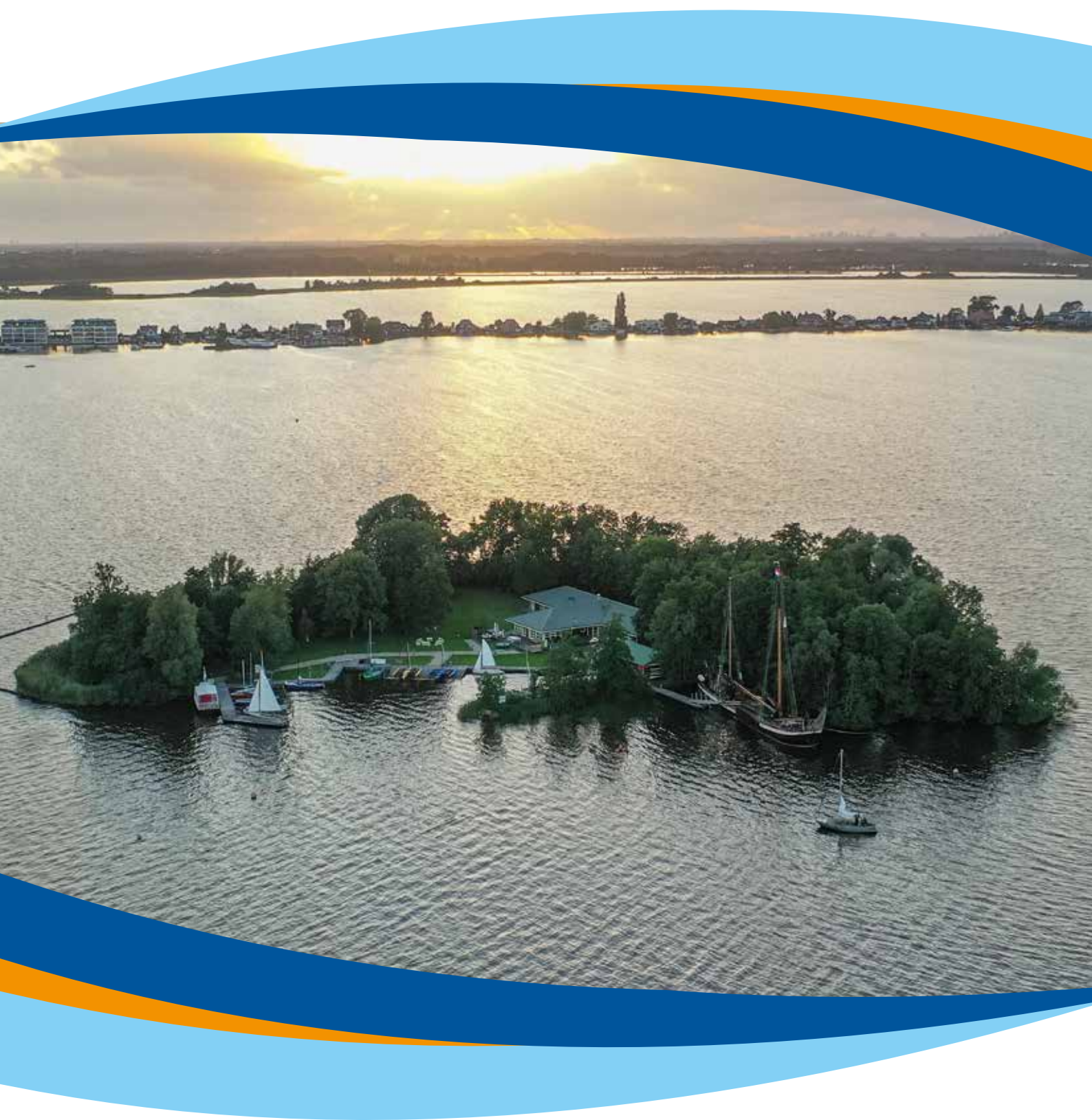




MEERJARENPLAN SAILWISE  
2021 - 2023



## INHOUDSOPGAVE

Waar SailWise voor staat _____	<b>3</b>
Iedereen moet kunnen watersporten _____	<b>4</b>
Doelstelling _____	<b>5</b>
Ambitie _____	<b>6</b>
Methodiek _____	<b>7</b>
SailWise 2021 - 2023 _____	<b>9</b>

## BIJLAGEN

<b>Bijlage 1</b> - Concretisering speerpunten _____	<b>12</b>
<b>Bijlage 2</b> - Achterliggende analyses voor Meerjarenplan 2021 - 2023 ____	<b>16</b>

## Waar SailWise voor staat

SailWise gaat uit van de filosofie dat watersportactiviteiten en actieve vakanties op het water een ideaal middel zijn om bij te dragen aan de zelfstandigheid en onafhankelijkheid van mensen met een lichamelijke beperking, verstandelijke beperking en/of chronische ziekte.

Watersport biedt met haar diverse disciplines uitdagende mogelijkheden voor iedereen. Bovendien biedt watersport een fantastische manier van vrijetijdsbesteding of vakantieinvulling die mensen met een beperking uit het maatschappelijk isolement helpt, die hun integratie bevordert en die hen grenzen laat ontdekken én verleggen. Hierdoor voelen mensen met een handicap zich fysiek en mentaal minder geremd, kunnen zij meer uit het dagelijkse leven halen en kunnen zij hun leven op een meer zelfstandige wijze leiden.

SailWise is in de kern een activiteiten aanbieder die - vanuit een ideële, algemeen nuttige doelstelling (ANBI en CBF-erkend) - watersport inzet als middel. SailWise is in het bezit van accommodaties en organiseert vanuit deze accommodaties haar activiteiten voor de verschillende doelgroepen.



## Iedereen moet kunnen watersporten

Iedereen in de samenleving is evenveel waard en moet mee kunnen doen. Voor mensen met een beperking is meedoen niet altijd vanzelfsprekend en er zijn (extra) obstakels.

De deelname aan watersportactiviteiten door mensen met een beperking loopt ook achter in vergelijking met mensen zonder beperking.

SailWise staat voor toegankelijke watersport, zowel in fysieke zin als in financiële zin. Door de deelname te faciliteren en te bevorderen hebben meer mensen met een beperking profijt van de meerwaarde van watersport. Daar staat SailWise voor!



## Doelstelling

Het bevorderen van het maatschappelijk welzijn, de fysieke en mentale onafhankelijkheid en de integratie van mensen met een handicap middels (het aanbieden van) faciliteiten op het gebied van watersport en het bevorderen van deelname van mensen met een handicap aan watersportactiviteiten.

### Visie

Actief en zelfstandig watersporten draagt bij aan fysieke en mentale onafhankelijkheid van mensen met een handicap ('fit to sail').

### Missie

Mensen met een handicap helpen hun mogelijkheden te ervaren en vergroten door middel van toegankelijke watersportactiviteiten in een ontspannen en veilige omgeving voor iedereen ('sailing for all').



## Ambitie

Iedereen moet weten dat hij of zij kan watersporten, ongeacht zijn of haar beperking. Iedereen die wil watersporten, moet kunnen watersporten.

### SailWise vervult zijn ambitie door:

- mensen bekend te maken met de meerwaarde van actieve watersport;
- mensen de meerwaarde van actieve watersport te laten ervaren;
- toonaangevend te zijn in het creëren van hoogstaande watersportmogelijkheden (en -aanpassingen) voor mensen met een beperking.



## Methodiek

### De Broncode – onze kernwaarden

Wij werken vanuit de zogenaamde 8 krachtgedachten, de kernwaarden van SailWise:

1. Wij zetten alle zeilen bij om iedereen onbeperkt te laten genieten.
2. Wij geven ruimte voor eigen inbreng en initiatief.
3. Wij denken in mogelijkheden in plaats van beperkingen.
4. Wij scheppen de ideale omstandigheden om grenzen te verleggen.
5. Wij stimuleren zelfstandigheid en onafhankelijkheid.
6. Wij hebben aandacht en veiligheid hoog in het vaandel.
7. Wij gaan altijd uit van gelijkwaardigheid, wie je ook bent.
8. Wij laten iedereen persoonlijk groeien en boven zichzelf uit stijgen.

### Motto

Onder het motto 'normaal wat normaal kan en speciaal wat speciaal moet' wordt in overleg met onze gasten op elke accommodatie een gevarieerd en uitdagend watersportprogramma aangeboden, met aandacht voor ieders wensen en mogelijkheden. Gelijkwaardigheid en respect voor elkaar zijn daarbij sleutelwoorden. Uiteraard staan ook veiligheid en kwaliteit bij ons hoog in het vaandel.

Bij SailWise ben je niet één van de deelnemers of één van de vrijwilligers; bij SailWise ben je één van de gasten. Wij maken in die zin geen onderscheid tussen deelnemer en vrijwilliger. Afgezien van de specifieke ADL-hulp en verzorgingstaken kun je zeggen dat iedereen alles doet. Iedereen zet zich voor 100% in naar eigen vermogen en competenties. Dat geldt ook voor het zeilen en het watersportprogramma: onze professionele bemanning stelt de veilige randvoorwaarden vast en faciliteert het denken in mogelijkheden, maar daarbinnen wordt het programma samen gemaakt en stimuleert men elkaar om dingen uit te proberen.

### Urgentie

SailWise is de enige aanbieder van meerdaagse actieve watersportmogelijkheden voor mensen met een beperking in Nederland. Met haar aanbod maakt en houdt SailWise watersport toegankelijk voor mensen met een beperking, die als gevolg van de benodigde zorg, aanpassingen en of begeleiding geen mogelijkheden hebben om deel te nemen aan vergelijkbare activiteiten in het 'reguliere' circuit.





## SailWise 2021 - 2023

*“Normaal wat normaal kan en speciaal wat speciaal moet”*

Waar de vorige meerjarenplannen makkelijk konden voortbouwen op de resultaten van de vorige periode, is dit meerjarenplan meer een herstructureringsplan om de incidentele en structurele gevolgen van de coronacrisis het hoofd te bieden en de basis te leggen voor de continuïteit van de activiteiten in het after-corona-tijdperk.

De missie, visie, doelstelling en de 8 krachtgedachten, dus de uitgangspunten zoals hiervoor geformuleerd, blijven onverkort van kracht. Ook in het after-corona-tijdperk is en blijft SailWise een goededoelen-organisatie die watersport inzet als middel, niet alleen om haar gasten met hulp van vele enthousiaste vrijwilligers een fantastische vakantie te bieden, maar juist ook om haar gasten uit te dagen, mogelijkheden te bieden om grenzen te verleggen en optimaal in hun eigen kracht te gaan staan.

In 2020 heeft SailWise ondanks een tijdige reorganisatie, de financiële steun van de overheid en vele trouwe sympathysanten het grootste verlies uit haar geschiedenis geleden, waardoor de afgelopen decennium zorgvuldig opgebouwde continuïteitsreserve helaas volledig verdampt is.

De coronacrisis heeft de sterke en zwakke punten in de wijze waarop SailWise haar waardevolle activiteiten georganiseerd en gefinancierd heeft, duidelijk aan het licht gebracht. Aan de hand van een grondige analyse van deze punten is de bedrijfsvoering tegen het licht gehouden om te komen tot een toekomstbestendige organisatie. En om dat te realiseren zal flexibiliteit en betaalbaarheid de rode draad moeten zijn, zowel qua aanbod, verblijf, als inrichting van de organisatie.

Naast het, binnen de beperkingen van het ‘nieuwe normaal’ weer opbouwen en in de markt zetten van de SailWise activiteiten, streven wij vanuit oogpunt van onze ideële doelstelling en continuïteit deze planperiode expliciet naar een verbreding en stabilisering van de financieringsmix voor de meerkosten.

In gesprek gaan en blijven met de diverse stakeholders - onder meer (potentiële) individuele klanten, vrijwilligers, groepen, intermediairen en financiers - is en blijft het nodig om de activiteiten in alle opzichten en op alle markten ook in de toekomst te laten aansluiten bij de wensen van de diverse stakeholders.

## Speerpunten voor de komende planperiode

### Aktiviteiten en gasten

Alhoewel het nog koffiedik kijken is hoe het 'nieuwe normaal' er precies uit gaat zien, is het streven om de komende periode alle activiteiten en verblijfsmogelijkheden weer actief in de markt te zetten en minimaal terug te komen op het bezettingsniveau van voor de coronacrisis. Het SailWise uitgangspunt, namelijk denken in mogelijkheden, zal hierbij gehanteerd worden en waar nodig zal accommodatie en/of activiteit aangepast worden.

### Financiering meerkosten

Het verbreden en stabiliseren van de financieringsmix voor de meerkosten voor de doelgroep blijft het belangrijkste aandachtspunt voor de komende planperiode met het oog op een toekomstbestendige organisatie om dit unieke aanbod te kunnen blijven bieden (vasthouden aan ideële doelstelling en garanderen van de continuïteit). Kansen liggen met name bij de meerjarige donaties en sponsoring. Dit vergt een nieuwe aanpak.

### Organisatie en vrijwillige inzet

Na de reorganisatie is een nieuw ontwerp gemaakt voor de organisatie. Door meer flexibiliteit en uitwisselbaarheid van het personeel wordt de kwetsbaarheid minder.

Met een doorontwikkeling van het vrijwilligersbeleid en de opzet van een SailWise Academy voor vrijwilligers wordt de basis gelegd voor een bredere inzet van vrijwilligers, zowel op de accommodatie als in de kantoororganisatie.

Tevens zal komende planperiode een intensievere samenwerking met andere organisaties onderzocht worden.

### Naamsbekendheid

Een eerder meerjarenprogramma heette niet voor niets: "onbekend maakt onbemind, maar bekend maakt verliefd". Deze planperiode zal in het teken staan van vergroten van de naamsbekendheid in het algemeen om daarmee impliciet ook een belangrijke basis te bieden voor de werving van met name financiers en vrijwilligers.

### Continue aandachtspunten

Naast bovenstaande speerpunten vergen de onderstaande punten wel continu extra aandacht:

- Stakeholdersmanagement (bestaande en potentiële klantgroepen)
- Verduurzaming: verkleinen van de ecologische footprint van SailWise
- State-of-the-art watersportactiviteiten en -accommodaties (voorbereidingen van de renovatie van Robinson Crusoe)



## Bijlage 1 - Concretisering speerpunten

### Overall doelstelling

SailWise wil op basis van haar missie, visie en filosofie, ook binnen het 'nieuwe normaal' zoveel mogelijk mensen met een beperking onbeperkt laten genieten van (de meerwaarde van) watersport. Uitgangspunt: iedereen die wil watersporten, moet kunnen watersporten. Voor de periode 2021-2023 hebben wij daarvoor de volgende doelen benoemd:

### Doelen per speerpunt

#### A. Activiteiten en deelnemers

2021	Opstarten van de activiteiten in Loosdrecht en Elahuizen en met aanpassingen zo inrichten dat die zoveel mogelijk met de normale capaciteit gedraaid kunnen gaan worden binnen het nieuwe normaal
2022	Weer in de vaart brengen van de Lutgerdina
2023	Bezetting weer minimaal op pre-corona-niveau

#### B. Financiering meerkosten

De komende jaren streven wij naar herstel van de omzet vanuit de activiteiten naar het pre-corona-niveau, maar het structureel financieren van de meerkosten blijft noodzakelijk om het unieke aanbod tegen een behapbare eigen bijdrage te kunnen aanbieden. Het verbreden van de financieringsmix is dan ook het belangrijkste aandachtspunt in de komende planperiode met het oog op een toekomstbestendige organisatie (vasthouden aan ideële doelstelling en garanderen van de continuïteit). Hierbinnen hebben de volgende punten de prioriteit:

- Het uitbreiden van het netwerk in het bedrijfsleven met behulp van regiocoördinatoren.
- Het uitbreiden van het netwerk van Club van 100-leden en Vrienden van SailWise.
- Het ontwikkelen van eigen fondsenwervende projecten en events (mogelijk in combinatie met bovenstaande 2 punten).
- Het 'vasthouden' van de huidige (maatschappelijk) partners voor meerdere jaren.
- Het zoeken naar nieuwe vormen van financiering/alternatieve financieringsbronnen.

#### C. Organisatie en vrijwilligers

- Herzien van de huidige structuur, zodat personeel flexibeler ingezet kan worden.
- Doorontwikkelen van het vrijwilligersbeleid en de vrijwillige inzet door meer gebruik te maken van de competenties van vrijwilligers, zowel tijdens de inzet op de watersportweken als daarbuiten.
- Opzet van de SailWise Academy om zo de competenties en het niveau van onze vrijwilligers, waar nodig, naar een hoger plan te brengen.

#### D. Naamsbekendheid

- Middels inzet van PR en de organisatie van evenementen media-aandacht realiseren.
- Het doel is het vergroten van de nog (te) geringe naamsbekendheid van SailWise, want onbekend maakt onbemind en bekend maakt verliefd. Naamsbekendheid is de basis voor merkbetrouwbaarheid en dus positief voor vergroting van de bezetting en de bereidheid om in de toekomst in de stichting te investeren (financiers en vrijwilligers).

### **Resultaat per speerpunt**

#### A. Activiteiten en deelnemers

2021        308 deelnemers via individuele inschrijving, 43 groepen en 80 gezinnen  
2022        590 deelnemers via individuele inschrijving, 60 groepen en 100 gezinnen  
2023        640 deelnemers via individuele inschrijving, 65 groepen en 120 gezinnen  
Beoordeling klanttevredenheid minimaal een 8.

#### B. Financiering meerkosten

- Naast de reguliere fondsenwerving een verdere diversificatie van de financiering van de handicap-gebonden meerkosten door:
  - van 100 Vrienden begin 2021 naar 300 in 2023
  - van 17 leden van Club van Honderd naar 50 in 2023
- Het uitbreiden van het netwerk, met name in het bedrijfsleven: ten einde deze inkomstenbron stabiel te houden en bij voorkeur uit te bouwen.
- Minimaal 1 eigen fondsenwervend evenement en deelname aan grote ‘waterevenementen’ als relatiedag.

#### C. Organisatie en vrijwilligers

- Verbetering van efficiency en flexibiliteit.
- Jaarlijkse instroom van minimaal 50 nieuwe vrijwilligers.
- Vanaf 2022 weer groei van het aantal vrijwilligers ten opzichte van pre-corona-tijdperk tot 320 unieke, actieve vrijwilligers in 2023.
- Doorontwikkeling vrijwilligersopleidingen en opzet van de SailWise Academy in 2022.  
Beoordeling vrijwilligerstevredenheid minimaal een 8.

#### D. Naamsbekendheid

Indicatoren voor de resultaten zijn:

- Meer vrijwilligers
- Meer vrienden van SailWise en Club van Honderd leden
- Hogere bezetting
- Meer sponsors
- Meer evenementen en een grotere bereidheid om betrokken te zijn bij SailWise
- En in het algemeen meer inkomsten

## Activiteiten per speerpunt

### A. Activiteiten en deelnemer

2021 Tijdelijke vergroting van verblijfsruimtes door inzet van een grote tent en de Lutgerdina als slaapschip bij Robinson Crusoe in Loosdrecht.

2022 Weer in de vaart brengen van de Lutgerdina.

- Continu aanpassen en verbeteren van programma en aanbod (o.a. NBAV-keurmerk).
- Samenwerkingen met concullega's en maatschappelijke partners aangaan (verlengen en uitbreiden) om zo bezetting te vergroten. (Potentiële) partners: Fonds Gehandicapten sport (Uniek Sporten), Scouting Nederland, Special Heroes, NSGK, MS-fonds, Buitenhof, Tendens reizen .
- Enquete en klantonderzoek.

### B. Financiering meerkosten

- Behoud CBF-keurmerk en ANBI
- Netwerk vergroting en warmhouden netwerk, middels nieuwbrief en persoonlijk contact. (Potentiële) relaties uitnodigen om te komen kijken bij de accommodaties.
- Naast landelijke, ook regionale aanpak bij het vinden en binden van financiers door de inzet van regiocoördinatoren.
- Inzetten Onderzoek meerwaarde watersport en vervolgonderzoek om de toegevoegde waarde van onze activiteiten en daarmee de impact voor het voetlicht te brengen.
- Implementatie nieuwe financieringsvormen (o.a. webshop, crowdfunding).
- Initiëren en ondersteunen van fondsenwervende activiteiten (o.a. zeiltour met catamaran Beatix, badeendenrace, SailWise-Cup, etc.).

### C. Organisatie en vrijwilligers

- Verlenging certificering van het vrijwilligersbeleid.
- Doorontwikkelen van de vrijwilligersopleidingen.
- Samenwerken met verschillende opleidingen op MBO- en HBO niveau (zowel voor stagiaires als voor doorontwikkeling SailWise opleidingen).
- Vastleggen procesbeschrijvingen en -structuur.
- Intensivering van werving en contact met de moderne media en advertenties met name gericht op jongeren, verpleegkundigen en zeilers.
- Enquete en kwaliteitsonderzoek.
- Evaluatie en, waar nodig, herzien van de interne processen.

#### D. Naamsbekendheid

- Jaarlijks organiseren ludiek evenement met mogelijke inzet ambassadeur.
- Aanhaken met catamaran Beatrix (of Lutgerdina) tijdens landelijke zeilevenementen.
- Actief uitnodigen van vakmedia en influencers op de accommodaties.
- Samenwerking zoeken met partners zoals Merk Fryslan, maar ook zeilmerken zoals Gaastra.
- Actief inzetten van social media (Instagram, Facebook). Specifiek met attractieve hashtags zoals #robinsoncrusoe #itsailhus.
- Review-filmpjes van ambassadeurs (en leden van Comité van Aanbeveling).
- Inzet netwerken van Raad van Toezicht en Comité van Aanbeveling.
- Inzet netwerken van deelnemers en vrijwilligers.
- Inzet 'regiocoördinatoren', acquisitie sponsors.

## Bijlage 2 - Achterliggende analyses voor Meerjarenplan 2021 - 2023

### Interne analyse

#### Deelnemers en groepen

- Voor corona gestage groei; aantal vaardagen en omzet vergeleken met reguliere markt (bruine vloot) hoog.
- Hoge klantwaardering (8,9), hoog herhalingsbezoek (70 - 75%). Betrokkenheid erg groot.
- Gemiddelde leeftijd stijgt nog licht.
- Maatschappelijk partnerships zijn een goede insteek om specifieke groepen te bereiken.
- Plekken voor mensen met een zware handicap en rolstoelen zijn snel vol.
- Relatief weinig mensen met een verstandelijke beperking maken gebruik van SailWise (ca. 30%).
- Alhoewel voorgenomen groei niet geheel is gehaald, is de omzet afgelopen planperiode flink gestegen. Aantal groepsboekingen neemt iets af, maar individuele aanmeldingen groeit gestaag. Met name It Sailhûs voorziet in behoefte, waardoor groei van de Beatrix boven verwachting is van 66 deelnemers in 2016 naar meer dan 100 in 2018.

#### Financiering en financiën

- ANBI-status en sinds begin 2019 CBF-erkend.
- Financiers: brede groep fondsen ondersteunen activiteiten, maar veelal op basis van aantallen, waardoor in 2020 grote teruggang omdat activiteiten vanwege corona niet door konden gaan.
- In algemeen is de werving voor de meerkosten veel lastiger dan de werving voor concrete investeringen.
- Corona liet zien dat SailWise veel betrokken sympathysanten heeft > veel spontane giften.
- Goede start van de Vrienden van SailWise.
- Na een goede start van de Club van 100 in 2019, in 2020 kleine groei.
- SailWise Biketour (2019) en Zeil-10daagse (2020) laten zien dat eigen fondsenwervende events succesvol kunnen zijn (maar kosten ook een grote tijdsinvestering).
- Continuïteitsreserve afgelopen decennium gestaag opgebouwd, maar in 2020 door coronacrisis verdampt.
- Liquiditeit is goed tot uitstekend, waardoor continuïteit niet in gevaar.



### Vrijwilligers

- Organisatie vrijwilligerswerk van professioneel niveau: keurmerk Goed Geregeld, VOG.
- Profiel voor afgelopen planperiode: vergrijzing vrijwilligersbestand zet door, hoog terugkompercentage (60-65%), hoge waardering (8,7).
- Resultaat afgelopen planperiode:
  - Van 244 actieve vrijwilligers in 2016 naar 295 in 2019.
  - Van een gemiddelde leeftijd van 47,9 in 2016 (44 zijn 30 jaar of jonger) naar net boven de 50 in 2019 > dus gemiddelde leeftijd stijgt nog steeds.
- In 2020 geslaagd geëxperimenteerd met uitbreiding van taken en verantwoordelijkheden voor een aantal vrijwilligers tijdens de activiteiten.
- Loyaliteit en betrokkenheid is erg groot.
- Vrijwilligersarsenaal beidt meer potentieel en mogelijkheden dan SailWise tot nu toe gebruikt.

### Organisatie

- Betrokken, gemotiveerd en loyaal personeel.
- Kantoorbezetting shoe-string, zeker na de reorganisatie van mei 2020.
- Te weinig gebruikmakend van stagiaires en vrijwilligers in de kantoororganisatie.
- ICT en boekingsysteem gemoderniseerd maar veranderend aanbod vereist doorontwikkeling.
- In vastlegging van procedures/werkprocessen kan nog een verbeterslag worden gemaakt.

### Marketing & communicatie

- Marketing- & communicatiemiddelen geactualiseerd (website en SailWise Magazine).
- Inzet social media groeiend en werpt vruchten af.
- Stijgende aandacht in pers zeker rondom eigen evenementen.
- Echter is en blijft SailWise relatief onbekend.
- We worden steeds beter gevonden voor acties en spontane ondersteuning (particulieren, serviceclubs, etc).

## Externe analyse

### Demografische ontwikkelingen

- Door de coronapandemie in 2020 is er een continu wijzigende realiteit. Maar ook in het after-corona-tijdperk, 'het nieuwe normaal', mogelijk beperkende randvoorwaarden te verwachten.
- Het aantal ouderen neemt sterk toe en het aantal jongeren daalt. De zogenaamde grijze druk neemt toe; door verbeterende leefomstandigheden en gezondheidszorg neemt een aantal gezonde/vitale ouderen wel toe.
- Meer (chronisch) zieken: veel aandoeningen zijn, in tegenstelling tot vroeger, niet meer (direct) fataal. Men leeft langer met (chronische) aandoening.

### Reisbranche

- Reguliere reiswereld is door corona in een diep dal gestort. Maar de wil/wens om te reizen/vakantie te vieren is er wel.
  - Sinds corona minder vraag naar verre reizen, meer binnenland en rust.
- Aanbieders aangepaste vakanties idem.
  - Ook hier is wil om vakantie te vieren er wel.
  - Maar bij een klein deel van de mensen overheerst de angst voor het virus.
- Bruine vloot nagenoeg stilgelegd door corona en vooruitzichten voor meerdaagse activiteiten van de bruine vloot zijn, door de kleinere ruimtes, niet goed.
- Vakantiemarkt algemeen:
  - Van vraaggestuurd naar aanbodgericht (Y-generatie, onze doelgroep, is graag in beslotenheid).
  - Zowel bij de oriëntatiefase als bij het boeken speelt - naast de eigen ervaring - internet een belangrijke rol en zijn familie en vrienden een belangrijke influencer als het gaat om kiezen van een bestemming.
  - Generatie Y (Millennials) gaan minder vaak en minder lang dan Nederlanders van de generatie X en de babyboomers op vakantie.
  - Een vakantie is net als voor een Generatie X en babyboomers vooral relaxen, maar generatie Y zijn ook voor sportieve uitdagingen en bijzondere ervaringen.
  - Overall zijn een vakantiehuis op een park en hotel/motel voor alle generaties de belangrijkste logievorm in het binnenland.
  - Gelderland is al jaren de belangrijkste bestemmingsprovincie voor lange zomervakanties. De provincies Limburg, Noord-Holland en Noord-Brabant laten de grootste toename zien in het aantal plannen. Het aantal plannen naar Friesland is afgenomen (staan overall op de 8<sup>e</sup> plaats). Zeeland staat overall op de vierde plaats.

### Zorgmarkt

- Stijgende zorgkosten. Interventies die gezondheidswinst opleveren, worden steeds belangrijker.
- Positieve gezondheid: in de nieuwe definitie van gezondheid staat het vermogen van een individu zich aan te passen en eigen regie te voeren centraal.

### Doelgroep

- Besteedbare inkomen van doelgroep is lager dan van mensen zonder beperking of zonder chronische ziekte.
- Het aantal mensen met een verstandelijke beperking groeit jaarlijks.

### Financiering meerkosten

- Fondsen en financiers: ondersteunen niet structureel en donatiebeleid is aan verandering onderhevig.
- Aansluiting bij erkenningsstelsel van belang met het oog op fondsenwerving.
- Naast giften is inzet van menskracht door bedrijven steeds belangrijker.
- Voor sponsoring is betrokkenheid en naamsbekendheid van belang.

### Trends watersport

- Vergrijzing schippers zet zich door (cijfers 2013: 74% is ouder dan 50 jaar, waarvan 44% ouder dan 60 jaar).
- Recreatievaart maakt een lichte opleving door.
- Toenemende populariteit actieve watersport (kitesurfen, waterskiën).
- Groeiend aantal cursisten bij zeilscholen, naast cursussen in traditionele vakantieweken, steeds meer door de weeks en in het weekend.
- 1,5 mio watersporters (ca. 225.000 watersportmensedagen als marktpotentieel voor mensen met een beperking).
- Integratie dag- en verblijfsrecreatie steeds belangrijker (meer dan aanleggen van een boot).
- Sinds corona grotere populariteit van verblijf/recreatie op het water.

### Vrijwilligers

- Concurrentie met andere vrijwilligersorganisaties.
- Aandeel vrijwilligers onder 35 - 45 jarigen het hoogst.
- Meerdaags (intern) vrijwilligerswerk is in minderheid.
- Veel organisaties op zoek naar jongeren.

### Marketing & communicatie

- Social media steeds belangrijker.
- Internet één van de belangrijkste informatiebronnen in de oriëntatiefase en bij het boeken van een reis.
- Google biedt goedbedoelen-sector gratis mogelijkheden advertenties, maar resultaat beperkter door beperkende randvoorwaarden.
- Personalificatie wordt steeds belangrijker.



***SailWise***

Onbeperkt genieten

*Kijk voor meer informatie op [sailwise.nl](http://sailwise.nl)*