



**Nederlandse
Ski Vereniging**

Meerjarenbeleidsplan NSKiV 2022 - 2026

De Nederlandse Ski Vereniging:

Sportbond én maatschappelijk ondernemer!



Voorwoord	3
Inleiding	4
Het domein wintersport	5
De maatschappelijke rol van sport	5
Wintertoerisme	5
Ontbundeling	6
Klimaatverandering en wintersport	7
Wintersport en Duurzaamheid	7
Ontwikkelingen in wintersportgebieden	8
Data en Privacy	8
De Organisatie	10
Terugblik	10
Strategische uitgangspunten	11
Visie, Missie, Ambitie	11
Professionele organisatie	12
Partners	12
De Vereniging: investeren in maatschappelijk en sportief rendement	14
Wintersportorganisaties	14
Instroom	14
Ontwikkeling wintersportorganisaties	14
Evenementen	15
Opleidingen	15
Maatschappelijke impact	15
Veilig Sportklimaat	15
Talentherkenning & Topsport	16
De onderneming: investeren in waarde voor wintersporters	18
Ondersteuning van de community van wintersporters	18
Verdiepen van bestaande relaties	18
Internationalisering	19
Jaarrond relevant	20
Actief buiten het domein wintersport	20
Governance	21
Vereniging en leden	21
Hoofdbestuur, commissies en vrijwilligers	21
Maatschappelijke partners en (inter)nationale Federaties	22
Code Goed Sportbestuur	22
Instituut Sportrechtspraak	22



Voorwoord

Beste Wintersporter!

Met gepaste trots presenteer ik u graag ons Meerjarenbeleidsplan 2022-2026 met de titel 'Sportbond én maatschappelijk ondernemer!'.

Terugblikkend op de afgelopen periode concludeer ik dat het ons goed gelukt is om de transitie te maken van een meer traditionele sportbond met een ledenmodel, naar een organisatie met diverse ondernemende initiatieven. Een organisatie die in staat is wintersportorganisaties, top- en wedstrijdporters en wintersporters te bereiken en te (ver)binden. We zien dit maatschappelijk ondernemerschap nog steeds als de meest kansrijke koers voor de toekomst van de Nederlandse Ski Vereniging en zullen de aankomende beleidsperiode de ingeslagen koers dan ook vooral voortzetten.

Het is en blijft onze opgave om vereniging en onderneming samen te blijven ontwikkelen zodat er duurzaam voldoende middelen beschikbaar zijn om onze *missie* te realiseren: het streven om alle wintersporters, en onze leden in het bijzonder, altijd te faciliteren bij de meest complete en meest waardevolle wintersportervaring!

Zoals u weet geloven wij dat wintersport een actieve, avontuurlijke ervaring is die energie, plezier en een gevoel van vrijheid geeft. In dit Meerjarenbeleidsplan 2022-2026 beschrijven wij hoe wij met de inzet van onze expertise en netwerk deze ervaring voor iedere wintersporter toegankelijk maken.

Ik wens u heel veel wintersportplezier!

Mirko Creijghton
voorzitter



Inleiding

De Nederlandse Ski Vereniging werkt vol overtuiging aan het voor iedereen toegankelijk maken van wintersport. We zijn een bron van informatie en vertellen graag aan iedere wintersporter hoe fantastisch wintersport is. We wijzen daarbij op alle mogelijkheden die er zijn, ook in Nederland, en zetten in op het benutten van de kracht van wintersport als bijdrage aan actuele maatschappelijke uitdagingen zoals gezondheid en vitaliteit. Wij maken dromen van talentjes waar en stimuleren tastbaar sportief resultaat. Maar bovenal zijn wij voor iedere wintersporter leverancier van geluk en plezier!

We zijn trots op wat we wintersporters te bieden hebben. Voor onze leden doen we extra hard ons best en uiteraard is iedere wintersporter bij ons altijd van harte welkom! Of je nu vakantieganger, recreant of topsporter bent, skiër, snowboarder of langlaufer, wij zetten ons samen met alle verschillende wintersportorganisaties hard in om meer wintersporters het plezier van wintersport te laten ervaren. We helpen ze antwoord te vinden op al hun vragen, we helpen ze om geïnspireerd, fit en goed voorbereid op reis te gaan. We bieden ze de mogelijkheid om via ons de plek te vinden in hun favoriete gebied en helpen ze om daar met het juiste materiaal en goed verzekerd met een gerust hart de berg af te suizen.

Als organisatie geloven we in de kracht van (georganiseerd) wintersporten en maken dat mogelijk vanuit maatschappelijk ondernemerschap. Vanuit de oorspronkelijke en meer traditionele rol als sportbond hebben we de afgelopen jaren ingezet om niet enkel aan de vraag van onze leden te voldoen, maar aan de vraag van iedere wintersporter. Door het inzetten op ondernemerschap is er veel specifieke kennis en expertise opgedaan en is een sterk netwerk van partners ontstaan. Door het nemen van deze verantwoordelijkheid zijn we in staat om wintersport via ons platform 'wintersport.nl' voor iedereen toegankelijk te maken en voor iedereen van waarde te zijn. Zo blijft het mogelijk om te investeren in de stimulering van sportdeelname, het versterken van verenigingen en wintersportorganisaties, sterk kader, talentontwikkeling en topsport.

In dit plan formuleren we de uitgangspunten voor onze koers, zodat we onze ambitie voor onze leden, klanten en partners op een duurzaam zelfstandige wijze kunnen blijven realiseren. Daarbij zijn we als organisatie marktgericht, maar worden gedreven door onze missie.



Het domein wintersport

Om onze missie en ambitie te realiseren zijn we alert op de grote ontwikkelingen en maken we bewuste keuzes over hoe wij in het belang van alle wintersporters op die ontwikkelingen kunnen inspelen. Nieuwe ontwikkelingen dienen zich regelmatig aan. We bespreken onderstaand een aantal van de grote ontwikkelingen die we op dit moment zien.

De maatschappelijke rol van sport^{1,2}

Sporten in verenigingsverband staat onder druk. Tegelijkertijd weten we dat georganiseerd sporten de maatschappelijke impact van sport ondersteunt. Sporten in georganiseerd verband heeft veel positieve effecten. Sporters sporten vaker, houden het langer vol, hebben minder blessures en het voorziet in een sociale behoefte.³

De Nederlandse Ski Vereniging is in de eerste plaats een sportbond. Elke sportbond is er mede verantwoordelijk voor om de kracht van hun sport in te zetten voor maatschappelijke doelen. Met het ondertekenen van zowel het 'Nationaal Sportakkoord' als het 'Nationaal Preventieakkoord' door NOC*NSF zijn prioriteiten gesteld welke maatschappelijke doelen (1. *Inclusief sporten & bewegen*, 2. *Duurzame sportinfrastructuur*, 3. *Vitale sport- en beweegaanbieders*, 4. *Positieve sportcultuur*, 5. *Vaardig in bewegen*, 6. *Topsport die inspireert*) de meeste impact hebben. Waar het Sportakkoord zich richt op het benutten van de kracht van sport, richt het Nationaal Preventieakkoord zich op een gezonder Nederland in 2040. Dit akkoord richt zich op de aanpak van de drie thema's (1. roken, 2. problematisch alcoholgebruik en 3. overgewicht) die samen de grootste oorzaak van ziekte vormen in Nederland.

Dit zijn doelen en ambities die we als Nederlandse Ski Vereniging onderschrijven en concreet vorm geven in wat we doen voor onze doelgroepen en in onze rol binnen het domein wintersport. Veel van de activiteiten van de Nederlandse Ski Vereniging en wintersportorganisaties raken al aan een of meer van deze thema's. Aansprekende voorbeelden binnen het domein wintersport zijn de zichtbare goede prestaties van de olympische en paralympische wintersporters in Beijing 2022, de aandacht voor de stappen die skihallen en wintersportgebieden nemen in het verduurzamen van hun energieverbruik, de beschikbaarheid van informatie en beweegprogramma's voor bijvoorbeeld scholen in samenwerking met lokale wintersportorganisaties en de ondersteuning die we verenigingen bieden bij professionalisering. We kunnen en willen meer doen. Om dat te bereiken toetsen we onze keuzes aan de bijdrage die ze leveren aan de ambities op deze thema's. Voor sportontwikkeling, top- en wedstrijd sport en ook voor onze ondernemende activiteiten.

Wintertoerisme⁴

Wintersporttoerisme groeit wereldwijd nog steeds. Het aantal wintersporters wereldwijd wordt op het moment geschat op 135 miljoen en dat aantal lijkt nog altijd te groeien. De groei wordt vooral veroorzaakt door een toename van wintersporters uit Oost-Europese landen en Azië.

¹ Bron: <https://www.sportakkoord.nl/>

² Bron: <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/convenanten/2018/11/23/nationaal-preventieakkoord>

³ Lees meer: <https://www.allesoversport.nl/thema/beleid/effecten-van-sporten-en-bewegen-in-het-human-capital-model/>

⁴ Bron: <https://www.vanat.ch/international-report-on-snow-mountain-tourism>



Rond de 50% van het aantal wintersporters wereldwijd komt uit Europa. Demografische ontwikkelingen en achterblijvende inkomensontwikkeling voor de middenklasse beperkt de verwachting dat het aantal skiërs uit westelijke landen zal groeien.

Wereldwijd is wintersport vooral een lokale aangelegenheid. Slechts 10% van het totaal aantal bezoekers aan wintersportgebieden betreft zogenaamde outbound wintersporters. In Europa liggen die verhoudingen anders. De niet alpine landen (West-Europa exclusief Frankrijk, Oostenrijk, Zwitserland en Italië) vertegenwoordigen samen ruim 30 miljoen wintersporters waarvan een groot deel graag de grens oversteekt om te gaan skiën in de Alpen.

Het Verenigd Koninkrijk en Duitsland vertegenwoordigen met afstand het grootste aantal outbound wintersporters. Met ruim 1.000.000 wintersporters vult Nederland samen met België en Zwitserland de top vijf aan.

We houden op meerdere manieren rekening met deze ontwikkelingen. In de stabiele markt in Nederland zien we vooral kansen in het verdiepen van onze bestaande relaties met Nederlandse wintersporters en het verbreden van ons aanbod zodat we van waarde kunnen zijn voor een groter deel van de Nederlandse wintersporters.

Daarnaast zien we kansen in de andere markten met een groot aandeel outbound wintersporters. Dat is dan ook de reden dat we gestart zijn met het inzetten van ons platform in de Duitse en Belgische markt. Die stap is gezet in coronatijd en resultaten zijn dus nog niet goed te beoordelen.

Ontbundeling⁵

Generieke marktplaatsen krijgen meer concurrentie van niche platforms. Voorbeelden van deze trend zijn het ontstaan van specialistische platforms, naast bijvoorbeeld eBay, die voorzien in specifieke behoeften van klanten waar een generiek platform niet rendabel in kan voorzien. Een verschijnsel dat ontbundeling genoemd wordt.

Dit is een trend die ook op boekingsplatforms van toepassing is. Niche platforms staan sterk wanneer ze in staat zijn een hoger specifiek serviceniveau te bieden. Een belangrijk deel van het verkeer op ons boekingsplatform gaat nu naar generieke platforms als Booking.com en Sunweb. We zien een kans voor onze eigen platforms om een deel van die rol, boekingen en inkomsten over te nemen.

Vooraf onze strategische keuze om ons eigenaar te voelen van de beleving van onze leden betekent dat we met onze inhoud, producten en diensten steeds beter voorzien in wintersport specifieke behoeften. Bezoekers zijn bij ons bijvoorbeeld op zoek naar een wintersportaccommodatie. We ontwikkelen voortdurend verder aan die functionaliteit om ervoor te zorgen wintersporters op ons platform beter dan op elke andere plek kunnen vinden - en boeken - wat ze zoeken.

⁵ Lees bijvoorbeeld: https://medium.com/@justinemoore_85088/disrupting-ebay-the-rise-of-vertical-marketplaces-3a7385ff07af



Klimaatverandering en wintersport⁶

Wintersport en klimaatverandering hebben duidelijk een relatie tot elkaar. De invloed van klimaatverandering is in de eerste plaats merkbaar in de lengte van het skiseizoen. Lager gelegen gebieden zien minder sneeuw en zullen in steeds meer gevallen niet langer rendabel zijn. In de tweede plaats zien ook hoger gelegen gebieden dat de sneeuwbedekking grilliger wordt.

Temperatuurstijgingen in de Alpen is absoluut merkbaar maar lijkt ongelijk verdeeld over de seizoenen. De temperaturen liggen vooral hoger in de lente en zomer. In de herfst en winter zijn de temperatuurstijgingen beperkt. Dat verklaart schijnbaar tegenstrijdige verschijnselen. Gletsjers worden buiten de winter snel kleiner maar sneeuwval en sneeuwbedekking kan nog steeds flink zijn.

Naast de ontwikkeling van het aanbod buiten de alpine landen zou ook klimaatverandering ertoe kunnen leiden dat andere gebieden die nog minder invloed ervaren van klimaatverandering, zoals bijvoorbeeld in Scandinavië vaker gekozen gaan worden als bestemming.

Klimaatverandering is een groot thema waarvan we verwachten dat het steeds meer invloed gaat hebben. Alle partijen binnen het domein wintersport zullen zich tot dit thema moeten verhouden. In de eerste plaats houden wij alle ontwikkelingen in de gaten en informeren onze leden.

Daarnaast zien we ook hier kansen. Met ons platform en netwerk in wintersportgebieden kunnen we met relatief weinig inspanning een rol spelen in een nieuw deel van het seizoen. Dat wordt ons door de aanbieders ook gevraagd. We gaan het komend jaar beginnen met pilots waarbij we ons platform inzetten voor de zomer onder de links bergsport.nl en zomersport.nl.

Wintersport en Duurzaamheid⁷

Duurzaamheid is een nog iets breder thema dan klimaatverandering. Wintersport is enerzijds een vakantie met een flinke footprint. De reis vertegenwoordigt het belangrijkste deel van de footprint en het aandeel in de uitstoot door het energieverbruik van de accommodaties, liften en sneeuwinstallaties is eveneens hoog. Die footprint is vooral te beïnvloeden door de impact van reiskilometers te beperken, energieverbruik lokaal te beperken en een groter aandeel hernieuwbare energie. De belangrijke vraag blijft altijd of het voldoende is.

Anderzijds spelen naast de footprint van wintersport voor wintersportgebieden bijvoorbeeld ook natuurbescherming en beperking van watergebruik een rol. We moeten er rekening mee houden dat overheden meer invloed zullen hebben en dat een meer bewuste consument andere keuzes maakt. De nadruk op actie ten behoeve van duurzaamheid groeit. De Verenigde Naties brengen telkens opnieuw de landen van de wereld bij elkaar om overeenstemming te bereiken over wat er gedaan moet worden. Die afspraken worden ook steeds concreter gemaakt. Op Europees niveau zijn er bijvoorbeeld al duidelijke afspraken over het streven naar 100% duurzame mobiliteit. Binnen

⁶ Bron: <https://www.vanat.ch/international-report-on-snow-mountain-tourism>

⁷ Bron: <https://www.vanat.ch/international-report-on-snow-mountain-tourism>



het domein wintersport krijgt het ook steeds meer aandacht. De FIS⁸ en Internationale Biathlon Unie⁹ hebben zich uitgesproken over hun ambities.

Wintersportgebieden investeren al jaren in natuurbescherming, verantwoord watergebruik en het beperken van hun klimaatimpact. Dat laatste vooral door het aandeel hernieuwbare energie te laten toenemen. Daarnaast neemt het aanbod aan treinreizen sinds een aantal jaren weer toe.

We volgen de ontwikkelingen in wintersportgebieden en op het gebied van mobiliteit en schrijven daar regelmatig over. Voor ons betekent het dat we concrete doelstellingen formuleren in ons duurzaamheidsbeleid voor de komende beleidsperiode. Alle wintersporters moeten in staat worden gesteld om met onze ondersteuning bewuste keuzes te maken. Wintersportorganisaties moeten we kunnen informeren en ondersteunen bij het verduurzamen van hun activiteiten.

Ontwikkelingen in wintersportgebieden¹⁰

Al langere tijd wordt er door wintersportgebieden ingezet op meer kwaliteit, beleving en duurzaamheid. Daarnaast hebben wintersportgebieden door de beperkingen in coronatijd geleerd dat de overall ervaring van klanten te verbeteren is door te sturen op bezetting. De komende seizoenen moeten uitwijzen of die ontwikkeling doorzet.

De verwachting is dat verzameling en toepassing van data om het serviceniveau te verhogen toe zullen nemen. De verschuiving van massa naar kwaliteit, beleving en duurzaamheid en meer intelligente spreiding van bezetting veroorzaakt een grotere behoefte aan data en toepasbare analyses. Wintersportgebieden zetten daarvoor steeds vaker op data gebaseerde toepassingen in. We verwachten bijvoorbeeld vaker dynamische skipasprijzen te zien. Dat is een productontwikkeling die helpt om bezetting te sturen en tegelijkertijd alleen mogelijk is door digitalisering en door gebruik te maken van inzichten uit actuele data.

Het verdiepen van onze relatie met onze leden en klanten helpt ook ons aan data en stelt ons in staat om meer zinvolle inzichten op te doen. We kunnen met die inzichten steeds beter geïnformeerd in gesprek gaan met aanbieders in binnen en buitenland én we kunnen wintersporters steeds beter op maat adviseren. Beter worden in data is een noodzakelijke voorwaarde om onze strategische keuzes in de praktijk te kunnen brengen. Dit is een speerpunt voor de komende beleidsperiode.

Data en Privacy¹¹

Als tegenhanger van toegenomen dataverzameling en digitalisering zien we dat de aandacht en maatregelen voor bescherming van de privésfeer blijven toenemen. Een ontwikkeling die soms kan botsen met het verlangen om wintersporters beter te leren kennen.

Onze strategische keuze om onze leden centraal stellen en ons eigenaar voelen van de beleving van onze leden betekent ook dat we onszelf hoge standaarden opleggen waar het zorgvuldige

⁸ Bron: <https://www.fis-ski.com/en/inside-fis/governance/sustainability>

⁹ Bron: <https://www.biathlonworld.com/about-ibu/inside-ibu/governance/sustainability/>

¹⁰ Lees bijvoorbeeld: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-04-13/the-future-of-skiing-is-digital-and-diverse-says-vail-ceo-rob-katz>

¹¹ Lees bijvoorbeeld: <https://medium.com/in-q-tel/privacy-and-data-science-protecting-sensitive-data-in-the-age-of-analytics-16791e6cd56e>



omgang met data en privacy betreft. Vertrouwen is een essentieel onderdeel van de relatie met onze leden. Deze ontwikkeling is onderdeel van het hierboven besproken speerpunt beter worden in data.



De Organisatie

De ontwikkelingen in onze omgeving zijn divers, uitdagend en gelukkig ook niet allemaal even verrassend als de uitbraak van Corona. We zijn telkens goed op de hoogte en blijken als organisatie ook goed in staat om met verrassingen om te gaan. We hebben intensief contact met onze leden, klanten, maatschappelijke en commerciële partners over de ontwikkelingen die zij doormaken. We vervullen een actieve en ondernemende rol binnen de community van wintersporters. En we vervullen een adviserende en begeleidende rol richting onze aangesloten wintersportorganisaties, opleiders, wedstrijd- en topsporters. Beide rollen dwingen ons telkens opnieuw naar de meest dringende ontwikkelingen te kijken en daar met onze organisatie een antwoord op te vinden. Corona heeft ons getest, wintersport heeft er enorme invloed van ondervonden en we hebben er zeker van geleerd maar hebben er ook op in kunnen spelen en we hebben het doorstaan. Daar mogen we trots op zijn.

Terugblik

Het 'traditionele' contributiemodel verliest ieder jaar weer een deel van zijn kracht als pijler onder de organisatie. Om onze ambities ook op lange termijn te kunnen realiseren is de afgelopen cyclus het leidend principe geweest: "veranderen, niet omdat het kan, maar omdat het moet!". De voornaamste uitkomst van die verandering is dat we niet alleen leden bereiken via het traditionele contributiemodel, maar dat we een heel groot deel van alle wintersporters in Nederland bereiken via onze platforms. We worden nu niet alleen door leden gewaardeerd, maar ook door niet-leden. Zij nemen als tevreden klant een product of dienst bij ons af. Ook bij partners is deze ontwikkeling niet onopgemerkt gebleven. Reisaanbieders, retail, merken, adverteerders en ook de buitenlandse toeristische industrie werken intensief met ons samen. Dit vormt de basis voor duurzame zelfstandigheid en dat is de afgelopen periode het voornaamste doel geweest.

Om dit te bereiken hebben we op meerdere vlakken belangrijke stappen gezet. We hebben initiatief genomen en hebben ingezet op ondernemerschap. Door de verzelfstandiging van meerdere initiatieven zijn we in staat om als onafhankelijk uitgever, zelfstandig assurantietussenpersoon en als ontwikkelaar van onze eigen digitale omgeving te opereren. Zo zijn we niet langer afhankelijk van een uitgever, een verzekeraar of een leverancier van techniek. We zijn in staat om snel, efficiënt en effectief te functioneren. Deze houding, de zelfstandigheid en onafhankelijkheid vormt de basis voor onze toekomst.

Door het nemen van deze verantwoordelijkheid zijn we in staat gebleken om wintersport via ons platform wintersport.nl voor iedereen toegankelijk te maken en voor heel veel wintersporters van waarde te zijn. Met de opbrengsten hiervan is het mogelijk gebleken om ook voldoende te kunnen blijven investeren in het versterken van verenigingen en wintersportorganisaties, in de stimulering van sportdeelname, in sterk kader, in talentontwikkeling en in topsport.

De uitkomst van deze investering is een grote mate van betrokkenheid bij onze verenigingen met voor hen de mogelijkheid een beroep te doen op hoogwaardige ondersteuning. Bovendien kunnen zij nog steeds een aanvraag indienen voor een financiële bijdrage vanuit het sportstimuleringsfonds. Honderdduizenden wintersporters hebben we gewezen op mogelijkheden om door wintersporten gezonder en vitaler te leven. Op vele scholen is aan duizenden kinderen het 'wintersport verhaal' verteld en hebben zij laagdrempelig wintersport kunnen ervaren. We hebben vele ski- en snowboardleraren geholpen aan de leukste baan. We hebben veel jonge sporters



aangemoedigd hun eigen talent te herkennen en zich door competitie te meten met anderen. We hebben topsporters geholpen het beste uit zichzelf te halen en hun dromen waar te maken.

Strategische uitgangspunten

Terugblikkend op de afgelopen periode concluderen we dat het de organisatie op veel onderwerpen goed lukt om de initiatieven te nemen die aansluiten bij de behoeften van onze doelgroepen. De aankomende beleidsperiode zullen we de door ons ingeslagen koers dan ook vooral voortzetten. We zien maatschappelijk ondernemerschap nog steeds als de meest kansrijke koers voor de Nederlandse Ski Vereniging. Het is en blijft onze opgave om vereniging en onderneming samen te blijven ontwikkelen zodat er duurzaam voldoende middelen beschikbaar zijn om de Nederlandse Ski Vereniging in mindere mate afhankelijk te maken van bijvoorbeeld subsidies. We blijven inspelen op bekende en nieuwe ontwikkelingen.

We richten ons op drie hoofddoelgroepen - wintersporters, wintersportorganisaties en top- en wedstrijdporters - die onderling duidelijk verschillen en ook raakvlakken hebben. Raakvlakken en verbondenheid betekenen dat we vanuit schaarse dagelijks keuzes moeten maken in wat we wel en niet doen. Daarbij laten we ons leiden door twee strategische uitgangspunten.

- Leden staan vooraan. Elke wintersporter en wintersportorganisatie is natuurlijk welkom om lid te worden, en lid zijn moet een heel duidelijk verschil maken. We denken altijd eerst vanuit onze leden en doen het hardst ons best voor alle wintersporters en wintersportorganisaties die bij ons zijn aangesloten.
- De relatie is veel waard. Leden komen in de eerste plaats bij ons voor inspiratie, voor antwoord en voor de producten en diensten waar ze iets aan hebben. Die relatie is ons veel waard en we voelen ons eigenaar van de beleving van onze leden. We sturen leden niet door als we ze zelf het beste kunnen helpen. Waar we onze leden wel doorverwijzen zijn we kritisch en onafhankelijk in het belang van onze leden.

Visie, Missie, Ambitie

Willen wij wintersporters daadwerkelijk faciliteren bij een optimale wintersportervaring, dan is het noodzakelijk dat wij een eigen en scherpe blik op de ontwikkelingen in de wereld van wintersport hebben, en dat wij die wereld overzichtelijk presenteren. Dit vergt een actieve houding van ons. Wij nemen daarom initiatief en stellen ons ondernemend op. We zijn een bron van informatie en vertellen graag aan iedere wintersporter hoe fantastisch wintersport is. Samen met partners en collega-wintersportorganisaties richten wij ons op onderwerpen die voor de wintersporter écht het verschil kunnen maken.

Visie

“Wij geloven dat wintersport een actieve, avontuurlijke ervaring is die energie, plezier en een gevoel van vrijheid geeft. Wij geloven dat wij met de inzet van onze expertise en netwerk dat voor iedere wintersporter toegankelijk kunnen maken”.



Missie

Onze visie bepaalt hoe wij de wereld zien en welke beslissingen wij nemen. Het is de basis voor onze missie.

“Wij streven er naar om alle wintersporters - en onze leden in het bijzonder - altijd te faciliteren bij de meest complete en meest waardevolle wintersportervaring”.

Ambitie

De uitwerking van onze missie leidt ertoe dat wij ons primair richten op drie hoofddoelgroepen: wintersporters, wintersportorganisaties en top- en wedstrijdssporters. Voor alle drie deze groepen hebben wij een stevige ambitie gedefinieerd:

Wintersporters: Wij zijn voor wintersporters de vertrouwde, onafhankelijke en onderscheidende bron van informatie over wintersport. Wij leveren voor wintersporters bovendien de beste en meest relevante producten en diensten.

Wintersportorganisaties: Wintersportorganisaties zien ons als een betrokken en deskundige partij waarmee ze graag samenwerken. Zij weten ons te vinden, omdat ze weten dat ze met onze ondersteuning hun eigen ambities kunnen realiseren.

Topsporters en wedstrijdssporters: NSKiV biedt ambitieuze, talentvolle wintersporters toegang tot de beste mogelijkheden om hun sportieve dromen waar te maken.

Professionele organisatie

Onze eigen ambitie luidt: “als medewerkers van de Nederlandse Ski Vereniging vormen wij een sterk team. Wij vertrouwen op elkaar en houden elkaar scherp. Wij zijn een fanatieke en gedreven organisatie waarin ieders bijdrage van waarde is”. Iedereen die werkt voor de Nederlandse Ski Vereniging werkt mee aan het realiseren van onze missie en het neerzetten van een duidelijk en gezamenlijk beeld van de identiteit van de Nederlandse Ski Vereniging. Daar hoort bij dat we als team telkens goed begrijpen wie we willen zijn en hoe we ons werk voor de wintersporter doen. Bovendien moeten we onszelf scherp houden zodat wat we doen ook steeds klopt met wie we willen zijn voor elk van onze doelgroepen.

Ontwikkeling van de organisatie vraagt ook om investeringen in het team. Identiteit en ambities komen zowel in ons aannamebeleid als in de opleiding en ontwikkeling van medewerkers tot uitdrukking. Werken bij de Nederlandse Ski Vereniging betekent dat je goed bent in wat je doet en je wilt blijven ontwikkelen, dat je wilt samenwerken met anderen en er plezier in hebt om wintersporters het geluk en plezier te gunnen.

Partners

Partners vervullen een bijzondere rol. Als uitgangspunt voor een samenwerking met partners geldt dat er een natuurlijke match dient te zijn vanuit de visie, missie en ambities. Zij leveren een grote bijdrage aan het bereiken van de wintersporter en versterken de impact van de Nederlandse Ski Vereniging. Bovendien moet de samenwerking gebaseerd zijn op het aan elkaar leveren van toegevoegde waarde, niet alleen in de vorm van extra (financiële) middelen, maar ook van een wederzijdse versterking op het gebied van zichtbaarheid, naamsbekendheid, imago en



kennisoverdracht. Om relevant te blijven voor onze partners is het cruciaal dat de Nederlandse Ski Vereniging de belangrijkste toegang blijft tot de Nederlandse wintersporter. Het betreft hier onder meer retailers van wintersportmateriaal, verkopers van vakanties naar de sneeuw, wintersportgebieden, toerismebureaus en materiaal- en kledingproducenten. Ook sponsoren vallen in deze categorie.

Als organisatie hebben we de komende periode speciaal aandacht voor:

- Verder doorvoeren van (maatschappelijk) ondernemerschap met als doel maatschappelijk, sportief én ondernemend rendement.
- Investeren in de relatie met onze leden (bestaande én nieuwe leden).
- Intensiveren van de relatie met ons netwerk (partners en stakeholders).
- Investeren in de opleiding en ontwikkeling van het professionele team.



De Vereniging: investeren in maatschappelijk en sportief rendement

De Nederlandse Ski Vereniging is er in de eerste plaats voor haar leden. Voor iedereen die aan wintersport doet en alle wintersportorganisaties die dat mogelijk helpen maken. We zijn er voor de enthousiaste wintersporter, voor plezier, voor de ontwikkeling van talent, voor verenigingen en kader en voor de best mogelijke ondersteuning en ontwikkeling van topsporters. De Nederlandse Ski Vereniging verbindt wintersporters, wintersportorganisaties en partners aan elkaar. Een samenwerking die de basis vormt voor zichtbaar maatschappelijk en sportief resultaat.

Wintersportorganisaties

Samen met 140 wintersportorganisaties weten we jaarlijks ruim een miljoen actieve wintersporters in Nederland te bedienen en bereiken we ruim 3,5 miljoen geïnteresseerden. We werken met onze verenigingen en institutionele leden intensief samen om elk jaar weer meer wintersporters de wintersportervaring te bieden waar ze naar op zoek zijn. We geloven in de kracht van georganiseerd sporten én in maatschappelijk ondernemerschap. Het is onze rol om aanbieders waar nodig te ondersteunen bij hun ontwikkeling tot sterke aanbieders van wintersportaanbod.

Instroom

Aan de basis staat kennismaken met wintersport en plezier. We richten ons hier vooral op de jeugd met onder meer een wintersportwiki, informatie voor spreekbeurten, lespakketten op scholen en we organiseren een tientallen keren per jaar de Wintersport Experience in samenwerking met lokale wintersportorganisaties om kinderen op een uitdagende manier in contact te brengen met wintersport. Door samenwerking versterken we elkaar en zorgen we dat deelnemers aan een activiteit weten waar ze welkom zijn als ze meer willen met wintersport.

Naast het stimuleren van instroom door samenwerking op lokaal niveau helpen we alle Nederlandse wintersportorganisaties met het bereik van ons platform wintersport.nl. Wintersport in Nederland is namelijk ook een optie. Met onze zoekmachine op de pagina Wintersport in Nederland (wintersport-in-de-buurt) vinden wintersporters eenvoudig wintersportlocaties in de buurt.

Ontwikkeling wintersportorganisaties

Sporten in verenigingsverband staat nog altijd onder druk. Tegelijkertijd zijn verenigingen een essentieel onderdeel van de sportinfrastructuur. We helpen leden bij hun ontwikkeling als wintersportorganisatie om samen die trend voor het domein wintersport te keren. We geloven dat een ondernemende instelling ook voor lokale wintersportorganisaties de beste kansen voor de toekomst biedt. We zetten in op de ondersteuning bij de ontwikkeling van wintersportorganisaties. Direct met advies, ondersteuning, en inspiratiesessies over relevante, actuele onderwerpen. Dat betekent bijvoorbeeld dat we ons voor al onze leden inspannen om ze tijdig te helpen met informatie en advies over vereniging overstijgende onderwerpen als privacy, corona, duurzaamheid, inclusiviteit en veilig sportklimaat. We helpen ze hun weg te vinden naar landelijke regelingen en werken met hen samen bij ontwikkelen van beweegaanbod en door gekwalificeerd kader op te leiden.



Daarnaast vervult wintersport.nl een belangrijke rol. Ook voor wintersportorganisaties. Het bereik van wintersport.nl van 3,5 miljoen wintersporters per seizoen helpt wintersportorganisaties vindbaar en zichtbaar te maken voor vrijwel alle wintersporters in Nederland.

Evenementen

Een belangrijke activiteit voor fanatieke wintersporters zijn natuurlijk de wedstrijden die we organiseren voor wintersporters op elk niveau. Kids Cups, NK schoolteams, NK's alpine, langlauf en snowboard, FIS-wedstrijden, Europa Cups, World Cups, en nog veel meer. Meestal onder auspiciën van de Nederlandse Ski Vereniging georganiseerd, soms door onszelf. De vereniging of accommodatie doen dan de organisatie, wij de licentie en controle. Fanatieke wintersporters kunnen zich hier meten en verder ontwikkelen. Dit is ook waar talenten opvallen en gescout worden voor de topsportprogramma's.

Opleidingen

Voor wintersporters die met al hun ervaring graag leraar willen worden om hun kennis door te geven bieden we door NOC*NSF erkende eigen opleidingen aan en helpen we geïnteresseerden hun weg te vinden naar het opleidingsaanbod. We borgen het kwaliteitsniveau van het kader in Nederland. Goed opgeleide leraren zijn belangrijk om meer wintersporters een zowel unieke als veilige wintersportervaring te laten beleven. Door wintersportorganisaties te helpen goed opgeleid kader voor de groep te kunnen zetten, ondersteunen we hen in hun product- en dienstenaanbod.

Maatschappelijke impact

Naast de maatschappelijke en sportieve impact van onze samenwerking met wintersportorganisaties kunnen wintersportorganisaties hun maatschappelijke relevantie verder vergroten door zich aan te sluiten bij lokale sport- en preventieakkoorden. We adviseren wintersportorganisaties goed te kijken naar de lokaal geformuleerde ambities en waar die raken aan de kennis, competenties en ambities van lokale wintersportorganisaties.

Veilig Sportklimaat

De maatschappij verandert en de sportwereld volgt die verandering. In het Nationaal Sportakkoord¹² wordt een inclusieve sport- en beweegcultuur nagestreefd voor iedereen die wil sporten, besturen, trainen of vrijwilliger wil zijn. Dat betekent een omgeving waarin iedereen vrij is om zichzelf uit te drukken hoe hij of zij dat wil en iedereen het gevoel heeft verbonden te zijn en erbij te horen. Daarbij komt dat sport ook voor iedereen mogelijk moet zijn en dat niemand wordt uitgesloten op basis van gender, leeftijd, etniciteit, fysieke en/of verstandelijke beperking of sociaaleconomische positie.

Op het gebied van sportontwikkeling hebben we de komende periode speciale aandacht voor:

- Kennismaking met wintersport door zoveel mogelijk jeugd en andere geïnteresseerden om de instroom bij onze aangesloten organisaties zo groot mogelijk te maken.

¹² Bron: <https://www.sportakkoord.nl/wp-content/uploads/sites/3/2020/12/Nationaal-Sportakkoord.pdf>



- Versterken van onze relaties met wintersportorganisaties door het continu blijven verbeteren van ons product- en dienstenaanbod. Hierbij zal er in het bijzonder aandacht zijn voor het verhogen van de lokale impact.
- Versterken van de positie van onze opleidingen door zowel inhoudelijke kwaliteitsverbetering, betere marketing/communicatie binnen de Nederlandse markt en meer internationale erkenning.
- Optimaliseren van onze wedstrijden en evenementen om zowel de gemiddelde wintersporter unieke ervaringen te blijven bieden als talenten de kans te geven zich verder te ontwikkelen.
- Opstellen en uitvoeren van een plan van aanpak met betrekking tot het borgen van een veilig (winter)sportklimaat.
- We informeren en ondersteunen wintersportorganisaties bij het verduurzamen van hun activiteiten

Talenterkenning & Topsport

Onze ambitie is het om sporters voort te brengen met een echte kans op aansprekende podiumplaatsen op Olympisch en Paralympisch niveau en hen zodanig te ondersteunen dat zij in staat zijn om die kansen ook werkelijk te benutten. Wij zijn continue op zoek naar verbeteringen, het moet iedere dag beter, iedere dag is het een beetje Olympische en Paralympische Spelen. De ontwikkeling van potentieel talent tot succesvol topsporter is een proces van jaren. Het is een proces van zorgvuldig selecteren, periodiseren en investeren in de leerlijnen. De “topsport omgeving” en het topsportklimaat bepalen veelal het succes en het slagen van het programma. Onze programma’s zijn dagelijks onderhevig aan vele innovaties.

Gegeven het feit dat er een veelvoud aan verschillende F.I.S. disciplines zijn en de middelen om hoogwaardige programma’s te organiseren beperkt, dienen er keuzes te worden gemaakt. We ondersteunen, tezamen met het NOC*NSF, een aantal disciplines die deel uitmaken van de TeamNL focusprogramma’s. Daarnaast creëren en ondersteunen we maatwerktrajecten voor talentvolle individuen, veelal vinden deze atleten hun basis in het buitenland.

De ontwikkeling binnen onze sporten staat nooit stil, wij zijn bereid om te leren zodat we daarna kunnen excelleren. We leggen ieder seizoen de lat hoger, kwaliteit en voortgang worden gemonitord in grafieken en volgsystemen. Dit is een “evidence based” principe voor de randvoorwaarden waarop onze programma’s zijn gebouwd. Voor de sport specifieke sneeuwtrainingen is het cruciaal dat we zoeken naar toplocaties voor benodigde courses en freestyle parken. Hier ontmoeten wij niet zelden ook de concurrent. Dat motiveert en inspireert, er vindt een onbewuste kennisdeling plaats. We hebben een intensieve samenwerking met enkele Alpenlanden. De diepere en bredere kennis in deze buitenlandse programma’s brengt ons nog dichterbij de essenties. Onze experts krijgen daarmee een groter podium in onze topsportomgeving. Een grotere inzet van innovatie op technisch, mentaal, fysiek, verzorgend medisch/paramedisch, diëtisch vlak is een noodzaak geworden voor die felbegeerde podiumplekken. Door de juiste investering in ons internationale netwerk, hebben wij bovendien toegang tot een grotere internationale kennisbank op velerlei gebied.



Daarnaast is er de afgelopen quadrennials meer geïnvesteerd in het uitwerken van prestatie analyse. Dit om nóg nauwkeuriger te kunnen bepalen welke factoren belangrijk zijn voor het succes van het individu. Prestatieanalyses geven ons de informatie die we nodig hebben om de aansluiting of voorsprong te behouden, zelfs te vergroten. We leren hierdoor ook wat de training technische strategische keuzes van de concurrent zijn, in zijn/haar voorbereiding. Dit helpt ons bepalen hoe en waar we talent nog beter kunnen ondersteunen.

Topsport zal nooit bestaansrecht hebben zonder sportontwikkeling. Hier zorgen en werken de clubs, verenigingen, vrijwilligers aan de basis voor de toekomst. Sportontwikkeling is verantwoordelijk voor het organiseren van evenementen waar sporters zich vanaf het jongste niveau kunnen ontwikkelen. Met oog voor plezier en een toenemende focus op prestaties is er voor elk niveau deelnemer een passend aanbod. Voor topsport zijn dit onmisbare evenementen om talent in beeld te krijgen en te zien ontwikkelen. Dat doen we telkens samen met onze partners, sponsors en wintersportorganisaties.

Op het gebied van topsport hebben wij de komende periode bijzondere aandacht voor:

- Uitvoeren en organiseren van topsportprogramma's en maatwerktrajecten samen met NOC*NSF.
- Investeren in kennis en expertise van de technische staf.
- Inzetten van externe expertise.
- Benadering van de programma's op basis van data analyses.
- Vergroten mogelijkheden voor het trainen in- en op topkwaliteit faciliteiten.
- Innovaties doorvoeren binnen onze topsportprogramma's en maatwerktrajecten.
- Versterken netwerk binnen de (inter)nationale topsport o.a. voor betere toegang tot materiaal en materiaalkennis
- Organisatie van nationale en internationale wedstrijden voor (top)talenten om zich te meten en zich te ontwikkelen.



De onderneming: investeren in waarde voor wintersporters

Om het maatschappelijk en sportief rendement uit sportontwikkeling en top- en wedstrijd sport mogelijk te maken is een voorwaarde dat we ondernemend succesvol zijn. Duurzame zelfstandigheid in het realiseren van onze ambities wordt mogelijk gemaakt door het rendement uit ondernemende activiteiten. Rendement dat we kunnen realiseren door van waarde te zijn voor wintersporters, hen de mogelijkheid te bieden lid te worden en toegang te bieden tot up to date kennis, producten en diensten.

De strategische uitgangspunten om leden centraal te stellen en eigenaarschap te nemen van de beleving van onze leden en bezoekers, geven richting aan de ontwikkeling van onze producten en diensten. Leden hebben een streepje voor en moeten dat duidelijk kunnen merken.

In het eerdere hoofdstuk “het domein wintersport” bespraken we al een aantal trends die het logisch maken om naast het verdiepen van onze relatie met Nederlandse wintersporters ook te kijken naar activiteiten buiten Nederland en buiten het directe domein wintersport. Deze verbreding zien we als zinvol en haalbaar omdat we al beschikken over een sterk platform met de juiste functionaliteit. Om deze verbreding van ons bereik en impact te helpen versnellen is het zinvol om te verkennen op welke manier we ruimte creëren voor investeringen.

Ondersteuning van de community van wintersporters

Met onze platforms wintersport.nl, wintersport.be, skiportal.de en wepowder.com hebben we onder wintersporters een groot bereik. Per seizoen bereiken we een community van ruim 3,5 miljoen wintersporters binnen Nederland en in totaal 5,5 miljoen wintersporters in het verzorgingsgebied van al onze platforms samen. We hebben al deze wintersporters veel te bieden.

Wintersporters vinden via onze platforms antwoord op al hun vragen. Of het nu gaat over weer, gebieden, materiaal, techniek, opleidingen, werken in de sneeuw of in contact komen met andere wintersporters. Ze vinden bij ons onafhankelijke informatie, gelijkgestemden en experts waar ze hun vragen aan kunnen stellen. Daarnaast bieden we wintersporters de mogelijkheid om op één plek op zoek te gaan naar het gebied en de accommodatie die het beste passen bij hun wensen en hebben we voor wintersporters al jaren een unieke verzekering met de beste wintersportdekking. Ook offline hebben we een breed aanbod. Inspiratiesessies, filmavonden, we publiceren boeken, het magazine en we bedenken regelmatig iets nieuws!

We streven er naar om leden altijd de meest complete en meest waardevolle ervaring te bieden.

Verdiepen van bestaande relaties

Met een groot bereik is het logisch om in de eerste plaats te kijken naar het verhogen van conversie. De vraag daarbij is hoe we voor meer wintersporters van zodanige waarde zijn dat zij bereid zijn zich bij ons aan te sluiten en meer of vaker van ons aanbod aan producten en diensten gebruik te maken.

We constateren dat ons bestaande aanbod nog altijd aantrekkelijk is voor een groep wintersporters, maar zien ook dat ons bereik veel harder groeit dan ons aantal leden. We verkennen drie manieren om toenemend bereik ook om te zetten in een groei in het aantal leden.



- Door meerdere vormen van lidmaatschap aan te bieden. Naast het bestaande lidmaatschap van de Nederlandse Ski Vereniging hebben we bijvoorbeeld een pilot lopen met Club Wintersporters. Streven is dat we uiteindelijk meerdere lidmaatschapspakketten kunnen aanbieden, elk met hun eigen inhoud, prijs en elk passend bij een eigen type wintersporter. In het pakket kun je verwachten dat we variëren in toegang tot evenementen, producten en kortingen. Dat vraagt bijvoorbeeld ook een verdere differentiatie in ons verzekeringsaanbod.
- Door te investeren in een integraal klantbeeld. Gegevens van leden zijn nu nog verspreid over verschillende databases. We kunnen leden een hoger serviceniveau bieden wanneer we al die informatie binnen één systeem kunnen beheren. Dat levert betere datakwaliteit op, minder fouten in de benadering van onze leden, meer gerichte tips, snellere en meer adequate beantwoording van vragen en stelt leden in staat om alles wat ze met ons doen makkelijk op één plek online terug te vinden en te beheren.
- Door meer eigenaarschap te nemen van de beleving van wintersporters die via ons platform een accommodatie boeken. We hebben simpelweg meer invloed op de beleving wanneer een boeking volledig op ons platform plaatsvindt. Bovendien versterkt het onze positie richting aanbieders van accommodaties. Een betere beleving en betere vergoedingen.

Om nieuwe leden te vinden is het belangrijk de verschillende lidmaatschapsvormen goed van elkaar te onderscheiden en dat ze ieder een eigen type wintersporter aanspreken. De investering in een integraal klantbeeld vraagt een investering die we over langere tijd vol moeten kunnen houden. Om die reden kiezen we zorgvuldig wat we het eerst aanpakken om investering en positieve impact op het serviceniveau gelijke tred te laten houden. Het opschuiven in de keten van boekingen betekent dat we hier met nieuwe en andere partijen relaties aan zullen gaan waarmee we deze stap kunnen zetten. Een betere beleving sluit aan bij de wens van veel wintersportgebieden en de accommodaties daar om te verschuiven van massa naar beleving, kwaliteit en duurzame relaties.

Internationalisering

Naast het verdiepen van de relatie met Nederlandse wintersporters is Internationalisering een stap waarmee we met beperkte investeringen een veel grotere community wintersporters bereiken. Met een bereik van 3,5 miljoen wintersporters in Nederland zijn we al leidend en is er relatief weinig ruimte voor groei in bereik. Net als Nederland zijn Duitsland en België grote markten met vooral outbound wintersporters. België is iets groter dan Nederland met rond de 1,5 miljoen outbound wintersporters. Duitsland is een van de grootste markten met rond de 14 miljoen skiërs waarvan een groot deel buiten het eigen land op wintersport gaat. Duitsers gaan bij voorkeur naar Oostenrijk, Italië en Zwitserland. Belgen gaan vooral naar Frankrijk op wintersport.

We zijn inmiddels gestart met het inzetten van ons platform in België met wintersport.be en in Duitsland met skiportal.de. De eerste ervaringen zijn positief maar door de start in coronatijd zijn de resultaten nog niet goed te beoordelen. De komende periode zullen we vooral inzetten op de groei van het bereik in beide landen. Dit doen we door het optimaliseren van onze organische groei en eventueel ook door op zoek gaan naar samenwerking met bijvoorbeeld de nationale wintersportorganisaties.



Jaarrond relevant

Ook in de zomer zijn de bergen een fantastische bestemming. Dezelfde accommodaties, dezelfde liften, restaurants, andere activiteiten. Vanuit onze partners in de Alpenlanden krijgen we steeds vaker de vraag of we hen kunnen helpen om ook het toerisme in de zomer onder de aandacht te brengen via onze platforms. Dat is zonder grote aanpassingen goed mogelijk en daar zullen we de komende beleidsperiode een start mee gaan maken. Deze stap vraagt relatief weinig investeringen, maar creëert mogelijk wel nieuwe opbrengsten. Het versterkt onze community met bestaande organisaties en met onze partners. We bereiken er binnen Nederland toch ook weer een nieuwe doelgroep mee.

Actief buiten het domein wintersport

In het streven naar duurzame zelfstandigheid gaan we onze specifieke kennis op het gebied van uitgeven en verzekeren inzetten om daarmee nieuwe bronnen van inkomsten te ontwikkelen. Het initiatief 'Zeker in Sport' is een goed voorbeeld van een ondernemende activiteit gericht op verzekeringsvraagstukken van collega sportbonden. In de joint venture Zeker in Sport zetten we onze unieke combinatie van kennis en expertise op het gebied van verzekeren en sport in om nieuwe verzekeringsproducten te ontwikkelen. Sportbonden kunnen deze producten via hun eigen kanalen aan hun leden aanbieden. Het creëert toegevoegde waarde binnen het lidmaatschap en biedt hen de mogelijkheid om eveneens een nieuwe bron van inkomsten te creëren. Dit kunnen we dankzij onze kennis, onze rol als bemiddelaar en de organisatie die we al hebben staan.

Dit soort dienstverlening aan derden hebben we eerder al gedaan op het gebied van uitgeven. We blijven altijd alert op nieuwe terreinen waarop onze kennis en ervaring zinvol en op een winstgevende manier ingezet kan worden.

In onze ondernemende activiteiten houden we de komende periode de focus op:

- Bereik en onze impact van onze platforms versterken en het verdiepen van de relatie met leden en groei in de ledenaantallen.
- Starten met onze pilots Internationalisering en Jaarrond relevant en het verkennen van samenwerkingsopties met nationale wintersportorganisaties in het buitenland.
- Waar zinvol winstgevend toepassen van onze specifieke kennis en expertise buiten het domein wintersport.



Governance

De Nederlandse Ski Vereniging is zowel een vereniging als een onderneming. De vereniging is de enige aandeelhouder in vrijwel alle onderdelen van de onderneming. Het hoofdbestuur is bestuurder van de vereniging en tevens toezichthouder op de onderneming. Dat legt een grote verantwoordelijkheid bij het hoofdbestuur. Het beleid wordt voorbereid door de directie van de Nederlandse Ski Vereniging. De toegenomen complexiteit van het beleid vraagt veel van een bestuur van vrijwilligers. De vraag is of het huidige besturingsmodel nog past bij de ontwikkelingen van de Nederlandse Ski Vereniging (vereniging vs. onderneming) en op welke wijze het beste invulling kan worden gegeven aan de bestuurlijke verantwoordelijkheid enerzijds en aan de verantwoording aan de leden anderzijds. De komende beleidsperiode onderzoeken we of mogelijke aanpassingen in Governance wenselijk zijn.

Vereniging en leden

Op basis van het type lidmaatschap wordt onderscheid gemaakt ten aanzien van de wijze waarop ieder lid invulling kan geven aan zijn stemrecht en zo invloed kan uitoefenen. Ereleden en Leden van Verdienste hebben direct toegang tot de Algemene Vergadering. Individuele leden hebben inspraak via een stelsel van provinciale vertegenwoordiging en leden van een aangesloten organisatie via het bestuur van die organisatie. De leden tezamen benoemen de Financiële Commissie, de Sportraad en de Commissie van Beroep Sportstimuleringsfonds.

We vinden het van belang om naast het organiseren van het stemrecht ook uitdrukkelijk de betrokkenheid en inspraak van haar leden te organiseren. In toenemende mate streven we ernaar om in een doorlopende dialoog met onze leden te zijn. We blijven inzetten op het versterken van de dialoog middels verschillende vormen van afstemming: bijeenkomsten, enquêtes, accountbezoeken, klantpanels en discussiefora.

Hoofdbestuur, commissies en vrijwilligers

De vereniging wordt bestuurd door het hoofdbestuur op collegiale basis, vanuit de besturingsfilosofie 'besturen op hoofdlijnen'. De leden van het hoofdbestuur worden benoemd door de Algemene Vergadering. Het hoofdbestuur houdt toezicht op het te voeren beleid, waarbij koersvastheid en een financieel gezonde huishouding de voornaamste aandachtspunten zijn. Voorbereiding en uitvoering van het beleid zijn gedelegeerd aan de algemeen directeur. Deze directeur is door het hoofdbestuur aangesteld voor de dagelijkse aansturing van de professionele organisatie en de uitvoering van het overeengekomen beleid.

Gezien de complexiteit van sommige onderwerpen delegeert het hoofdbestuur bestuurlijke verantwoordelijkheid aan gespecialiseerde commissies. Zo geeft de Commissie Topsport invulling aan haar gedelegeerde bevoegdheid voor alle zaken op het gebied van talentherkenning en topsport. De Sportraad richt zich op sportstimulering in het algemeen en gaat onder meer over de toekenning van bijdragen uit het Sportstimuleringsfonds.

Onmisbaar in de uitvoering van het beleid is de inzet van de vele vrijwilligers die aan de Nederlandse Ski Vereniging verbonden zijn. In directe zin zouden veel van de activiteiten niet betaalbaar zijn zonder deze vrijwillige inzet, maar zeker zo belangrijk is de enorme passie, vaak gecombineerd met veel expertise, die de vrijwilligers met zich meebrengen. De Nederlandse Ski Vereniging koestert



haar vrijwilligers. Zij zal daarom investeren in het verrijken van de kennis en expertise van deze groep mensen en zal in het bijzonder aandacht hebben voor de waardering van de vrijwillige inzet.

Maatschappelijke partners en (inter)nationale Federaties

We werken intensief samen met diverse maatschappelijk partners. Het uitgangspunt bij het aangaan van nationale samenwerking is dat deze partners ook een bijdrage leveren aan het (gezamenlijk) realiseren van de ambities in het Sportakkoord en het Preventieakkoord. Voorbeelden zijn de nationale sportkoepel NOC*NSF, het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS), de Johan Cruyff Foundation, maar ook op dit vlak met a.s.r.. Eveneens werkt de Nederlandse Ski Vereniging in relatie tot wintersport samen met instanties die veiligheid en duurzaamheid als uitgangspunten hebben, zoals VeiligheidNL.

Als nationale wintersportassociatie zijn we aangesloten bij de Fédération Internationale de Ski (FIS), en de International Biathlon Union (IBU). We zijn niet alleen deelnemer aan diverse activiteiten, wedstrijden en evenementen, maar leveren een actieve bijdrage door zelf ook organisator te zijn. Bij de FIS nemen we zelfs het initiatief om toerisme te verbinden met actieve sportbeoefening.

Mediapartners zijn belangrijk in het uitdragen en het versterken van hetgeen waar de Nederlandse Ski Vereniging voor staat. Landelijke dagbladen en televisie dragen, mede met free publicity, in grote mate bij aan het bereik en de impact die de Nederlandse Ski Vereniging nastreeft.

Code Goed Sportbestuur

Deze periode zal de vereniging dusdanig worden ingericht dat zij blijft voldoen aan de eisen die worden gesteld in de nieuwe (2021) Code Goed Sportbestuur. Dit zal mogelijk leiden tot aanpassing van de statuten en/of de werkwijze.

Instituut Sportrechtspraak

De Nederlandse Ski Vereniging is aangesloten bij het Instituut Sport Rechtspraak (ISR) en heeft haar tuchtrechtspraak met betrekking tot het overtreden van diverse reglementen (dopinggebruik, seksuele intimidatie en matchfixing) bij het instituut ondergebracht.

Op het gebied van Governance en organisatieontwikkeling richten we ons de komende periode vooral op:

- Het ontwikkelen van een toekomstbestendige organisatie met aandacht voor governance (effectieve manier invloed en toezicht), een 'veilig sportklimaat' en de implementatie van de nieuwe code Goed Sportbestuur.
- Het ontwikkelen van nieuw duurzaamheidsbeleid.
- Het evalueren en ontwikkelen van nieuw beleid ten aanzien van de omgang met data & privacy.