

## Op zoek naar kansen

# Heeft de sportvereniging nog bestaansrecht?

**Nederlanders sporten meer, maar minder in verenigingsverband. Moeten sportclubs zich zorgen maken? Hebben ze nog bestaansrecht? Eigenlijk wordt deze vraag heel simpel bevestigend beantwoord door de overheid die een heel belangrijke rol weggelegd ziet voor de sportvereniging in de wijk. Maar het speelveld zal veranderen. Hoe kunnen clubs zich in deze nieuwe dynamiek staande houden? Aan de hand het Brancherapport Sportverenigingen in Nederland van het Mulier Instituut proberen we op deze vraag antwoord te geven.**

**N**ederland kent traditioneel een rijk verenigingsleven; het ligt verankerd in onze samenleving. Lid zijn van een sportclub is voor velen een vanzelfsprekendheid maar zeker niet (meer) voor iedereen. Het aantal lidmaatschappen laat een dalende tendens zien. In 2017 registreerde het NOC\*NSF rond 5.194.000 lidmaatschappen, dat waren er 44.000 minder dan in 2016. Ook het aantal sportverenigingen daalde met 676 naar 23.870 in totaal. Binnen golf zien we die dalende trend minder duidelijk; er lijkt een stabilisatie of zelfs een lichte stijging te zijn in het aantal golfers dat lid wordt van een club met een homecourse. Er is overigens ook een andere, opvallende conclusie uit de cijfers van NOC\*NSF te trekken: de sportverenigingen die zich staande hebben gehouden, hebben gemiddeld meer leden gekregen.

### ONGEBONDEN SPORTER

Over het algemeen dus minder lidmaatschappen maar Nederlanders zijn wel meer gaan sporten. Ongeveer vijf miljoen mensen doen dat buiten een sportclub om. Volgens de jaarcijfers van NOC\*NSF sportte in 2017 64 procent van de Nederlanders minimaal één keer per week, 3 procent meer dan in 2016. De sportvereniging is niet meer een vanzelfsprekende plek geworden om te sporten. Andere (commerciële) sportaan-

bieders lijken goed in te springen op de wisselende wensen van de geïndividualiseerde en drukbezette sporter. Van fitnessclub tot informele sportclub tot e-sport, ze lijken de traditionele sportclub voorbij te streven.

Dat dynamische speelveld herkent Peter van Tarel. Als manager Sportontwikkeling bij de Nevobo (volleybal) ziet hij dat ook gebeuren: "Er gebeurt veel buiten de bond om, vooral binnen het beachvolleybal zien wij meer het flexibele karakter terugkomen, het vrij sporten in de open ruimte. Onze verenigingen, 1100 in totaal verdeeld over 115.000 sporters, hebben veel uitstroom gekend, er was nauwelijks aansluiting met de omgeving." Niet alle sporten kennen vrije sporters. Dat laat Sophie Benus, senior medewerker Strategie/Beleid bij de KNHB (hockey), weten: "Binnen de hockeysport kennen we op dit moment nauwelijks ongebonden of ongeorganiseerde sporters. Wel zien we een tendens dat sommige spelers niet meer 22 weekenden met de reguliere competitie willen meedoen, maar kiezen voor een doordeweeks hockeeraanbod. Een voorbeeld hiervan zijn trimhockeyers, die sec trainen of onderlinge wedstrijden spelen."

### SPORTCLUB SPIL IN DE WIJK

Gebonden sporten of niet, feit blijft dat er meer gesport wordt. En het belang van een gezonde leefstijl neemt alleen maar toe. Als de Nederlander meer gaat sporten om gezond te blijven, is de verwachting dat een deel van deze sporters dit toch via een sportclub zal gaan doen. Daarnaast zet de overheid hoog in op sportparticipatie. Niet voor niets want zij ziet grote voordelen in de sociale, gezonde omgeving die verenigingen bieden. De overheid streeft ernaar om in 2040 de sportvereniging het





activiteitencentrum en trefpunt van de wijk te laten zijn. Waar mensen zich veilig voelen en respectvol behandeld worden. De vereniging moet een afspiegeling van de samenleving worden. Iedereen kan en mag meedoen, ongeacht handicap, opleiding, etniciteit of seksuele voorkeur. Het leden- en vrijwilligersbestand is dan ook divers. De vereniging maakt sport voor iedereen aantrekkelijk, toegankelijk en leuk. Er is daarnaast een uitgebreid aanbod van sociale en culturele activiteiten. Dankzij deze ambitie vindt elke sportvereniging een ijzersterke partner in de overheid, die bereid is te investeren.

#### MAATSCHAPPELIJKE FUNCTIE

Deze twee externe factoren bieden grote kansen voor continuïteit van de verenigingen, maar het vergt aanpassingsvermogen. De vereniging moet gaan samenvallen met de (nieuwe) wensen van de (potentiële) leden en omwonenden, diverse groepen samenbrengen door bijvoorbeeld verschillende (sport)activiteiten aan te bieden en samenwerken in het maatschappelijk speelveld. Verenigingen die onvoldoende weten in te spelen op de veranderingen lopen de kans hun positie in de gemeenschap te verliezen en op termijn hun bestaansrecht.

Roeland Geertzen, manager recreatieve sport van

het Watersportverbond: “Op zich zijn verenigingen al maatschappelijk bezig door hun bestaan. Door hun inzet voor jeugd of senioren. Naar gelang hun doelstelling. Voor mij zijn verenigingen al een afspiegeling van de samenleving. Daarmee vaak gericht op wie ben je en wat wil je zijn, als persoon en als club. Als je alleen subsidie geeft aan open clubs, schiet je als gemeente je doel voorbij. Ga uit van de kracht van de club zelf, in plaats van eisen te stellen. We komen vanuit het gedachtengoed uit de jaren negentig, waarin we meer marketing in de sport moesten gooien. Meer bedrijfsmatiger werken ging de sport helpen, was het idee. Maar uiteindelijk hielpen we hier de clubs niet mee. Het marktdenken zit juist ook in het maatschappelijk maken van de clubs en vereniging en door meer nadruk te leggen op wat de leden op de club zelf willen.”

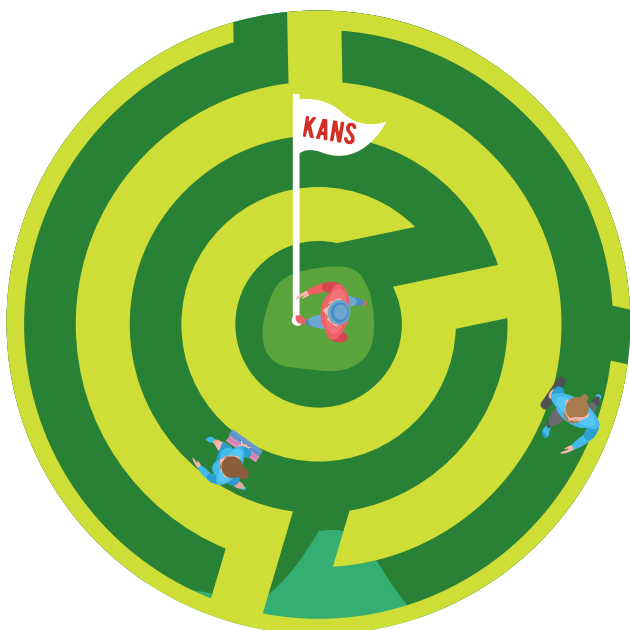
Floris van Imhoff, accountmanager Sportief Beleid bij de NGF, is het daar helemaal mee eens. “Kern van de vereniging zijn de leden zelf. Mensen moeten zelf dat commitment maken met de club, het is niet de verantwoordelijkheid van het bestuur.

Verenigen is een werkwoord, met elkaar de verbinding zoeken. In Players 1st zien wij dat ook op een golfbaan zonder vereniging, de golfers zich sterk met elkaar verbonden kunnen voelen en zeer hoog scoren op vragen over het verenigingsleven. Het sociale aspect is van belang. Waarom kies je voor de ene club wel of niet, terwijl ze hetzelfde aanbieden? Een club met een duidelijke identiteit verenigt het best.”

Sophie Benus legt uit dat de KNHB al inspeelt op deze tendens: “Wij zijn sinds een jaar nog meer gaan focussen op de verenigingen door inzet van onze accountmanagers. Zo hebben we intensiever contact met onze verenigingen, waardoor we meer inzichten krijgen in de behoeften van zowel de verenigingen als hun leden, en wij servicegericht kunnen werken op diverse thema’s. Aan de hand van strategiesessies wordt het strategisch beleid van de verenigingen ondersteund. Je merkt door deze gesprekken dat wij de verenigingen beter kunnen bedienen.” Geertzen ziet dat bonden sterk achter potentiële aan willen rennen. Maar de toekomst zit volgens hem meer in de kwaliteit van vereniging. “In de keuze maken welke vereniging te willen zijn. Liever gaan we met elkaar investeren in de vrijwilligers en een richting kiezen. Met elkaar, met alle leden. Wat binden de leden elkaar in de kern? De richting van een club moet worden bepaald door haar leden, die gedachte mis ik veel in de sportwereld. De sportbond is veel met beelden bezig die zij belangrijk vinden, die opgelegd worden bij de vereniging. Het ideaalbeeld van de club bestaat niet.”

#### DRIE DOMEINEN

Nu de overtuiging er steeds meer is dat de richting van een vereniging intrinsiek door de leden moet worden bepaald, moet er naar de verenigingsstructuur gekeken worden. Het meest kenmerkende van de verenigingen is dat de leden zowel de doelen





*“Kern van de vereniging zijn de leden zelf. Mensen moeten zelf dat commitment maken met de club, het is niet de verantwoordelijkheid van het bestuur.”*

Floris van Imhoff, accountmanager Sportief Beleid, NGF

stellen als er uitvoering aan geven. Vroeger was dat eenvoudig gezien de doelstelling: samen sporten. Nu is de positie van de club aan het veranderen. Ze opereert op drie domeinen met verschillende doelen en belangen: 1. het private domein, ten dienste van de leden, 2. het publieke domein, ten dienste van externe doelgroepen voor wie sport als middel wordt ingezet met bepaalde doelen (sociaal, gezondheid, integratie); 3 de markt, ten behoeve van een gezonde financiële huishouding door onder andere exploitatie, sponsoring of reclame.

#### AFSTAND VERKLEINEN

Een complex geheel dat nu vaak in handen wordt gelegd van het bestuur dat voornamelijk bestaat uit oudere mannen. Hoewel de leden een controlerende functie hebben op dat bestuur, blijkt dat er tijdens de ALV vaak een weinig representatieve vertegenwoordiging aanwezig is waardoor de besluitvorming niet aansluit bij de behoeften van het grootste deel van de leden. De afstand tussen bestuur en leden wordt groter. Ten eerste kan meer diversiteit (en dus een betere representatie) in het bestuur deze afstand verkleinen. Daarnaast kunnen moderne communicatiemiddelen de medezeggenschap vergroten, bijvoorbeeld ook op andere momenten dan tijdens de algemene ledenvergadering. Bestuurders zouden voortdurend verbinding moeten maken met hun leden en zich niet alleen moeten richten op de actieve kaderleden. En er is op vele manieren betrokkenheid en draagvlak te vinden zoals met themagroepen, panels, enquêtes (zoals de tool Players 1st) of webfora.

De uitdagingen voor clubbesturen worden de komende jaren groter en de complexiteit zal toenemen. Verenigingen moeten tijdig anticiperen op wat er komen gaat, met ondersteuning van de sportbonden en sportservicebureaus. Dat vraagt om visie, inlevingsvermogen en vermogen om goed contact te maken met de achterban. Zij die niet willen en kunnen meegaan in deze

verandering zullen moeite krijgen om overeind te blijven. Andere clubs zullen via partnerships, interne focus of nieuwe initiatieven juist sterker worden. Het zal in veel gevallen een kwestie van survival of the fittest zijn.

#### NIEUWE STRUCTUUR BREEDTESPORT

Voor de groeiende maatschappelijke functie die de overheid voor ogen heeft voor de sportverenigingen moeten clubs en bonden over de randen van sportbeleid kijken. Er liggen kansen in de meerwaarde van sport voor opvoedkundige vraagstukken, arbeid, burgerschap en sociale samenhang. In samenwerking met publieke organisaties en andere sportverenigingen. Er komen meer clubs die maatschappelijk actief (willen) zijn.

“De toekomst voor golf is moeilijk te voorspellen,” zegt Van Imhoff. “De gedachte van de brede open golfclub lijkt mij wel de toekomst, door op die manier maatschappelijke betrokkenheid te tonen en verantwoordelijkheid te nemen. Schooljeugd toelaten op golfbanen, bewegings- en natuureducatie geven. Of voor de ouderen van nu het aanbod aanpassen. Ook andere bewegingsvormen aanbieden, zoals fietsen of joggen. Het trekt mensen aan en verenigt diverse doelgroepen. Het rapport over de Waarde van golf (zie vanaf pagina 28, red.) is voor clubs een mooie marketingtool. Om te laten zien waar de maatschappelijke impact zit van golf.”

Geertzen beaamt de brede aanpak. Er moet zelfs een nieuwe structuur komen voor de sportbonden: “De bonden kunnen elkaar beschouwen als collega’s en de clubs centraal stellen. Alles binnen de sport moet gericht zijn op samenwerken en krachten bundelen. Sport gaat om het verenigen en het samendoen, waardoor het niet meer locatie gebonden wordt. Het draait om verenigkunde, de mix van sport met de cultuur, eigen gebouw of locatie. Mensen bepalen zelf wel →

of ze lid worden. Alle subsidiestromen waren gericht op ledenwerving en -behoud. Maar dat is niet meer van deze tijd. Samen met NOC\*NSF is een aantal bonden in gesprek gegaan om de structuur van de breedtesport opnieuw op te bouwen. De thema's en vraagstellingen worden anders gedefinieerd, zodat we op lokaal niveau de verenigingen kunnen versterken. Dat plan wordt op 29 mei 2019 gepresenteerd."

### GENERATIES VOORUIT

Niet alle sportverenigingen zijn met elkaar te vergelijken. Zoals ook niet alle golfverenigingen met elkaar vergelijkbaar zijn, alleen al vanwege het verschil in exploitatieverantwoordelijkheid. Minimumvereiste voor een gezonde toekomst is dat alle stakeholders, club en exploitant, goed met elkaar samenwerken. Die samenwerking kan een vruchtbare bodem worden waarin de vereniging zich stevig kan wortelen.

Het Brancherapport Sportverenigingen in Nederland laat zien dat er potentieel aanwezig is om als

sportvereniging te overleven. Te meer omdat de overheid een heel belangrijke rol weggelegd ziet voor de sportclub. Veel verenigingen zijn al in beweging, alleen of samen met de gemeente, sponsors of maatschappelijke organisaties. Lokale overheden zien in dat sportverenigingen niet alleen de centrale drager zijn van het sportaanbod, maar ook kansen bieden om het beleid op andere terreinen te ondersteunen. Bijvoorbeeld via een buurt-sport-coaches als verbinder.

Hoe een sportvereniging die maatschappelijke rol wil invullen en in welke mate, moeten de leden bepalen. Zij moeten gezamenlijk bekijken wat het beste bij hun club past, welke kansen er liggen en hoe ze die moeten pakken. Een representatief bestuur is daarbij onmisbaar alsook een goede controle op de koers die gevaren wordt. Plus de flexibiliteit om van die koers af te wijken op het moment dat de leden daarom vragen. Sportclubs en bonden doen er goed aan op zoek te gaan naar jonge bestuurders, ook om een betere aansluiting te hebben met de jeugd. Met zo'n verjonging en de (morele) overheidssteun in de rug zou de sportclub nog generaties vooruit moeten kunnen... ●

Meer informatie? Stuur een mail naar [ramon.vanwingerden@ngf.nl](mailto:ramon.vanwingerden@ngf.nl)

### Belangrijkste conclusies

Het Brancherapport Sportverenigingen in Nederland uit 2018 uitgegeven door het Mulier Instituut en Arko Sports Media brengt de actuele situatie en de uitdagingen van de sportverenigingen in beeld: hoe staan de clubs ervoor wat betreft ledenontwikkeling, bestuur, accommodatie, kader en financiën én in hoeverre zijn de clubs in staat in te spelen op maatschappelijke ambities om toegankelijk te zijn voor iedereen en een bijdrage te leveren aan beleid op andere gebieden, zoals in het sociaal domein. Dit zijn samenvattend de belangrijkste bevindingen uit het rapport.

- Het ledental van clubs neemt geleidelijk toe.
- De Nederlandse sportvereniging heeft gemiddeld 184 leden. Toch heeft 38 procent van de verenigingen minder dan 50 leden en slechts 9 procent meer dan 500 leden.
- Verenigingsbesturen zijn eenzijdig samengesteld: 29 procent van de bestuursleden is vrouw.
- Het clubbestuur vergrijst: de gemiddelde leeftijd van bestuursleden is 54 jaar.
- Bij 54 procent van de verenigingen wordt voor 100 procent met vrijwilligers gewerkt. 32 procent van de verenigingen heeft betaalde medewerkers. De vrijwillige inzet blijft cruciaal maar toch voert maar een minderheid een expliciet beleid op dit punt. Wel kijken clubs bij werving verder dan de kring van al actieve mensen en hun netwerk.
- Qua financiën heeft 70 procent van de verenigingen geen zorgen. Daar waar andere voorzieningen niet tegen krimp en recessie bestand bleken, bleven de meeste sportverenigingen – zij het soms met moeite – gewoon doordraaien.
- Sportclubs gaan steeds meer samenwerkingen aan met andere sportorganisaties, gemeenten, scholen en welzijns- en zorgorganisaties. Gemeenten in Nederland zijn zich gaan realiseren dat de sportverenigingen niet alleen een centrale drager zijn van het lokale sportaanbod, maar ook kansen bieden om het beleid op andere terreinen te ondersteunen.
- Steeds meer sportclubs bieden maatschappelijke activiteiten aan, bijvoorbeeld gerelateerd aan het lokale beleid voor het sociale domein.
- Vier van de vijf verenigingen introduceerden in 2016 nieuwe sportactiviteiten, een even groot deel had aanbod voor niet-leden en ruim de helft werkte aan flexibele lidmaatschapsvormen.
- Kwetsbare burgers vinden niet vanzelf hun weg naar het sportaanbod van verenigingen. Op dit vlak kunnen de verenigingen veel hebben aan expertise en steun van lokale partners, buurtsportcoaches of verenigingsondersteuners.
- Sportverenigingen ontberen vaak de professionele kennis en expertise om met mensen met sociale problemen te werken. In 2015 voelde ruim de helft van de trainer/coaches zich (nog) niet bekwaam om met deze doelgroepen te werken.