

STRATEGISCHE VISIE 2026



INTRODUCTIE STRATEGISCHE VISIE 2026

(Ons strategisch vertrekpunt gepubliceerd in 2020)

Durf te vernieuwen!

Met trots presenteert de KNHB de Strategische visie 2026: Nederland Hockeyland. Deze visie is gemaakt in nauwe samenwerking met verenigingen en andere betrokkenen. "Samen met de verenigingen gaan we ervoor om de hockeysport nog beter, nog leuker, nog mooier te maken", aldus KNHB-voorzitter Erik Cornelissen, die met KNHB-directeur Erik Gerritsen de nieuwe visie toelicht. Over kansen zien, durven en blijven vernieuwen. "Maar wel met behoud van het goede."

Nederland Hockeyland. Dat is de titel van de nieuwe visie. "Nederlanders houden van hockey", zo luidt de ambitie richting 2026. "Omdat ze het zelf spelen, omdat ze een functie op of rond het veld vervullen, omdat ze het een leuke sport vinden om naar te kijken of omdat ze gewoon trots zijn op de prestaties van Oranje. Hockey hoort net zo bij Nederland als onze tulpen, DJ's en Dutch Design."

"Quite a statement, dat klopt", lacht voorzitter Erik Cornelissen, geconfronteerd met laatstgenoemde vergelijking. "Het is veel veiliger om te zeggen: we willen de zesde sport van Nederland zijn. Maar ik vind: je moet ambitie hebben. Als hockeysport hebben we een unieke positie. Onze verenigingen hebben prachtige accommodaties, goede bestuurders en geweldige vrijwilligers. Laten we daar trots op zijn en de komende jaren een volgende stap zetten."

Die volgende stap is noodzakelijk, benadrukt directeur Erik Gerritsen. "Het is de laatste jaren niet meer vanzelfsprekend dat clubs groeien en alle (potentiële) hockeyers aan zich weten te binden. Dat ligt deels aan demografische ontwikkelingen, maar ook aan onszelf. Verenigingen moeten daarom actiever aan de bak. Met deze visie willen we hen inspireren om ondernemender te worden. Durf nieuwe spel- en bindingsvormen te omarmen. Start met een zomeravondcompetitie. Treed meer naar buiten, ga de wijk in. Zoek de samenwerking met clubs en organisaties in de omgeving. Durf te vernieuwen! Maar wel met behoud van het goede."

Laten we trots zijn en de komende jaren een volgende stap zetten.

Erik Cornelissen

Gezamenlijke missie

Wat is dat goede, de kracht van onze hockeysport? En wat kan er beter? Die vragen kwamen aan bod tijdens de sessies in het kader van de Strategische visie 2026. "We hebben de verenigingen en verschillende specifieke doelgroepen intensief betrokken bij het samenstellen van de visie", aldus Gerritsen. "We hebben meerdere sessies gehad met verenigingsbestuurders, KNHB- bestuurders en -medewerkers en externe experts. Daarnaast hebben we enquêtes uitgezet via een panel met specifieke doelgroepen uit de hockeysport." Denk onder meer aan (ex-)hockeyers, coaches, trainers, scheidsrechters, fans en ouders.". De input en reacties zijn gebruikt voor het bepalen van de nieuwe visie, met een gezamenlijke missie. Die luidt: *de KNHB en haar verenigingen zorgen samen voor hockeyplezier en -ontmoeting in Nederland voor hockeyers en fans*. De hockeyvereniging is daarbij de centrale ontmoetingsplaats.

"Wat vooral naar voren kwam vanuit verenigingsbestuurders is het belang van de hockeycultuur", zegt Cornelissen. "Een respectvolle hockeycultuur en een actief verenigingsleven, dat is onze grote kracht. Dat is onze basis en cruciaal voor ons succes. Verenigingen gaven tegelijkertijd aan dat we ons meer moeten openstellen, ook voor niet-traditionele hockeyfamilies."

Op de hockeyvereniging...

- is iedereen welkom en gaan we met respect met elkaar om
- zorgen we samen voor hockeyplezier en -ontmoeting
- zijn top- en breedtehockey(ers) verbonden
- staan we open voor ontwikkeling en innovatie
- stimuleren we elkaars (persoonlijke) ontwikkeling, op ieders niveau
- zoeken we samenwerking op lokaal niveau
- is sprake van diversiteit en inclusiviteit bij hockeyers, trainers/coaches, scheidsrechters, verenigingsbestuurders en andere vrijwilligers en medewerkers

Hockey moet meer een afspiegeling worden van de maatschappij.

Erik Gerritsen



Hockey volkssport?

Die roep om meer openheid is verwerkt in één van de drie thema's van de nieuwe visie: *Hockey overal van iedereen*. "We denken zelf dat we nu al heel open zijn, maar stiekem zijn de drempels in de hockeywereld nog best hoog", vindt Gerritsen. "Het mag wel een stuk toegankelijker. Dat geven verenigingen ook aan. Hockey moet meer een afspiegeling worden van de maatschappij. Daarvoor willen we meer de wijk in om activiteiten aan te bieden of nieuwe verenigingen op te richten."

Cornelissen: "Hier hebben we trouwens wel een discussie over gehad. Wil je een volkssport worden met één miljoen leden? Wij vinden: iedereen is welkom. We hebben mensen een mooie hockeycultuur, sportiviteit en respect, vrijwilligersinzet en verenigingsleven te bieden."

'Hockey overal van iedereen' gaat overigens niet alleen over diversiteit en inclusiviteit. Het gaat ook over geografische spreiding. Kan die Friese hockeyliefhebber bijvoorbeeld terecht bij een club in zijn of haar buurt? Of is er een witte vlek, waar we wellicht een hockeyvereniging kunnen oprichten om het tegelijk ook aantrekkelijker te maken voor de bestaande verenigingen en hockeyers? "Bij dit thema kijken we ook naar nieuwe spelvormen en bindingsvormen", stelt Gerritsen. "Zo willen we samen met de verenigingen inspelen op de behoeften van mensen in verschillende levensfasen. Denk bijvoorbeeld aan een Sevens-competitie, zomercompetitie of flexibeler lidmaatschappen voor reguliere breedtesportteams."

Meer energie

Het tweede thema luidt: *De energieke hockeyvereniging*. Ook hier valt nog veel te winnen, vindt Cornelissen. "We hebben fantastische accommodaties, maar die worden een groot deel van de tijd niet benut. Waarom gebruiken verenigingen die niet voor andere doelgroepen? Bijvoorbeeld voor de plaatselijke BSO, scholen uit de regio of voor ouderen die meer willen bewegen. Zulke initiatieven geven meer energie aan je vereniging. Je bereikt nieuwe doelgroepen en zorgt bovendien voor meer inkomsten. Voor veel verenigingen is dat noodzakelijk voor een gezonde begroting."

Een energieke vereniging is ondernemend en dynamisch, waarbij mensen betrokken zijn en iets willen terugdoen voor de club. "Uit de brainstormsessies kwam naar voren dat verenigingen veel belang hechten aan de vrijwilligerscultuur", vervolgt de voorzitter. "Een aandachtspunt voor de komende jaren is een goede balans tussen professioneel en vrijwillig kader. Die combinatie is een belangrijke kracht van de hockeysport."

Ook Jongens C5 verdient een goede trainer, coach en scheidsrechters.

Erik Gerritsen

Tophockey en helden

Het derde thema is: *Een sterk en gezond tophockeymodel*. "Het huidige model is te kwetsbaar, met soms meer strijd dan samenwerking tussen Hoofdklasseclubs en nationale teams", erkent Gerritsen. "Samen met de clubs werken we aan een nieuw model met een betere samenwerking. Aan de ene kant willen we dat de Hoofdklasse sterker, professioneler en aantrekkelijker wordt. Daarnaast willen we de kwaliteit en prestaties van de nationale teams verbeteren. Zijn de prestaties goed? Dan zorgt dat voor nieuwe helden, voor aandacht in de media, voor herkenbaarheid. Het zorgt dat ook mensen van buiten denken: hockey is een gave sport met goede prestaties en mooie clubs waar veel gebeurt. Daar wil ik bij horen! Als hockeyer of als fan op de tribune."

Voorwaarden voor succes

Hoe we de doelstellingen binnen de drie thema's gaan verwezenlijken? Daarvoor heeft de KNHB, wederom samen met de verenigingen, vijf kritische succesfactoren geformuleerd. Eén daarvan luidt: *Kwalitatief goede begeleiding voor elke hockeyer en hockeyactiviteit*. "Dit onderwerp kwam heel duidelijk naar voren in de gesprekken met verenigingen", zegt Gerritsen. "De afgelopen 25 jaar is ons ledenaantal bijna verdubbeld, maar het aantal trainers, coaches en scheidsrechters is bij lange na niet verdubbeld. Verenigingen hebben expliciet aangegeven dat we hier een tandje moeten bijzetten. Want ook Jongens C5 verdient een goede trainer, coach en scheidsrechters. Goede begeleiding is essentieel voor plezier in de sport. Hebben we genoeg goede trainers en coaches? Dan kunnen we meer hockeyers aan ons binden. En dat is wat we willen: hockey overal van iedereen."

Een inclusieve, open en respectvolle hockeycultuur, ook dat is een kritische succesfactor binnen het thema Hockey overal van iedereen. "Eigenlijk is dat een kritische succesfactor voor alles", meent Gerritsen. "Ook voor een sterk en gezond tophockeymodel. Er zijn soms spanningen in het samenspel tussen de Hoofdklasseclubs en de nationale teams. Maar we komen er altijd uit. Ook dát is een open en respectvolle hockeycultuur."

Een andere succesfactor die Cornelissen nog wil uitlichten is *Hockey maatschappelijk betrokken*. Cornelissen: "Als KNHB en verenigingen moeten we nog nadrukkelijker onze maatschappelijke rol oppakken. Bijvoorbeeld door kinderen via scholen of de wijk te laten hockeyen. Het gaat ons er niet eens om dat ze de rest van hun leven hockeyer zijn, al zou dat mooi zijn. Laten we er vooral voor zorgen dat kinderen bewegen, zich ontwikkelen en vaardigheden aanleren."

De laatste twee voorwaarden voor succes zijn *Een gezond fundament voor de KNHB* en *Technologie en informatie op orde*. Gerritsen: "De laatste jaren hebben we al fors geïnvesteerd in onze IT-structuur en ontsluiting van data. Dat willen we nu verder verbeteren, voor een nog betere dienstverlening op basis van kennis en data. Het helpt ons én de verenigingen om hockeyers en fans beter te bedienen."

Samen kunnen we hockey in Nederland verder laten groeien.

Erik Cornelissen



Aan de slag!

Tot slot benadrukt Gerritsen nog een belangrijk punt. “Deze Strategische visie 2026 is geen statisch document. Het is een dynamische visie, die we de komende jaren waar nodig aanpassen. De visie vormt de leidraad voor de keuzes die we maken en voor alles wat we doen. Dat werken we uit in jaarplannen met concrete doelstellingen voor de korte termijn.”

Cornelissen: “Bij sommige onderwerpen zullen we als KNHB de regie voeren. Denk bijvoorbeeld aan tophockey of het opleiden van kader. Op andere gebieden zijn we meer inspirerend en faciliterend. Zo zullen we niet tegen een vereniging zeggen: je moet nu je CO2-footprint met 30% verlagen. Wél kunnen we best practices delen op het gebied van duurzaamheid. Of wellicht kunnen we verenigingen via een sponsordeal toegang geven tot zonnepanelen.”

Tussentijds zal de KNHB verenigingen en andere betrokkenen regelmatig bevragen, stelt Cornelissen. “Zijn verenigingen tevreden over ons? Voldoen we aan de doelstellingen uit de Strategische visie en de jaarplannen?”

“We horen het ook graag als het op bepaalde punten níet goed genoeg is”, vult Erik Gerritsen aan. “Wij zijn niet bang om kritiek te krijgen. En we zijn ook niet bang om een hoge ambitie neer te leggen, waarbij het niet 100% zeker is of je het haalt. In deze Strategische visie staat waar we als hockeysport naartoe willen. Laten we daar met z’n allen voor gaan.”

Ook Erik Cornelissen is klaar voor actie. “Samen met vereniging gaan we ervoor om de hockeysport nog beter, nog leuker, nog mooier te maken. Samen kunnen we hockey in Nederland verder laten groeien, met behoud van de kernwaarden.” Op naar Nederland Hockeyland met meer zichtbaarheid van de hockeysport. Meer hockeyers. Meer helden. Meer fans. En nog meer hockeyplezier.

MISSIE EN AMBITIE 2026

Missie

De KNHB en haar verenigingen zorgen samen voor hockeyplezier en -ontmoeting in Nederland voor hockeyers en fans.

Ambitie 2026

Nederland Hockeyland

Nederlanders houden van hockey. Omdat ze het zelf spelen, omdat ze een functie op of rond het veld vervullen, omdat ze het een leuke sport vinden om naar te kijken of omdat ze gewoon trots zijn op de prestaties van Oranje. Hockey hoort net zo bij Nederland als onze tulpen, DJ's en Dutch Design.

Thema's

- Hockey overal van iedereen
- De energieke hockeyvereniging
- Een sterk en gezond tophockeymodel

Kritische succesfactoren

- Kwalitatief goede begeleiding voor elke hockeyer en hockeyactiviteit
- Een inclusieve, open en respectvolle hockeycultuur
- Technologie en informatie op orde
- Hockey maatschappelijk betrokken
- Een gezond fundament voor de KNHB

1 – HOCKEY OVERAL VAN IEDEREEN

Iedereen voelt zich welkom om te hockeyen. Verenigingen spelen hierbij een sleutelrol, maar hockey kan ook op scholen, in de wijk en via bedrijven. Hockey wordt aantrekkelijker dankzij flexibel en attractief aanbod met nieuwe spelvormen, een landelijke dekking en een nieuw bindingsmodel. Dit alles leidt tot meer hockeyers en meer fans.

Kennismaking



Alle kinderen in Nederland van 5 tot 12 jaar maken kennis met hockey op of na school, waardoor hockey wordt gezien als een mogelijke sportkeuze binnen alle gezinnen in Nederland.

 Wat willen we bereiken? • Meer hockeyers op jonge leeftijd kennis laten maken met en enthousiasmeren voor de hockeysport.	 Wie is de doelgroep? • Kinderen van 5 tot 12 jaar en hun ouders/verzorgers. Zowel algemeen als in gebieden en wijken en welstandsklassen waar nu nog nauwelijks een hockeypopulatie is.
<i>Hockey overal van iedereen – Kennismaking</i>	
 Wat gaan we doen? • Verenigingen ondersteunen bij het werven van leden op scholen en in wijken. • Hockeyprogramma's voor scholen en wijken herijken en doorontwikkelen. • Hockey in de wijk stimuleren, in samenwerking met verenigingen en scholen. • Verenigingen adviseren over de mogelijkheden van het nieuwe bindingsmodel en/of flexibel aanbod om kinderen en hun ouders/verzorgers laagdrempelig aan zich te verbinden.	 Hoe meten we succes? • Aantal nieuw geregistreerde hockeyers van 5 tot 12 jaar • Aantal verenigingen dat hockey aanbiedt op de basisschool • Aantal verenigingen dat hockey aanbiedt in de wijk

Nieuwe spelvormen



De KNHB en haar verenigingen spelen samen in op de veranderende wensen van (potentiële) hockeyers, door middel van nieuwe spelvormen en competities.



Landelijke dekking



Hockey kan overal in Nederland. Hockeyontmoeting is mogelijk op kleinere reisafstanden.



Nieuw bindingsmodel



Met nieuwe bindingsvormen – in combinatie met de huidige lidmaatschapsvormen – verbinden we meer (potentiële) hockeyers aan de hockeysport.



De laatste jaren zien we een uitstroom van hockeyers die het spel nog altijd leuk vinden, maar waarvoor het aanbod en lidmaatschap niet meer passend is. Deze groep willen we graag behouden voor de sport. Samen met verenigingen gaan we daarom flexibel hockeyaanbod en flexibele vormen van lidmaatschap aanbieden. Zo komen we tegemoet aan de wensen van deze doelgroep. En blijven hockeyers langer hockeyen, met meer hockeyplezier.

2 - DE ENERGIEKE HOCKEYVERENIGING

Een energieke hockeyvereniging streeft op een positieve en krachtige manier haar doelen na. Daarbij kijkt de vereniging verder dan alleen het (huidige) hockeyaanbod. De vereniging speelt heel gericht in op de wensen van de (potentiële) hockeyers en andere doelgroepen. Onder andere door het bieden van gemak en flexibiliteit met nieuwe spelvormen en extra diensten op en rond het hockeycomplex. De energieke vereniging vormt een sterk netwerk en is een drijvende kracht achter nieuwe verbindingen in de wijk, de gemeente en de lokale samenleving. Tegelijkertijd zorgt de energieke vereniging met een ondernemende aanpak voor een gezond financieel model.

Doelgroep centraal



Het (hockey)aanbod op de vereniging, in de sport- en blaashal en in de wijk is afgestemd op de wens van zowel huidige leden als potentiële doelgroepen.



Gezonde financiële positie



Grip op inkomsten en uitgaven binnen de vereniging geeft rust en ruimte voor ontwikkeling. Voor een gezonde financiële positie is het belangrijk om het netwerk van leden, vrijwilligers, fans en sponsors te behouden en actief uit te breiden. Daarnaast kan een vereniging zorgen voor een hogere bezettingsgraad van de accommodatie door middel van een flexibel aanbod en extra diensten. Denk bijvoorbeeld aan onderwijs, BSO, fysiotherapie, andere sporten, bibliotheek

of een ontmoetingsplek voor omwonenden. Zo vergroot de vereniging tegelijkertijd haar maatschappelijke rol in de wijk.



Actieve en betrokken vrijwilligers



De vrijwilliger is de smeerolie van elke vereniging. Daarom is het van groot belang om leden en ouders/verzorgers van leden te mobiliseren om vrijwilliger te worden en te blijven. Vrijwilligers en medewerkers zijn allemaal verbonden aan

de vereniging en voelen zich vanuit die verbinding samen verantwoordelijk. Iedereen draagt op zijn of haar eigen wijze bij aan de vereniging, het netwerk en de omgeving.



3 - EEN STERK EN GEZOND TOPHOCKEYMODEL

Tophockey floreert als er een optimale aansluiting is tussen de tophockeycompetities en Oranje. Hiervoor moeten we samen een nieuw model creëren, aangezien het huidige model te kwetsbaar is. Een succesvol tophockeymodel resulteert in een ketenreactie: sterke Hoofdklasseclubs, een sterker Oranje, meer medailles op grote toernooien, een grotere fanbase en een gezonder verdienmodel. Aandachtspunten zijn onder andere publiekswerving en marketing, speelprogramma's, talentontwikkeling en financiële aspecten. Veel partijen worden betrokken bij de ontwikkeling van dit model, waarbij de KNHB de regie kan en wil verzorgen.

Gezond samenspel tussen Hoofdklasse en Oranje



Een belangrijk speerpunt van het nieuwe tophockeymodel is meer samenwerking en evenwicht tussen Oranje en de Hoofdklasse. Onder meer op het gebied van financiën, professionaliteit, marketing, promotie, communicatie en publiek. Om te zorgen voor meer kwaliteit worden de programma's van Oranje

en de Hoofdklasse doorontwikkeld en goed op elkaar afgestemd. Een ander speerpunt is de aansluiting van de Promotieklasse op de Hoofdklasse.



Medailles op grote titeltoernooien



Een nieuw en succesvol tophockeymodel draagt bij aan het winnen van medailles op grote titeltoernooien. Dit geeft weer een boost aan de fanbase, de aanwas van nieuwe hockeyers en de aantrekkelijkheid van de hockeysport voor sponsors. Succes creëert tevens nieuwe helden, ook bij de clubs.



Wat willen we bereiken?

- Het Nederlands Elftal Heren en het Nederlands Elftal Dames behalen bij elk groot titeltoernooi de top 3.
- Er is een toenemende doorstroom van talentvolle hockeyers.
- In opleidingsteams en het Nederlands Elftal staat de individuele en collectieve ontwikkeling, zowel sportief als persoonlijk, centraal. Ieders tijd (hoe kort of lang dat ook is) bij één van deze teams is waardevol.
- Elke hockeyer en elk staflid ervaart een veilig prestatieklimaat waarin teambelang en persoonlijke vrijheid in balans zijn.



Wie is de doelgroep?

- Staf en spelers van de Nederlands Elftallen en alle opleidingselftallen
- KNHB tophockeyorganisatie

Een sterk en gezond tophockeymodel – Medailles op grote titeltoernooien



Wat gaan we doen?

- Een optimaal en kwalitatief hoogwaardig wedstrijd- en trainingsprogramma opstellen voor de Nederlands Elftallen en opleidingselftallen.
- De individuele ontwikkeling van iedere tophockeyer en staf lid centraal stellen, inclusief aandacht voor duale carrières, welzijn, de combinatie van KNHB activiteiten met overige activiteiten (clubs en/of elders), beroepsperspectief in het hockey etc.
- Een strategisch kader voor tophockey ontwikkelen, waarin de missie, visie, cultuur en waarden voor tophockey zijn vastgelegd voor de gehele tophockeylijn. Het is ieders verantwoordelijkheid dit te vertalen naar bijpassend gedrag om zo onze droom te bereiken.



Hoe meten we succes?

- Aantal medailles Nederlands Elftal Heren
- Aantal medailles Nederlands Elftal Dames
- Doorstroom talentvolle hockeyers
- Evaluaties na grote toernooien in de gehele tophockeylijn
- Halfjaarlijkse welzijnscheck in de gehele tophockeylijn

Fanbase



Met mooie wedstrijden, goede prestaties en aansprekende hockeyhelden kunnen we meer fans vermaken en enthousiast maken voor de hockeysport. Tophockey kijken is een beleving! We bouwen aan een kwalitatieve fanbase met als doel meer betrokkenheid, meer fans en meer inkomsten voor verenigingen en KNHB.



Hoogwaardige tophockey evenementen



Onze tophockey evenementen zijn een belevenis voor jong en oud, voor sportliefhebbers en hockeyfans, voor tophockeyers en breedtesporters. Tijdens elk evenement verbinden we topwedstrijden met breed toegankelijke side events voor onder andere lokale en regionale doelgroepen. Hierbij streven we naar een brede(re) afspiegeling van de samenleving: Nederland Hockeyland. Daarnaast bieden we onze partners, sponsors en suppliers een podium en brengen we maatschappelijke thema's onder de aandacht.



Wat willen we bereiken?

- Uitverkochte, kostendekkende, sfeervolle en duurzame (inter)nationale evenementen die voldoen aan de wensen en behoeften van de verschillende doelgroepen, partners, sponsors, suppliers en overheden.



Wie is de doelgroep?

- (Potentiële) hockeyers en ex-hockeyers
- (Potentiële) hockeyfans
- Algemene sportfans
- (Potentiële) partners, sponsors en suppliers
- Landelijke, provinciale en lokale overheden

Een sterk en gezond tophockeymodel – Hoogwaardige tophockey evenementen



Wat gaan we doen?

- Evenementen doorontwikkelen op het gebied van fanbeleving, entertainment, bredere toegankelijkheid, nieuwe doelgroepen, duurzaamheid en een gezonde sportomgeving.
- Evenementen conform deze doorontwikkeling en op basis van vooraf bepaalde SMART doelstellingen organiseren.
- WK 2026 Dames en Heren organiseren, in samenwerking met België.
- FIH Pro League wedstrijden en -evenementen organiseren.



Hoe meten we succes?

- Aantal bezoekers per evenement
- Tevredenheidsonderzoek per evenement onder bezoekers en betrokken partijen



KWALITATIEF GOEDE BEGELEIDING VOOR ELKE HOCKEYER EN HOCKEYACTIVITEIT



De vereniging is de plek waar iedereen plezier heeft en gestimuleerd wordt zich te ontwikkelen, ongeacht zijn of haar hockeyniveau. Door te denken en handelen vanuit de [Visie op de ontwikkeling van hockeyers](#) is er aandacht voor alle hockeyers, trainers/coaches en scheidsrechters op ieder niveau. Dit leidt tot meer plezier in de sport, waardoor hockey in de breedte groeit en de top beter wordt. De KNHB reikt de verenigingen hiervoor methodes en tools aan en verzorgt opleidingen en bijscholing.



Gratis oefenstof voor jeugdtrainers

De KNHB heeft een compleet nieuwe module ontwikkeld met gratis oefenstof voor jeugdtrainers. Hier vind je meer dan 100 verschillende oefeningen met tactische en technische uitdagingen. Want met betere trainingen, leiden we betere jeugdspelers op.

Losse oefeningen en complete trainingen

Je vindt in de module zowel [losse oefeningen](#) als [complete trainingen](#). Een complete training bestaat uit een warming-up en een aantal oefeningen. Bij elke oefening staat wat het doel is, wat je spelers leren en wat je nodig hebt qua materiaal: hoedjes, goaltjes, hesjes en het aantal ballen.

De oefeningen zijn eenvoudig uitgelegd in tekst en beeld. Ook zijn er aandachtspunten en tips voor de trainer toegevoegd. Wil je een oefenvorm makkelijker of moeilijker maken? Volg de instructies om de training op het juiste niveau te maken.

[Bekijk de oefenstof](#)

Kind in de groeispuurt? Dit moet je weten!



Wat is de groeisput? Zorgt de groeisput voor meer blessures? En zo ja: hoe kun je die voorkomen? Met deze campagne informeren we ouders en trainers/coaches van opgroeiende kinderen over het effect van de groeisput op de belastbaarheid van een kind.

[Bekijk de campagne](#)

EEN INCLUSIEVE, OPEN EN RESPECTVOLLE HOCKEYCULTUUR



In de hockeycultuur staat samen plezier beleven centraal. Plezier in het spel, met teamgenoten, tegenstanders, scheidsrechters en fans. Hockey is de verbindende factor tussen allerlei verschillende mensen, die zich betrokken voelen bij de sport, de vereniging en elkaar. Samen zorgen we voor een fijne sfeer op de vereniging. Samen verwelkomen we mensen voor wie hockey minder vanzelfsprekend is. Samen beleven we plezier aan de sport. De KNHB adviseert en inspireert de verenigingen op het gebied van [inclusie](#), [diversiteit](#), [sportiviteit](#) en [respect](#).



Wat willen we bereiken?

- Hockey in Nederland wordt toegankelijker. Een diversiteit aan mensen kan laagdrempelig, in een veilige omgeving hockeyen.
- Meer mensen voelen zich welkom in de hockeysport, gaan met respect met elkaar om en zijn betrokken bij de sport, de vereniging en elkaar.



Wie is de doelgroep?

- (Potentiële) hockeyers en hun ouders/verzorgers
- Kinderen van 5 tot 12 jaar en hun ouders/verzorgers in lage sociaaleconomische statuswijken.
- LHBTIQ+
- Culturele minderheidsgroepen
- Mensen met een verstandelijke en/of lichamelijke beperking
- Verenigingsbestuurders
- Trainers/coaches
- Scheidsrechters
- KNHB-organisatie
- Fans

Een inclusieve, open en respectvolle hockeycultuur



Wat gaan we doen?

- Bewustwording creëren bij verenigingsbestuurders en trainers/coaches om drempels te verlagen, zodat alle (potentiële) hockeyers en fans zich daadwerkelijk welkom voelen.
- Verenigingen adviseren en inspireren op het gebied van inclusie, diversiteit, sportiviteit en respect.
- Diversiteit en inclusie als vanzelfsprekend aandachtspunt meenemen en inbedden in alle werkzaamheden en proposities van de KNHB-organisatie.
- De hockeysport als toegankelijke sport positioneren.



Hoe meten we succes?

- Aantal verenigingen dat structureel beleid voert op inclusie en diversiteit van leden en vrijwilligers.
- Ontwikkeling diversiteit van het ledenbestand.
- Positioneringsonderzoek van de hockeysport.
- Aantal verenigingen dat structureel beleid voert op het gebied van sportiviteit en respect.

TECHNOLOGIE EN INFORMATIE OP ORDE



De KNHB hecht veel waarde aan een duurzame (inter)actieve relatie met verenigingsfunctionarissen, hockeyers en fans. Technologie en data spelen daarbij een belangrijke rol. Met behulp van de juiste informatie kunnen we namelijk zorgen voor relevante content op maat. Zo kunnen we elke verenigingsfunctionaris, hockeyer en fan persoonlijk bereiken, met elkaar verbinden en bedienen. Data zijn ook van belang voor het onderbouwen van beleidskeuzes en het efficiënter maken van werkprocessen binnen de KNHB. Het doen van (kwalitatief) onderzoek draagt verder bij aan een verrijking van de (kwantitatieve) data.



Jouw vereniging in beeld: Verenigingsmonitor

Sinds 2018 maken verenigingen gebruik van de Verenigingsmonitor, en met succes. Zo zijn er nu al 200 verenigingen die deelnemen aan de benchmark. Data is eigenlijk niet meer weg te denken uit de hockeysport.

De Verenigingsmonitor is een onderzoekstool die helpt om meer inzicht te krijgen op welke thema's verenigingen uitblinken en waar nog kansen liggen. De resultaten uit dit onderzoek komen samen in een Benchmark Dashboard. Met behulp van dit dashboard kunnen verenigingen zich eenvoudig vergelijken met andere verenigingen in de buurt en de eigen prestaties volgen over de tijd. Met deze data kunnen verenigingen gericht aan de slag met het maken van toekomstbestendige plannen of het herijken van bestaande plannen. Daarnaast geeft de KNHB advies hoe verenigingen op basis van deze kennis de volgende stappen kunnen zetten.

HOCKEY MAATSCHAPPELIJK BETROKKEN

Met hockey willen we landelijk, maar vooral ook lokaal een positieve bijdrage leveren aan de maatschappij. Dit doen wij als KNHB en verenigingen niet alleen. We slaan hierbij bruggen naar gemeenten, de wijk, het onderwijs, de kinderopvang, het bedrijfsleven en andere sporten, sportbonden en sportverenigingen.

(Beweeg)vaardige generatie



De KNHB is ervan overtuigd dat de (hockey)sport het vermogen heeft om kinderen te laten uitgroeien tot een (beweeg)vaardige generatie en hen op een laagdrempelige, efficiënte en gezonde manier te laten participeren in de maatschappij. De hockeyvereniging kan een ontwikkelomgeving bieden waarin elk kind meedoet, meetelt, leert en zijn of haar talenten kan ontwikkelen.



Voorleesboekje 'Stockey wil op hockey' stimuleert breed motorisch bewegen

Onze mascotte Stockey zetten we in om het belang van breed motorisch bewegen te onderstrepen. In het voorleesboekje 'Stockey wil op hockey' komt Stockey er op een speelse manier achter dat hij om goed te kunnen hockeyen, eerst goed moet kunnen bewegen. Daarom leert hij eerst rennen, rollen, springen, balanceren en kruipen.

Het voorleesboekje is speciaal ontwikkeld om ouders van jonge kinderen bewust te maken van het belang van een goede breed motorische basis. Want net als Stockey moeten ook kinderen eerst goed leren bewegen voordat zij kunnen hockeyen.

[Vraag het digitale boekje aan](#)

Verduurzaming hockeycomplexen



Om de klimaatverandering tegen te gaan, dragen wij als hockeysport een steentje bij. Dit doen we door duurzame en milieuvriendelijke oplossingen in te zetten voor onze (te bouwen of te renoveren) clubhuizen en (aan te leggen of te renoveren) velden.

Aan de slag met verduurzaming



EEN GEZOND FUNDAMENT VOOR DE KNHB



Een financieel gezonde KNHB vindt haar basis in meerdere substantiële, strategische en voor de lange termijn zeker gestelde financieringsbronnen. Daarbij heeft de KNHB continu oog voor haar toegevoegde waarde, die de bond in ruil daarvoor levert. Ook heeft de KNHB aandacht voor noodzakelijke doorontwikkeling van deze bronnen en potentiële nieuwe financieringsbronnen.

Daarnaast betekent een gezond fundament voor de KNHB een slagvaardige en wendbare organisatie. Hier werken betrokken medewerkers met veel autonomie en passie aan een bloeiende hockeysport. Dit gebeurt – waar nodig – in nauwe samenwerking met interne en externe betrokkenen.



Wat willen we bereiken?

- De KNHB heeft een voor de lange termijn verzekerde brede financieringsbasis vanuit meerdere bronnen, waaronder hockeyers, verenigingen, fans, commerciële partijen en subsidieverstrekkers.
- Door haar toegevoegde waarde is en blijft de KNHB interessant voor huidige en nieuwe financieringsbronnen.
- De maatschappelijke positie van de KNHB, de hockeysport en de hockeyverenigingen beïnvloeden en versterken.



Wie is de doelgroep?

- Verenigingen
- Hockeyers
- Fans
- Bedrijfsleven
- Overheid (rijk, provincie, gemeenten, EU)
- NOC*NSF

Een gezond fundament voor de KNHB



Wat gaan we doen?

- Bindingsmodel implementeren dat inspeelt op de behoeften van verenigingen, hockeyers en fans.
- De sterke commerciële positie continueren door middel van langetermijnrelaties met partners, sponsors en suppliers, gekoppeld aan goede activatie.
- Commerciële basis vergroten door nieuwe partners te binden en nieuwe financieringsmodellen te ontwikkelen.
- Toegevoegde waarde en kwaliteit leveren aan partners, sponsors, suppliers en subsidieverstrekkers.
- Agenderen van belangen voor de hockeysport en -verenigingen op zowel internationale, landelijke, provinciale als lokale agenda's.
- Inspelen op en beïnvloeden van internationale, landelijke, provinciale en lokale ontwikkelingen en besluitvorming.



Hoe meten we succes?

- Tevredenheid verenigingen, hockeyers en fans over de implementatie en het effect van het nieuwe bindingsmodel
- Inkomsten uit commercie, binding, subsidies, ticketing
- Toegevoegde waarde voor partners en sponsors



KNHB