



Communicatieplan Duivensportbond 2024-2028



Inhoudsopgave

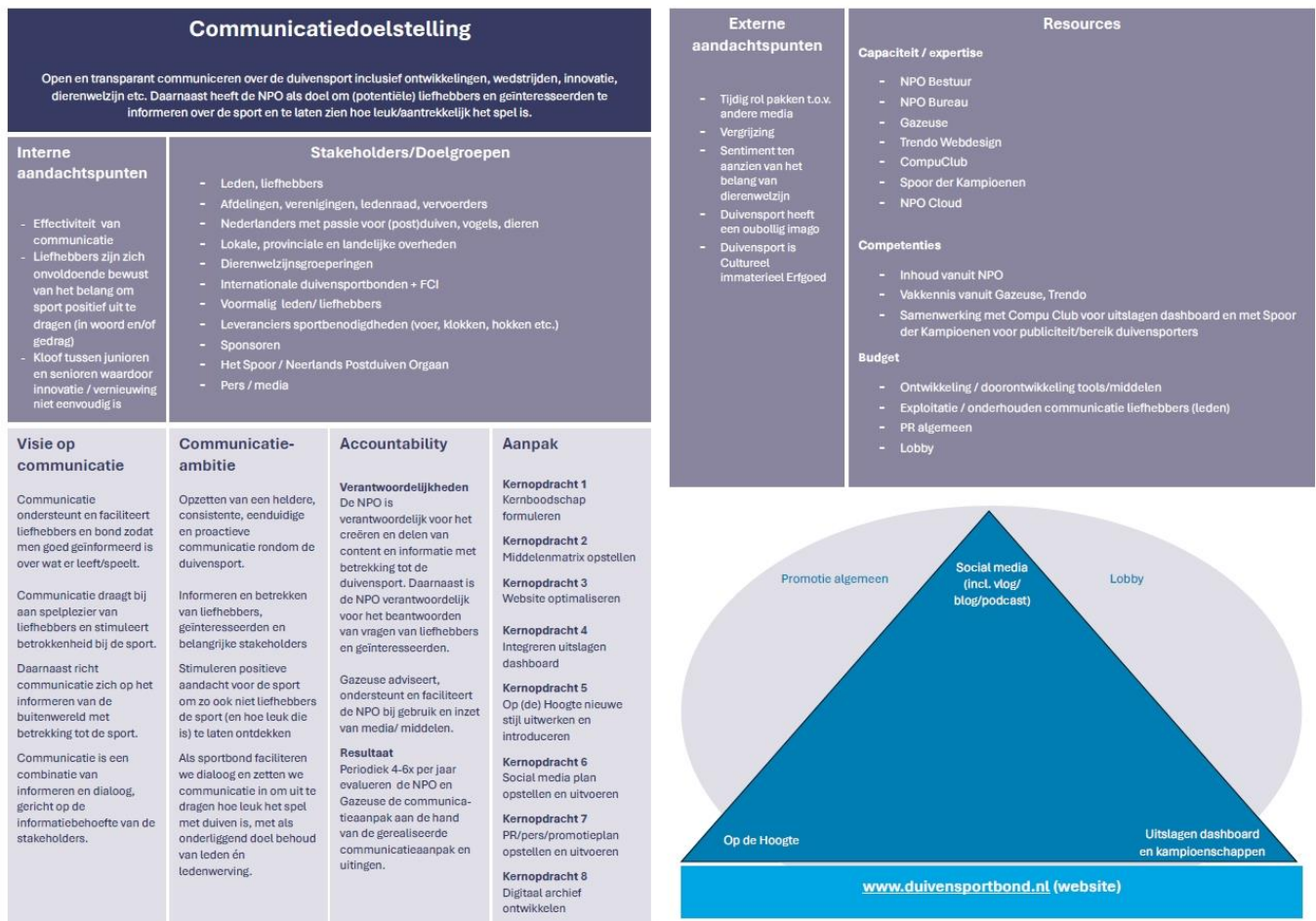
Doel en ambitie NPO.....	3
Communicatieframe.....	3
Uitgangspunten communicatie	4
Meerjarenplan.....	4
Website vormt basis	4
Doelgroepgerichte aanpak.....	4
Onbekend maakt onbemind.....	4
Visie op communicatie.....	5
Communicatie ambitie	5
Kernboodschap	5
Media en middelen	5
Planning	6
Aan de slag met kernopdrachten.....	6
Planning kwartaal 2 - 2024	6
Budget 2024	7
Evaluatie / Accountability.....	7
Bijlagen & koppelingen.....	7

Doel en ambitie NPO

De Nederlandse Duivensportbond NPO heeft de ambitie om de duivensport levend en aantrekkelijk te houden. Dit door passend beleid te ontwikkelen, wedstrijden te organiseren en de sport betaalbaar en toegankelijk te houden voor alle huidige en toekomstige beoefenaars van de sport. Dit doet men voor de Nederlandse liefhebbers, in afstemming met de FCI als internationale bond en de daarbij aangesloten buitenlandse duivensportbonden. Daarnaast heeft de NPO de ambitie om de sport uit te dragen onder geïnteresseerden en potentiële liefhebbers om hen te laten zien hoe leuk en aantrekkelijk het spel met duiven is. Dit alles met als doel de sport te behouden voor toekomstige generaties duivenliefhebbers.

Communicatieframe

Als basis voor dit communicatieplan is het communicatieframe uitgewerkt. Het communicatieframe beschrijft de uitgangspunten voor communicatie en op welke manier de communicatiedoelen gerealiseerd kunnen worden en wie of wat daarvoor nodig is. Het communicatieplan vertaalt deze doelen en uitgangspunten naar een concreet plan van aanpak.



Het communicatieframe is als bijlage toegevoegd aan dit plan. Bij de uitvoering van de acties wordt getoetst of de geplande acties aansluiten bij het communicatieplan 2024-2028.

Uitgangspunten communicatie

Meerjarenplan

We kiezen voor een gestructureerde aanpak voor meerdere jaren. Stap voor stap worden zaken opgepakt en gerealiseerd. Onderweg sturen we bij op basis van effecten, actualiteit en ontwikkelingen. De acht kernopdrachten zoals deze in het communicatieframe staan, zijn de eerste concrete acties die opgepakt worden. Zie ook hoofdstuk [Planning](#) (pagina 6) van dit plan.

Website vormt basis

De website (www.duivensportbond.nl) vormt de basis van alle communicatie. Dit betekent dat:

- informatie en nieuws altijd via de website gedeeld worden;
- andere media/middelen altijd verwijzen naar de website of via de website ontsloten worden;
- de website meerdere keren per week bijgewerkt wordt;
- de website wordt niet inzet als digitaal archief om zo de website optimaal te laten functioneren (laadtijd, vindbaarheid etc.); er komt een apart digitaal archief met stukken van Ledenraadbijeenkomsten en communicatie van het NPO Bestuur (kernopdracht 8).

Doelgroepgerichte aanpak

De duivensport heeft te maken met diverse doelgroepen en ook binnen bepaalde doelgroepen is er niet één communicatiemiddel met 100% bereik. Daarom wordt gekozen voor de inzet van meerdere media, echter altijd met de website als basis. Door media in te zetten die aansluiten bij de doelgroepen zorgen we ervoor dat alle doelgroepen bereikt worden en hetzelfde kennis/informatieniveau (kunnen) hebben. Met behulp van de media-middelen-matrix creëren we inzicht in de manier en mate waarin doelgroepen bereikt worden.

Onbekend maakt onbemind

Het is belangrijk om zichtbaar te zijn. De duivensport is een sport die buiten de beoefenaars en hun directe omgeving (te) weinig bekendheid heeft. Het is dus belangrijk om gezamenlijk (NPO, afdelingen, verenigingen en liefhebbers) de sport in woord en daad actief én positief uit te dragen. De draagt bij aan het vergroten van de bekendheid van de sport én de doelstellingen en resultaten van de NPO en de duivensport. Hierbij is het uitgangspunt van de NPO dat er helder, objectief, betrouwbaar en bij voorkeur proactief gecommuniceerd wordt. Het NPO Bestuur is er voor alle liefhebbers.

Communicatiedoelstelling

Open en transparant communiceren over de duivensport inclusief relevante ontwikkelingen, wedstrijden, innovatie en dierenwelzijn. Daarnaast heeft de NPO als doel om (potentiële) liefhebbers en geïnteresseerden te informeren over de sport en te laten zien leuk en aantrekkelijk het houden van en spelen met duiven is. De nieuwe aanpak draagt bij aan het vergroten van de bekendheid en het imago van de sport en de doelstellingen van de NPO.

Visie op communicatie

Communicatie ondersteunt en faciliteert liefhebbers en bond zodat men goed geïnformeerd is over wat er leeft/speelt. Ook draagt communicatie bij aan spelplezier van liefhebbers en stimuleert betrokkenheid bij de sport. Daarnaast richt communicatie zich op het informeren van de buitenwereld met betrekking tot de sport. Communicatie is een combinatie van informeren en dialoog, gericht op de informatiebehoefte van de stakeholders.

Communicatie ambitie

We verzorgen een heldere, consistente, eenduidige en proactieve communicatie rondom de duivensport om liefhebbers, geïnteresseerden en belangrijke stakeholders te informeren en te betrekken. Als sportbond faciliteren we dialoog en zetten we communicatie in om uit te dragen hoe leuk het spel met duiven is én we stimuleren positieve aandacht voor de sport met als onderliggend doel behoud van leden én ledenwerving.

Kernboodschap

Een kernboodschap vertelt de essentie van het verhaal van de organisatie. Het is de rode draad die in alle communicatie gebruikt wordt.

Samen bouwen we aan een aantrekkelijke en levendige duivensport gemeenschap, waar liefhebbers van alle niveaus kunnen genieten van mooie duivensport en zich kunnen verbinden. Daarnaast geven we bekendheid aan de sport om zoveel mogelijk mensen in aanraking te laten komen met de sport om zo meer mensen te interesseren voor de sport.

Media en middelen

Bij dit communicatieplan hoort een Media-middelen-matrix. Dit is een overzicht van beschikbare media en middelen om in te zetten en welke doelgroep(en) bereikt kunnen worden met bepaalde middelen/media:

Media-Middelen-Matrix											
versie 1.2 24 april 2024											
Media	Doelen		Doelgroepen				Overheid	Afdelingen/Verenigingen	Leveranciers/Sponsors	Pers	
	doel 1	doel 2	liefhebbers		niet liefhebbers						
			tot 19 jaar	19-35 jaar	36-70 jaar	70+					
website	informeren			x	x	x	x			x	
newsletter (Odl)	informeren	traffic genereren		x	x	x			x		
Instagram	informeren	betrokken	x	x	x		x			x	
Facebook	informeren	betrokken			x	x	x			x	
Twitter	informeren/actuaiteit			x	x	x	x			x	
YouTube	informeren	betrokken	x	x	x		x			x	
Radio	kennis delen		x	x	x	x		x	x		
podcast	informeren		x	x	x						
g+	interacteren		x	x	x	x	x			x	
uitlagen dashboard	informeren	beleving		x	x	x			x	x	
Doelen											
Middelen	Doelen		Doelgroepen				Overheid	Afdelingen/Verenigingen	Leveranciers/Sponsors	Pers	
	doel 1	doel 2	liefhebbers		niet liefhebbers						
pod	interactie			x	x	x					
spreekbeurtpakket	kennis delen	promotie	x								
lobby	kennis delen	afstemming regiespeling					x			x	
kennisacties	kennis delen		x	x	x	x		x	x		
congres	informeren						x	x		x	
congressenbeurs	informeren	promotie	x	x	x	x					
internationale bijeenkomsten	besluitvorming	kennis delen	x	x	x	x			x		
pers/journaal	promotie		x	x	x	x			x	x	

De Media-middelen-matrix is als bijlage toegevoegd aan dit plan: [Media-middelen-matrix concept](#).

Planning

We kiezen bij de uitvoering van het communicatieplan voor een pragmatische aanpak waarbij we stapsgewijs het plan uitwerken en implementeren, conform de vastgestelde kernopdrachten.

Aan de slag met kernopdrachten

We starten in 2024 met de volgende acht kernopdrachten:

1. Formuleren kernboodschap
2. Opstellen media-middelen-matrix
3. Optimaliseren website
4. Integreren uitslagen dashboard
5. Op (de) Hoogte nieuwe stijl ontwikkelen en uitvoeren
6. Social media plan opstellen en uitvoeren
7. PR/pers/promotieplan opstellen en uitvoeren
8. Digitaal archief Ledenraadstukken en communicatie van het NPO Bestuur ontwikkelen en ontsluiten

Na implementatie worden nieuwe kernopdrachten vastgesteld die stap-voor-stap bijdragen aan het realiseren van de communicatieambitie en -doelen.

Planning kwartaal 2 - 2024

- april uitwerken en vaststellen communicatieplan
kernopdrachten 1 + 2 + 3 uitwerken en implementatie starten
uitslagen dashboard integreren in website (kernopdracht 4)
start kernopdracht 5
- mei kernopdracht 5 uitwerken, testen en implementeren
start kernopdracht 6
periodieke evaluatie – voortgang
- juni kernopdracht 6 uitwerken en implementeren
start kernopdracht 7 + 8

Budget 2024

Dit communicatieplan is bedoeld voor de lange termijn. We stellen voor om het benodigde budget jaarlijks op te nemen in de begroting. Voor 2024 is een budget van € 16.500 beschikbaar voor de ontwikkeling, implementatie en uitvoering van het communicatiebeleid.

De hierna genoemde bedragen zijn indicatief. De werkelijke kosten zijn afhankelijk van wensen en keuzes die gemaakt worden bij de ontwikkeling en uitvoering.

Hierna volgt een inschatting van het benodigde budget voor 2024:

- | | |
|---|-------------------------------|
| ▪ Uitwerken communicatieplan + kernopdrachten 1 en 2 | € 3.000 |
| ○ planfase | |
| ○ ontwikkelfase | |
| ▪ Website optimaliseren (kernopdracht 3) | € 600 |
| ▪ NPO Uitslagen Dashboard (kernopdracht 4) | |
| ○ Kosten CompuClub | kosten derden |
| ○ Kosten integratie in website | uren Gazeuse regie/uitvoering |
| ▪ Vernieuwing Nieuwsbrief (kernopdracht 5) | € 2.200 |
| ○ Ontwikkelen nieuw format | |
| ○ Optimaliseren Mailchimp | |
| ○ Technische aanpassingen | |
| ▪ Social media plan (kernopdracht 6) | € 3.000 |
| ○ Plan uitwerken | |
| ○ Optimaliseren accounts en profielen | |
| ▪ PR/pers/promotieplan (kernopdracht 7) | € 1.800 |
| ○ Plan uitwerken | |
| ▪ Ontwikkeling + ontsluiten digitaal archief (kernopdracht 8) | € 600 |

De maandelijkse inzet van Gazeuse (voor regie en uitvoering) blijft op het bekende niveau.

Voor de nog te ontwikkelen media en middelen die nodig zijn, zorgen we per keer voor een indicatieve kostenraming, zodat bij het maken van de keuzes om iets wel/niet in te zetten ook helder is wat de kosten zijn.

- | | |
|---|---------|
| ▪ Ontwikkelen formats/materialen ¹ | € 2.500 |
| ▪ Advertentiebudget diverse media (off- en online) ¹ | € 2.500 |

Evaluatie / Accountability

Periodiek wordt gemonitord wat het (tussentijdse) resultaat is met betrekking tot de afgesproken kernopdrachten en de voortgang en realisatie van het communicatieplan.

Bijlagen & koppelingen

- Communicatieframe: communicatieframe v4.jpg
- Media-middelen-matrix: media_middelen_matrix.xlsx

¹ Indicatieve bedragen voor 2024; per jaar kunnen de bedragen fluctueren.

- Website Duivensportbond: www.duivensportbond.nl
- Uitslagen dashboard (concept): <https://automaat.compuclub.nl/dashboard/>