



KNHB

Terugblik Strategische periode 2015-2020

Succes maken we samen!



Succes maken we samen!

Citaat Strategische Visie 2020:

Onze sport is een teamsport! Je hebt met elkaar plezier, je levert met elkaar prestaties, helpt elkaar, maakt elkaar beter en gaat met elkaar uitdagingen aan. In het veld en daarbuiten. Deze kenmerken zijn niet alleen van toepassing op het team op het veld, maar ook op de wijze waarop we onze sport organiseren.

De afgelopen zes jaar hebben we met onze verenigingen kansen gecreëerd en benut. Samen zijn we uitdagingen aangegaan. Door elkaar te helpen, maakten we elkaar sterker. Niet alleen individueel, maar ook als collectief. Zo zorgden we er in de afgelopen jaren voor dat we ons blijvend hebben kunnen ontwikkelen als speler, trainer, coach, scheidsrechter, vereniging, bond en als sport.

Plezier speelt een belangrijke rol bij alles waar we ons de afgelopen zes jaar voor hebben ingezet. Onze overtuiging is en blijft dat hoe meer plezier mensen beleven aan de hockeysport, hoe meer hockeyers en hockeyfans we kunnen binden aan en behouden voor onze sport.

MISSIE

De KNHB zorgt voor hockeyplezier en -ontmoeting in Nederland.



Ambitie 2020

Door mensen langer te binden aan de hockeysport groeien we door naar 300.000 hockeyers en 1 miljoen hockeyfans.

De afgelopen zes jaar concentreerde de strategie zich rondom vier thema's:

- Een leven lang hockey(en)
- Positieve maatschappelijke impact
- Bij de wereldtop in een wereldsport
- Toekomstbestendige financiën

Deze thema's werden ondersteund door de pijlers:

- Behoud van cultuur en hockey DNA
- De KNHB als netwerk- en service organisatie

Op de volgende pagina's blikken we met hoogtepunten terug per thema en pijler. We delen onze 'lessons learned' en sluiten af met een terugblik op de ambitie 2020.

Het hoogtepunt volgens...
Erik Cornelissen, voorzitter KNHB:

“De lancering van de Hockey Foundation in 2020. HC Feijenoord is een lokaal initiatief en een goed voorbeeld. Dit inspireerde ons en we droegen het uit richting andere steden, wat uiteindelijk resulteerde in de Hockey Foundation. Partner Rabobank pakt dit mede op, wat resulteerde in een contractverlening van 10 jaar. Deze ontwikkeling is een concreet voorbeeld hoe hockey maatschappelijk betrokken is, en in de toekomst nog meer wil zijn.”



Het hoogtepunt volgens...
Erik Gerritsen, directeur KNHB:

“De Europese Kampioenschappen 2017 in het eigen Wagener Stadion. Top en breedte gingen hand in hand. Tien dagen lang 9.500 toeschouwers op de tribune. Verbinding met de breedtesport. Side-event en breedtesportprogramma's. Alle veertien Amsterdamse en Amstelveense hockeyverenigingen hebben bijgedragen aan het succes van het toernooi. Beide Nederlands elftallen wonnen goud.”



Een leven lang hockey(en)

1. Iedereen een aanbod dat past

DOELSTELLING: Hockeyers en hockeyfans langer verbonden en betrokken houden bij de sport, met de hockeyvereniging als ontmoetingspunt. De plek waar mensen graag (blijven) komen en elkaar treffen in een geborgen omgeving waar sport centraal staat en mensen sport kunnen beoefenen en/of beleven op een wijze die aansluit bij hun behoefte.

- **Introductie Silver Cup voor Heren**
Maar liefst 80% (163 herenteams) van de mogelijke deelnemers neemt direct deel.

- **Eerste grote finaledag zaalhockeycompetities**
In Rotterdam worden alle zaalhockey-finales gespeeld op 1 dag. Een groot succes met 5.000 bezoekers.



2016

- **Nieuwe beleidslijn Jongste Jeugd**
- **Start avondcompetitie 7 tegen 7**
In midden Nederland nemen kort na de start al 40 teams deel aan deze competitievorm.
- **Eerste digitale inschrijving veldteams**

HOCKEY-VERENIGINGEN

Aantal verenigingen	
2015	318
2020	322
Aantal hockeyvelden	
2015	884
2020	930

- **Introductie Gold Cup en Silver Cup voor Dames**
- **Aantal Jong Senioren teams stijgt met 79%**

2017

- **Mijlpaal: meer dan 10.000 deelnemende teams aan de Zaalhockeycompetitie**
- **Lancering programma Boeien & Binden van jongens**



- **Start zomercompetitie voor bedrijfsteams in samenwerking met EY VODW**

2018

- **Presentatie Visie op de ontwikkeling van hockeyers tijdens Nationaal Hockeycongres**
- **Herinrichting C- en D-competities**
- **1e Deloitte Students Hockey Trophy**

LEDEN

Aantal leden	
2015	248.606
2020	241.069
Aantal actieve hockeyers	
2015	246.284
2020	238.278

Aantal jeugdleden	
2015	163.916
2020	149.330
Aantal seniorenleden	
2015	62.507
2020	70.958

Een leven lang hockey(en)



- Start campagne 6x vooruit in hockey
Inclusief landelijke ouderavond.
- Meer dan 500 studenten nemen deel aan de Deloitte Student Hockey Trophy op AH&BC

2019

- Herijking A- en B-jeugd-competities
- Introductie Ratingsysteem voor heel hockeyend Nederland

- Afgelastingen door corona

- NK Skills
In samenwerking met Team Streethockey organiseerde de KNHB de eerste NK Skills met een online bereik van:
 - Hockey.nl Instagram: 269.314 weergaven
 - Hockey.nl: 27.262 views
 - You Tube: 8.350 views

- Campagne #SamenSterker

2020

- Ontwikkeling platform voor flexibel (hockey)aanbod
- Ontwikkeling toolkit Boeien en Binden van jeugd
- Voorbereidingen toekomstbestendig bindingsmodel

TEAMS

Senioren teams (totaal)
2015 **3846** – 2020 **4082**

Trimhockey/avondcompetitie (11-11)
2015 **11** – 2020 **101**

Avondcompetitie (Sevens)
2015 **0** – 2020 **56**

Doordeweeks overdag
2015 **99** – 2020 **51**

Veteranen
2015 **984** – 2020 **1026**

Jong Senioren teams
2015 **111** – 2020 **603**

Senioren teams (reguliere competitie)
2015 **2641** – 2020 **2245**

Bekercompetitie teams
2015 **0** – 2020 **408**



Jeugd teams (totaal)
2015 **13.121** – 2020 **12.011**

Jeugd teams jongens
2015 **4.131** – 2020 **3.624**

Jeugd teams meisjes
2015 **8.865** – 2020 **8.239**

Jeugd teams mixed
2015 **125** – 2020 **148**

G + LG-hockey
2015 **99** – 2020 **101**

E+H hockey
2015 **67** – 2020 **88**

Een leven lang hockey(en)

2. Sterke verenigingen door een sterk kader



2017

- Verbetering verenigingsarbitrage: meer dan 100 CS+ docenten toegevoegd
- Introductie campagne #fluitmee



2018

- Start basisopleiding Training geven en Coachen
Meer dan 250 verenigingen melden zich aan voor de basisopleiding.
- Nieuwe structuur scheidsrechters
Hogere kwaliteit door meer samenwerking tussen districten en landelijke groepen.

BESTUURLIJK KADER

Aantal verenigingen dat heeft deelgenomen aan de strategiesessies in de periode 2015 t/m 2020: +/- 100 verenigingen

TECHNISCH KADER

Aantal opgeleide trainers/coaches 2015 t/m 2020
Basisopleiding: 7.180
HT2 JJ: 573 HT2 Elftal: 1.009
HT3: 487 HT4: 67
TM3: 21 TM4: 12
Keeperstraining introductie: 28
Keeperstraining gevorderden: 21

ARBITRAAL KADER

Aantal opgeleide Clubscheidsrechters in 2015 t/m 2020: 68.058
Aantal opgeleide Clubscheidsrechters+ in 2015 t/m 2020: 2.225

2019

- Kennisdeling tussen arbitrage en technisch kader op het hoogste niveau wordt sceptisch ontvangen, maar vervolgens positief beoordeeld
- Gratis basisopleiding Training geven en Coaching zorgt voor ruim 5.000 opgeleide trainers en coaches
- Start Kenniscentrum Training & Coaching
Met als vertrekpunt de vernieuwde opleidingsvisie.
- Videocampagne over meest voor-komende overtredingen en spelhervattingen bevordert spelregelkennis

2020

- Start ontwikkeling kwaliteitseisen leercoaches
- Digitale examinering CS opleiding
Ondanks dichte clubhuizen worden er in 2020 meer dan 5000 nieuwe clubscheidsrechters opgeleid.
- Clubscheidsrechtersmodule opgenomen in nieuwe leeromgeving
- Elektronische leeromgeving KNHB College
Bijna alle opleidingen digitaal beschikbaar.
- Succesvolle online kennissessies
Winter webinars met in totaal meer dan 1000 aanmeldingen.

Positieve maatschappelijke impact

DOELSTELLING: Hockey is een sociale, gezonde en respectvolle sport in Nederland waarmee we landelijk maar vooral ook lokaal een positieve bijdrage leveren aan de maatschappij. Dit doen we niet alleen; we slaan hierbij bruggen naar het bedrijfsleven, gemeenten, de wijk, andere sporten en sportverenigingen, scholen, burgers en overige instellingen. Hierbij is hockey onze kernactiviteit.

- **Multiculturele hockeyvereniging**
Het goede voorbeeld van HC Feijenoord wordt uitgedragen naar andere steden. Dit leidt tot oprichting van HC Rubicon in Amsterdam.

2016

2015-2020

- Focus is gebracht op dit thema en daarvoor is draagvlak gecreëerd binnen de KNHB organisatie.
- Hockeyverenigingen verzorgen ook ander aanbod, zoals hockey in de wijk.
- Verantwoordelijkheidsbesef is geland.



- **Urban Hockey Experience Amsterdam**
Tijdens de EK zijn er evenementen door heel de stad, met een bereik van 6.700 kinderen en 120 docenten.

- **Start pilot de Groene Club: verduurzaming sportaccommodaties**

2017

- **Rookvrij sportterrein**
De KNHB ondertekent de alliantie voor een Rookvrije Generatie en stimuleert verenigingen rookvrij te zijn.

- **Campagne Blijf Helder**
Voor betere handhavingsregels op sportverenigingen. Verenigingen krijgen handvatten aangereikt om een verantwoord alcoholbeleid op te stellen.

- **Aanvoerders dragen aanvoerdersband in regenboogkleuren rond Coming Out Day**

- **Vervolg Urban Hockey Experience**
Het succes van de evenementen in Amsterdam krijgt een landelijk vervolg, onder meer in Breda. 2.782 kinderen nemen deel aan 13 verschillende activiteiten.

2018

- **De gezonde sportkantine**
Door o.a. de activiteiten van Teamfit zijn ruim 100 hockeyverenigingen actief met gezonde voeding in het clubhuis. (135 in 2020)



- **250 verenigingen deels of geheel rookvrij**
112 verenigingen zijn geheel rookvrij, 138 verenigingen hebben rookafspraken.

- **Lancering Hockey Foundation**
Met dit maatschappelijke initiatief willen we hockey nóg toegankelijker en inclusiever maken.

2020

- **Energiescan**
De KNHB brengt eenvoudige maatregelen om duurzaam accommodatiebeheer onder de aandacht van de verenigingen. Hierna maken 70 verenigingen een plan van aanpak tot verduurzaming.

- **Samenwerking met SportStroom**
Verenigingen kunnen via SportStroom een beroep doen op een kosteloos begeleidingstraject verduurzaming via NOC*NSF.

Bij de wereldtop in een wereldsport

DOELSTELLING: Hockey is een wereldsport. Een sterke nationale én internationale competitie maakt ons sterker; zowel op sportief gebied als financieel als in de media. We blijven ons inzetten om wereldtop-talent te ontwikkelen, structureel bij de wereldtop te horen en hockey internationaal groter, breder en beter te maken.



- Oranje Heren pakken goud, Oranje dames winnen zilver op EK



2015

- Organisatie 3 internationale jeugdhockeytoernooien
 - Volvo Invitational Tournament U21 voor Jong Oranje Dames & Heren
 - Volvo 6-nations Tournament Boys U21



- Zilver voor Oranje Dames tijdens Olympische Spelen, Heren worden 4e in Rio de Janeiro



2016

- Aanstelling prestatie manager en talentcoördinator

- Rabo EuroHockey Championships in Wagener Stadion

Zowel de Oranje Heren als de Oranje Dames winnen goud.



- Rabo Super Serie 2017 Interlandwedstrijden op 4 verenigingen in het land, in samenwerking met Rabobank.

- Ontwikkeling scoutingtool bij KNHB-jeugdteams

2017

- Inzet videoscheidsrechter in play-offs
Tijdens de finales van de play-offs van de Hoofdklasse zet de KNHB voor het eerst de videoscheidsrechter in.



Bij de wereldtop in een wereldsport



- Goud voor Oranje Dames, zilver voor Heren op WK



2018

- Rabobank Hockey Champions Trophy in Breda
De Oranje Dames winnen goud, de Heren pakken brons.



- Invoering promotieklasse
- Succesvol bid EK 2021

- Start FIH Pro League
De Oranje Dames winnen de eerste editie, de Heren worden derde.



- Europees Kampioenschap Antwerpen: Dames pakken goud, Heren brons



- Visie op ontwikkeling van hockeyers
Concrete doorvertaling van de visie in de ontwikkeling van nationale jeugdteams.

2019

- Development traject EHF-KNHB
Met de focus op Twinning, ParaHockey en Youth Leadership.
- 3 Nederlandse scheidsrechters en officials aangewezen voor Olympische Spelen 2020



- Kick-off Twinning
14 Europese 'hockey-ontwikkelingslanden' verbinden zich aan Nederlandse hockeyverenigingen vanuit het Development traject EHF-KNHB

- Olympische Spelen 2020 uitgesteld

2020

- FIH Pro League wedstrijden in voorjaar afgelast, in najaar met beperkende maatregelen wel gespeeld
- Start project 'naar een nieuw tophockeymodel'

Toekomstbestendige financiën

DOELSTELLING: Hockey blijft een financieel gezonde sport in de veranderende maatschappij door ons financieringsmodel slim te vernieuwen. Hierbij kijken we naar de economische waarde van onze sport (op macro- en microniveau), maar ook naar het potentieel van de maatschappelijke waarde.



- Renovatie hoofdtribune Wagener Stadion



- Deloitte en ONVZ nieuwe official partners KNHB

- Opening nieuwe hoofdtribune Wagener Stadion

- Contract official partner Auping verlengd

- Project Rabo Verenigingsondersteuning

- Actie Volvo Clubbonus
110 verenigingen bemachtigen deze bonus van 1.000 euro in 2019.

official partners Koninklijke Nederlandse Hockey Bond



Toekomstbestendige financiën



- Rabo Fandag met meer dan 40 internationals en 500 kinderen
- Rabo Oranje Lounge tijdens EK in Antwerpen voor internationals en ouders
- ONVZ grippodium bij Pro League: Internationals plaatsen grip op hockeysticks van kinderen

2019

- Partnerreis naar EK in Antwerpen met meer dan 15 vertegenwoordigers
- Contract official partner adidas verlengd met 4 jaar
adidas komt eens in 2 jaar met nieuw Oranjetenue en biedt teamwear aan voor verkoop in KNHB webshop.

2015-2020

- Meer (online) contact met verenigingen door de afdeling Financiën helpt verenigingen in het waarmaken van toekomstbestendige financiën.

2020

- Contract met Rabobank met 10 jaar verlengd
Rabobank verbindt zich ook aan Oranje, evenementen en de Hockey foundation.

- Contract met Volvo verlengd met 4 jaar
- Sportstroom wordt supplier van KNHB

- Er werd binnen de verschillende sponsorships ook gekeken of er naast de financiële ondersteuning aan de KNHB ook op verenigingsniveau vruchten geplukt konden worden: Phillips, Auping, Volvo, Sportstroom etc.

- Veel mensen verwachtten in 2014 dat de KNHB niet in staat zou zijn de commerciële inkomsten op 4 miljoen te houden, we zijn naar structureel 5 miljoen gegroeid.



De KNHB als netwerk- en serviceorganisatie

DOELSTELLING: De KNHB zal continu toegevoegde waarde moeten en willen blijven leveren aan alle betrokkenen en daarmee haar rol en positie legitimeren. Samenwerking en verbinding zijn daarbij essentieel. Dit vraagt om een flexibele organisatie die in staat is om projectmatig te werken.



2015-2020

Van kennisorganisatie (zenden) naar (meer) marktgerichte organisatie.



2015

- Professionalisering competitie organisatie (2015-2017) met name op districtsniveau

2017

- **Intensivering verenigingsdienstverlening**
Elke vereniging krijgt een accountmanager als vast aanspreekpunt.
- **KNHB nieuwe stijl: van aanbodgericht naar vraaggericht opereren**
Veranderagenda richting 2020 wordt met TEN HAVE Change Management uitgewerkt, vastgesteld en doorvertaald naar de organisatie(structuur).
- **Lancering vernieuwde website knhb.nl**

2018

- **Accountmanagers halen wensen en behoeften van 240 verenigingen op**
- **Inventarisatie behoeftes doelgroepen hockeyers 16-25 jaar, hockeyers 35-45 jaar en fans**
- **Ontwikkeling en lancering Verenigingsmonitor**
- **Ledenenquête wordt beschikbaar gesteld voor verenigingen**
- **Invoering AVG: Ondersteuning voor verenigingen bij overgang naar nieuwe privacyregels**

De KNHB als netwerk- en serviceorganisatie



TEVREDENHEIDS- ONDERZOEK 2020:

Algemene tevredenheid stijgt van een 7,3 in 2019 naar een 7,6

Score kernwaarden 2020:

Betrouwbaar: 7,9
Deskundig: 7,8
Met passie: 7,5
Resultaatgericht: 7,0
Vernieuwend: 6,6

Aantal verenigingen dat de Verenigingsmonitor heeft ingevuld:

2018: 155
2019: 108
2020: 179

- Fysieke bijeenkomsten maken plaats voor online ontmoetingen

Nationaal Hockeycongres in januari 2020 is laatste fysieke bijeenkomst, webinars zorgen voor kennisdeling en verbinding.

2019

- Tevredenheidsonderzoek: KNHB scoort gemiddeld 7,3, kernwaarden betrouwbaarheid en deskundigheid als hoogste beoordeeld
- Bondsapplicatie Hockeyweerelt gereed

2020

Aantal deelnemers NHC
2015: 648
2016: 471
2017: 451
2018: 314
2019: 344
2020: 341



Behoud van cultuur en hockey DNA

DOELSTELLING: Hockey is een sport met een bijzonder karakter. Een sport waar normen en waarden hoog in het vaandel staan en waar sportiviteit en respect, maar bovenal plezier in het hockey de boventoon moet blijven voeren. We blijven ons inzetten voor een sportomgeving waar iedere sporter zich op zijn of haar gemak voelt en zichzelf kan zijn.

- **Lancering campagne Sportiviteit & Respect**

Online video's, thema-avonden en workshops informeren ouders over hun rol op en rondom het sportveld.

2015

- **Diverse campagnes en activiteiten rond Sportiviteit & Respect**

De campagnes 'Het begint bij jou' en 'Hockey voor iedereen' worden ondersteund door het programma Veilig Sportklimaat.

2016
2017

- **Start campagne De Blauwe Kaart**

160 verenigingen nemen deel aan deze campagne tegen verzuim op en rond de velden.

Aantal deelnemende verenigingen groeit naar 200 in 2019.

2018



2019

- **Boekje Drie hoeraatjes voor hockey**

Brengt jonge hockeyers kennis bij van de spelregels.

2020

- **Boekje Welkom op het hockeyveld**

Visie op hockeyers vertaald naar ouders van beginnende hockeyers.

- **Opzet campagne Dát is Hockey!**

Vanwege stilgelegde competitie is de lancering van deze campagne uitgesteld naar 2021.

Onze verenigings- en hockeycultuur blijft een belangrijke bouwsteen voor succes.

Hockey wordt steeds meer toegankelijk maar blijft door de 'buitenwereld' gezien worden als een sport met een eigen veilige cultuur.

Lessons learned

Naast de hoogtepunten delen we ook graag wat we hebben geleerd. Deze inzichten nemen we mee in de volgende strategische periode.



Een leven lang hockey(en)

- Steeds meer (potentiële) leden hebben behoefte aan flexibel sport/hockeyaanbod.
- Aan de introductie van nieuwe hockey- en bindingsvormen gaat jarenlange focus vooraf.
- Ledenwerving en -behoud verdient structureel aandacht.
- Doelgroepenstrategie op hockeyers en fans uitsplitsen naar kanaal is effectief.
- Er zijn meer gediplomeerde trainers nodig bij de jeugd.

Positief maatschappelijke impact

- Het is een uitdaging om een positieve maatschappelijke bijdrage met hockey en door hockeyverenigingen in de praktijk te brengen.
- De rol van de KNHB is inspirator en aanjager, de duurzame maatschappelijke impact wordt uiteindelijk door de verenigingen gerealiseerd.

Bij de wereldtop in een wereldsport

- Er is een nieuw tophockeymodel nodig, want het huidige tophockey- en samenwerkingsmodel is niet meer duurzaam.
- Een event in een hockeyambiance (EK 2017) kan net zo mooi zijn als een event in een voetbalstadion (WK 2014) en kan bovendien vaker voorkomen en moet dus onze focus hebben.
- Als KNHB moeten we een grotere rol pakken bij de ontwikkeling naar topcoaches.
- De huidige mogelijkheden en structuur van de ontwikkeling van topscheidsrechters zijn niet geschikt.

Toekomstbestendige financiën

- Een KNHB Businessclub opzetten is wat anders dan op clubniveau lokale ondernemers verbinden en vraagt dus een langere en diepgaander voorbereiding dan gedacht.
- Inkomsten vanuit hockeyers is het meest duurzame en toekomstbestendige bestandsdeel voor zowel verenigingen als de KNHB.
- Van relatiemanagement naar sales is een volgende belangrijke stap.

De KNHB als netwerk- en service-organisatie

- Professionalisering van competitieleiders leidt tot betere facilitering van de veldcompetitie en betere ondersteuning van verenigingen.
- Liever uitproberen dan langdurig werken aan lancering van een perfect product.

Behoud van cultuur en Hockey DNA

- Het is lastig om kleur te bekennen, daarin iedereen toe te laten maar ook de cultuur die jouw sport jouw sport maakt te behouden.
- Door het DNA iets meer los te laten, kan de volgende stap naar inclusiviteit/toegankelijkheid gemaakt worden.
- Ook de hockeycultuur kent meerdere culturen.

Terugblik op de Ambitie 2020

'Door mensen langer te binden aan de hockeysport groeien we door naar 300.000 leden en 1 miljoen hockeyfans.'

Tijdens de strategische periode 2015-2020 is 'leden' aangepast naar 'actieve hockeyers', omdat dit de ambitie beter verwoordt. Maar ook deze formulering blijkt niet duidelijk genoeg te zijn. Want wat is een actieve hockeyer? En wanneer is iemand een hockeyfan?

Er zijn niet alleen veel verschillende hockeyers (zoals competitiespelers, trainingsleden, trimhockeyers en bedrijfshockeyers), maar ook veel verschillende hockeyfans:

ouders van spelers, tv-kijkers, bezoekers van evenementen zoals het EK en volgers op sociale media. Het was zaak te bepalen op basis van welke contactmomenten een contact tot een specifieke doelgroep behoort. Dat hebben we gedaan door onze datastructuur onder de loep te nemen.

Het aantal actieve hockeyers staat eind 2020 op 238.278. Dit betreft het totaal aantal leden exclusief de niet spelende leden. Daarnaast verzamelden we meer dan een miljoen profielen van (potentiële) hockeyfans. Vanaf nu kunnen we ons steeds meer richten op groei-doelstellingen per doelgroep, door bijvoorbeeld gebruik te maken

van activatiecampagnes. Door de inrichting van de datastructuur kunnen we daarmee aan het werk.

De nieuwe contactmogelijkheden moeten ertoe leiden dat sporters en betrokkenen op laagdrempelige wijze langer aan de hockeysport en verenigingen verbonden blijven. Met de verzamelde data kunnen we actieve hockeyers gericht sportaanbod bieden, bijvoorbeeld via het nieuwe initiatief Flexhockey. Maar ook fans kunnen we ervoor interesseren om bijvoorbeeld een rol als vrijwilliger bij een vereniging op te pakken. En vanzelfsprekend willen we jeugd en senioren verleiden om onze sport eens te proberen.

NAAR 1 MILJOEN HOCKEYFANS





KNHB

KNHB • Orteliuslaan 1041 • 3528 BE Utrecht • knhb@knhb.nl • www.knhb.nl

Fotocredits: Bart Scheulderman, Koen Suyk, Ron Jonker, Willem Vernes

