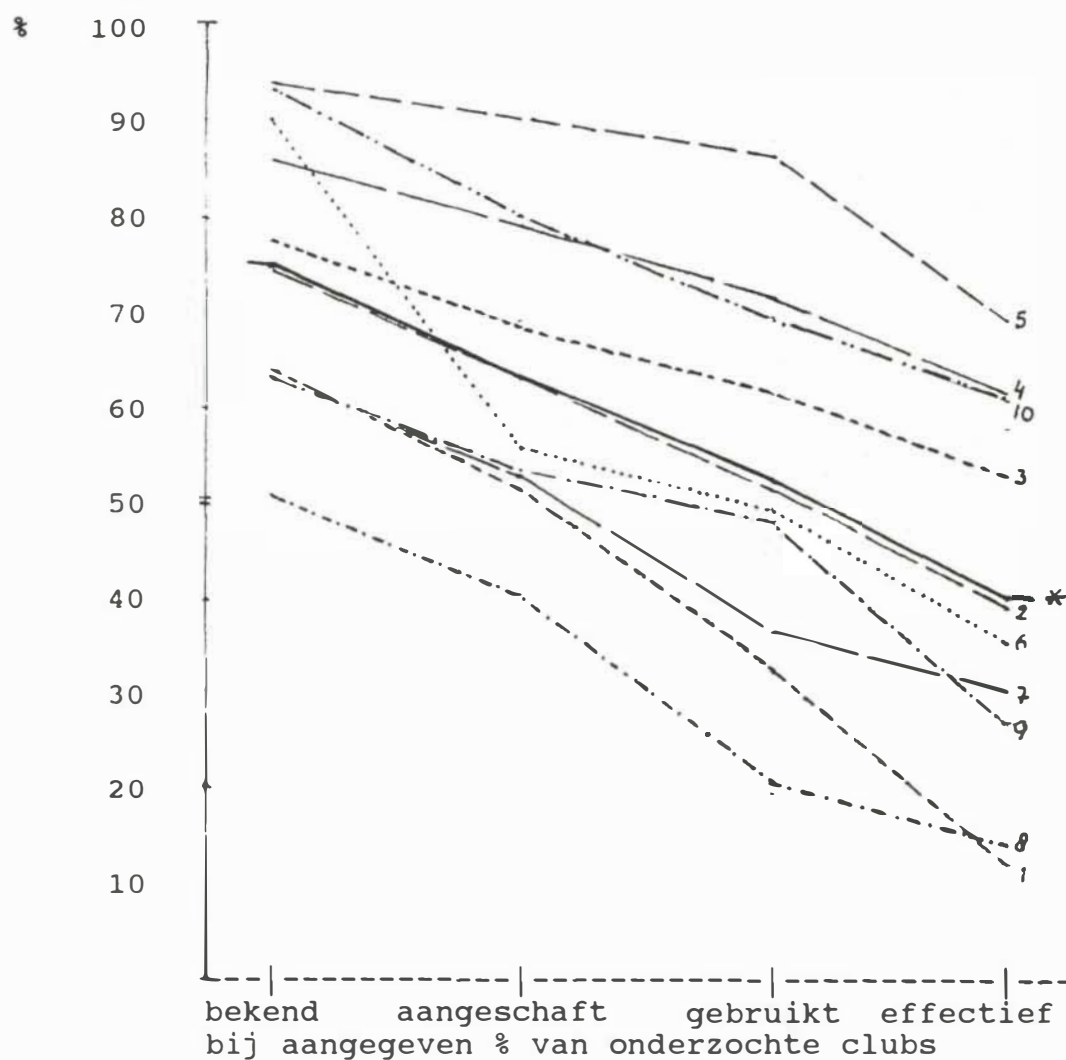
(v) = verplicht

Uit tabel 3.5. komen de volgende zaken naar voren:

- De bekendheid van de tien KNHB-produkten, die in de enquête aan de orde zijn gekomen varieert van 51 % ("Het oog op de open dag") tot 94 % ("Hockey-Diploma-Programma").

- Als men een produkt kent schaft men het niet altijd aan, als men het heeft aangeschaft gebruikt men het niet altijd, en als men het gebruikt treedt er niet altijd een zichtbaar effect op. Gemiddeld genomen kent driekwart van de verenigingen de KNHB produkten, schaffen twee van de drie verenigingen ze aan, gebruiken iets meer dan de helft van de verenigingen ze en hebben ze bij twee van de vijf verenigingen zichtbare invloed.
- De mate waarin effectverlies optreedt tussen de ene en de andere stap verschilt per produkt. Grafiek 3.6. geeft daarvan een beeld.
- Tussen 3 % ("Hockey-Diploma-Programma") en 33 % ("Young Stars Testprogramma") van de verenigingen heeft een bekend produkt toch niet aangeschaft.
- Tussen 3 % ("Hockey-Diploma-Programma") en 20 % ("Het oog op de open dag") van de verenigingen heeft een aangeschaft produkt toch niet gebruikt.
- Tussen 5 % ("Het oog op de open dag") en 21 % ("Als je weet wat je wilt, kies je voor hockey!") van de verenigingen is van mening dat van een gehanteerd produkt geen positief effect is uitgegaan (in termen van ledentoeename, kwaliteitsverbetering etc.).
- Wanneer we de mate waarin de clubs aangeven de aangeboden produkten te gebruiken vergelijken met de streefdoelen van de KNHB zoals weergegeven in tabel 3.2., dan blijkt de bond over het algemeen een iets hoger gebruik na te streven dan in werkelijkheid wordt gerealiseerd. Met name voor 'Hockey voor de jongste jeugd', 'Mini-Hockey Plan Nederland', 'Hockey Diploma programma' en 'Als je weet wat je wilt...' blijft het feitelijk gebruik achter bij de streefgetallen. Erg goed scoort 'Spelen met de Benjamins'.
- De kwaliteit van alle produkten (in termen van inhoud, methodiek, toepasbaarheid en leesbaarheid) wordt door de verenigingen als ruim voldoende tot goed beoordeeld.

Grafiek 3.6. Produktkennis en -gebruik bij KNHB-verenigingen



* gemiddeld voor alle produkten

Betreft produkt:

1. Het oog op de hockeyvereniging
2. Hockey voor de jongste jeugd
3. Spelen met de Benjamins
4. Mini Hockey Plan Nederland
5. Hockey-Diploma Programma
6. Youg Stars Test Programma
7. Verenigings Jeugdplan
8. Het oog op de open dag
9. Als je weet wat je wilt...
10. Vaktijdschrift Hockey

Behoeftte aan ondersteuning bij de hockeyverenigingen

In de enquête is ook gevraagd naar de bij de hockeyverenigingen levende behoefte aan ondersteuning bij het jeugdhockey per leeftijdscategorie. In de volgende tabel 3.7. zijn de resultaten van deze vragen samengevat.

Tabel 3.7. Ondersteuningsbehoeften per leeftijdscategorie

Leeftijdsgroep	Opleiding/ bijscholing	Trainings-/ coachingsplan	Speciaal project/ Testprogr.	Promotie/ werving	Overige
	%	%	%	%	%
F-jeugd	31	24	11	30	14
E-jeugd	34	35	12	33	14
D-jeugd	32	33	18	30	14
C-jeugd	31	30	16	25	11
B-jeugd	28	27	16	20	10
A-jeugd	27	24	16	20	9
Algemeen jeugd	32	31	14	28	16

Uit tabel 3.7. komen de volgende zaken naar voren:

- Ongeveer 30 % van de verenigingen geeft aan behoefte te hebben aan ondersteuning met betrekking tot opleiding/bijscholing, trainings/coachingsplannen en/of promotie/werving.
- Rond 15 % wenst andere vormen van ondersteuning, zoals speciale projecten/testprogramma's voor de jeugd.
- Behoeftte aan ondersteuning is relatief het grootst bij de jongere leeftijdsgroepen, met name de D/E-jeugd (m.u.v. speciale projecten/testprogramma's). Dit is opvallend aangezien er voor deze jongere leeftijdsgroepen diverse produkten worden aangeboden en juist niet voor de oudere jeugdgroepen (A/B-jeugd).

3.4. Enkele verbanden tussen de resultaten nader onderzocht.

Tussen de gevraagde gegevens van de verenigingen bestaan mogelijk bepaalde verbanden. Het meest interessant voor nadere analyse lijken de relaties tussen kenmerken van de vereniging, behoefte aan bepaalde vormen van ondersteuning en gebruik van bestaande produkten. Niet alle mogelijke verbanden zijn nader geanalyseerd, voornamelijk om tijdsredenen. Bij de

analyse is voornamelijk gekeken naar relaties tussen verenigingskenmerken en gebruik van de KNHB produkten. In dit kader zijn onder andere de volgende (alternatieve) hypothesen op te stellen.

Kenmerken versus gebruik:

- Verenigingen met weinig jeugd scoren met betrekking tot de bestaande produkten minder hoog op de aspecten bekendheid, aanschaf, gebruik en geconstateerd effect dan verenigingen met veel jeugd.
- Verenigingen met relatief weinig gediplomeerde trainers scoren met betrekking tot de bestaande produkten minder hoog op de aspecten bekendheid, aanschaf, gebruik en geconstateerd effect dan verenigingen met relatief veel gediplomeerde trainers.

De invloed van het aantal jeugdliden in de vereniging

Tabel 3.8. Bekendheid met produkten in relatie tot aantal jeugdliden per club

Produkt	Bekendheid bij clubs met aantal jeugdliden			
	100 %	101-200 %	200 %	max. verschil in %-punten
1. Het oog op de hockeyvereniging	48	68	67	20
2. Hockey voor de jongste jeugd	75	72	74	3
3. Spelen met de Benjamins	75	72	84	12
4. Mini Hockey Plan Nederland	87	80	86	7
5. Hockey-Diploma Programma	90	90	94	4
6. Young Stars Test Programma	90	88	92	4
7. Verenigings Jeugdplan	55	58	72	17
8. Het oog op de open dag	50	50	52	2
9. Als je weet wat je wilt...	67	72	67	5
10. Vaktijdschrift Hockey	100	88	90	12
	737	738	778	
	N = 33	N = 61	N = 54	

Naar aanleiding van tabel 3.8. kan worden opgemerkt, dat de verschillen in bekendheid over het geheel genomen niet veel variëren met het aantal jeugdleden. Clubs met veel jeugd zijn over het algemeen iets beter bekend met de produkten dan de overige. Dit geldt met name voor 'Met het oog op de hockey vereniging' en 'Verenigingsjeugdplan' en ook nog enigszins voor 'Spelen met de Benjamins'.

Tabel 3.9. Gebruik van produkten in relatie tot aantal jeugdleden

Product	Gebruik bij clubs met aantal jeugdleden *			
	100 %	101-200 %	200 %	max. verschil in %-punten
1. Het oog op de hockeyvereniging	92 (13)	57 (30)	80 (25)	35
2. Hockey voor de jongste jeugd	81 (22)	92 (37)	80 (31)	11
3. Spelen met de Benjamins	89 (22)	97 (38)	92 (41)	8
4. Mini Hockey Plan Nederland	94 (27)	95 (46)	91 (43)	4
5. Hockey-Diploma Programma	95 (28)	98 (54)	99 (52)	4
6. Young Stars Test Programma	84 (14)	88 (36)	96 (33)	12
7. Verenigings Jeugdplan	84 (14)	73 (29)	75 (25)	11
8. Het oog op de open dag	85 (13)	63 (22)	40 (20)	45
9. Als je weet wat je wilt...	94 (20)	87 (39)	88 (26)	7
10. Vaktijdschrift Hockey	100 (23)	86 (48)	100 (40)	14
	N = 33	N = 61	N = 54	

* Tussen haakjes de aantallen clubs die deze vraag van toepassing achtten (produkt bekend en aangeschaft)

Naar aanleiding van tabel 3.9. valt op te merken dat er over het algemeen weinig systematische verschillen optreden in de mate waarin clubs de aangeschafte produkten gebruiken. Van de door de clubs aangeschafte produkten wordt 'Met het oog op de hockeyvereniging' vooral minder gebruikt door verenigingen met 101-202 jeugdleden. Voor 'Met het oog op de open dag' geldt: hoe meer jeugdleden, des te minder gebruik. Blijkbaar doen clubs met veel jeugd om bepaalde redenen (capaciteitstekort) weinig met wervingsmiddelen. Ook voor 'Verenigingsjeugdplan' geldt, zoals ook al in tabel 3.4. zichtbaar werd, dat nogal wat clubs het aangeschafte produkt niet gebruiken.

Tabel 3.10. Invloed/effect van produkten in relatie tot aantal jeugdleden

Product	Invloed/effect bij clubs met aantal jeugdleden *			
	100 %	101-200 %	200 %	max. verschil in %-punten
1. Het oog op de hockeyvereniging	75 (08)	89 (10)	50 (12)	39
2. Hockey voor de jongste jeugd	87 (16)	92 (25)	96 (26)	9
3. Spelen met de Benjamins	94 (16)	90 (30)	100 (37)	10
4. Mini Hockey Plan Nederland	95 (21)	95 (38)	98 (38)	3
5. Hockey-Diploma Programma	85 (25)	90 (47)	97 (32)	12
6. Young Stars Test Programma	85 (08)	96 (25)	96 (26)	11
7. Verenigings Jeugdplan	100 (09)	100 (18)	98 (21)	2
8. Het oog op de open dag	88 (10)	89 (12)	63 (08)	26
9. Als je weet wat je wilt...	77 (16)	80 (24)	70 (14)	10
10. Vaktijdschrift Hockey	94 (21)	92 (25)	98 (35)	6

N = 33 N = 61 N = 54

* Tussen haakjes de aantallen clubs waarvoor de vraag van toepassing was (produkt bekend, aangeschaft en gebruikt)

Uit tabel 3.10 valt af te leiden, dat de clubs van oordeel zijn dat de gebruikte produkten over het algemeen wel van invloed zijn of effect hebben op hun functioneren. De mate waarin dit voor de produkten opgaat verschilt echter. Het effect van 'Met het oog op de hockeyvereniging' is bij clubs met veel jeugdleden duidelijk geringer. Hetzelfde kan worden gezegd van 'Met het oog op de open dag' en ook nog enigszins voor 'Als je weet wat je wilt..'. De verenigingen met kleine jeugdafdelingen schatten invloed van de speciale projecten 'Hockey Diploma programma' en 'Young Stars Test programma' iets lager in. Met enige voorzichtigheid zou kunnen worden gezegd dat schriftelijke informatie meer effect heeft bij clubs met relatief weinig jeugd en de programma's juist iets effectiever zijn bij clubs met relatief veel jeugd.

Tabel 3.11 Gebruik produkten door verenigingen met minimaal 1 gediplomeerde trainer (N = 100)

produkt	gebruik door clubs		n.v.t. (= niet aangeschaft) %
	ja %	nee %	
1. Het oog op de hockeyvereniging	31	16	53
2. Hockey voor de jongste jeugd	56	4	40
3. Spelen met de Benjamins	67	3	30
4. Mini Hockey Plan Nederland	72	3	24
5. Hockey-Diploma Programma	91	2	7
6. Young Stars Test Programma	61	4	35
7. Verenigings Jeugdplan	42	11	47
8. Het oog op de open dag	21	20	59
9. Als je weet wat je wilt...	46	8	45
10. Vaktijdschrift Hockey	72	3	24

Bij nadere beschouwing van tabel 3.11 valt op dat minder dan de helft van de verenigingen met gediplomeerde trainers (N = 100) de aangeschafte produkten 1, 7, 8 en 9 gebruiken. Bovendien geeft een hoog percentage van produkt 1 en 8 aan, dat zij het produkt wel hebben aangeschaft, maar het bewust niet gebruiken. Bij nadere beschouwing blijkt dit produkt dus onvoldoende aan te sluiten bij de vragen of de werkrouines van de clubs of het kader. Positieve uitschieter is produkt 5 dat door negen van de tien clubs met gediplomeerde trainers niet alleen wordt aangeschaft, maar ook gebruikt.

Tabel 3.12 Gebruik produkten door verenigingen in relatie tot het relatief aantal gediplomeerde trainers

Product	Gebruik bij clubs met aantal jeugdleden per gediplomeerde trainer *		
	31 %	31 %	verschil in %-punt
1. Het oog op de hockeyvereniging	67 (27)	65 (20)	2
2. Hockey voor de jongste jeugd	93 (34)	92 (25)	1
3. Spelen met de Benjamins	95 (39)	97 (30)	2
4. Mini Hockey Plan Nederland	98 (42)	90 (31)	8
5. Hockey-Diploma Programma	100 (48)	95 (43)	5
6. Young Stars Test Programma	97 (35)	82 (23)	15
7. Verenigings-jeugdplan	90 (33)	62 (21)	28
8. Het oog op de open dag	56 (25)	43 (16)	13
9. Als je weet wat je wilt...	87 (30)	85 (23)	2
10. Vaktijdschrift Hockey	100 (46)	85 (29)	15
	N = 53	N = 45	

* Tussen haakjes de aantallen clubs die deze vraag van toepassing achtten (produkt bekend en aangeschaft)

Naar aanleiding van tabel 3.12 valt te constateren, dat verenigingen met relatief weinig gediplomeerde trainers (minder dan 1 per 30 jeugdleden) de produkten 6, 7, 8 en 10 aanmerkelijk minder gebruiken, dan verenigingen met relatief veel gediplomeerde trainers. Bij de overige produkten zijn de verschillen klein. Een reden hiervoor zou kunnen zijn dat de betreffende produkten minder geschikt of gebruiksvriendelijk zijn voor ongediplomeerde trainers. Ook de bereikbaarheid en ontvankelijkheid van de trainers kan meespelen, te verwachten is dat gediplomeerde trainers beter bereikt worden en vanwege hun voorkennis uit de opleiding meer open staan voor produkten en minder moeite hebben om aangedragen suggesties voor hun eigen situatie te bewerken.

Tabel 3.13 Invloed/effect produkten door verenigingen in relatie tot het relatief aantal gediplomeerde trainers

Product	Invloed/effect bij clubs met aantal jeugdleden per gediplomeerde trainer *		verschil in %-punt
	31 %	31 %	
1. Het oog op de hockeyvereniging	70 (08)	50 (10)	20
2. Hockey voor de jongste jeugd	92 (25)	90 (19)	2
3. Spelen met de Benjamins	93 (33)	100 (28)	7
4. Mini Hockey Plan Nederland	97 (40)	92 (24)	5
5. Hockey-Diploma Programma	98 (42)	91 (32)	7
6. Young Starts Test Programma	100 (25)	90 (17)	10
7. Verenigings-Jeugdplan	97 (28)	100 (11)	3
8. Het oog op de open dag	95 (16)	72 (06)	23
9. Als je weet wat je wilt...	75 (21)	75 (15)	0
10. Vaktijdschrift Hockey	95 (43)	97 (21)	2

N = 53

N = 45

* Tussen haakjes de aantallen clubs waarop deze vraag van toepassing was (produkt bekend, aangeschaft en gebruikt)

Naar aanleiding van tabel 3.13 kunnen de meest opvallende verschillen worden geconstateerd tussen verenigingen met relatief veel en relatief weinig gediplomeerde trainers bij de produkten 1 en 8: verenigingen met weinig gediplomeerde trainers beoordelen het effect daarvan duidelijk minder positief. Ook van produkt 9 wordt het effect door een kwart van de clubs negatief beoordeeld.

De laatste drie tabellen overziend kunnen we concluderen, dat de verenigingen met gediplomeerde trainers niet met alle produkten evengoed uit de voeten kunnen. Van de aangeschafte produkten blijken met name produkt 1, 7, 8 en 9 door minder dan de helft te worden gebruikt (en produkt 6 door iets meer clubs). Voor produkt 6, 7 en 8 geldt dit des te meer, wanneer er tamelijk weinig gediplomeerde trainers in de club aanwezig zijn. Waarbij deze clubs van produkt 8 bovendien zeggen dat zij weinig effect zien van het gebruik. Product 7 daarentegen wordt wel effectief gevonden. Het gebruik van produkt 1 is niet minder bij een geringer aantal gediplomeerden, maar is wel duidelijk minder effectief.

3.4. Conclusie

In de voorgaande paragrafen zijn de resultaten weergegeven van een enquête onder hockeyverenigingen naar bekendheid en gebruik van een tiental door de KNHB ten behoeve van het jeugdhockey aangeboden producten. De respons op deze enquête was van dien aard, dat de uitkomsten als behoorlijk representatief beschouwd mogen worden voor alle hockeyverenigingen. De belangrijkste resultaten kunnen als volgt worden weergegeven:

- De ondervraagde hockeyverenigingen hebben gemiddeld zo'n 200 jeugdleden, waarvoor gemiddeld 15 trainers en begeleiders actief zijn. Dit komt neer op 1 trainer/begeleider per 30 jeugdleden en zo'n 9000 voor de bond in totaal.
- Vier van de tien jeugdtrainers bezitten een diploma. De begeleiders zijn veelal ongediplomeerd. Iets meer dan 5% van deze functies is momenteel niet bezet vanwege tekort aan kader.
- De bekendheid met de tien KNHB-producten, die in de enquête aan de orde zijn gekomen varieert van 51 % ("Het oog op de open dag") tot 94 % ("Hockey-Diploma-Programma").
- Als men een produkt kent schaft men het niet altijd aan, als men het heeft aangeschaft gebruikt men het niet altijd, en als men het gebruikt treedt er niet altijd een zichtbaar effect op. Gemiddeld genomen kent driekwart van de verenigingen de KNHB producten, schaffen twee van de drie verenigingen ze aan, gebruiken iets meer dan de helft van de verenigingen ze en hebben ze bij twee van de vijf verenigingen zichtbare invloed.
- Wanneer we de mate waarin de clubs aangeven de aangeboden producten te gebruiken vergelijken met de streefdoelen van de KNHB, dan blijkt de bond over het algemeen een iets hoger gebruik na te streven dan in werkelijkheid wordt gerealiseerd. Met name voor 'Hockey voor de jongste jeugd', 'Mini-Hockey Plan Nederland', 'Hockey Diploma programma' en 'Als je weet wat je wilt...' blijft het feitelijk gebruik achter bij de streefgetallen. Duidelijk beter dan beoogd scoort 'Spelen met de Benjamins'.
- De kwaliteit van alle producten (in termen van inhoud, methodiek, toepasbaarheid en leesbaarheid) wordt door de verenigingen als ruim voldoende tot goed beoordeeld.
- Het aantal jeugdleden en het aantal trainers hebben enige invloed op de mate van bekendheid, gebruik en effectiviteit van de producten. Clubs met veel jeugdleden en clubs met relatief weinig gediplomeerde jeugdtrainers gebruiken bepaalde producten minder intensief en beoordelen deze als

minder effectief dan de overige clubs. Blijkbaar zijn deze produkten niet voor alle clubs even geschikt en gebruiksvriendelijk.

Hoofdstuk 4

Analyse van de jeugdledenontwikkeling bij de verenigingen in de periode 1986-1990

4.1. Inleiding

In dit hoofdstuk wordt een analyse gemaakt van de ontwikkeling van de jeugdledencijfers van de verenigingen in de periode 1986-1990. De analyse is gemaakt op basis van de cijfers die door het bondsbureau verstrekt zijn.

In 4.2. is een uitsplitsing gemaakt in de combinatie district en leeftijdscategorie, in 4.3. in de combinatie geslacht en leeftijdscategorie en in 4.4. in de combinatie district en geslacht. In alle tabellen worden de jaargangen 1986 en 1990 met elkaar vergeleken. Fluctuaties in de tussenliggende jaren zijn soms aanwezig, maar nooit groot van omvang.

Vervolgens worden de ontwikkelingen in de KNHB in een breder perspectief geplaatst. In 4.5. wordt de ontwikkeling van de hockeycijfers afgezet tegen de demografische ontwikkeling van de jeugd in dezelfde periode, terwijl in 4.6. een vergelijking wordt gemaakt met de ontwikkeling in de 15 grootste NSF-lidorganisaties. Afsluitend worden in 4.7. de belangrijkste conclusies van de gemaakte vergelijkingen weergegeven.

4.2. Uitsplitsing in de combinatie district en leeftijdscategorie

Tabel 4.1. Jeugd: totalen per district

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
Noord-Nederland	3553	3182	- 371	- 10.4
Oost-Nederland	11356	10574	- 782	- 6.8
Midden-Nederland	10356	9799	- 557	- 5.3
Noord-Holland	8234	8040	- 194	- 2.3
Zuid-Holland	13166	13706	+ 540	+ 4.1
Zuid-Nederland	23427	21643	- 1784	- 7.6
	-----	-----	-----	-----
Totaal	70092	66944	- 3148	- 4.4

In de periode 1986-1990 heeft de bond - 4.4 % aan jeugdleden verloren. Opmerkelijk is dat - en dat zien we over de hele linie terug - de ontwikke-

ling in het district Zuid-Holland sterk afwijkt van die in de andere vijf districten. Zuid-Holland heeft een groei doorgemaakt van 4.1 %, terwijl Noord- en Zuid-Nederland respectievelijk - 10.4 % en - 7.6 % aan jeugdleden verloren.

Tabel 4.2. Jeugd: totalen per leeftijdscategorie

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
A-jeugd	13858	11800	- 2058	- 14.8
B-jeugd	15503	13925	- 1578	- 10.1
C-jeugd	14185	14172	- 13	0
D-jeugd	13556	13474	- 82	- 0.6
E-jeugd	10458	10218	- 240	- 2.2
F-jeugd	2532	3355	+ 823	+ 32.5
	-----	-----	-----	-----
Totaal	70092	66944	- 3148	- 4.4

Behalve de F-jeugd wordt in alle categorieën verlies geleden. Het grootste deel van het totale verlies komt voor rekening van de A- en B-jeugd. Deze leeftijdscategorieën verliezen respectievelijk - 14.8 % en - 10.1 %, dat is in totaal 3636 leden.

Het hockey voor de allerkleinsten is populair. De F-categorie maakte in 5 jaar een groei van 32.5 % door.

Tabel 4.2.1. Jeugd: onderlinge verhouding leeftijdscategorieën

	86	90
	-----	-----
A-jeugd	19.8 %	17.6 %
B-jeugd	22.1 %	20.8 %
C-jeugd	20.2 %	21.2 %
D-jeugd	19.3 %	20.1 %
E-jeugd	14.9 %	15.3 %
F-jeugd	3.6 %	5.0 %
	-----	-----
Totaal	99.9 %	100.0 %

Wanneer uit de absolute cijfers blijkt dat vijf categorieën verlies leiden, kan vastgesteld worden dat er 'een probleem' is. Door de categorieën tegen elkaar af te zetten, kan meer gezegd worden over de ernst van het probleem binnen de bond. Uit bovenstaande tabel blijkt dat het aandeel van de A- en B-jeugd in de totale jeugdomvang terugloopt met respectievelijk 2.2 % en 1.3 %. Anders gezegd: het aandeel van 14- tot 18-jarige hockeyers is teruggelopen van 41.9 % tot 38.4 %.

Tabellen 4.3. Jeugd: districten uitgesplitst per leeftijdscategorie
In de volgende tabellen zijn de zes jeugdcategoryen uitgesplitst per district. De cijfers spreken voor zich. Afwijkingen van het landelijk gemiddelde groter dan 5 procentpunten worden in de tekst toegelicht.

Tabel 4.3.1 A-jeugd: totalen per district

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
Noord-Nederland	701	602	- 99	- 14.1
Oost-Nederland	2315	1923	- 392	- 16.9
Midden-Nederland	2000	1729	- 271	- 13.5
Noord-Holland	1568	1289	- 279	- 17.7
Zuid-Holland	2325	2202	- 123	- 5.2
Zuid-Nederland	4949	4055	- 894	- 18.0
	-----	-----	-----	-----
Totaal	13858	11800	- 2058	- 14.8

Terwijl landelijk fors verloren wordt op de A-jeugd, weet Zuid-Holland haar verlies tot - 5.2 % te beperken.

Tabel 4.3.2 B-jeugd: totalen per district

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
Noord-Nederland	838	695	- 143	- 17.0
Oost-Nederland	2623	2193	- 430	- 16.3
Midden-Nederland	2301	2084	- 217	- 9.4
Noord-Holland	1732	1570	- 162	- 9.3
Zuid-Holland	2733	2769	+ 36	+ 1.3
Zuid-Nederland	5276	4614	- 662	- 12.5
	-----	-----	-----	-----
Totaal	15503	13925	- 1578	- 10.1

Zuid-Holland valt ook hier in positieve zin op, terwijl Noord- en Oost-Nederland fors verliezen.

Tabel 4.3.3 C-jeugd: totalen per district

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
Noord-Nederland	725	642	- 83	- 11.4
Oost-Nederland	2299	2204	- 95	- 4.1
Midden-Nederland	2031	2120	+ 89	+ 4.3
Noord-Holland	1632	1786	+ 154	+ 9.4
Zuid-Holland	2615	2863	+ 248	+ 9.4
Zuid-Nederland	4883	4557	- 326	- 6.6
	-----	-----	-----	-----
Totaal	14185	14172	- 13	0

Grote onderlinge verschillen bij de C-jeugd. Bij een gemiddelde landelijke consolidatie leiden twee districten, Noord- en Zuid-Nederland, zwaar verlies en behalen twee, Noord- en Zuid-Holland, een grote winst.

Tabel 4.3.4 D-jeugd: totalen per district

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
Noord-Nederland	680	637	- 43	- 6.3
Oost-Nederland	2102	2165	+ 63	+ 2.9
Midden-Nederland	2069	1911	- 158	- 7.6
Noord-Holland	1641	1637	- 4	- 0.2
Zuid-Holland	2740	2796	+ 56	+ 2.0
Zuid-Nederland	4324	4328	+ 4	0
	-----	-----	-----	-----
Totaal	13556	13474	- 82	- 0.6

Noord- en Midden-Nederland verliezen verhoudingsgewijs veel D-jeugd.

Tabel 4.3.5 E-jeugd: totalen per district

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
Noord-Nederland	491	466	- 25	- 5.0
Oost-Nederland	1566	1559	- 7	- 0.4
Midden-Nederland	1610	1542	- 68	- 4.2
Noord-Holland	1309	1232	- 77	- 5.8
Zuid-Holland	2217	2268	+ 51	+ 2.3
Zuid-Nederland	3265	3151	- 114	- 3.4
	-----	-----	-----	-----
Totaal	10458	10218	- 240	- 2.2

Oost-Nederland beperkt haar verlies en Zuid-Holland doet ook hier goede zaken.

Tabel 4.3.6 F-jeugd: totalen per district

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
Noord-Nederland	118	140	+ 22	+ 18.6
Oost-Nederland	451	530	+ 79	+ 17.5
Midden-Nederland	345	413	+ 68	+ 19.7
Noord-Holland	352	526	+ 174	+ 49.4
Zuid-Holland	536	808	+ 272	+ 50.7
Zuid-Nederland	730	938	+ 208	+ 28.4
	-----	-----	-----	-----
Totaal	2532	3355	+ 823	+ 32.5

Met betrekking tot de F-jeugd zijn er grote onderlinge verschillen. Alle districten winnen procentueel veel leden. Zuid- en Noord-Holland verslaan de andere districten door hun aantallen F-jes maar liefst met zo'n 50 % te verhogen.

In bijlage 4.1 is tevens een uitsplitsing weergegeven van de ledenontwikkeling naar verschillende leeftijdscategorieën binnen elk district.

4.3. Uitsplitsing in de combinatie geslacht en leeftijdscategorie

Tabel 4.4. Jeugd: uitsplitsing jongens en meisjes

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
jongens	34334	31857	- 2477	- 7.2
meisjes	35758	35087	- 671	- 1.8
	-----	-----	-----	-----
Totaal	70092	66944	- 3148	- 4.4

Wanneer de cijfers van de jeugd worden uitgesplitst in jongens en meisjes, komt een opmerkelijk feit aan het licht: het verlies onder jongens is veel groter dan dat onder de meisjes. Onder jongens is een verlies van - 7.2 % geleden, terwijl dat onder meisjes slechts - 1.8 % was.

Tabel 4.4.1 Jeugd: onderlinge verhouding jongens en meisjes

	84	86	90
	-----	-----	-----
jongens	50.1 %	49.0 %	47.6 %
meisjes	49.9 %	51.0 %	52.4 %

De onderlinge verhouding tussen jongens en meisjes is langzamerhand ingrijpend aan het wijzigen. In 1984 (cijfers afkomstig uit "Sporters in cijfers", NSF) waren de jongens nog in de meerderheid met 50.1 %, maar in 1990 bedraagt hun aandeel nog maar 47.6 %.

Tabel 4.5. Jongens: totalen per categorie

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
A-jeugd	6361	5335	- 1026	- 16.1
B-jeugd	7211	6355	- 856	- 11.8
C-jeugd	6807	6676	- 131	- 1.9
D-jeugd	6940	6479	- 461	- 6.6
E-jeugd	5484	5151	- 333	- 6.0
F-jeugd	1531	1861	+ 330	+ 21.5
	-----	-----	-----	-----
Totaal	34334	31857	- 2477	- 7.2

Deze tabel moet gelezen worden in het licht van de gegevens uit tabel 4.2 waarin winst en verlies over de hele categorieën zijn afgezet. Grote afwijkingen zitten in de D-jeugd en F-jeugd waarin de ontwikkeling van het aantal jongens achterblijft bij de totale ontwikkeling van de betreffende leeftijdscategorie: een verschil van respectievelijk 6.1 en 11 punten.

Tabel 4.6. Meisjes: totalen per categorie

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
A-jeugd	7497	6465	- 1032	- 13.7
B-jeugd	8292	7570	- 722	- 8.7
C-jeugd	7378	7496	+ 118	+ 1.5
D-jeugd	6616	6995	+ 379	+ 5.7
E-jeugd	4974	5067	+ 93	+ 1.8
F-jeugd	1001	1494	+ 493	+ 49.2
	-----	-----	-----	-----
Totaal	35758	35087	- 671	- 1.8

De ontwikkeling van het aantal meisjes verloopt in de D-, E- en F-categorieën aanmerkelijk beter (vgl. tabel 4.2.) dan de ontwikkeling van de totale leeftijdscategorieën: verschillen van respectievelijk 6.2, 8.8 en 17 punten.

Tabel 4.7. Verloop jongens en meisjes vergeleken

	verloop jongens	verloop meisjes	verschil in pnt.
	-----	-----	-----
A-jeugd	- 16.1	- 13.7	2.4
B-jeugd	- 11.8	- 8.7	3.1
C-jeugd	- 1.9	+ 1.5	3.4
D-jeugd	- 6.6	+ 5.7	12.3
E-jeugd	- 6.0	+ 1.8	7.8
F-jeugd	+ 21.5	+49.2	27.7
	-----	-----	-----
Totaal	- 7.2	- 1.8	5.4

Uit de tabellen 5 en 6 kan worden afgeleid hoe het verloop van jongens en meisjes zich per categorie tot elkaar verhouden.

Het verloop van jongens en meisjes in de A- en B-jeugd is ongeveer gelijk, in beide categorieën wordt verlies geleden. Ook bij de C-jeugd liggen, hoewel er sprake is van verlies bij de jongens en winst bij de meisjes, de percentages niet ver uit elkaar.

De grote verschillen in ledentalontwikkeling onder jongens en meisjes zijn te constateren bij de drie jongste jeugdcategorieën. De ontwikkeling bij de D-jeugd verschilt in totaal 12.3 punten, bij de E-jeugd is dat 7.8 punten en bij de F-jeugd bedraagt het verschil maar liefst 27.7 punten.

4.4. Uitsplitsing in de combinatie geslacht en district

Tabel 4.8. Jongens: totalen per district

	86	90	verschil	%
Noord-Nederland	1859	1532	- 327	- 17.5
Oost-Nederland	5722	5141	- 581	- 10.1
Midden-Nederland	5267	4821	- 446	- 8.4
Noord-Holland	4034	3875	- 159	- 3.9
Zuid-Holland	6264	6433	+ 169	+ 2.6
Zuid-Nederland	11188	10055	- 1133	- 10.1
Totaal	34334	31857	- 2477	- 7.2

Tabel 4.9. Meisjes: totalen per district

	86	90	verschil	%
Noord-Nederland	1694	1650	- 44	- 2.5
Oost-Nederland	5634	5433	- 201	- 3.5
Midden-Nederland	5089	4978	- 111	- 2.1
Noord-Holland	4200	4165	- 35	- 0.8
Zuid-Holland	6902	7273	+ 371	+ 5.3
Zuid-Nederland	12239	11588	- 651	- 5.3
Totaal	35758	35087	- 671	- 1.8

De twee bovenstaande tabellen, waarin de aantallen jongens en meisjes zijn uitgesplitst per district, behoeven geen toelichting. Behalve de positieve ontwikkeling in Zuid-Holland wijkt de trend in de districten niet veel af van de landelijke percentages. Uitzondering is Noord-Nederland, dat relatief veel meer jongens verliest: - 17.5 %.

Tabel 4.10. Jeugd: ledenverlies jongens en meisjes per district

	% verloop jongens	% verloop meisjes	verschil in pnt.
Noord-Nederland	- 17.5	- 2.5	15.0
Oost-Nederland	- 10.1	- 3.5	6.6
Midden-Nederland	- 8.4	- 2.1	6.3
Noord-Holland	- 3.9	- 0.8	3.1
Zuid-Holland	+ 2.6	+ 5.3	2.7
Zuid-Nederland	- 10.1	- 5.3	4.8
Totaal	- 7.2	- 1.8	5.4

Het verschil in verloop tussen jongens en meisjes wijkt in alle distrikten in het voordeel van de meisjes van elkaar af. In het distrikt Noord-Nederland beloopt het verschil zelfs 15 punten.

4.5. Ontwikkeling jeugdledental KNHB in relatie tot demografische ontwikkeling 1986-1990

Tabel 4.11. Ontwikkeling Nederlandse bevolking van 0 t/m 19 jaar in de periode 1986-1990

	86	90	verschil	% verloop
Groningen	147.417	133.658	- 13.759	- 9.3
Friesland	179.730	165.000	- 14.730	- 8.2
Drenthe	123.256	115.310	- 7.946	- 6.4
Overijssel	296.150	279.153	- 16.997	- 5.7
Flevoland	63.406	71.544	+ 8.138	+ 12.8
Gelderland	499.704	474.210	- 25.494	- 5.1
Utrecht	261.396	262.860	+ 1.464	+ 0.6
Noord-Holland	578.881	558.524	- 20.357	- 3.5
Zuid-Holland	834.784	804.859	- 29.925	- 3.6
Zeeland	98.801	91.520	- 7.281	- 7.4
Noord-Brabant	603.367	567.713	- 35.654	- 5.9
Limburg	279.449	260.803	- 18.646	- 6.7
Nederland	3.966.341	3.785.154	- 181.187	- 4.6

In dit overzicht zijn de demografische gegevens van het CBS weergegeven. Het CBS hanteert een indeling van 0 tot en met 19 jaar, terwijl in de sport de jeugd wordt aangeduid als de groep tot en met 17 jaar. Dat betekent dat voorzichtig omgegaan moet worden met het gebruik van de absolute cijfers. Er kan dus niet zuiver vastgesteld worden welk deel van de Nederlandse jeugd lid is van de KNHB. Aangezien juist in de leeftijdsgroep 0-4 jarigen in de periode 1986 - 1991 een groei is opgetreden, en het verloop zich dus concentreert bij de 7-19 jarigen, mag worden aangenomen dat het verlooppercentage voor de 7-17 groter is dan - 4.6 %.

Met deze waarschuwing in het achterhoofd kijken we naar de relatieve vergelijking van het demografische verloop en het ledenverloop. En daarmee komen we uit op een opvallend gegeven: het verlies van jeugdleden door de KNHB blijkt percentueel bijna even groot te zijn als de terugloop van het aantal jongeren in Nederland, namelijk - 4.6 % tegenover - 4.4 % !

Tabel 4.12. Ontwikkeling Nederlandse bevolking van 0 t/m 19 jaar in de periode 1986-1990, vertaald in de districtsindeling van de KNHB

	86	90	verschil	verloop
Noord-Nederland	450.403	413.968	- 36.435	- 8.1
Oost-Nederland	795.854	753.363	- 42.491	- 5.3
Midden-Nederland	324.802	334.404	+ 9.602	+ 3.0
Noord-Holland	578.881	558.524	- 20.357	- 3.5
Zuid-Holland	834.784	804.859	- 29.925	- 3.6
Zuid-Nederland	981.617	920.036	- 61.581	- 6.3
Nederland	3.966.341	3.785.154	- 181.187	- 4.6

De districten van de KNHB lopen globaal genomen volgens de provinciegrenzen. Bij de vertaling van de demografische gegevens is daarom uitgegaan van de volgende indeling:

Noord-Nederland = Groningen, Friesland, Drenthe

Oost-Nederland = Overijssel, Gelderland

Midden-Nederland = Flevoland, Utrecht

Noord-Holland = idem

Zuid-Holland = idem

Zuid-Nederland = Zeeland, Noord-Brabant, Limburg.

Tabel 4.13. Vergelijking jeugdledenverloop KNHB en demografisch verloop

	% demo. verloop	% KNHB- verloop	verschil in pnt.
Noord-Nederland	- 8.1	- 10.4	- 2.3
Oost-Nederland	- 5.3	- 6.8	- 1.5
Midden-Nederland	+ 3.0	- 5.3	- 8.3
Noord-Holland	- 3.5	- 2.3	+ 1.2
Zuid-Holland	- 3.6	+ 4.1	+ 7.7
Zuid-Nederland	- 6.3	- 7.6	- 1.3
Totaal	- 4.6	- 4.4	+ 0.2

In dit overzicht zijn het demografisch verloop en het jeugdledenverloop naast elkaar gezet. In de derde kolom is in punten het verschil tussen beide aangegeven.

Het percentueel verloop van vier districten loopt ongeveer in de pas met het demografisch verloop. De districten Midden-Nederland en Zuid-Holland laten daarentegen grote afwijkingen zien. Twee districten, Noord-Holland

en Zuid-Holland, scoren in hun verloop beter dan het demografisch verloop. Midden-Nederland springt er niet gunstig uit. Terwijl er in dit district in de periode 1986-1990 zo'n 3.0 % jongeren bij komen, loopt het aantal jeugdleden met - 5.3 % terug. Dat is een verschil van 8.3 punten.

De cijfers van Zuid-Holland laten, net als in de andere vergelijkingen, ook hier een positief beeld zien. Bij een demografische terugloop van - 3.6 % neemt het aantal jeugdleden met 4.1 % toe, een verschil van 7.7 punten.

Tenslotte scoort ook het district Noord-Holland beter dan op grond van de demografische gegevens mocht worden verwacht. Haar verlies aan jeugdleden is kleiner dan de demografische terugloop van jongeren in de gelijknamige provincie.

4.6. Vergelijking jeugdledenverloop 15 grootste NSF-lidorganisaties in de periode 1986-1990

Tabel 4.14. Verloop van jeugdleden van de 15 grootste NSF-lidorganisaties in de periode 1986-1990 (rangorde bepaald door totaal aantal leden)

	1986	1990	verschil	%
1. KNVoetbalB	396.387	368.597	- 27.790	- 7.0
2. KNLTennisB	147.133	150.641	+ 3.508	+ 2.4
3. KNGymnastiekB	176.716	166.861	- 9.855	- 5.6
4. NeVolleybalBo	42.100	43.781	+ 1.681	+ 4.0
5. KNZwemb	110.370	109.550	- 820	- 0.7
6. NSkiV	???	???		
7. KNSchaatsB	30.781	31.965	+ 1.184	+ 3.8
8. KNHockeyB	70.092	66.944	- 3.148	- 4.4
9. NBadmintonB	21.615	22.368	+ 753	+ 3.5
10. KNKorfbalV	45.064	38.884	- 6.180	- 13.7
11. KNWatersportV	8.768	14.559	+ 5.791	+ 66.0
12. NHandbalV	46.685	34.201	- 12.484	- 26.7
13. NBridgeB	137	66	- 71	- 51.8
14. KNAthletiekU	19.389	24.907	+ 5.518	+ 28.5
15. KNChrGymnastiekV	50.587	47.689	- 2.898	- 5.7
Totaal	1.165.824	1.121.013	- 44.811	- 3.8
Totaal 93 bonden	1.729.861	1.702.338	- 27.523	- 1.6

De 15 grootste NSF-lidorganisaties vertegenwoordigden in 1990 65.8 % van het totaal aantal jeugdleden van de NSF.

In de periode 1986-1990 is het aantal jeugdleden van de 15 organisaties teruggelopen met - 44.811, dat is een verlies van - 3.8 %.

De onderlinge verschillen in winst en verlies tussen de bonden zijn groot: zes bonden kennen een groei en acht bonden een verlies. (De Ned. Ski Vereniging kent geen uitsplitsing in senior- en jeugdleden.) De grootste winnaar is het Kon. Ned. Watersport Verbond met een toename van + 66 %, de grootste verliezer is de Ned. Bridge Bond met - 51.8 %.

De Kon. Ned. Hockey Bond neemt qua absoluut aantal jeugdleden met 66.944 jeugdleden in 1990 de vijfde plaats in. Van deze vijf kent alleen de Kon. Ned. Lawn Tennis Bond een toename van jeugdleden. De KNHB scoort van de 15 grootste bonden met - 4.4 % het dichtst in de buurt van het gemiddelde verlies van - 3.8 %.

4.7. Conclusies

De belangrijkste conclusies van de analyse van de ledenontwikkeling luiden:

- de KNHB heeft sinds 1986 een jeugdledenverlies van - 4.4 % geleden;
- in de A- en B-jeugd worden relatief (en absoluut) de eerste leden verloren: respectievelijk - 14.8 % (- 2058) en - 10.1 % (- 1578);
- de ontwikkeling in het district Zuid-Holland wijkt op alle fronten sterk af van die in de andere districten. Zuid-Holland behaalt, met uitzondering van de A-jeugd, binnen alle leeftijdscategorieën en beide geslachten ledenwinst;
- de districten Noord-Nederland en Zuid-Nederland verliezen relatief de meeste jeugdleden, respectievelijk - 10.4 % en - 7.6 %;
- er haken relatief (en absoluut) veel meer jongens af dan meisjes: - 7.2 % (- 2477) tegenover - 1.8 % (- 671);
- er zijn grote verschillen in winst/verlies van jongens en meisjes onder de C-, D-, en E-jeugd: in al deze categorieën worden jongens verloren en meisjes gewonnen;
- in de F-jeugd overtreft de winst van meisjes die van jongens: 49.2 % tegenover 21.5 %;
- het district Noord-Nederland verliest relatief veel meer jongens dan de andere districten: - 17.5 %.

Conclusies van de demografische vergelijking:

- het verlies van jeugdleden door de KNHB komt bijna exact overeen met de demografische afname van jeugd in de periode 1986-1990: - 4.4 % tegenover - 4.6 %;
- de ontwikkeling van de districten Zuid- en Noord-Holland steekt in positieve zin af tegen het te verwachten demografische verlies, terwijl deze tendens in het district Midden-Nederland omgekeerd is.

Conclusies van de vergelijking van de 15 grootste NSF-lidorganisaties:

- de KNHB is wat betreft het aantal jeugdleden in omvang de 5e bond van Nederland;

- het verlies van de KNHB komt ongeveer overeen met het gemiddelde jeugdledenverlies van de 15 organisaties: - 4.4 % tegenover - 3.8 %.

Hoofdstuk 5

De ontwikkeling van jeugdhockeybeleid en de bijdrage van de KNHB daaraan op verenigingsniveau.

Een dieptestudie bij 16 hockeyverenigingen.

Bij zestien nader geselecteerde verenigingen is een diepgaand gesprek gevoerd over hun jeugdsportbeleid en de wijze waarop men er met de door de KNHB aangeboden ondersteuning omgaat. In dit hoofdstuk wordt eerst toegelicht welke thema's en vragen in dit gesprek aan de orde zijn gesteld en hoe de selectie van verenigingen tot stand is gekomen. Daarna worden de belangrijkste resultaten van de gesprekken weergegeven. Met enige conclusies wordt de rapportage over de dieptestudies afgesloten.

5.1. Ontwikkeling van een gespreksschema voor de dieptestudies.

Tot nu toe is er gekeken naar het beleid van de bond (hoofdstuk 2), de produkten (hoofdstuk 3) en de ledenontwikkeling (hoofdstuk 4). Deze gegevens hebben vooral betrekking op het landelijk niveau.

Teneinde na te gaan op welke wijze men met beleid en produkten binnen individuele verenigingen omgaat en of het landelijk beleid hierop aansluit is er nu voor gekozen een aantal verenigingen nader te onderzoeken. Daartoe is eerst een gespreksschema ontwikkeld.

Selectie van gespreksthema's

Om aansluiting te verkrijgen tussen hetgeen hiervoor besproken is en de dieptestudies hanteerden we de volgende werkwijze gehanteerd.

In eerste instantie is de beleidsanalyse bekeken en doorgenomen met de vraag welke aanknopingspunten er zijn voor verder onderzoek bij hockeyverenigingen.

Vervolgens zijn de gegevens van de eerste analyse KNHB-jeugdenquête op dezelfde manier bekeken, evenals de resultaten van de werkbijeenkomsten van de projectgroep.

Verder zijn deze zaken verbonden met suggesties die er vanuit de bond over de dieptestudies zijn gedaan.

De vragen voor dieptestudie die opgeworpen zijn bij deze nadere analyses zijn tenslotte geordend in de volgende vijf gespreksthema's:

- a. Kenmerken van de vereniging
- b. (Jeugd)beleid van vereniging en KNHB
- c. Communicatie tussen bond en vereniging
- d. Productontwikkeling ten behoeve van jeugdhockey
- e. Productgebruik bij de verenigingen

In bijlage 5.1. treft u een nadere toelichting op het gebruikte vragenschema aan.

5.2. Selectie van de onderzoeksverenigingen

Bij de selectie van de verenigingen voor de dieptestudies is getracht een verbinding te leggen tussen de resultaten van de enquête naar produktgebruik en de ledenontwikkeling binnen de verenigingen in de afgelopen jaren. Verondersteld werd daarbij dat er een mogelijk verband bestaat tussen beide, dat als volgt kan worden omschreven:

- De ledenontwikkeling binnen verenigingen die in de afgelopen jaren gebruik hebben gemaakt van bepaalde KNHB-produkten geeft een positiever beeld te zien dan binnen verenigingen die niet of nauwelijks gebruik hebben gemaakt van deze produkten.

Tevens is getracht in het vervolgonderzoek een meer kwalitatieve hypothesen te toetsen:

- De kwaliteit van het jeugdhockey binnen verenigingen die in de afgelopen jaren gebruik hebben gemaakt van bepaalde KNHB-produkten ligt hoger dan binnen verenigingen die niet of nauwelijks gebruik hebben gemaakt van deze produkten.

Om een dergelijke analyse mogelijk te maken zijn vier vergelijkingsgroepen van verenigingen samengesteld, volgens het volgende schema:

	sterke ledentoeename 1986 - 1991	sterk ledenverlies 1986- 1991
gebruikt veel produkten*	groep I	groep II
gebruikt weinig produkten*	groep III	groep IV

- * Veel gebruik: gebruikt minimaal 7 aangeschafte produkten
Weinig gebruik: gebruikt minder dan 5 van de (tenminste 7) aangeschafte produkten (groep III) of heeft minder dan 5 produkten aangeschaft (groep IV)

Om praktische redenen is het totaal aantal te onderzoeken verenigingen beperkt tot 16. Voor elke vergelijkingsgroep zijn op basis van de eerder verzamelde gegevens de vier meest extreme gevallen geselecteerd.

In bijlage 5.2. wordt aangegeven welke verenigingen in de vergelijkingsgroepen zijn opgenomen.

5.3. De belangrijkste resultaten van de dieptestudies

Over het algemeen kan worden gezegd dat de gevraagde clubs bijzonder hartelijk en openhartig hebben meegewerkt aan de dieptestudies. Men ervoer de belangstelling vanuit de landelijke bond voor het eigen reilen en zeilen als positief. Slechts een enkele club kon niet aan de interviews medewerken. Uitgaande van dezelfde selectie criteria is daarvoor een andere club benaderd.

Bij de clubs is veelal gelijktijdig gesproken met een twee- of drietal personen, deels met een bestuurlijke, deels met een sporttechnische functie. Deze werkwijze is zowel door clubs als door de onderzoekers als plezierig ervaren.

De belangrijkste uitkomsten van de vraaggesprekken worden hierna in samengevatte vorm weergegeven.

A. KENMERKEN VAN DE ONDERZOCHE VERENIGINGEN

De verenigingen kenmerken zich op zeer uiteenlopende wijze, variërend van zuiver recreatief tot sterk gericht op prestatiehockey. Veel verenigingen tussen deze twee uitersten geven aan dat ze van het elitaire karakter afwijken, dat ze zich willen kenmerken als familievereniging en dat presteren nooit ten koste mag gaan van het recreatiehockey en het plezier.

De meeste verenigingen willen niet veel veranderen aan het beeld dat ze aangeven, hooguit beter gestructureerd en met een betere opleiding. Dit komt overeen met het niet hebben van beleidsdoelen. Men denkt er eenvoudig nauwelijks over na. Naast competitie en trainingen wordt door de verenigingen een groot aantal extra activiteiten georganiseerd. Dit betreft zowel hockey- als niet-hockey-activiteiten.

Wat de organisatie van de verenigingen betreft kan opgemerkt worden dat alle verenigingen een uitgebreid opgezet kader hebben waarbinnen de organisatie plaatsvindt. Opvallend is dat er zeer grote verschillen in de organisatiestructuur bestaan tussen de verenigingen en dat de professionals (de trainers) zich minder manifesteren.

De clubs geven aan dat zij denken de lijnen redelijk vast te hebben, maar dat de personele invulling nogal wat problemen oplevert.

Over de accommodatie zijn de meeste verenigingen tevreden; alleen de verenigingen zonder kunstgras geven aan dat dit gemist wordt.

Het ledenverlies treedt bij de meeste verenigingen op als de spelers gaan studeren in een andere plaats. Slechts in enkele gevallen is systematisch nagegaan wat de reden van vertrek is, alhoewel de kleine verenigingen aangeven dat dit altijd wel bekend is bij de TC.

Een aantal clubs (met name kleine) is zeer actief en creatief in het werven van nieuwe leden. Overigens met wisselend succes. Allerlei mogelijkheden worden aangegrepen om in de publiciteit te komen, waarbij scholen een gewild mikpunt zijn.

Een aantal clubs geeft aan bewust niets aan werving te doen omdat de accommodatie beperkingen oplegt ofwel omdat er onvoldoende kader is.

Aandachtspunten voor aanbevelingen:

Juist omdat men niet expliciet nadenkt over veranderingen dreigt een situatie te ontstaan dat verenigingen niet meer aansluiten bij veranderende maatschappelijke omstandigheden.

Verenigingen zijn veelal voor zichzelf bezig. Er komt geen uitwisseling tussen de verenigingen onderling tot stand.

Het lijkt belangrijk dat in de overleglijnen binnen de vereniging een ruimere plaats wordt ingeruimd voor het technisch kader, m.n. de trainers. Deze zouden de stimulerende figuren in een technische commissie kunnen (moeten) zijn.

Bij het invullen van de kaderfuncties moet men kritisch blijven kijken of de lijnen wel voldoende zijn onderscheiden.

Gestreeft moet worden naar een kunstgrasveld voor iedere vereniging. Opvallend is dat enkele verenigingen aangeven niets aan promotie en werving te doen. Men denkt daar ook niet verder over na. M.a.w. men is niet goed voorbereid op een situatie dat het misschien minder goed gaat. Verder zijn de activiteiten niet erg gestructureerd.

B. BELEID

De meeste verenigingen kennen de door de KNHB geformuleerde uitgangspunten voor het jeugdhockeybeleid. Ze vinden het voor de hand liggende punten, maar ze worden veelal minder bewust gehanteerd. Bovendien worden ze als erg algemeen omschreven.

De bekendheid met de uitgangspunten, die door alle verenigingen worden onderschreven, komt voort uit het lezen van materiaal van de bond, of de besprekingen in de districtsvergaderingen.

De afstand tussen bureau en vereniging wordt door veel verenigingen als erg groot ervaren. Dit wordt echter heel verschillend ingevuld. Een aantal verenigingen geeft aan dat het van belang is om te weten wie waarop aanspreekbaar is.

De contacten met het district worden in het algemeen als positief gewaardeerd.

Het is opmerkelijk dat men tegelijkertijd aangeeft dat er te weinig op de opmerkingen van de vereniging wordt gereageerd; bij enkele verenigingen bestaat de indruk dat er vooral naar de grote verenigingen wordt geluisterd.

In bijna alle gevallen is de bestuurlijke lijn voldoende. De technische lijnen zijn in bijna alle gevallen onderbezet. Door de meeste verenigingen wordt onderschreven dat invulling van een dergelijke lijn goed zou zijn, maar het tijdsprobleem wordt als groot ervaren. Het kader dat eventueel ingezet zou kunnen worden is al te zwaar belast.

Twee verenigingen geven aan dat er geen behoefte is, en een stelt als voorwaarde dat de KNHB naar de vereniging toekomt om via direct contact samenwerking tot stand te brengen.

Voor de meeste verenigingen vormt het verschil in plezier en prestatie geen probleem. Opvallend is dat in enkele gevallen er expliciet wordt gemeld dat er een discussie op gang is of er moet worden gestreefd naar een hogere prestatie van de eerste teams. Veelal wordt gesteld dat prestatie in geen geval ten koste mag gaan van de gezelligheid in de vereniging. Een aantal kleine verenigingen geeft aan dat er problemen ontstaan binnen elftallen en dat dit alleen kan worden opgelost door goed kader.

Er worden door de verenigingen enkele doelen genoemd. Deze hebben vooral betrekking op het behouden of opschroeven van het ledenaantal, het verkrijgen van een kunstgrasveld of het opknappen van het clubhuis. Daarnaast worden er doelen gesteld voor de teams, deze hebben betrekking op hetgeen het team het volgende seizoen moet kunnen halen in de competitie. Een aantal verenigingen geeft aan dat doelen zijn vastgelegd in een activiteitenkalender.

Besturen gaan niet na wie er bij de bepaling van het doel betrokken moeten zijn. Dit wordt aan het toeval overgelaten. Nergens is afgesproken hoe wordt nagegaan of de doelen zijn gehaald. Wel lijken de grote verenigingen hier meer aandacht voor te hebben dan de kleinere verenigingen.

De indruk bestaat dat verenigingen niet echt goed begrijpen wat er onder het maken van beleid wordt verstaan. Daar komt bij dat de meeste verenigingen zich ook voornamelijk bezighouden met korte termijn werk, het op-

lossen van problemen die zich op dit moment voordoen. Wanneer dan de vraag komt of de bond kan ondersteunen bij het maken van beleid, heeft men daar niet een eenduidig antwoord op. Het lijkt erop dat er veel behoefte aan ondersteuning is, maar men kan niet goed aangeven waarbij. In een dergelijke situatie is het nog veel moeilijker om aan te geven hoe die ondersteuning dan plaats moet vinden.

Wel geeft een aantal verenigingen aan dat ze blij zouden zijn met een aantal voorbeelden van andere verenigingen of richtlijnen voor het opzetten van een plan, zodat ze dit slechts hoeven aan te passen aan de specifieke situatie van de eigen vereniging.

De verenigingen hebben bijna allemaal op de een of andere manier geregeld dat er wat faciliteiten voor de trainers beschikbaar zijn. In de meeste gevallen spreken zij zich positief uit over de trainers. Echt personeelsbeleid, bieden van zekerheden, zorgen voor positieverbeteringen, geven van meer invloed e.d. wordt er niet gevoerd.

Veel verenigingen hebben behoefte aan een vorm van professionele ondersteuning. Dit heeft niet rechtstreeks te maken met de genoemde punten in de vraag. Op de vraag hoe deze ondersteuning gebruikt zou gaan worden kwamen uiteenlopende antwoorden, al naar gelang de belangrijkste knelpunten binnen een vereniging. Je zou kunnen zeggen dat ze om een cliënt-gerichte ondersteuning vragen. Voor de verenigingen is het niet duidelijk hoe het kan.

Een kleiner aantal verenigingen geeft aan dat ze nog helemaal niet toe zijn aan een dergelijke ondersteuning omdat daarvoor toch een redelijke structuur noodzakelijk is binnen de vereniging en deze er nu nog niet is.

De verenigingen waar een STK-functionaris werkzaam is geven aan dat professionele ondersteuning niet nodig is.

Aandachtspunten voor aanbevelingen:

De uitgangspunten zijn bekend en worden onderschreven, maar er is nog te weinig invulling aan gegeven. Hieruit kan worden afgeleid dat het beleid zich kan richten op, in samenspraak met de verenigingen, een nadere invulling van de beleidsuitgangspunten. Grote verenigingen ervaren minder afstand dan kleine verenigingen.

Hoewel minder tot uitdrukking is gekomen of de bond hierbij kan ondersteunen vraagt juist dit aspect een gedegen aanpak. Het blijkt immers dat de meeste verenigingen geen visie hebben over hoe de club er over een paar jaar uit zou moeten zien, en dus niet verder komt dan korte termijn doelen. De ondersteuning zou per vereniging ingevuld moeten worden. Veel verenigingen vragen om een aanbod dat dicht bij de club ligt. Het liefst zouden ze cursussen en bijscholingen op het eigen terrein hebben.

C. COMMUNICATIE

De behoefte aan een professionele lijn naar de KNHB is er wel, de mogelijkheden zijn op dit moment minder aanwezig. Over de manier waarop de contacten zouden moeten lopen is men onduidelijk. Een vereniging wil dit graag verwezenlijken door het inzetten van de STK-functionaris.

Ook samenwerking op gebied van beleidsbepaling en -uitvoering wordt door een aantal van de verenigingen als wenselijk gezien. Daarbij zouden de lijnen zo kort mogelijk gehouden moeten worden. Enkele andere verenigingen verkondigen dat het nu best aardig gaat. De bond zorgt voor de structuur, de verenigingen proberen die zo goed mogelijk te volgen en voor de inspraak is er de Algemene Vergadering.

De informatie van de KNHB naar de vereniging komt meestal binnen via de secretaris, die ervoor zorgt dat alle betrokkenen hun spullen krijgen. Ge-structureerd overleg vindt er meestal alleen op bestuursniveau plaats. Men gaat ervan uit dat alle punten terugkomen in het bestuur als dat nodig is. Een vereniging besteedt veel aandacht aan informatievoorziening aan de leden vanuit het bestuur, ingegeven door verhuis- en fusieperikelen. De ervaring is dat hierdoor ontzettend veel onnodige problemen en misverstanden kunnen worden voorkomen.

Aandachtspunten voor aanbevelingen:

Omdat kleine verenigingen minder mogelijkheden hebben is het nodig dat er vooral initiatieven vanuit de bond komen. Daarbij moet vooral de lijn van de vereniging naar de bond goed worden onderhouden.

Wanneer de bond informatie aan alle hockeyers wil doorgeven lijkt het belangrijk meerdere kanalen te gebruiken. In ieder geval moet er nadrukkelijk worden aangegeven dat de informatie verder hoort te gaan dan het secretariaat.

D. PRODUKTONTWIKKELING

In de meeste gevallen zijn de verenigingen bereid bijdragen te leveren aan het ontwikkelen van materiaal en om betrokken te worden bij het bepalen van de onderwerpen die in de produkten aan de orde komen. Wel wordt aangegeven dat er weinig tijd is en in veel verenigingen ontbreekt de nodige expertise.

Twee verenigingen geven aan dat zij in het bezit zijn van materiaal dat eventueel via de KNHB ook in het bezit zou kunnen komen van andere verenigingen. Dit omdat het goed functioneert en om dubbelwerk te voorkomen. Hier zou dan eventueel wel een vergoeding voor gevraagd worden.

Weinig verenigingen hebben concrete wensen t.a.v. nog te ontwikkelen materiaal. Dit komt naar alle waarschijnlijkheid omdat maar matig bekend is

wat er allemaal al is en hoe de bestaande produkten gebruikt kunnen worden.

Verenigingen die moeilijk kader kunnen vinden en/of veel ongediplomeerd kader hebben vragen om extra materiaal (o.a. oefenstof).

E. PRODUCTGEBRUIK

Men verwacht over het algemeen dat een door de bond aangeboden produkt nieuwe informatie bevat, die van belang is voor de verenigingspraktijk en redelijk gebruiksvriendelijk wordt aangeboden. Als reden om produkten aan te schaffen wordt genoemd dat men verwacht hierdoor de kennis te vergroten, dat het aansluit bij de behoeften van de vereniging en nieuwsgierigheid.

Redenen om produkten niet aan te schaffen zijn vooral dat het materiaal te algemeen is, dat van het onderwerp al genoeg bekend is (soms heeft men zelf al een soortgelijk produkt ontwikkeld) of men geen tijd heeft om er iets mee te doen.

De meeste clubs hebben geen duidelijk aanschafbeleid. De indruk bestaat dat de grotere clubs met veel kader het aanbod selectiever benutten dan de overige. Een aantal clubs schaft alles aan om naderhand (na grondige inzage) vast te stellen of er gebruiksmogelijkheden zijn. Door tijdgebrek komt men daar echter niet altijd aan toe.

Tussen de verschillende vergelijkingsgroepen, zoals beschreven in 5.2. hebben we geen duidelijke verschillen kunnen vaststellen wat de benadering van de produkten betreft. Wel bestaat de indruk dat de verenigingen die ledenverlies leiden over het algemeen wat minder open staan voor nieuwe ontwikkelingen en stimulansen daartoe. Men houdt nogal vast aan het bekende en heeft de handen vol aan het instandhouden van de bestaande activiteiten.

Gebruik en de invloed van enkele specifieke produkten:

Minder dan de helft van de clubs heeft een algemeen beleids- of activiteitenplan. Van de clubs die dit wel hebben heeft de meerderheid gebruik gemaakt van 'Met het oog op de hockeyvereniging'.

Door een ruime meerderheid van de belanghebbende onderzochte clubs wordt het opleidingsplan uit 'Hockey voor de jongste jeugd' gevolgd, zowel organisatorisch als inhoudelijk.

Lang niet alle clubs laten hun benjamins begeleiden door een gekwalificeerde trainer. Veel trainers en begeleiders gebruiken wel de uitgave 'Spelen met de Benjamins'.

Het Hockey Diploma Programma wordt in vrijwel alle clubs gebruikt, soms voornamelijk vanwege de verplichting. Omdat kinderen vaak twee jaar in

de D-jeugdgroep blijven, vindt men het lastig het programma jaarlijks uit te voeren. Vaak gebeurt dit tweejaarlijks. Ook is opgemerkt dat het programma niet tot de D-jeugd beperkt zou moeten zijn (meer een continu programma).

Ongeveer de helft van de onderzochte clubs neemt deel aan het Young Stars Test Programma. De meningen over dit programma lopen uiteen: sommige clubs bevalt het goed. Meerdere clubs vinden echter het accent op prestatie te groot en het programma te zwaar of te selectief.

De meerderheid van de clubs zegt te beschikken over een verenigingsjeugdplan. De aard daarvan lijkt echter nogal te verschillen, de plannen lijken zich vooral op de technische begeleiding te richten. Een deel van de clubs heeft dit plan op eigen kracht tot stand gebracht, voordat de uitgave 'Verenigingsjeugdplan' verscheen.

De meerderheid van de ondervraagde clubs heeft wel eens een open dag georganiseerd. De uitgave 'Met het oog op de open dag' heeft hierbij slechts bij ongeveer de helft van hen een rol gespeeld.

Een deel van de clubs kiest er bewust voor geen promotie-activiteiten te ontwikkelen (redenen: accommodatietekort, geen tijd). Andere clubs besteden er veel aandacht aan, waarbij scholen een belangrijke doelgroep vormen. De folder 'Als hockey je lief is,..' wordt door deze clubs veelvuldig gebruikt.

Het vakblad 'Hockey' is slechts in een enkele club niet aanwezig. De abonnementen worden echter in veel gevallen door trainers als privé-persoon afgenomen. De clubs zien blijkbaar in meerderheid geen taak in een georganiseerde informatievoorziening naar hun kader. Door de persoonsgebonden abonnementen wordt de informatie-spreiding in de clubs niet direct bevorderd.

Afsluitend kan worden gezegd, dat de antwoorden van de geïnterviewde clubs over het produktgebruik in grote lijnen hetzelfde beeld geven als in hoofdstuk 3 uit de enquête naar voren kwam.

Hoofdstuk 6

Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk geven we de belangrijkste conclusies van de verschillende deelonderzoeken in samenhang met elkaar weer (6.1.). Het rapport wordt afgesloten met een aantal beleidsaanbevelingen aan de hockeybond naar aanleiding van de bevindingen uit dit evaluatieonderzoek.

6.1. Conclusies

Mate van doelbereiking

Op basis van de resultaten van de enquête en de dieptestudies kunnen we over de mate van doelbereiking van het KNHB jeugdhockeybeleid slechts enige voorzichtige conclusies trekken. Bij het beantwoorden van deze vraag weerk zich het feit dat er weliswaar algemene doelen zijn geformuleerd en produkten zijn ontwikkeld, maar onvoldoende (expliciet) is vastgesteld welke "meetbare effecten" nagestreefd zijn/worden. Daarmee is een confrontatie van gewenste en gerealiseerde effecten niet goed mogelijk en kan evenmin hard worden gemaakt welke effecten het beleid heeft gehad. De onderzoeksgegevens met betrekking tot de situatie van het jeugdhockey vormen dan ook meer een beschrijving van de "state of the art". In dit kader zijn de volgende uitkomsten interessant:

- Met betrekking tot de bekendheid, aanschaf, gebruik en effect van de tien KNHB-produkten komt uit de enquête een gedifferentieerd beeld naar voren. In algemene zin kan geconcludeerd worden dat het Hockey-Diploma Programma, het Mini-Hockey Plan Nederland, het Vaktijdschrijft Hockey en het Spelen met de Benjamins relatief goed uit het onderzoek naar voren komen (meer dan de helft van de verenigingen is van mening dat het gebruik een positief effect heeft opgeleverd). De produkten "Met het oog op de hockeyvereniging" en "Met het oog op de open dag" worden door de verenigingen relatief minder goed beoordeeld (minder dan 1 op de 6 verenigingen is van mening dat het gebruik een positief effect heeft opgeleverd). Overigens wordt de kwaliteit van alle tien de produkten (in termen van inhoud, methodiek, toepasbaarheid en leesbaarheid) door de verenigingen als ruim voldoende tot goed beoordeeld.
- Wanneer we de mate waarin de clubs aangeven de aangeboden produkten te gebruiken vergelijken met de streefdoelen van de KNHB, dan blijkt de bond over het algemeen een iets hoger gebruik na te streven dan in

werkelijkheid wordt gerealiseerd. Met name voor 'Hockey voor de jongste jeugd', 'Mini-hockey plan Nederland', 'Hockey diploma programma' en 'Als je weet wat je wilt...' blijft het feitelijk gebruik achter bij de streefgetallen. Duidelijk beter dan beoogd scoort 'Spelen met de Benjamins'.

- Uit de enquête blijkt dat het tekort aan sporttechnisch kader bij de jeugd tussen 5 % (jeugdbegeleiders) en 7 % (jeugdtrainers) ligt. Hoewel uit de interviews blijkt dat er uiteraard verenigingen zijn, die moeilijk technisch kader kunnen vinden, lijkt dit over het geheel genomen niet het grootste probleem te zijn.
- Uit de enquête blijkt dat 42 % van de jeugdtrainers en 11 % van de jeugdbegeleiders in bezit is van een diploma resp. certificaat. Uit de interviews komt naar voren dat de jeugdtrainers in toenemende mate betaalde functionarissen zijn. Bovendien betaalt het merendeel van de verenigingen de kosten van de opleiding voor een trainer. Beide aspecten kunnen een stimulerende invloed hebben op het volgen van een trainerscursus, hetgeen vanuit de bond gezien een toenemende mogelijkheid voor directe beïnvloeding van de verenigingspraktijk betekent. De cursus "jeugdhockey-begeleider" lijkt hiervoor minder kansen te bieden, aangezien deze functie binnen de meeste verenigingen door goedwillende ouders wordt vervuld, die hiervoor geen vergoeding krijgen. Deskundigheidsbevordering en ondersteuning van de jeugdbegeleiders zal vooral op verenigingsniveau moeten plaatsvinden.

Implementatiewijze en effecten op doelbereiking

De instrumenten om de KNHB-doelen m.b.t. de jeugd te bereiken zijn met name het verzorgen van technische opleidingen (JHB, JJ, JHT, trainer/coach A en B) en het aanbieden van specifieke producten. In alle gevallen gaat het om een standaardaanbod, waarvan de verenigingen op de hoogte worden gebracht en gebruik kunnen maken. Met betrekking tot de effecten van deze implementatiewijze op de doelbereiking kunnen de volgende opmerkingen worden gemaakt:

- Het is de vraag of een aanbod dat vooral op basis van bestuurlijke signalering wordt ontwikkeld voldoende aansluit bij de behoeften die in het veld leven.
- Gezien het feit dat het grootste deel van de verenigingen geen actief en op de langere termijn gericht beleid voert, wordt vooral adhoc van dit aanbod gebruik gemaakt (zie ook dieptestudies).
- Gezien de grote verscheidenheid in de verenigingssituatie, is het de vraag of een standaardaanbod voldoende aansluit bij de (veelvormige) praktijk. Uit de interviews blijkt dat de verenigingen vrijwel allemaal behoefte hebben aan een vorm van ondersteuning, maar hun situatie en

behoeften eigenlijk een specifieke aanpak vergen (maatwerk). Dit gegeven wordt onderstreept door de nadere analyse van de resultaten van de enquête (3.3.). Mede door gebrek aan eigen beleid lijken de verenigingen onvoldoende in staat om een algemeen aanbod te vertalen naar hun specifieke situatie.

- De vraag is verder of de informatie die door de bond naar de verenigingen wordt gestuurd wel altijd op de juiste plek terechtkomt. Uit de interviews blijkt dat in de meeste gevallen de secretaris de informatie verspreidt onder de verantwoordelijke bestuursleden of betreffende commissies, terwijl veel produkten juist bedoeld zijn voor sporttechnisch kader. Hoewel dit aspect onvoldoende uit het onderzoek naar voren komt, zal de kwaliteit van de informatievoorziening vooral afhangen van de infrastructuur binnen de verenigingen en de motivatie van betrokken kaderleden.

Uit het onderzoek kan geconcludeerd worden dat de wijze van produktontwikkeling en de vorm van het ondersteuningsaanbod ten dele een belemmering vormen voor het optimaal bereiken van de doelen.

Aansluiting van KNHB-activiteiten bij verenigingsbehoeften

In de schriftelijke enquête is nagegaan welke behoeften aan specifieke produkten er binnen de verenigingen bestaan. Hieruit blijkt dat ongeveer 30 % van de verenigingen behoefte heeft aan ondersteuning met betrekking tot opleiding-/bijscholing, trainings-/coachingsplannen en/of promotie/werving. Rond de 15 % wenst andere vormen van ondersteuning zoals speciale projecten/testprogramma's voor de jeugd. De behoefte aan ondersteuning is relatief het grootst bij de jongere leeftijdsgroepen, met name de D/E-jeugd. Opvallend is dat de meeste bestaande KNHB-produkten juist op deze categorie zijn gericht. Uit de interviews komt naar voren dat de informatie voor een deel te abstract of te moeilijk is voor de mensen die ermee aan de slag moeten. Er blijkt behoefte te zijn aan "hapklare brokken".

Verder blijkt uit de interviews dat het ledenverlies vooral optreedt bij de overgang van junioren naar senioren. In het merendeel van de gevallen wordt hiervoor verhuizing of studie opgegeven, hetgeen voor de betreffende verenigingen een "onbeïnvloedbare factor" is. Voor de bond is het uiteraard wel interessant om te weten of deze leden zich elders weer bij een hockeyvereniging aansluiten. Wanneer hierdoor veel "uitval" ontstaat, kan bijvoorbeeld gekeken worden of er aan de vertrekkende leden informatie kan worden verstrekt over verenigingen in hun nieuwe woonplaats.

Effecten van ledenontwikkeling op ondersteuningsbehoeften

In hoofdstuk 4 is een uitgebreide analyse weergegeven van de ontwikkeling van het KNHB-ledenbestand over de periode 1986-1990. In hoofdlijnen kunnen uit deze analyse de volgende conclusies worden getrokken:

- de KNHB heeft sinds 1986 een jeugdledenverlies van - 4.4 % geleden;
- in de A- en B-jeugd worden relatief (en absoluut) de meeste leden verloren: respectievelijk - 14.8 % (- 2058) en - 10.1 % (- 1578);
- de ontwikkeling in het district Zuid-Holland wijkt op alle fronten sterk af van die in de andere districten. Zuid-Holland behaalt, met uitzondering van de A-jeugd, binnen alle leeftijdscategorieën en beide geslachten ledenwinst;
- de districten Noord-Nederland en Zuid-Nederland verliezen relatief de meeste jeugdleden, respectievelijk - 10.4 % en - 7.6 %;
- er haken relatief (en absoluut) veel meer jongens af dan meisjes: - 7.2 % (- 2477) tegenover - 1.8 % (- 671);
- er zijn grote verschillen in winst/verlies van jongens en meisjes onder de C-, D-, en E-jeugd: in al deze categorieën worden jongens verloren en meisjes gewonnen;
- in de F-jeugd overtreft de winst van meisjes die van jongens: 49.2 % tegenover 21.5 %;
- het district Noord-Nederland verliest relatief veel meer jongens dan de andere districten: - 17.5 %.

Conclusies van de demografische vergelijking:

- het verlies van jeugdleden door de KNHB komt bijna exact overeen met de demografische afname van jeugd in de periode 1986-1990: - 4.4 % tegenover - 4.6 %;
- de ontwikkeling van de districten Zuid- en Noord-Holland steekt in positieve zin af tegen het te verwachten demografische verlies, terwijl deze tendens in het district Midden-Nederland omgekeerd is.

Conclusies van de vergelijking van de 15 grootste NSF-lidorganisaties:

- de KNHB is wat betreft het aantal jeugdleden in omvang de 5e bond van Nederland;
- het verlies van de KNHB komt ongeveer overeen met het gemiddelde jeugdledenverlies van de 15 organisaties: - 4.4 % tegenover - 3.8 %.

De vraag is vervolgens in hoeverre de ledenontwikkeling van invloed is op de ondersteuningsbehoeften van verenigingen. Uit de analyse van de ledenontwikkeling blijkt dat vooral de ontwikkelingen in de oudere leeftijdsgroepen (B- en A-jeugd) als problematisch moeten worden beschouwd. Opvallend is in dit verband de constatering n.a.v. de enquête dat de behoefte aan uitbreiding van ondersteuning juist bij de jongere leeftijdsgroepen wordt gevoeld. Ook de dieptestudies geven voeding aan de voorzichtige conclusie dat de verenigingen het ledenverlies in deze groepen als betrekkelijk normaal beschouwen en zich niet buitengewoon inspannen om deze jeugdigen te behouden. Te overwegen zou zijn om een intensiever beleid op dit punt te voeren, tevens gericht op herintrede van studerende.

In algemene zin leidt een snelle ontwikkeling van het jeugdledental zowel in positieve als negatieve richting, tot een noodzaak tot verandering binnen de betreffende verenigingen. Deze veranderingen zullen echter in eerste instantie met name betrekking hebben op de verenigingsorganisatie en niet zozeer op de vorm en inhoud van de activiteiten. Gezien de grote verschillen in de situatie van de hockeyverenigingen zal een standaardaanbod niet meer dan een globaal hulpmiddel kunnen zijn. Het verdient aanbeveling om in elk geval bij een concrete hulpvraag van verenigingen in een meer gerichte vorm van ondersteuning te kunnen voorzien.

Ontwikkeling van en communicatie met verenigingen over het KNHB-beleid

Als rode draad uit de in hoofdstuk 2 weergegeven beleidsdiagnose menen we te mogen concluderen, dat het bondsbureau een centrale plaats heeft bij de beleidsontwikkeling en haar input voornamelijk haalt uit het bestuurlijk overleg. Specifieke aspecten van het jeugdbeleid worden in de HTO-districtscommissies besproken en verenigingen hebben de mogelijkheid om tijdens de districtsvergaderingen invloed uit te oefenen op de beleidsmatige keuzes. Een technisch-inhoudelijke lijn tussen verenigingen en bondsbureau ontbreekt. De communicatie met verenigingen op dit terrein is dan ook vooral éénrichtingsverkeer. Dit wordt ondersteund door de uitkomsten van de interviews, waaruit blijkt dat de verenigingen de afstand met het bondsbureau als erg groot ervaren. De doelstellingen en uitgangspunten van de bond met betrekking tot jeugdbeleid worden weliswaar door de meeste verenigingen onderschreven, maar verankeren zich onvoldoende in het verenigingsbeleid. Voor een deel kan dit te maken hebben met de beleidskeuzen van de bond, maar veel belangrijker is dat er bij veel verenigingen geen (jeugd-)beleid is geformuleerd. De meeste verenigingen richten zich vooral op het draaiende houden van de organisatie en het oplossen van concrete problemen. Een aantal sterkere verenigingen blijkt wel in staat om beleid te voeren en doet dat vooral op eigen kracht. In een dergelijke constellatie ligt het niet voor de hand dat verenigingen zich actief met het bondsbeleid bezig zullen houden.

6.2. Aanbevelingen/voorstellen

Ter afsluiting van dit eindrapport wordt hierna een aantal aanbevelingen op basis van het onderzoek aan de KNHB geformuleerd. De aanbevelingen worden in drie groepen gerangschikt, overeenkomstig de drie centrale doelstellingen van het onderzoek.

Fundering en sturing van beslissingen over doeleinden en activiteiten, mede op basis van te verwachten ontwikkelingen

In trefwoorden:

Inhoudelijk:

- meer uitgaan van een analyse van huidige situatie
- meer inspelen op gedifferentieerde behoeften in het veld
- meer maatwerk leveren
- eindgebruikers meer betrekken bij produktontwikkeling
- meer formuleren van meetbare doelstellingen
- meer aandacht voor behoud van leden met name bij oudere leeftijdsgroepen

Organisatorisch:

- niet hoofdzakelijk top-down, maar ook meer bottom-up werken (dynamisch model)
- verbreden/stroomlijnen van de informatie naar de eindgebruikers
- technische lijn ontwikkelen en gebruiken (communicatie, informatie)
- middenniveau ontwikkelen

Beslissingscriteria voor ontwikkeling van ondersteuningsaanbod

Bij het ontwikkelen van een ondersteuningsaanbod zullen de volgende vragen beantwoord moeten worden (checklist):

- Is er sprake van een concreet probleem of een mogelijkheid tot verbetering van de kwaliteit/effectiviteit?
- Geldt dit voor alle verenigingen of voor een bepaalde groep verenigingen (welk profiel)?
- Wat zou er binnen deze verenigingen concreet moeten veranderen om het probleem op te lossen of de kwaliteit/effectiviteit te verbeteren?
- Welke vorm van ondersteuning is het meest geschikt om deze verandering te bewerkstelligen?
- Welke meetbare doelstellingen worden aan deze ondersteuning verbonden?
- Op welke doelgroep binnen de vereniging is de ondersteuning gericht?
- Hoe wordt dit ondersteuningsaanbod vervolgens onder de aandacht van de betreffende verenigingen/doelgroepen gebracht?
- Zijn de randvoorwaarden voldoende vervuld om dit aanbod daadwerkelijk te kunnen aanbieden?

Meer regelmatige en systematische wijze van beleidsevaluatie

- Voorafgaand aan introductie van produkten de te bereiken doelstellingen in termen van bekendheid, gebruik en effecten op verenigingsniveau nauwkeuriger omschrijven;
- Probeer produkten in een proefperiode uit bij kleine groepen eindgebruikers (voor-evaluatie), voordat deze in een afrondings- en reproductiefase zijn gekomen;

- Neem evaluatie-onderdelen op in de uitgaven, zorg dat gegevens daarvan voor bond beschikbaar komen;
- Verzamel evaluatiegegevens over de produkten bij periodieke bijeenkomsten van (toekomstige) eindgebruikers, zoals opleidingen, (regionale) overleggen, consultants;
- Ga steekproefsgewijs na hoe produkten binnen verenigingen worden verspreid, gebruikt en beoordeeld;
- Verricht periodiek (bijvoorbeeld driejaarlijks) meer grootschalig onderzoek naar verspreiding, gebruik en beoordeling van produkten door eindgebruikers;
- Laat ruimte voor bijstelling/detaillering/differentiatie van produkten ook na eerste uitgave.

Inhoudsoverzicht bijlagen rapport "Een jeugdbeleid met effect"

Bijlage Betreft

Hoofdstuk 2 Beleidsanalyse

- 2.1. Bronnen beleidsanalyse
- 2.2. Organisatieschema KNHB

Hoofdstuk 3 Enquête onder verenigingen

- 3.1. Typering jeugdhockeyactiviteiten KNHB
- 3.2. Toelichting op KNHB-enquête
- 3.3. Enquête onder KNHB-verenigingen

Hoofdstuk 4 Analyse ledenontwikkeling

- 4.1. Ledenontwikkeling leeftijdscategorieën per district

Hoofdstuk 5 Dieptestudies

- 5.1. Toelichting op het vragenschema voor dieptestudies
- 5.2. Overzicht samenstelling vergelijkingsgroepen voor de dieptestudies
- 5.3. Antwoorden van de afzonderlijke verenigingen *

* Deze bijlage is vanwege haar omvang niet in het rapport opgenomen en is voor geïnteresseerden apart bij de KNHB verkrijgbaar.

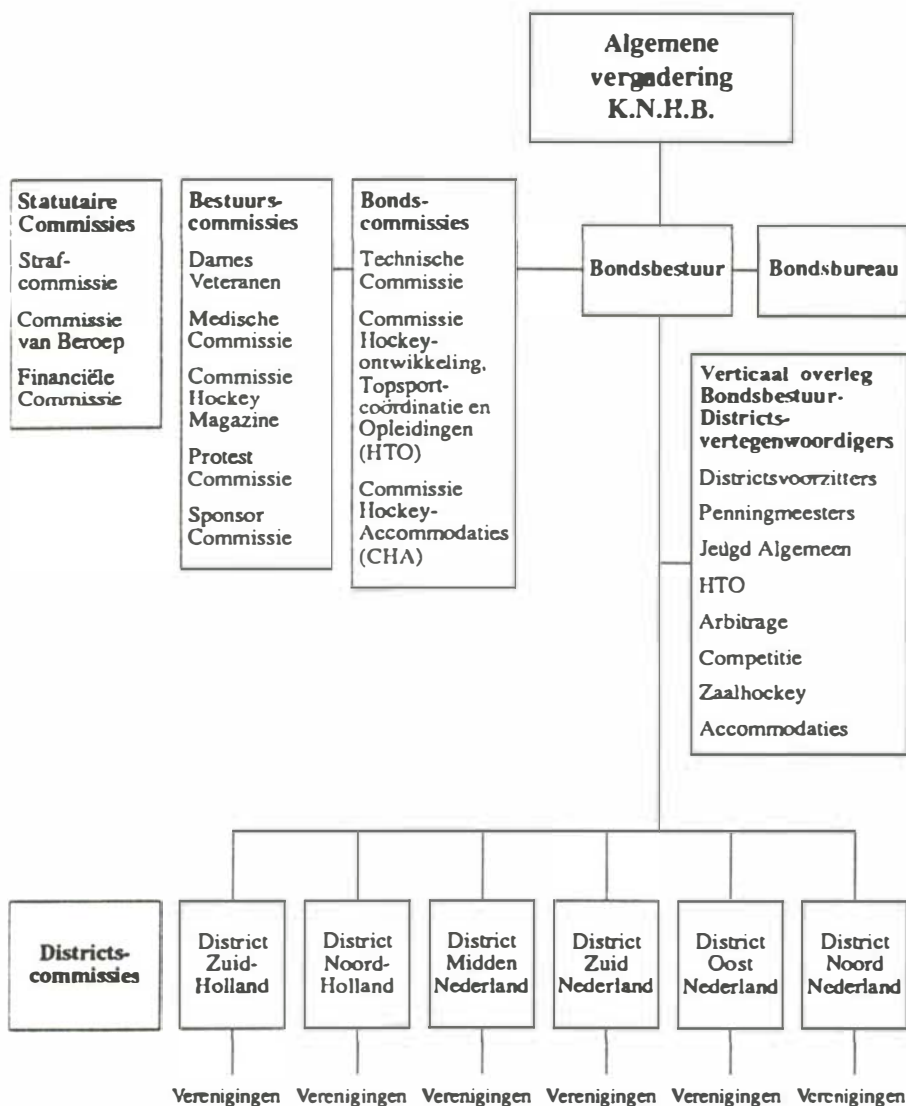
Bijlage bij hoofdstuk 2 Beleidsanalyse

2.1. Bronnen beleidsanalyse

- KNHB Hockey voor de jongste jeugd. Structuur en opleiding. E. Ruiter, T. Lemmens-Nillesen, A. den Hartog
- " Mini-Hockey Plan Nederland. T. Lemmens-Nillesen
- " Spelen met de Benjamins in de hockeyvereniging. T. Lemmens-Nillesen, H. van der Palen
- " Young Stars Champions 1990. G. van Doorn, W. van Heumen, G. van Heumen, A. den Hartog
- " Olympic Young Stars Competitie 1992. G. van Doorn. Bunnik 1992
- " Op weg naar het Hockey Diploma. W. van Heumen, P. van Maanen, Amstelveen 1989
- " Handleiding hockeydiploma, Amstelveen mei 1989
- " Het oog op... de Hockeyvereniging, 1990
- " Het oog op... de Open Dag. G. van Doorn, E. Ruiter. Bunnik, december 1990
- " Verenigings Jeugdplan, M. Koops, A. den Hartog, 1989
- " Vademecum KNHB in: Adresboek seizoen 1991-1992. Bunnik 1991
- " Beleidsnota KNHB. Amstelveen 1989
- " Notitie inzake jeugdbeleid.
- " Meerjarenvisie 1982-1985 in: Hockeysport nr.3, 1982/1983
- " Rapport van de adviesgroep Wangedrag Jeugd 1985
- " Rapport van de adviesgroep Wangedrag Jeugd 1988
Waayer Public Relations
KNHB-onderzoek. Amsterdam 1991

2.2. Organisatieschema KNHB

Organisatiestructuur K.N.H.B.



Bijlagen bij hoofdstuk 3 Enquête onder verenigingen

3.1. Typering jeugdhockeyactiviteiten KNHB

Typering jeugdhockey-activiteiten KNHB

	Doelgroep	Onderwerp/soort ondersteuning					Directe bruikbaarh.	Verschenen in	Verplichte afname	Implementatie	Follow up
		Opl/bijsch	Tr./caoch. plan	Spec.proj. test	Promotie/ werving	Overig					
Oog op de vereniging	bestuur					x	5	'90	-	1	-
Hockey voor jongste jeugd	best. kader jeugd		x				4	'90	-	4	boekenfolder
Spelen met de Ber.jamins	best. kader jeugd train/begel.		x				1	'89	-	2	boekenfolder/ recensie "Hockey"
Mini Hockey Plan Ned	best. kader jeugd train/begel.		x				3	'80	-	?	boekenfolder verplichte lit.
Hockey Diploma	D-jeugd begeleiders			x			4	'89	+	3	extra act. veel info HM, HMA "Hockey"
Young Stars	C-jeugd begeleiders			x			2	'87	-	4	"Hockey"
Verenigings Jeugdplan	trainers/ coaches		x				5	'89	-	1	boekenfolder "Hockey"
Oog op de open dag	best. kader jeugd				x		2	'91	-	1	boekenfolder "Hockey"
Als je weet ...	jeugd				x		1	'91	-	4	-
"Hockey"	trainers/ coaches	x	x	x			3	'88	-	5	boekenfolder spec. folder veel info

3.2. Toelichting op KNHB-enquête

KNHB



KONINKLIJKE NEDERLANDSE HOCKEY BOND

Enquête "Hockeystimulering voor de jeugd"

Ruimte voor adressticker

Introductie:

Dit enquêteformulier heeft betrekking op een onderzoek naar de effecten van het hockeystimuleringsbeleid voor de jeugd, dat momenteel door het Bondsbestuur van de KNHB en de Nederlandse Sport Federatie (NSF) wordt uitgevoerd. Via dit onderzoek wordt nagegaan welke behoeften er bij verenigingen bestaan en in hoeverre de bestaande producten (trainings/coachingsplannen, testprogramma's, brochures en folders) aansluiten bij de situatie binnen de verenigingen en daadwerkelijk worden gebruikt om het jeugdhockey te stimuleren.

Het is de bedoeling dat dit enquête-formulier wordt ingevuld door de voorzitter van het jeugdbestuur of de jeugdcommissie, al dan niet in overleg met andere betrokkenen, zoals jeugdtrainers, begeleiders en/of de contactpersoon Opleidingen. Leest u voor invulling zorgvuldig de bijgaande toelichting door. Voor retournering van dit formulier kan gebruik worden gemaakt van de eveneens bijgevoegde antwoordenvolp. De resultaten van het onderzoek zullen in het voorjaar van 1992 bekend worden gemaakt.

Wij vragen u vriendelijk om dit enquêteformulier zo spoedig mogelijk in te vullen en vóór 21 oktober 1991 te retourneren aan het bondsbureau.

Dit formulier is ingevuld door:

Naam	:		
Adres	:		
Postcode en woonplaats	:		
Telefoon	:	(p)	(w)
Functie binnen vereniging	:		



BMW HOOFDSPONSOR KN.H.B.

Postbus 1250
3980 DE Bunnik

Runnenburg 12
3981 AZ Bunnik

Tel. 03405 - 7 04 44
Fax 03405 - 6 44 85

NMB Bank Bunnik
65.80.33.999

Toelichting bij de KNHB-enquête "Hockeystimulering voor de jeugd"

Algemeen

De bijgaande enquête bestaat uit drie formulieren. Aan de hand van formulier A kunt u de feitelijke situatie met betrekking tot jeugdhockey binnen uw vereniging weergeven. In formulier B kunt u aangeven aan welke vormen van ondersteuning met betrekking tot hockeystimulering voor de jeugd binnen uw vereniging behoefte bestaat. Formulier C is bedoeld om inzicht te krijgen in het gebruik en de beoordeling van de kwaliteit van de reeds bestaande producten door de verenigingen. Leest u voor invulling de onderstaande toelichting bij de drie formulieren goed door en kijk achteraf nog even na of u de juiste gegevens hebt ingevuld.

Formulier A

In dit formulier hoeft u alleen aantallen in te vullen. Het gaat hierbij om het aantal jeugdleden, trainers en begeleiders per categorie en in totaal. Bij trainers en begeleiders/coaches wordt gevraagd een onderscheid te maken tussen kaderleden met en zonder diploma/certificaat. Onder vacatures kunt u aangeven hoeveel trainers en begeleiders/coaches er tekort zijn voor een evenwichtige situatie van het jeugdhockey binnen uw vereniging. Dit betekent dat ook een functie die tijdelijk of als noodoplossing door iemand vervuld wordt, als een tekort kan worden aangemerkt. Wanneer één kaderlid zowel trainer als begeleider/coach is, kunt u deze onder beide functies meetellen. De afkortingen staan voor Jeugd Hockey Begeleider (JHB), Trainer/begeleider Jongste Jeugd (JJ), Jeugd Hockey Trainer (JHT) en Trainer/coach (A en B).

Formulier B

In dit formulier kunt u wensen en behoeften aan ondersteuning bij de hockeystimulering voor de jeugd in trefwoorden vermelden. Hierbij is net als in formulier A weer het onderscheid naar de verschillende jeugdcategorieën opgenomen, maar u kunt ook uw wensen met betrekking tot de jeugd in het algemeen weergeven. Verder is er een aantal specifieke ondersteuningsvormen genoemd, maar in de laatste kolom kunt u ook andere vormen van ondersteuning vermelden. U kunt bij de beantwoording van dit formulier uitgaan van de bestaande informatie binnen uw vereniging. Het is dus niet erg als u aangeeft een bepaalde vorm van ondersteuning te wensen, die wel bestaat, maar niet bij uw vereniging bekend is. Probeer u zo kernachtig mogelijk (in trefwoorden) te omschrijven, wat uw wensen zijn. Met een duidelijke verwijzing naar de corresponderende plaats in de tabel, kunt u eventueel ook de ruimte onder de tabel beschrijven.

Formulier C

In dit formulier wordt gevraagd naar het gebruik binnen uw vereniging en de beoordeling van de kwaliteit van producten, die door de K.N.H.B. zijn ontwikkeld ter ondersteuning van de hockeystimulering voor de jeugd. Het gaat hierbij achtereenvolgens om de volgende tien producten:

- 1 Het oog op de hockeyvereniging;
- 2 Hockey voor de Jongste Jeugd;
- 3 Spelen met de Benjamins;
- 4 Mini-Hockey Plan Nederland;
- 5 Hockey-Diploma-Programma;
- 6 Young Stars Testprogramma;
- 7 Verenigingsjeugdplan;
- 8 Het oog op de open dag;
- 9 Als je weet wat je wilt, kies je voor hockey!;
- 10 Vaktijdschrift "Hockey".

Voor elk van deze producten wordt gevraagd om aan te geven:

a Bekendheid:

Is het product bekend bij uw vereniging?

Antwoorden met "ja" of "nee" (doorstrepen wat niet van toepassing is).

U kunt bovendien in steekwoorden een toelichting geven op de volgende aspecten:

- bij de meeste betrokkenen (jeugdbestuursleden, trainers, begeleiders) bekend of slechts bij de invuller;
- op welke manier is het product bij uw vereniging bekend geworden.

b Aangeschaft:

Is het product binnen uw vereniging beschikbaar?

Antwoorden met "ja" of "nee" (doorstrepen wat niet van toepassing is).

U kunt bovendien in steekwoorden een toelichting geven op de volgende aspecten:

- één of meerdere exemplaren aangeschaft;
- door vereniging of persoonlijk aangeschaft.

c Gebruik:

Wordt het product in de praktijk binnen uw vereniging gebruikt?

Antwoorden met "ja" of "nee" (doorstrepen wat niet van toepassing is).

U kunt bovendien in steekwoorden een toelichting geven op de volgende aspecten:

- gebruik op basis van verenigingsbeleid of individuele keuze van jeugdkaderleden;
- wordt het gebruik van het product gestimuleerd binnen uw vereniging en op welke manier;

d Invloed/effect:

Heeft het gebruik van het product invloed op de ontwikkeling van het jeugdhockey binnen uw vereniging?

Antwoorden met "ja" of "nee" (doorstrepen wat niet van toepassing is).

U kunt bovendien in steekwoorden een toelichting geven op de volgende aspecten:

- motivatie van de betrokken kaderleden;
- kwaliteit van het jeugdhockey (niveau, plezier etc.);
- ontwikkeling van het aantal jeugdleden.

e Inhoud (wat):

Hoe beoordeelt uw vereniging de inhoud van het product?

Vermeld een rapportcijfer (1 t/m 10, 1=zeer slecht, 10=uitmuntend)

U kunt bovendien in steekwoorden een toelichting geven op de volgende aspecten:

- doelstelling van het product;
- afstemming op de doelgroep;
- aansluiting op en samenhang met andere producten.

f Methodiek (hoe):

Hoe beoordeelt uw vereniging de methodische aanpak van het product?

Vermeld een rapportcijfer (1 t/m 10, 1=zeer slecht, 10=uitmuntend)

U kunt bovendien in steekwoorden een toelichting geven op de volgende aspecten:

- aansluiting bij het beginniveau van de doelgroep;
- een duidelijke (en eventueel gefaseerde) opbouw;
- gerichtheid op het bereiken van de doelstelling.

g Toepasbaarheid (doe):

Hoe beoordeelt uw vereniging de praktische toepasbaarheid van het product?

Vermeld een rapportcijfer (1 t/m 10, 1=zeer slecht, 10=uitmuntend)

U kunt bovendien in steekwoorden een toelichting geven op de volgende aspecten:

- duidelijkheid over de wijze van gebruik van het product;
- bevat het product voldoende praktische adviezen, tips en suggesties;
- aansluiting op de verenigingspraktijk (training, begeleiding, werving).

h Leesbaarheid (vorm):

Hoe beoordeelt uw vereniging de leesbaarheid van het product?

Vermeld een rapportcijfer (1 t/m 10, 1=zeer slecht, 10=uitmuntend)

U kunt bovendien in steekwoorden een toelichting geven op de volgende aspecten:

- duidelijke en overzichtelijke presentatie van de informatie;
- wordt de gepresenteerde informatie voldoende uitgewerkt;
- nodigt de vorm van het product uit tot (verder)lezen en toepassen.

Wanneer een product binnen uw vereniging **niet** bekend is, hoeft u in de categorie "Bekendheid" alleen "nee" te antwoorden en zijn de overige categorieën voor het desbetreffende product niet van toepassing.

Wanneer een product binnen uw vereniging **wel** bekend is, beantwoordt u dan de volgende categorieën in elk geval met "ja" of "nee" of door het vermelden van een rapportcijfer.

Indien van toepassing kunt u per categorie nog een korte toelichting in steekwoorden geven.

Wij verzoeken u vriendelijk om de ingevulde enquête **voor 21 oktober 1991** te retourneren aan het bondsbureau in de bijgevoegde antwoordenvolp. Deze toelichting hoeft u niet mee te sturen.

Hartelijk bedankt voor uw medewerking!

3.3. Enquête onder KNHB-verenigingen

FORMULIER A: SITUATIE JEUGDHOCKEY (AANTALLEN)

Aantallen	Jeugdleden	Trainers			Begeleiders/coaches		
		Met diploma JJ/JHT/A/B	Geen diploma	Vacatures/ tekort	Met certificaat JHB	Geen certificaat	Vacatures/ tekort
F-jeugd (7 jaar)							
E-jeugd (8-9 jaar)							
D-jeugd (10-11 jaar)							
C-jeugd (12-13 jaar)							
B-jeugd (14-15 jaar)							
A-jeugd (16-17 jaar)							
Totaal (7-17 jaar)							

FORMULIER B: BEHOEFTE AAN ONDERSTEUNING

Wensen/behoeften	Opleiding/bijscholing	Trainings-/coachings-plannen	Speciale projecten/ testprogramma's	Promotie/werving	Overige behoefte
F-jugd (7 jaar)					
E-jugd (8-9 jaar)					
D-jugd (10-11 jaar)					
C-jugd (12-13 jaar)					
B-jugd (14-15 jaar)					
A-jugd (16-17 jaar)					
Jeugd algemeen (7-17 jaar)					

FORMULIER C: GEBRUIK EN KWALITEIT VAN PRODUCTEN

Product 1: Het oog op de hockeyvereniging Doelgroep: (Jeugd-)bestuur	Bekendheid	Aangeschaft	Gebruik	Invloed/ffect
	ja/nee	ja/nee	ja/nee	ja/nee
	Inhoud (wat)	Methodiek (hoe)	Toepasbaarheid (doc)	Leesbaarheid (vorm)
	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:

Product 2: Hockey voor de Jongste Jeugd (structuur en opleiding) Doelgroep: Jeugdbestuur	Bekendheid	Aangeschaft	Gebruik	Invloed/ffect
	ja/nee	ja/nee	ja/nee	ja/nee
	Inhoud (wat)	Methodiek (hoe)	Toepasbaarheid (doc)	Leesbaarheid (vorm)
	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:

Product 3: Spelen met de Benjamins Doelgroep: F-jeugd (7 jaar)	Bekendheid	Aangeschaft	Gebruik	Invloed/effect
	ja/nee	ja/nee	ja/nee	ja/nee
	Inhoud (wat)	Methodiek (hoe)	Toepasbaarheid (doe)	Leesbaarheid (vorm)
	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:

Product 4: Mini-Hockey Plan Nederland Doelgroep: E/D-jeugd (8-11 jr)	Bekendheid	Aangeschaft	Gebruik	Invloed/effect
	ja/nee	ja/nee	ja/nee	ja/nee
	Inhoud (wat)	Methodiek (hoe)	Toepasbaarheid (doe)	Leesbaarheid (vorm)
	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:

Product 5: Hockey-Diploma- Programma Doelgroep: D-jeugd (11 jaar)	Bekendheid	Aangeschaft	Gebruik	Invloed/ffect
	ja/nee	ja/nee	ja/nee	ja/nee
	Inhoud (wat)	Methodiek (hoe)	Toepasbaarheid (doc)	Leesbaarheid (vorm)
	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:

Product 6: Young Stars Testprogramma Doelgroep: C-jeugd (12-13 jaar)	Bekendheid	Aangeschaft	Gebruik	Invloed/ffect
	ja/nee	ja/nee	ja/nee	ja/nee
	Inhoud (wat)	Methodiek (hoe)	Toepasbaarheid (doc)	Leesbaarheid (vorm)
	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:

Product 7: Verenigings- jeugdplan Doelgroep: alle jeugdcategorieën	Bekendheid	Aangeschaft	Gebruik	Invloed/effect
	ja/nee	ja/nee	ja/nee	ja/nee
	Inhoud (wat)	Methodiek (hoe)	Toepasbaarheid (doc)	Leesbaarheid (vorm)
	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:

Product 8: Het oog op de open dag Doelgroep: E/D-jeugd (8-11 jaar)	Bekendheid	Aangeschaft	Gebruik	Invloed/effect
	ja/nee	ja/nee	ja/nee	ja/nee
	Inhoud (wat)	Methodiek (hoe)	Toepasbaarheid (doc)	Leesbaarheid (vorm)
	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:

Product 9: "Als je weet wat je wilt, kies je voor hockey!" (promotiefolder) Doelgroep: F/E/D/C-jeugd (7-13 jaar)	Bekendheid	Aangeschaft	Gebruik	Invloed/effect
	ja/nec	ja/nec	ja/nec	ja/nec
	Inhoud (wat)	Methodiek (hoe)	Toepasbaarheid (doc)	Leesbaarheid (vorm)
	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:

Product 10: Vaktijdschrift "Hockey" Doelgroep: Trainers/begeleiders	Bekendheid	Aangeschaft	Gebruik	Invloed/effect
	ja/nec	ja/nec	ja/nec	ja/nec
	Inhoud (wat)	Methodiek (hoe)	Toepasbaarheid (doc)	Leesbaarheid (vorm)
	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:	rapportcijfer:

AANBOD	ALG.	A	B	C	D	E	F
Wedstrijden							
* Competitie veld		+	+	+	+		
* Competitie zaal	±						
* Interdistrictscomp.		+ (ZH,NH,MN) + (ZH,NH,MN)					
* Speelreeksen					+	±	
* Spelactiviteiten							+
* Landskampioenschap		+	+				
* Districtskampioenschap		+	+				
* Jeugd Olympische Dagen			?	?			
Kader							
* Bestuurskader	-						
* Jeugdbestuurskader	-						
* Jeugd Hockeybegeleider		+	+	+	+	+	
* Tr./B. Jongste Jeugd					+	+	+
* Jeugd Hockeytrainer				+	+	+	+
* Trainer/Coach A		+	+	+			
* Trainer/Coach B		+	+				

AANBOD	ALG.	A	B	C	D	E	F
Vervolg kader							
* Clubscheidsrechter	±						
* Bondsarbitrage	±/-						
Opleidingsplan/Projecten							
* Benjamins							+
* Mini-Hockey Plan					+	+	
* Hockey Diploma					+		
* Verenigings Jeugdplan		+	+	+	+	+	+
* Districts Selectieplan		+	(1e jr A)	+	+	(2e jr C)	
Promotie							
- Werving leden							
* Strooifolder				+	+	+	+
* Open Dag programma				+	+	+	
* Basisscholen		-	via NSF				

Vervolg Promotie

- Werving technisch kader

* Folder trainerscursussen +

* Contacpersonen opl. +

* Aankondigingen +

- Werving bestuurlijk kader -

- Werving arbitrage kader

* Clubscheidsrechter ±

* Bondsarbitrage ±

ALGEMEEN/LEEFTIJD/CATEGORIE

ACTIVITEITEN

KNHB RANDVOORWAARDEN

Verenigingsbeleid Totale jeugd

- marketing denken en doen
- sterkte/zwakte analyse
- beleidsplan
- activiteitenaanbod
- hockey en niet-hockey gebonden
- kader (technisch/arbitrage)
- accommodatie
- financiën
- communicatie
- ledenbehoud en -werving

- opleidingsplan jeugd
- blessurepreventie/behandeling

Het oog op ... de hockeyvereniging

KNHB opleidingen/bijscholingen
Vademecum

Het oog op ... sportsponsoring

Het oog op ... de open dag

Verenigings Jeugdplan
Eenvoudige Hockey EHBO
Hockey Medisch

- informatie

Vaktijdschrift "Hockey"

Leeftijd

Categorieën

7 jaar

F-jeugd

spelen

Spelen met de Benjamins
(bewegings- en hockeyvaardigheden)
Hockey voor de Jongste Jeugd
(organisatie)

8 jaar

E-jeugd
1e jaarvia 1:1 - 3:3
naar zestalhockey
(speelreeksen)Mini-Hockey Plan Nederland
fase 1 -2
(plezierig, veilig, dynamisch
en stapsgewijs leren hockeyen)
Hockey voor de Jongste Jeugd
Organisatie speelreeksen

9 jaar

E-jeugd
2e jaarzestalhockey
(speelreeksen)Mini-Hockey Plan Nederland
fase 2 - 3
Hockey voor de Jongste Jeugd
Organisatie speelreeksen

Leeftijd	Categorieën		
10 jaar	D-jeugd 1e jaar	achtталhockey (speelreeksen)	Mini-Hockey Plan Nederland fase 4 - 5 Hockey voor de Jongste Jeugd Organisatie speelreeksen
11 jaar	D-jeugd 2e jaar	elftalhockey (competitie)	Hockey Diploma Programma (techniek, fair-play, norm- besef) Hockey voor de Jongste Jeugd Organisatie competitie
12 jaar	C-jeugd 1e jaar	elftalhockey (competitie)	Young Stars test programma (techniek, samenspel, wedstrij- den) Organisatie competitie
13 jaar	C-jeugd 2e jaar	elftalhockey (competitie)	Young Stars test programma Organisatie competitie
14 jaar	B-jeugd 1e jaar	elftalhockey (competitie)	Organisatie competitie Landskampioenschappen Districtkampioenschappen Clubscheidsrechteropleiding
15 jaar	B-jeugd 2e jaar	elftalhockey (competitie)	Organisatie competitie Landskampioenschappen Districtskampioenschappen Clubscheidsrechteropleiding
16 jaar	A-jeugd 1e jaar	elftalhockey (competitie)	Organisatie competitie Landskampioenschappen Districtskampioenschappen Clubscheidsrechteropleiding

17 jaar

A-jeugd
2e jaar

elftalhockey
(competitie)

Organisatie competitie
Landskampioenschappen
Districtskampioenschappen
Clubscheidsrechteropleiding
Trainer/Begeleider Jongste Jeugd
Jeugd Hockeytrainer

KS09: 920601c6

Bijlage bij hoofdstuk 4 Analyse ledenontwikkeling

4.1 Ledenontwikkeling leeftijdscategorieën per district

Noord-Nederland: uitsplitsing per leeftijdscategorie

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
A-jeugd	701	602	- 99	- 14.1
B-jeugd	838	695	- 143	- 17.0
C-jeugd	725	642	- 83	- 11.4
D-jeugd	680	637	- 43	- 6.3
E-jeugd	491	466	- 25	- 5.0
F-jeugd	118	140	+ 22	+ 18.6
	-----	-----	-----	-----
Totaal	3553	3182	- 371	- 10.4

Oost-Nederland: uitsplitsing per leeftijdscategorie

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
A-jeugd	2315	1923	- 392	- 16.9
B-jeugd	2623	2193	- 430	- 16.3
C-jeugd	2299	2204	- 95	- 4.1
D-jeugd	2102	2165	+ 63	+ 2.9
E-jeugd	1566	1559	- 7	- 0.4
F-jeugd	451	530	+ 79	+ 17.5
	-----	-----	-----	-----
Totaal	11356	10574	- 782	- 6.8

Midden-Nederland: uitsplitsing per leeftijdscategorie

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
A-jeugd	2000	1729	- 271	- 13.5
B-jeugd	2301	2084	- 217	- 9.4
C-jeugd	2031	2120	+ 89	+ 4.3
D-jeugd	2069	1911	- 158	- 7.6
E-jeugd	1610	1542	- 68	- 4.2
F-jeugd	345	413	+ 68	+ 19.7
	-----	-----	-----	-----
Totaal	10356	9799	- 557	- 5.3

Noord-Holland: uitsplitsing per leeftijdscategorie

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
A-jeugd	1568	1289	- 279	- 17.7
B-jeugd	1732	1570	- 162	- 9.3
C-jeugd	1632	1786	+ 154	+ 9.4
D-jeugd	1641	1637	- 4	- 0.2
E-jeugd	1309	1232	- 77	- 5.8
F-jeugd	352	526	+ 174	+ 49.4
	-----	-----	-----	-----
Totaal	8234	8040	- 194	- 2.3

Zuid-Holland: uitsplitsing per leeftijdscategorie

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
A-jeugd	2325	2202	- 123	- 5.2
B-jeugd	2733	2769	+ 36	+ 1.3
C-jeugd	2615	2863	+ 248	+ 9.4
D-jeugd	2740	2796	+ 56	+ 2.0
E-jeugd	2217	2268	+ 51	+ 2.3
F-jeugd	536	808	+ 272	+ 50.7
	-----	-----	-----	-----
Totaal	13166	13706	+ 540	+ 4.1

Zuid-Nederland: uitsplitsing per leeftijdscategorie

	86	90	verschil	%
	-----	-----	-----	-----
A-jeugd	4949	4055	- 894	- 18.0
B-jeugd	5276	4614	- 662	- 12.5
C-jeugd	4883	4557	- 326	- 6.6
D-jeugd	4324	4328	+ 4	0
E-jeugd	3265	3151	- 114	- 3.4
F-jeugd	730	938	+ 208	+ 28.4
	-----	-----	-----	-----
Totaal	23427	21643	- 1784	- 7.6

Bijlage bij hoofdstuk 5 Dieptestudies

5.1 Toelichting op het vragenschema voor dieptestudies

***5.2. Overzicht van de samenstelling vergelijkingsgroepen
voor de dieptestudies***

5.3. Antwoorden van de afzonderlijke verenigingen

BIJLAGEN BIJ HOOFDSTUK 5

Bijlage 5.1. Toelichting op het vragenschema voor dieptestudies

Hieronder worden de voor de dieptestudies gebruikte vragen weergegeven, waarbij per vraag zal worden aangegeven of er een relatie is naar de overige deelonderzoeken.

A. Kenmerken van verenigingen

1. Hoe kenmerkt de vereniging zichzelf?
 2. Hoe zou de vereniging zich in de toekomst willen kenmerken?
 3. Hoe is de ontwikkeling van het ledenbestand?
 4. Welke activiteiten worden er door de vereniging aangeboden?
 5. Welke kaderlijnen worden er binnen de vereniging onderscheiden?
 6. Zijn alle professionele lijnen (zie 12) voldoende bezet?
 7. Hoe zit het met de beschikbare accommodatie?
 8. Wanneer krijgt de vereniging te maken met het meeste ledenverlies, leeftijd, sekse, tijd van het jaar, etc.?
 9. Wat is voor de vereniging de verklaring voor een extreme ledenwinst of -daling?
 10. Welke maatregelen heeft de vereniging genomen om leden te werven? Of juist om een ingezette ledendaling om te buigen? Kent de vereniging "Het oog op de open dag". Waarom wordt daar wel of geen gebruik van gemaakt? Idem voor "Als je weet wat je wilt kies je voor hockey".
- * Aanleiding tot bovengenoemde vragen over het profiel van de verenigingen: Analyse ledenontwikkeling/projectgroepoverleg/suggesties KNHB

B. Beleid

1. Als meest ruim kader voor het beleid van de hockeybond m.b.t. jeugdhockeybeleid gelden de volgende uitspraken:
 - de kwantiteit van het aantal hockeyers vergroten,
 - de kwaliteit verbeteren,
 - het plezier verhogen en
 - het gedrag (de sportiviteit) verbeteren.
- a. Kent de vereniging de uitgangspunten voor het jeugdhockeybeleid?
- b. Zo ja, hoe is men er mee bekend geraakt?
- c. Kan de vereniging de uitgangspunten van de bond onderschrijven?

- d. Hoe ervaren de mensen de afstand tussen het bureau en de verenigingen? (M.b.t. uitgangspunten, contacten e.d.).

* Aanleiding vraag: Hoofdstuk 2 Beleidsanalyse

2. In hoeverre is er bij de vereniging de behoefte en ook de mogelijkheid aan de andere lijnen een bijdrage te leveren?

* Aanleiding vraag: Hoofdstuk 2 Beleidsanalyse

De overleglijn naar de verenigingen op het bestuurlijke vlak is een georganiseerde activiteit. Echter er ontbreekt een georganiseerde professionele lijn.

3. Bestaat er binnen de vereniging een spanningsveld tussen plezier en prestatie; zo ja, hoe uit zich dat spanningsveld (komt het b.v. in bepaalde leeftijdsgroepen meer voor dan in andere) en hoe gaat de vereniging ermee om?

* Aanleiding vraag: Hoofdstuk 2 Beleidsanalyse

4. Heeft de vereniging doelen geformuleerd voor korte, middellange en lange termijn? Zo ja, hoe zijn deze doelen tot stand gekomen? Waarmee is bij het formuleren van de doelen rekening gehouden?
Is er bij het vaststellen van de doelen afgesproken op welke wijze men nagaat of de gestelde doelen zijn gehaald (evaluatie)?

* Aanleiding vraag: Hoofdstuk 2 Beleidsanalyse

Het ontwikkelen van beleid bij verenigingen krijgt onvoldoende aandacht.

5. Indien een vereniging zelf beleid wil gaan maken, welke (ondersteunende?) rol kan de bond daarbij dan vervullen?

* Aanleiding vraag: Hoofdstuk 2 Beleidsanalyse

De bond wil meer dan alleen het vervullen van randvoorwaarden. De "bottle-neck" wordt gevormd door het gegeven dat de bond beleid maakt zonder dat de verenigingen zich hieraan echt gecommitteerd voelen.

6. Op welke wijze gaan de besturen met hun kader om? (personeelsbeleid?)
Hoe kan de bond daarbij ondersteunen?

* Aanleiding vraag: Hoofdstuk 2 Beleidsanalyse

Accent in het beleid van de bond komt meer in de richting van het vervullen van de randvoorwaarden waarbinnen de verenigingen zelf hun beleid kunnen afstellen. Daarbij is een belangrijk aspect, hoe de vereniging omgaat met zijn kader.

C. Communicatie

1. In hoeverre heeft het kader binnen de vereniging de behoefte en ook de mogelijkheden aan een professionele lijn (zie A2) naar de bond een bijdrage te leveren. Zo ja, hoe zou de communicatie dan het beste kunnen verlopen?
- * Aanleiding vraag: Hoofdstuk 2 Beleidsanalyse
2. Hoe zou de vereniging de samenwerking met de bond gerealiseerd willen zien?
Hoe kijkt de vereniging aan tegen de volgende stelling:
"Uitgangspunt is dat de vereniging meer invloed krijgt op hetgeen de bond doet. Daarbij "verplicht" de vereniging zich het in samenspraak gemaakte beleid uit te voeren".
- * Aanleiding vraag: Hoofdstuk 2 Beleidsanalyse
Hoewel de bond veronderstelt aan te sluiten bij de verenigingspraktijk moet toch de vraag gesteld worden in hoeverre men op de hoogte is van de variatie aan verenigingspraktijken. Bovendien is aansluiten bij de praktijk niet een afdoende voorwaarde.
3. Hoe heeft de vereniging de informatie-voorziening georganiseerd?

Verspreiding van produkten gaat via de bestuurlijke lijn. Het is de vraag of het dan de mensen bereikt die het moet bereiken. Indien je de mensen, de gebruikers als trainers, coaches, wilt bereiken heeft dit consequenties voor de ontwikkeling van de produkten.

D. Produktontwikkeling:

1. Wil de vereniging (met name het kader) een bijdrage leveren aan het ontwikkelen van materiaal en betrokken worden bij het bepalen van de onderwerpen die in de produkten aan de orde komen. Dit met het oog op het bereiken van de uitgangspunten.
- * Aanleiding vraag: Hoofdstuk 2 Beleidsanalyse
2. Bestaat volgens de vereniging de noodzaak om nieuwe produkten te ontwikkelen? Zo ja, waarop moeten die betrekking hebben?
- * Aanleiding voor vraag: Hoofdstuk 3 enquête produktgebruik
3. Wat zijn de motieven om produkten aan te schaffen?
Waarom juist andere produkten niet?
- * Aanleiding voor vraag: Enquête/projectgroepoverleg

E. Produktgebruik:

1. Waarom worden bekende produkten niet aangeschaft, of gebruikt?
 2. Wat wordt er van het gebruik van produkten verwacht?
Is die verwachting uitgekomen?
 3. Indien "Het oog op de hockeyvereniging" is aangeschaft, is er dan een beleidsplan en activiteitenaanbod samengesteld?
Zo ja, hoe is dat gedaan? Welke rol heeft het produkt hierbij gespeeld?
 4. Indien "Hockey voor de jongste jeugd" is aangeschaft, volgt de vereniging dan het opleidingsplan, zowel inhoudelijk als organisatorisch? Waarom wel/niet?
 5. Is de vereniging erin geslaagd de Benjamins door gekwalificeerde trainers te laten trainen? Gebruiken de trainers (al of niet gekwalificeerd) "Spelen met de Benjamins"?
 6. Worden door de vereniging de regels van het Mini Hockey Plan nageleefd? Waarom wel/niet?
 7. Wordt door alle D- elftaljeugd het Hockey Diploma Programma doorlopen? Waarom wel/niet?
 8. Wordt door de vereniging het Young Stars Testprogramma aangeboden? Waarom wel/niet?
 9. Werkt de vereniging met een jeugdplan? zo ja, welke rol heeft het "Verenigings Jeugdplan" daarbij gespeeld?
 10. Houdt de vereniging een open dag in het kader van de ledenwerving? Welke rol heeft "Het oog op de open dag" daarbij gespeeld?
 11. Organiseert de vereniging promotie activiteiten? Wordt "Als je weet wat je wilt kies je hockey" daarbij gebruikt?
 12. Heeft de vereniging abonnementen voor het kader op het vaktijdschrift "Hockey"? Waarom wel/niet?
- * Aanleiding voor de onder E geformuleerde vragen: enquête produktgebruik

Bijlage 5.2. Overzicht van de samenstelling van de
vergelijkingsgroepen voor dieptestudie

	Sterke ledengroei		Sterke ledenafname	
Gebruikt veel produkten (>7)	*	Waddinxveen	*	De Dommel
	*	Kampong	*	DKS
	*	Mistral	*	HCSO
	*	Malburgen		
	*	Bommelerwaard		
Veel produkten aangeschaft/ weinig gebruik (<5)	*	Rijswijkse	*	Union
	*	Alecto	*	Hattemse
Weinig produc- ten aangeschaft (<5)	*	Bosdael	*	Tegenbosch
	*	Den Dunc	*	Hardenberg