

Er zijn weinig sportverenigingen die aan serieuze trendwatching doen. Dat is ook niet per se nodig. Maar het is, bij het maken van strategische keuzes, wel goed om op de hoogte te zijn van enkele belangrijke trends en ontwikkelingen in de maatschappij.

In GolfMarkt hebben we eerder gesproken over visie, toekomst en transitie in de (golf)sport; de verandering in vraag en aanbod van sportend Nederland. Om die transitie beter te volgen en te begrijpen is structureel inzicht nodig op externe factoren zoals economie, cultuur, technologie, natuur en milieu. De krachtenvelden rond sportaanbod komen van buitenaf, de maatschappij. Het zijn invloeden waar sportaanbieders vroeg of laat mee te maken krijgen. Maar waar commerciële organisaties, trendwatchers en de overheid maatschappelijke ontwikkelingen nauwkeurig volgen, toont de sportwereld minder interesse; het sportaanbod lijkt vaak hetzelfde te blijven. Sport is, zoals marketeers zeggen, product-gedreven en niet marktgedreven. Het is zoals het is, zoals het was en zo zal het ook blijven. Of toch niet? Als we beter kijken blijkt sport toch ook organisch. Hoewel op enige afstand en voorzichtig volgt ze wel degelijk ontwikkelingen in de maatschappij. Soms met tegenzin, soms met enthousiasme waardoor nieuwe varianten ontstaan. Om te weten waar we heen zullen gaan, is het belangrijk eerst achterom te kijken om alles in een juist perspectief te kunnen zetten. Wat zijn de historische wortels van de huidige sportbeleving?

Georganiseerde sport De beste willen zijn, het lijkt typisch iets van onze tijd maar niets is minder waar. Competitie is zo oud als de mens en onlosmakelijk verbonden met onze natuur. De Oude Grieken hadden er bijvoorbeeld een behoorlijk handje van, of het nu ging om oorlogen of theatervoorstellingen. Je kop boven het maaiveld uitsteken was een groot en prijzenswaardig goed. Deze Oude Grieken lijken verantwoordelijk voor het ontstaan van de competitieve sport zoals wij die (grotendeels) vandaag

de dag kennen. Na deze Griekse periode ontwikkelde de sport zich verschillend per land. Engeland liep voorop toen in de zeventiende en achttiende eeuw boksen, paardenrennen, hardlopen, cricket en roeien op nationaal niveau werden gestandaardiseerd en georganiseerd (Van Bottenburg, 1994). Vanaf 1900 werd sport een belangrijke culturele expressie van een nieuwe leefstijl en mindset. Net als in andere West-Europese landen en in de Verenigde Staten werden in Nederland in de twintigste eeuw fitheid en sportiviteit op uiteenlopende manieren verbonden met nieuwe idealen over individuele en generationele identiteit.

Imago In de loop van die twintigste eeuw nam de hoeveelheid tijd en geld die Nederlanders aan ontspanning konden besteden sterk toe. Actieve sportbeoefening maar ook passieve betrokkenheid representeerden vitaliteit, weerbaarheid, vooruitgang en aansluiting bij een moderne, internationale cultuur. Dat heeft direct te maken met andere maatschappelijke veranderingen van toen; zo was er steeds minder fysieke inspanning nodig voor arbeid en het huishouden. Hoewel de Nederlandse autoriteiten toen niet meteen een positief oordeel hadden over sport – kerkelijke autoriteiten vonden het te lichamelijk, liberalen te volks en in de socialistische zuil werd de competitie niet gewaardeerd – draagt sport tegenwoordig bij aan een gezonde, economische ontwikkeling. Het aandeel van sport in de totale Nederlandse economie bedroeg in 2010 één procent. Tussen 2006 en 2010 nam het sportgerelateerde bruto binnenlands product (bbp) toe van 5,4 miljard euro tot bijna 6 miljard euro. Maar in die periode was het aandeel van de sporteconomie in de totale economie afgerond nooit hoger dan één procent. De groei van de sporteconomie hield dus ruwweg gelijke tred met de ontwikkeling van de totale economie (SCP, Annet Tiessen-Raaphorst, 2015). De indirecte waarde van sport is echter veel groter, onder meer door de inzet van ruim een miljoen vrijwilligers.

Identiteit In het onderzoeksproject 'Sport, identiteit en moderniteit (1813-2013)' ontdekte prof.dr. Marjet Derks de cultuurhistorische betekenis van sport in moderne processen van identiteitsvorming. Het achterliggende idee is dat sport gaandeweg in de twintigste eeuw in Nederland een nieuwe en als 'eigen' ervaren identity marker is geworden, zowel op individueel als groeps- en nationaal niveau. Derks zei in een interview: "Mensen zeggen dat ze een zwemmer zijn of een hockeyer. Het bepaalt voor een deel het uiterlijk, met wie we omgaan, de keuze voor de partner, noem maar op. Het drukt ook uit wie we niet zijn of niet willen zijn. Dat is de individuele identiteit. Tegelijk is sport een sociale identiteit. Dat is bij hockey totaal anders dan bij ijshockey, terwijl het toch maar

Urban golf, de stad als speelruimte. (Foto Koen Suyk)

De veranderende identiteit van sport

De veranderende identiteit van sport

drie letters scheelt. Sport heeft ook sterk te maken met een gevoel van nationale identiteit. Een land wil zich graag groot en krachtig voelen door de sport.” (Sport Knowhow XL, december 2014)

Sportieve maatschappij De mens is veranderd sinds het Oude Griekenland en het sportveld is nu zo dynamisch, dat je als sporter of sport-aanbieder de competitie aangaat met andere factoren zoals imago, tijd, geld of locatie. Om onze sportieve maatschappij beter in te kaart te brengen, hebben het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) en het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) de Sport Toekomst Verkenning (STV) opgezet, een platform dat zich bezighoudt met de ontwikkeling van sport in onze maatschappij. Centraal staan vragen als: welke maatschappelijke veranderingen beïn-

Dat sport zich steeds meer zal verplaatsen naar het buitengebied is een kans voor golf. (Foto Tim Buitenhuis)



“Een land wil zich graag groot en krachtig voelen door de sport”

vloeden de sport in Nederland? Hoe zit sport eruit in 2040? Welke kansen, maar ook keuzes biedt dit de sportsector en het -beleid?

Toekomstbeeld Bij gelijkblijvend sportbeleid kan Nederland in 2030 voor flinke uitdagingen komen te staan. De kans is groot dat top- en breedtesport verder uit elkaar groeien. Nederland wordt mogelijk voorbijgestreefd op ranglijsten en medaille-ladders. Tegelijkertijd brengen technologische ontwikkelingen een ander soort sportbeleving dichterbij, zoals Virtual en Augmented Reality. Voldoende lichaamsbeweging lijkt in 2030 nog niet vanzelfsprekend. Klassieke sportverenigingen zullen onder druk komen te staan door minder leden en vrijwilligers. Moderne sportverenigingen bieden wel juist kansen voor het bevorderen van sociale participatie en gezondheid. Dat zijn enkele uitkomsten van de verkenning ‘Een sportiever Nederland’. Welke van deze uitdagingen het belangrijkste is, hangt af van het perspectief op sport en het verenigingsleven. Sport spreekt veel mensen aan, om verschillende redenen. Sommigen gaat het vooral om gezelligheid, anderen willen graag bewegen. Weer anderen vinden presteren belangrijk, en tot slot is er een groep die vooral wil meeleven met topsporters.

Vrijheid, blijheid Verenigingen en bonden draaien veelal op vrijwilligers. In de lokale samenlevingen vormden en vormen de sportverenigingen een bindmiddel, net als de muziek- en buurtverenigingen. Deze verenigingsvorm heeft het ruim een eeuw zeer goed gedaan. Nog altijd zijn bijna vijf miljoen Nederlanders lid van een sportclub. Maar hoe toekomstbestendig is dit systeem van verenigingen en sportbonden? Wat opvalt bij een aantal nieuwe trends in sport, is dat die zich vooral afspelen in de openbare ruimte, waarbij niet of nauwelijks accommodaties nodig zijn. Een voorbeeld hiervan is suppen, staand peddelen op een surfplank. Je kunt het overal doen, mits er water in de buurt is. Het is makkelijk aan te leren en je kunt het zowel in clubverband als individueel beoefenen. Ook is er groei in urban sports, de stad als speelruimte. Activiteiten zoals yoga, breakdance, pleintjesbasketbal en -voetbal en skateboarden veroveren de binnensteden. Er zijn nauwelijks materialen voor nodig, iedereen kan eraan meedoen op elk moment van de dag. Vrijheid, blijheid is het motief. Een andere vraag bij de opkomst van nieuwe vormen van sport: passen deze wel binnen de bestaande structuren en is er eigenlijk wel behoefte aan een vorm van structuur? Hoewel niet altijd alles georganiseerd hoeft te worden en soms ook activiteiten spontaan kunnen ontstaan, is enige vorm van organisatie wel wenselijk, zeker ook met oog op de continuïteit. Nieuwe vormen van sportparticipatie kunnen binnen bestaande sportorganisaties worden georganiseerd. In zijn proefschrift van 2015 concludeerde Jan-Willem van der Roest,

Technologie kan ook juist de sportbeleving vergroten.



van het Mulier Instituut, dat toen al sprake was van beleidsdruk van landelijke sportbonden op de verenigingen om te moderniseren en de concurrentie aan te gaan met andere vormen van sportaanbod, zoals fitnessclubs en informele sportclubjes. Een andere optie zijn multisportverenigingen. Ze vergroten de keuze- en ontwikkelingsmogelijkheden van de leden. Het vraagt vaak wel om aanpassing van de accommodatie. Het oprichten van een stichting om de verschillende sport- en vrijwilligersactiviteiten in onder te brengen behoort ook tot de mogelijkheden.

Moderne organisatie Een beperkte groep sportverenigingen weet volgens Van der Roest succesvol in te spelen op de kansen die in hun omgeving aanwezig zijn. Zij moderniseren door hun activiteiten flexibeler en servicegericht te maken, bijvoorbeeld met andere abonnementsvormen en minder vastgelegde trainingen en tijden waarop gesport kan worden. Landelijke sportorganisaties die veranderingen in sportverenigingen willen, doen er volgens Van der Roest vooral goed aan om in te zetten op modernisering in het bestuur van de verenigingen.

Minder leden Ook de beleving van sport wordt een belangrijk element. Er vindt een verschuiving plaats naar vooral meer individuele sporten of alternatieven op bestaande sporten. Voorbeelden hiervan zijn bootcamps in zelfgeorganiseerde groepjes, wandelvoetbal voor ouderen of extreme sporten zoals kitesurfen en klimmen. Dit zet het klassieke verenigingsleven verder onder druk.

Het aandeel Nederlanders van zes jaar en ouder dat lid is van een sportvereniging was in 2014 31 procent. Tussen 2006 en 2014 was er een daling van ruim 11 procent. En in 2017 is het aantal gedaald naar 27 procent (16 juli 2018, Mulier Instituut). Hoewel dit het hoogste percentage in de EU is (EU-gemiddelde is 12 procent) zal dit volgens het trendscenario van de STV nog meer dalen. Nederlanders zullen in 2030 minder vaak lid zijn van een sportvereniging. De daling is vooral zichtbaar bij mensen tussen 40 en de 70 jaar. Bij kinderen tot 10 jaar is wel een stijging te zien. Ervan uitgaande dat de daling in de toekomst doorzet, daarbij rekening houdend met toekomstige veranderingen in de bevolkingsopbouw, zal het aandeel mensen dat lid is van een sportvereniging dalen naar 19 procent in 2030. Nederlanders willen dan vooral individueel sporten of in een zelfgeorganiseerde groep. In 2014 sportte al ongeveer twee derde van de sporters alleen of ongeorganiseerd. (Bron: sportenbewegenincijfers.nl; Tiessen-Raaphorst, 2015)

Aansluiten op behoefte jeugd En dan de jongeren: gamen, facebooken en netflixen staan bovenaan hun activiteitenlijst. Het is de vraag of de behoeftes van jongeren nog wel aansluiten op het huidige sportaanbod. Moet het niet flexibeler en minder prestatiegericht? Er zijn volop nieuwe initiatieven om de sportparticipatie in de toekomst te vergroten. Ze kenmerken zich vooral door flexibiliteit in ruimte en tijd, het ongebonden karakter van de activiteiten en het gebruik van de openbare ruimte. Het competitie-element is veelal vervangen door

“Sporten voor de gezondheid neemt toe, sporten om te presteren neemt af”

maatschappelijke doelstellingen zoals toegankelijkheid, sociale gelijkheid, integratie en vooral plezier. Technologie kan een hulpmiddel zijn om de sportparticipatie te vergroten en bewegen aantrekkelijker te maken.

Sporten is gezond De toenemende aandacht voor een gezondere leefstijl heeft positieve effecten. De organisatie van nieuwe innovatieve vormen van sportparticipatie kan zowel binnen als buiten de bestaande structuren plaatsvinden, als iedereen bereid is om mee te bewegen met aanpassingen in bijvoorbeeld accommodatie, logistiek en communicatie. Uit het Nationaal Sportonderzoek 2016 blijkt dat het verbeteren van de gezondheid en conditie een van de belangrijkste



De veranderende
identiteit van sport

“De vereniging heeft het zwaar maar het is
een essentieel onderdeel van onze samenleving”

motieven van Nederlanders is om te sporten. Opvallend is dat sporten voor de gezondheid toeneemt terwijl sporten om te presteren afneemt.

Vergrijzing Ook vanuit de veranderingen in de bevolkingssamenstelling liggen er uitdagingen (of kansen). De sportdeelname daalt door de effecten van vergrijzing en migratie; ouderen en niet-westerse migranten sporten gemiddeld minder. Naar verwachting zijn er ruim 7,5 miljoen 50-plussers in 2030 in Nederland. In 2019 is de helft van de Nederlandse bevolking ouder dan vijftig jaar en dit jaar al is de ‘oudere werknemer’ in de meerderheid op de arbeidsmarkt. Nog meer cijfers? Nu al zijn er ruim drie miljoen 65-plussers. Op het hoogtepunt in 2040 zijn dat er 4,7 miljoen, waarvan twee miljoen 80-plussers. We worden ouder dan ooit en, mede dankzij medische technologie, gezonder oud. Of we leven langer met goed te behandelen chronische ziekten. (Bron: RIVM)

Verenigkunde Drie dagen nadat de inkt van de handtekeningen onder het eerste Nationale Sportakkoord (27 juni 2018) was opgedroogd,

werden tijdens de werkconferentie 'de Kracht van Verenigen' de eerste stappen gezet in het uitwerken van de ambities voor sportverenigingen. Het akkoord met als titel 'Sport verenigt Nederland' wil onder andere zorgen voor meer vitale aanbieders en een positieve sportcultuur. Hoe de vereniging daarin ondersteund kan worden, moet nog worden ingevuld. Tijdens de conferentie kregen de aanwezige verenigingsondersteuners daarom een duidelijke opdracht mee van minister Bruno Bruins: "Maak het Sportakkoord concreet voor verenigingen." Ruim tweehonderd vertegenwoordigers van gemeentes, bonden, provinciale sportraden en verenigingen kwamen samen om na te denken over de duurzame sportvereniging. Berend Rubingh, verandermanager en initiatiefnemer van Back2Basics, trapte de bijeenkomst af met de vraag waar de vereniging nu staat. "De verenging heeft het zwaar de laatste tijd, maar het is een essentieel onderdeel van onze samenleving. Niet alleen als je kijkt naar de vereniging als instituut maar ook als proces." Rubingh pleit daarom voor meer professionalisering van het vakgebied. "Ik zou dat 'verenigkunde' willen noemen. Het is echt een vakgebied, dus het vereist ook vakkennis om verenigingen te ondersteunen. Het is meer dan organisatiekunde."

Bewegen of sporten? De belangrijkste vraag is: wat wil de sporter zelf? Mensen hebben verschillende voorkeuren om te sporten of bewegen. Voor topsporters betekent sport grenzen verleggen, terwijl voor ouderen bewegen vooral leuk en gezond moet zijn. Gaming en e-sports kunnen ook tot sport worden gerekend in bepaalde situaties. Vier op de vijf Nederlanders bewegen wekelijks recreatief (niet-sportgerelateerd). Nederland is daarmee een van de koplopers in Europa, waar het gemiddelde beweegcijfer (44 procent) een stuk lager ligt. Met meer dan de helft (56 procent) van de Nederlanders die wekelijks sport, scoort Nederland ook in die ranglijst hoger dan het EU-gemiddelde. Het Mulier Instituut onderzocht welke vormen van lichaamsbeweging het populairst zijn:

- 34 procent doet het liefst lichtere activiteiten zoals wandelen of fietsen.
- 13 procent doet het liefst sportieve activiteiten op een speciale locatie, zoals bowlen.
- 22 procent van de Nederlanders kiest voor activiteiten buitenshuis met enige beweging, zoals winkelen.
- 34 procent kiest voor activiteiten in en rond het huis, zoals (huishoudelijke) klussen en tuinieren.
- 21 procent geeft de voorkeur aan een officiële sport als meest ideale beweegactiviteit.

Aanleiding van het onderzoek van het Mulier Instituut was het vraagstuk hoe vraag en aanbod voor sportactiviteiten beter op elkaar kunnen worden afgestemd. Naast de voorkeur voor

KANSEN EN BEDREIGINGEN IN DE GOLFSPORT

Door een externe analyse krijg je inzicht in de kansen en bedreigingen van de markt en sportbranche. De macro-omgeving is bepalend voor iedere organisatie. In welke mate de macro-omgeving invloed uitoefent, verschilt per club. (Bron: sportenbewegenincijfers.nl)

Demografische ontwikkelingen

- Kansen**
- + Ouderen zijn fitter en langer actief
 - + Meer hoogopgeleiden die doorgaans meer sporten.
- Bedreigingen**
- Meer ouderen/niet-westerse migranten die doorgaans minder vrijwilligerswerk doen en minder sporten.
 - Groei bevolking/druk op de vrije ruimte (vooral in steden).

Economische ontwikkelingen

- Kansen**
- + Commerciële partijen bieden nieuwe sportmogelijkheden waarop ook ingehaakt kan worden door clubs.
 - + Economische groei, meer geld, meer werk in de sport.
- Bedreigingen**
- Sport wordt commerciëler met als negatieve effecten verdringing, milieuoverlast, corruptie, geweld, etc.

Sociaal-culturele ontwikkelingen

- Kansen**
- + Meer aandacht voor gezonde levensstijl
 - + Mensen willen meer 'beleving'.
 - + Meer verkoop sportkleding, -gadgets en sportieve vakanties.
- Bedreigingen**
- Ongeorganiseerd sporten wordt populairder.
 - Minder animo voor vrijwilligerswerk.
 - Jeugd sport/beweegt minder.
 - Sporters wisselen sneller van sport en club.

Technologische ontwikkelingen

- Kansen**
- + Social media/apps kunnen mensen stimuleren meer te bewegen.
 - + Sportaccommodaties kunnen dankzij technologie intensiever en voor meerdere sporten gebruikt worden.
 - + Sport kijken op maat via internet.
- Bedreigingen**
- Technologie maakt het leven minder fysiek.
 - Inactiever gedrag door toename gebruik smartphone, tablet, laptop.

Ecologische ontwikkelingen

- Kansen**
- + Steeds meer sporten in buitengebied.
- Bedreigingen**
- Minder sportclubs in krimpgebieden.

Politieke ontwikkelingen

- Kansen**
- + Rijksoverheid zet nadrukkelijk in op sportstimulering.
 - + Meer eigen verantwoordelijkheid voor (financiële) gevolgen van ongezond gedrag.
 - + Veel aandacht voor terugdringen obesitas.
- Bedreigingen**
- Participatiesamenleving doet meer beroep op vrijwilligers in allerlei sectoren, niet alleen in de sport.
 - Meer verantwoordelijkheid bij gemeenten die budgetkeuzes moeten maken.
 - (Fiscale) wetgeving/toenemende regelgeving.

Hoewel sport steeds individueler wordt, prefereert nog 37 procent sporten met enige begeleiding en in gezelschap van anderen.



het soort activiteit, onderzocht Mulier ook in welke vorm mensen bij voorkeur willen sporten en bewegen. Vooral de voorkeur voor het verband en de accommodatievorm onderscheidt mensen van elkaar.

- 37 procent kiest voor regelmaat, met enige begeleiding en in gezelschap van anderen.
- 37 procent kiest voor activiteiten in de openbare ruimte.
 - 16 procent daarvan wil alleen en op eigen momenten sporten/bewegen.
 - 21 procent wil dat samen met anderen doen.
- 26 procent heeft als ideaal om serieus en regelmatig bij een vereniging te sporten.

Sterktes en zwaktes Over de vraag wat de meest wenselijke toekomst is voor de (golf)sport bestaat geen overeenstemming. Volgens de STV is veel afhankelijk van welke elementen golfers het belangrijkste (gaan) vinden. Inzicht in ontwikkelingen en trends kunnen keuzes makkelijker maken. Daarnaast is het zaak om op clubniveau de sterktes en zwaktes te analyseren. Het kan het bestuur en de vrijwilligers helpen bij het voeren van strategische discussies en het maken van vervolgstappen. En de NGF kan clubs ondersteunen bij het professionaliseren van besturen. ●