

Eindelijk weer een redelijk normale competitie, waarin we niet werden geplaagd door beperkende maatregelen.

Het normale volleyballeven kwam weer op gang, maar in vrijwel alles is te merken dat veel mensen tijdens de coronapandemie gewend raakten aan andere tijdsbestedingen.

Gelukkig kon de NVVO wel weer clinics organiseren en de reacties daarop waren vrijwel zonder uitzondering positief.

Het 40-jarig jubileum van de NVVO is op bescheiden schaal gevierd.

Op het gebied van PR & communicatie zijn er twee lichtpuntjes:

- Er is een aanzet geweest om samen te werken met Jeffrey Klok, die podcasts over volleybal maakt. Naar aanleiding van dit initiatief is in overleg met de webmaster (Henk Pater) afgesproken dat er meerdere podcasts op de website te vinden zullen zijn. Zoals is gebleken is Tijd Voor Volleybal uitgegroeid tot een heus tv-programma waarin de NVVO participeert.
- Daarnaast is er aandacht besteed aan het uitbreiden van advertenties op de website en in Volley Techno.
- Gedachten gevormd over hoe de NVVO verenigingen aan kunnen sluiten. Resultaat hiervan staat op de agenda: verenigingen als donateur.
- Het Volleyballoket heeft nog niet de verwachte stroom vragen opgeleverd, maar we zien toch regelmatig interessante vragen binnenkomen. Het kost wat moeite om het technisch allemaal goed voor elkaar te krijgen, maar de intentie is om een selectie van de vragen en antwoorden op de website van de NVVO te plaatsen, zodat dit trainers met soortgelijke vragen misschien beter op weg kan helpen.

Het paradepaardje van de NVVO is natuurlijk Volley Techno, ons prachtige magazine, dat met uitstekende artikelen gretig wordt gelezen.

Daarnaast zijn sociale media een belangrijk communicatiemiddel. Het bereik daarvan is ondanks de terugloop in alle sporten nog altijd prima.

Kees van Wijngaarden
bestuurslid Marketing, PR&C