

De kracht van sport



Sport, inspires our generation

Rapport bij de seminarreeks en masterclasses over
de Kracht van Sport



UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM



Voorwoord

‘Wat is de kracht van sport?’ Dat was de uitdagende, prikkelende vraag die wij in januari van dit jaar aan 25 studenten hebben voorgelegd.

Het beantwoorden van deze vraag bleek een complexe en soms frustrerende exercitie. Tijdens de zoektocht naar het antwoord moest steeds de balans tussen breedte en diepte van de vraag in de gaten gehouden worden. Daarnaast bleken de studenten soms onzeker over wat zij, als ‘slechts’ studenten, konden bijdragen aan het beantwoorden van deze moeilijke vraag waar vele wetenschappers zich op stuk hebben gebeten.

Naar onze mening is de bijdrage van deze studenten heel groot. Zij hebben een compleet en actueel beeld gegeven van hun perceptie over de kracht van sport. Wij hebben deze groep de afgelopen maanden met heel veel plezier begeleid en zijn bijzonder trots op wat de studenten in vijf maanden tijd voor elkaar hebben gekregen.

Voor u ligt hun antwoord op de vraag ‘Wat is de kracht van sport?’
Wij wensen u veel leesplezier.

Marije Baart de la Faille - Deutekom

Bert de Reuver

Cees Vervoorn

Vera Dekkers

Samenvatting

Een groep van 25 geselecteerde studenten is op zoek gegaan naar de Kracht van Sport. Zij hebben antwoord gegeven op de hoofdvraag: 'Wat is de kracht van sport?' Zij werkten met het concept van een 'community of learners', daarbij zijn ze in vijf themagroepen, ieder met een eigen vraag, aan de slag gegaan:

- *Wat is de economische kracht van sport?*
- *Wat is de maatschappelijke kracht van sport?*
- *Wat is de gezonde kracht van sport?*
- *Wat is de vernieuwende kracht van sport?*
- *Wat is de kracht van topsport?*

Parallel aan het leerproces van de studenten vonden er vijf seminars plaats met presentaties van een specialist op ieder van de genoemde deelgebieden. Voor het onderzoek van de studenten vormden de vijf seminars de eerste input. Daarnaast heeft elke subgroep minimaal twaalf interviews afgenomen bij verschillende, voor het deelthema relevante, stakeholders en heeft elke subgroep een systematische literatuurstudie naar zijn deelthema gedaan.

Uiteindelijk zijn de groepen gekomen tot drie conclusies en twee aanbevelingen per deelthema. Door deze conclusies en aanbevelingen te combineren is antwoord gegeven op de hoofdvraag: 'Wat is de kracht van sport?'

Conclusies 'Wat is de kracht van Sport?'	Aanbevelingen van de deelthema's
<i>Kracht van sport is niet te kwantificeren</i>	Onderzoek maatschappelijke effecten niet alleen kwantitatief maar ook kwalitatief; Betrek de 'ervaren meerwaarde' en de indirecte economische effecten van sport in het waarderen van sport; Ga kritisch om met economische analyses van sportevenementen en -faciliteiten.
<i>Kracht van sport is veelomvattender en breder dan gedacht</i>	
<i>Kracht van sport dient door de overheid serieuzer te worden genomen</i>	Neem als overheid de verantwoordelijkheid voor een gezonde levensstijl terug; Creëer een omgeving waarin jonge kinderen positief gestimuleerd worden om met plezier te sporten; Maak als (overheids)organisaties meer 'gebruik' van de voorbeeldfunctie van topsport en topsporters.
<i>Kracht van sport kan meer ingezet worden bij de ontwikkeling van het individu en in de maatschappij</i>	Creëer een omgeving waarin jonge kinderen positief gestimuleerd worden om met plezier te sporten; Zorg voor goede begeleiding op zowel sportief als opvoedkundig gebied bij maatschappelijke sportprojecten; Maak als (overheids)organisaties meer 'gebruik' van de voorbeeldfunctie van topsport en topsporters; Laat topsport en breedtesport elkaar beter ontmoeten; Zorg voor goede communicatie tussen vernieuwers en sporters om vernieuwingen te implementeren; Besteed meer aandacht aan procesinnovaties en deel deze kennis met betrokken partijen.

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Samenvatting.....	3
Inhoudsopgave	4
Inleiding.....	6
1. Economische kracht van sport.....	7
Voorwoord	8
1.1 Inleiding.....	9
1.2 Methode.....	9
1.3 Resultaten	10
1.3.1 De economische aspecten van sport	10
1.3.2 Sportuitgaven van de overheid	10
1.3.3 De economische analyse van sportevenementen.....	11
1.3.4 Sportsponsoring	13
1.3.5 De meerwaarde van sport; mag het wat kosten?	14
1.3.6 Enquête	14
1.4 Vergelijking en analyse.....	16
1.5 Conclusies.....	16
1.6 Aanbevelingen	17
2. Maatschappelijke kracht van sport.....	18
Voorwoord	19
2.1 Methode.....	20
2.2 Bevindingen	20
2.2.1 Effecten van sport.....	20
2.2.2 Voorwaarden voor maatschappelijk effect.....	21
2.2.3 Panacee	22
2.2.4 Meten is moeilijk	23
2.3 Vergelijking en analyse.....	24
2.4 Conclusies.....	25
2.5 Aanbevelingen	26
3. Gezonde kracht van sport	27
Voorwoord	28
3.1 Methode.....	29

3.2 Bevindingen.....	29
3.3 Vergelijking en analyse.....	33
3.3.1 Analyse.....	33
3.3.2 Vergelijking.....	34
3.4 Conclusies.....	34
3.5 Aanbevelingen.....	34
4. Vernieuwende kracht van sport	36
Voorwoord	37
4.1 Methode.....	38
4.2 Bevindingen.....	38
4.2.1 Productvernieuwingen.....	38
4.2.2 Procesvernieuwingen	39
4.2.3 Vernieuwing door sport	41
4.2.4 Kennisdeling	43
4.2.5 Tegenargumenten	43
4.3 Vergelijking en analyse.....	44
4.4 Conclusies.....	45
4.5 Aanbevelingen	46
5. Kracht van topsport	47
Voorwoord	48
5.1 Methode.....	49
5.2 Bevindingen.....	49
5.2.1 Wat is topsport?	50
5.2.2 Topsport en overheid	50
5.2.3 Kracht van topsport	51
5.3 Vergelijking en analyse.....	51
5.4 Conclusies.....	52
5.5 Aanbevelingen	52
6. Wat is de kracht van sport?	53
Literatuurlijst	55
Bijlage - Onderzoekers	58

Inleiding

Sport heeft iets magisch. Sport kan verbroederen, gezondheid verbeteren, nationale trots vergroten, de economie een push geven, leerprestaties aanjagen, het imago en de reputatie van een land in één keer wereldwijd een boost geven. Waar moeten we die geheimzinnige kracht van sport zoeken? Kracht van sport overstijgt het individuele belang, het inspireert, zet aan tot actie. Aan mensen die de kracht van sport van binnenuit kennen, hoef je dat meestal allemaal niet uit te leggen. Kracht van sport lijkt vooral een gevoel, maar is hij ook concreet aanwijsbaar? En hoe leg je die waarde en betekenis uit aan twijfelaars, sceptici en non-believers?

Van februari tot en met juni 2013 is een groep van 25 geselecteerde studenten op zoek gegaan naar die Kracht van Sport. Ze waren afkomstig van verschillende opleidingen op HBO- en WO-niveau in het hele land. Ze gingen aan het werk volgens het concept van een 'community of learners'. Daarbij werden ze in vijf themagroepen verdeeld, die op weg gingen ieder met een eigen vraag:

- *Wat is de economische kracht van sport?*
- *Wat is de maatschappelijke kracht van sport?*
- *Wat is de gezonde kracht van sport?*
- *Wat is de vernieuwende kracht van sport?*
- *Wat is de kracht van topsport?*

Parallel aan het leerproces van de studenten vonden er vijf seminars plaats met presentaties van een specialist op ieder van de genoemde deelgebieden. Bij de bijeenkomsten waren gemiddeld honderd betrokkenen uit het werkveld aanwezig. Tijdens de levendige seminars was ruimte voor debat en gesprekken. Voor het onderzoek van de studenten vormden de vijf seminars de eerste input. Daarnaast heeft elke subgroep minimaal twaalf interviews afgenomen bij verschillende, voor het deelthema relevante, stakeholders en heeft elke subgroep een systematische literatuurstudie naar zijn deelthema gedaan.

Het beantwoorden van de centrale vraag 'Wat is de kracht van sport?' ging niet zonder slag of stoot. Het was een ware ontdekkingstocht en in vijf maanden tijd is er door de studenten veel werk verzet. Met trots bieden we u het eindresultaat aan van twintig weken intensief zoeken en samenwerken. Dit rapport maakt voelbaar, maar concretiseert vooral ook, wat de waarde van de kracht van sport kan zijn en waar we die moeten zoeken. We hopen dat de ideeën en suggesties in dit rapport inspiratie en handelingsoriëntatie geeft: ***'Don't sit back and listen... after all, this is about action!'***

Studenten en begeleiding

'Kracht van Sport'

Juni 2013

1. De economische kracht van sport



Sport, het mag wat kosten

Corine Koning

Sjors Metz

Tristan Roozenburg

Joeri Wallenburg

Nicolien Wellen

Voorwoord

Voor u ligt het hoofdstuk met de bevindingen van de projectgroep 'De economische kracht van sport'. Wij hebben ons best gedaan om de economische kracht van sport in beeld te brengen. Dit was geen eenvoudige taak, maar het was leuk om te merken dat de economische kracht van sport voor ons steeds duidelijker werd naarmate wij meer bekend raakten met de materie. Wij hopen deze inzichten in dit hoofdstuk aan u over te kunnen brengen.

Groep 'economische kracht van sport',

Corine Koning

Sjors Metz

Tristan Roozenburg

Nicolien Wellen

1.1 Inleiding

De doelstelling van het onderzoek is om inzicht te krijgen in de economische kracht van sport. Ruud Koning, sporteconoom aan de Rijksuniversiteit Groningen, zei in een interview: "Sport en economie hebben alles met elkaar te maken. De combinatie sport en economie is veelomvattend." Het citaat suggereert dat sport en economie veel met elkaar te maken hebben. Maar wat heeft de bevolking ervoor over om te gaan sporten? Zijn mensen bereid om meer te betalen dan ze op dit moment doen? De economische kracht van sport wordt vertaald door de toegevoegde waarde van sport uit te drukken in geld.

Hoofdvraag

Wat is de economische kracht van sport?

Deelvragen

1. Wat zijn de economische aspecten van sport?
2. Hoeveel geeft de overheid uit aan sport?
3. Wat levert een sportevenement in economisch opzicht op?
4. Wat is de meerwaarde van sport?
5. Wat is de toegevoegde waarde van sport voor de Nederlandse bevolking?

1.2 Methode

Om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag hebben wij veel tijd gestoken in het afbakenen van het gebied waar, met betrekking tot dit onderzoek, de economische kracht van sport te vinden is. De meningen, van zowel groepsleden als raadgevers en medestudenten, waren hierover zeer uiteenlopend. Het was dus een tijdrovende maar essentiële taak.

Er bestaat overlap tussen de economische kracht van sport en overige onderwerpen van dit onderzoek. Omdat de andere groepen zich op deze onderwerpen richtten zijn wij op zoek gegaan naar de directe economische kracht van sport.

De interviews met al dan niet sportieve generatiegenoten waren gericht op het afbakenen van het onderwerp en op het achterhalen van waar volgens hen de economische kracht van sport ligt. Bij het literatuuronderzoek hebben wij gebruik gemaakt van de literatuur, met name het rapport van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), dat werd aangeboden voor het seminar van Paul Schnabel over de economische kracht van sport. Daarnaast zijn wij op zoek gegaan naar wetenschappelijke artikelen die de link leggen tussen sport en economie. De (Nederlandse en Engelse) zoektermen die wij gebruikt hebben zijn; sport en economie, sport en financiën en de economische impact van sport.

Wij waren erg blij met de handvatten die ons geboden werden in het ingelaste gastcollege van senior onderzoeker sport en economie Michiel de Nooij. Dit leverde ons een waardevolle verdieping van het literatuuronderzoek op en bracht ons tot ons uiteindelijke speerpunt: de economische meerwaarde van sport.

We hebben de meerwaarde van sport onderzocht door het afnemen van een enquête. Deze enquête is door 79 personen ingevuld. De statistische gegevens van deze steekproef zien er als volgt uit:

- Populatie (beroepsbevolking): 7.400.000 personen
- Steekproefgrootte: 79 personen
- Steekproefmarge (foutenmarge): 9,3%
- Betrouwbaarheid: 90%

Helaas is het onderzoek met deze cijfers statistisch niet voldoende onderbouwd. Voor een betrouwbaar en nauwkeurig onderzoek is het gebruikelijk om een foutenmarge van 5% en een betrouwbaarheid van 95% te hanteren. Dat zou inhouden dat er onder deze populatie een steekproef gehouden moet worden bij 384 personen. Dit betekent dat onze resultaten niet op zichzelf staan maar meer gezien moeten worden als een aanzet tot vervolgonderzoek door de overheid.

Om er zeker van te zijn dat ons onderzoek klopt en om een inschatting te maken van de volledigheid ervan, heeft er een gesprek plaatsgevonden waarin feedback is gegeven door Michiel de Nooij (senior onderzoeker sport en economie bij de Hogeschool van Amsterdam) en Paul de Vries (econoom bij de Vrije Universiteit, gespecialiseerd in de collectieve sector, overheidsfinanciën en (de)centralisatie).

1.3 Resultaten

1.3.1 De economische aspecten van sport

Als we spreken over de economische aspecten van sport dan gaat het om het consumeren van sport. Dat kan plaatsvinden in de vorm van sportparticipatie, door het aanschaffen van sportschoenen, sportkleding of sportattributen maar ook door sportinteresse. Sport is entertainment, men kijkt er graag naar, koopt kaartjes voor sportevenementen en koopt sportgerelateerde tijdschriften. In 2006 zijn deze aspecten samen goed voor 2,4 miljard euro aan uitgaven (CBS, 2012).

De hoeveelheid geld die men uitgeeft aan sport wordt beïnvloedt door zowel geslacht als inkomen en opleidingsniveau van de consument. Uit onderzoek is gebleken dat mannen gemiddeld tussen de 100 en 119 euro per jaar meer uitgeven aan sport dan vrouwen. Daarnaast blijkt dat mensen met een hoger opleidingsniveau per jaar rond de 35 euro meer uitgeven aan sport dan mensen met een lager opleidingsniveau (Rapún-Gárate, 2005).

Sport kost tijd en tijd is geld. Een duidelijk idee, dat vaak zijdelings wordt genoemd in literatuur over sport en economie is dat sporten een tijdrovende activiteit is, en tijd is geld. Dit is een van de investeringen in sport (Taks, Renson & Vanreusel, 1994).

1.3.2 Sportuitgaven van de overheid

De afgelopen veertig jaar heeft sportparticipatie in Nederland een enorme groei doorgemaakt. Daarmee is de sporteconomie een plek in gaan nemen in de Nederlandse economie. In 2006 waren de sportuitgaven in Nederland in totaal bijna 11,4 miljard euro. Dat is ongeveer 1,3 % van de totale

bestedingen in de economie. Deze bestedingen worden voornamelijk gedaan door huishoudens, deze besteedden in totaal 6,8 miljard euro per jaar aan sport. De overheid besteedde 2,6 miljard euro aan sport, de overige 1,6 miljard werd gegenereerd door export (CBS, 2012).

De Nederlandse overheidsuitgaven aan sport komen voornamelijk vanuit de lokale overheden. In 2006 droegen gemeenten negen keer meer bij aan sport dan de nationale overheid. Van deze bijdrage is 785 miljoen euro besteed aan sportaccommodaties en 232 miljoen aan sportondersteuning en -stimulering. Sportuitgaven die door huishoudens worden gedaan zijn bedoeld om zelf te kunnen sporten of uit belangstelling voor sport. De uitgaven in sporthoreca worden meegerekend in de totale sportuitgaven, de sporthoreca is goed voor 9 % van de totale bestedingen aan horeca in Nederland (CBS, 2012).

Omdat er vaak te veel informatie ontbreekt over de mogelijke gevolgen van een investering in sport blijkt het beslissen over overheidsuitgaven aan sport een moeilijke taak te zijn. Het gaat om complexe beslissing waarbij een berekening van een mogelijke verandering in het Bruto Nationaal Product (BNP) of de economische impact weinig verhelderend zullen zijn. Vooral omdat deze een incompleet beeld geven van de gevolgen van overheidsinvesteringen in sport (Hone & Silvers, 2006). Dit wordt later in dit hoofdstuk toegelicht.

Vergeleken met andere markten is er zeer weinig bekend over het reilen en zeilen in de sporteconomie. Daarom moet men zeer zorgvuldig omgaan met de informatie die er wel is en moet deze informatie constant getest worden op betrouwbaarheid en nauwkeurigheid. Omdat informatie op dit vlak hard nodig is voor het verantwoorden van uitgaven in de sport is vervolgonderzoek nodig.

Een voorbeeld voor vervolgonderzoek met betrekking tot obesitas is het volgende. Obesitas is een groeiend probleem in veel ontwikkelde landen. Het zorgt voor vroegtijdig sterven en kost de zorg veel geld. Maar wat maakt dat het terugdringen van obesitas een waardig doel is voor publieke instanties? De link tussen het financieren van sport en individuele gezondheid en uitgaven aan zorg is indirect. Andere manieren om mensen in beweging te krijgen zijn vaak aantrekkelijkere beleidsalternatieven. Er is onderzoek nodig om de link tussen het financieren van sport, individuele gezondheid en uitgaven aan zorg te bevestigen en sport op deze manier op de beleidsagenda te krijgen (Hone & Silvers, 2006).

1.3.3 De economische analyse van sportevenementen

In 2012 vond in Limburg het WK Wielrennen plaats. Volgens onderzoek van het Mulier Instituut (2013) was dit evenement goed voor een economische impact van 29 miljoen euro. Dit bedrag geldt als bovengrens van de economische impact omdat de zogeheten verdringingseffecten, toeristen of inwoners die de regio door het evenement juist ontweken, niet zijn meegerekend. Daarnaast kwam uit het rapport naar voren dat de lokale bevolking zeer goed te spreken was over het evenement. De inwoners van de regio gaven het evenement gemiddeld het rapportcijfer 7 en bezoekers gaven het een 7,8. Ook bleek het draagvlak voor het evenement erg groot, twee derde van de inwoners gaf aan trots te zijn dat het WK plaatsvond in hun woonplaats en dat zij het evenement een aanwinst voor de regio vonden. Zeventig procent van de inwoners geeft aan waarde te hechten aan de positieve effecten van het evenement (Mulier Instituut, 2013). Deze impact is niet in geld uit te drukken.

Het organiseren van een groot sportevenement, zoals de Olympische Spelen, werd tot de jaren tachtig van de vorige eeuw gezien als een administratieve en economische last voor het gastland en voor de organiserende stad. Dit werd onderschreven door de enorme economische verliezen van de Olympische Zomerspelen van 1972 in München en van 1976 in Montreal. Tijdens de Zomerspelen van 1984 in Los Angeles kwam hierin verandering. Er werd 215 miljoen dollar winst gemaakt. Dit bracht een verandering teweeg in de manier waarop steden en overheden kijken naar het organiseren van grote sportevenementen (Gratton, Dobson & Shibli, 2000). Opvallender is nog dat het de manier veranderde waarop men omging met het berekenen en waarderen van de economische impact van grote sportevenementen.

Bij het uitvoeren van onderzoek naar de economische impact van sportevenementen, maar ook bij soortgelijk onderzoek over de economische impact van sportfaciliteiten in steden, worden de additionele uitgaven die het evenement of de faciliteit teweeg brengt onderzocht. Daarbij wordt er soms ook gekeken naar eventuele groei in het Bruto Nationaal Product. Er is echter veel kritiek op deze aanpak. Ten eerste berekent deze aanpak alleen de additionele uitgaven, waarbij de verdringingseffecten vrijwel altijd buiten beschouwing worden gelaten, waardoor dit soort onderzoek tot positieve resultaten zal leiden. Daardoor wordt de economische impact van grote evenementen regelmatig overschat. Bovendien wordt de economische situatie na een groot sportevenement bij dergelijk onderzoek vergeleken met de situatie van voor het evenement, maar dat is geen goed uitgangspunt. De productiepatronen in een gebied kunnen door het evenement dusdanig veranderen dat er geen vergelijking te maken valt. Daarnaast is het zo dat het merendeel van deze onderzoeken voorspellend van aard is en dat er maar zelden ook retrospectief onderzoek wordt gedaan om te zien of het voorspellende onderzoek correct was (Swinnen & Vandermoortele, 2008). Het concept economische impact is troebel, ook omdat het vaak onduidelijk is wat wel en wat niet onder de noemer van economische impact valt.

Studies die de economische impact van evenementen berekenen zijn over het algemeen gericht op het verantwoorden of ontmoedigen van overheidsuitgaven aan sportevenementen. Een alternatief voor de economische impactanalyse van een groot sportevenement is de kosten-batenanalyse. Hierbij worden meerdere factoren in overweging genomen en wordt er onderzocht bij wie de kosten en bij wie de baten uiteindelijk terecht komen (Késenne, 2005). Késenne onderzocht het verschil tussen de economische impactanalyse en de kosten-batenanalyse en laat zien dat het mogelijk is dat bij eenzelfde evenement de economische impact analyse een positief getal oplevert terwijl er bij de kosten-batenanalyse sprake is van een negatieve uitkomst. Het verlies is dan voor de overheid en de belastingbetaler, want vaak valt er voor de organisatie, de sportbond en de media wel winst te behalen. Késenne geeft ook aan dat wanneer er enkel winst valt te behalen op dit soort sportevenementen, dit ook mogelijk is zonder belastinggeld. De private sector zou de kosten kunnen opbrengen, en daarnaast een winst kunnen behalen. Betekent dit dan dat het organiseren van grote sportevenementen, gezien de cijfers, wordt afgeraden? Nee, geen enkel artikel in de geraadpleegde literatuur komt tot deze conclusie. De genoemde analyses hebben wel een zeer beperkte voorspellende waarde. Vooral lange termijneffecten als toerisme, stijging in sportparticipatie, gezondheid en arbeidsproductiviteit zijn zeer moeilijk te meten en worden over het algemeen buiten beschouwing gelaten (Késenne, 2005). Uit grote sportevenementen kan ook winst worden behaald die niet in geld uit te drukken is, denk daarbij aan groeiend zelfvertrouwen en trots bij het volk van het gastland zoals in Zuid-Afrika na het organiseren van het WK (Swinnen & Vandermoortele, 2008).

1.3.4 Sportsponsoring

Bedrijven steken geld in sportevenementen omdat in ieder geval hun onderbuikgevoel vertelt dat er een belang is om een dergelijke investering te doen. De bedrijven streven naar een zo hoog mogelijke return on investment (ROI), maar of er dankzij de investering daadwerkelijk meer omzet wordt gedraaid is met cijfers moeilijk hard te maken. Boesmans trok met zijn bureau MIsportscompany enkele maanden uit om de ROI van Randstad omtrent de Olympische Spelen in Londen in 2012 zo nauwkeurig mogelijk in beeld te brengen. Uit dit onderzoek blijkt dat de keuze en invulling van sportsponsoring van Randstad positief was. Het leverde meer op dan het heeft gekost.

Bij bedrijven die sport sponsoren wordt er onderscheid gemaakt tussen fabrikanten (zoals Unilever) en dienstverleners (zoals Randstad). In beide gevallen wordt er gekeken naar sport als middel om de verkoop te doen stijgen. Bij de dienstverlenende business to business markt is sportsponsoring een middel om relaties op te bouwen, te onderhouden en te bevestigen. Door producerende fabrikanten wordt sportsponsoring vooral ingezet om een imago te creëren en op te bouwen gedurende de eerste fasen van de productlevenscyclus.

Wat maakt dat sport zo geschikt is als platform voor relatiemarketing? Boesmans zegt hier het volgende over: “Het unieke onvoorspelbare karakter van sport is hetgeen sport krachtig maakt. Waar sportactiviteiten worden georganiseerd hangt altijd een sfeer die per persoon op zijn manier wordt ervaren. Er komen al gauw emoties bij jezelf en metgezellen los die de inter-persoonlijke relatie bekrachtigen, samen delen jullie een verhaal, je leert elkaar als persoon kennen.”

In een kleinere setting, zoals bij deelname aan de Dam tot Damloop, wordt er weinig tot geen impact waargenomen in de houding van minder sportgeïnteresseerde werknemers. Maar omdat de ervaring zowel impact heeft op de sportgeïnteresseerde werknemer als op de minder geïnteresseerde werknemer kunnen sporttoernooien uitstekend worden omgebogen tot een platform voor relatiemarketing. Door de grote media-aandacht zijn grote toernooien goed te combineren met promotie van producten door de fabrikant.

De kenmerken die bepalen of sportsponsoring een succes is, zijn terug te brengen tot de kern van tabel 1.1.

Dienstverlener	Fabrikant
Ambiance (sfeer) dient gedurende de sportactiviteit positief te zijn, er moet zichtbaar energie in worden gestopt om die sfeer naast de sportactiviteiten vast te houden	De relatie tussen de sportactiviteit en het merk waar de fabrikant voor staat moet erkend worden, het zal het huidige beeld dat de consument heeft van betreffend merk moeten bekrachtigen en absoluut niet tegen spreken
Zorg dat er een betekenisvol traject wordt ontwikkeld en uitgevoerd	Type propositie; zorg in je marketingboodschap dat de consument op de hoogte is van je sponsoring, maar vooral herhaaldelijk wordt geprikkeld met je product
Vrijwillig deelnemen, niet verplichten	Kruisrelaties aanbrengen, daardoor krijgt de consument nog meer prikkels van het product

Tabel 1.1 – Succes sportsponsoring

1.3.5 De meerwaarde van sport: mag het wat kosten?

De belangrijkste drijfveer van Nederland om sport te beoefenen is plezier. Sporten doen we omdat we het leuk vinden (CBS, 2012). In onderzoek naar de kosten en baten van sport is het moeilijk om de waarde dat het plezier in sporten ons geeft uit te drukken in geld. “Het deel van plezier dat tegenover de prijs staat wordt wel meegenomen maar het plezier dat groter is dan de prijs die betaald wordt voor sport, wordt niet meegenomen.” (De Nooij, 2013) De Nooij heeft het dan over het consumentensurplus, het verschil tussen de waarde die de gebruiker hecht aan een consumptiegoed en de prijs die er werkelijk voor betaald is.

Eenzelfde soort redenering is toe te passen op het organiseren van een groot sportevenement als de Olympische Spelen. Atkinson e.a. deden in 2008 in het Verenigd Koninkrijk onderzoek naar de betalingsbereidheid van de Britten voor het organiseren van de Olympische Spelen. In London, Manchester en Glasgow bleken de inwoners bereid om voor een periode van tien jaar respectievelijk 22, 12 en 11 pond per jaar te betalen voor het organiseren van de Olympische Spelen. Naar aanleiding hiervan werd geconcludeerd dat een dergelijk onderzoek naar de betalingsbereidheid een meer realistisch beeld geeft van de waarde van een evenement, omdat het de mogelijkheid biedt om geluk en plezier een prijskaartje te geven (Atkinson e.a., 2008).

1.3.6 Enquête

Naar aanleiding van deze bevindingen hebben we een enquête opgesteld die bij de respondenten toetst of ze bereid zijn meer te betalen voor het beoefenen van sport en/of voor het kijken naar sport. De Vries, Vrije Universiteit - gespecialiseerd in de economie van de collectieve sector, overheidsfinanciën en (de)centralisatie, over de enquête: “Je bepaalt in feite de vraagfunctie, wat er uit komt geeft aan wat de waarde is van sport voor de sportbeoefenaar zelf. De contributies bij sportverenigingen zijn vaak lager dan de kostprijzen, dus zal jullie methode uitwijzen dat mensen waarschijnlijk bereid zijn om veel meer te betalen dan ze nu vaak doen. Dat zijn op zich belangrijke gegevens voor een stad, niet omdat het negatief of positief is maar omdat het wat meer inzicht geeft in het economische belang van sport, want dat is er natuurlijk wel degelijk. Alleen moet je goed beseffen dat het gaat om zelf actief sport beoefenen en daar voordelen uit halen in termen van plezier, gezondheid, arbeidsproductiviteit, levensvreugde enzovoorts. Dat zijn allemaal baten van sport. Maar jullie bepalen op die manier gewoon de economische waarde van sport voor de sportbeoefenaar zelf. Mensen zijn bereid om daar grif geld voor neer te leggen, omdat ze er zoveel genot en zoveel positieve effecten aan ontleen.”

Algemene informatie

Meer dan de helft (55%) van de geënquêteerden is man, het overige deel is vrouw. Het overgrote deel van de respondenten komt uit de leeftijdscategorie 21-25 jaar (49%) gevolgd door de leeftijdscategorie jonger dan 20 jaar (24%). De overige categorieën zijn met 4 tot 8% vrij gelijk verdeeld. Mede dankzij deze verdeling in leeftijdscategorieën heeft het grootste deel van de mensen een jaarinkomen van minder dan €28.00,- (76%), 17% van de respondenten heeft een middeninkomen (€28.000,- – €67.000,-) en 7% heeft een hoog inkomen (hoger dan €67.000,-).

Sportdeelname

Een groot deel van de geënquêteerden sport actief. Slechts 17% zegt niet actief te sporten en maar 4% vindt sport niet belangrijk. Ruim een kwart van de respondenten (27%) vindt dat sport een essentieel onderdeel van zijn of haar leven is. Opvallend is dat 29% aangeeft meer dan drie keer per week te sporten, het grootste deel hiervan sport vier of vijf keer per week. Slechts 14% sport maar eens per week. Het grootste deel van deze sportactiviteiten vindt plaats in teamverband, daarnaast wordt er veel aan fitness en duursport gedaan. Van de groep die andere sporten beoefent geeft meer dan de helft aan dat zij zwemmen.

Sportuitgaven

Uit de enquête komt naar voren dat driekwart van de ondervraagden tussen € 0,- en € 25,- uitgeeft aan sportartikelen als sportkleding of sportschoenen. Van het overige kwart geven de meeste mensen tussen € 25,- en € 50,- per maand uit. Gekeken naar het bedrag dat wordt uitgegeven aan sportdeelname (contributie en dergelijke) dan worden de uitgaven hoger. De helft van de respondenten geeft € 0,- tot € 25,- per maand uit, 30% geeft € 25,- tot € 50,- uit, 11% tussen € 50,- en € 75,- en het overige deel varieert tussen € 75,- en € 125,- per maand.

Toegevoegde waarde

Omdat we willen achterhalen wat de toegevoegde waarde van sport in economische zin is rest nu de vraag wat iemand bereid is om meer te betalen voor de sport die wordt beoefend. Wat opvalt aan de antwoorden op deze vraag is dat bijna de helft van de respondenten (48%) aangeeft bereid te zijn om, afhankelijk van het bedrag, meer te betalen voor het sporten. Daarnaast zegt 5% van de respondenten bereid te zijn om meer te betalen voor het sporten, wat het dan ook mag kosten. Op de vraag hoeveel men dan bereid is meer te betalen voor sportdeelname is het overgrote deel bereid tot € 30,- per maand extra te betalen, 17% is bereid om meer dan € 30,- extra te betalen om te sporten.

Betalen voor het kijken van sport

Uit het onderzoek blijkt dat 55% van de respondenten wel eens betaalt om sport te kijken. Het grootste deel van deze groep gaat één tot vijf keer per jaar naar een sportwedstrijd waar entree voor betaald moet worden. Wat opvalt, is dat 8% van de geënquêteerden meer dan twintig keer per jaar betaalt om sport te kijken. Uit de enquête blijkt dat 53% tussen € 0,- en € 50,- per jaar uitgeeft aan het bezoeken van sportwedstrijden. De grootste hierop volgende groep (18%) betaalt € 100,- tot € 150,- per jaar aan het bezoeken van sportwedstrijden, 8% van de groep geeft aan meer dan € 300,- per jaar te spenderen aan het bezoeken van sportwedstrijden.

Meerwaarde

Wat zijn de geënquêteerden bereid om meer te betalen voor het bezoeken van deze sportwedstrijden? Uit het onderzoek blijkt dat het grootste deel (53%) bereid is om tot € 20,- per jaar meer te betalen om sport te kijken. Daarnaast is zelfs 21% van de respondenten bereid om € 100,- of meer per jaar extra te betalen voor het bekijken van sportwedstrijden.

1.4 Vergelijking en analyse

De vergelijking tussen de enquêteresultaten en de resultaten uit de interviews en het literatuuronderzoek is voornamelijk gericht op de toegevoegde waarden van sport op economisch gebied. Wat is men bereid om meer uit te geven aan sport? Uit de enquête blijkt dat mensen wel degelijk bereid zijn meer te betalen voor de sport die zij beoefenen. Het maximumbedrag dat extra wordt uitgegeven ligt rond € 30,-. Naast sportbeoefening is er ook gevraagd naar de passieve sportconsumptie. Bijna driekwart van de mensen is bereid meer uit te geven aan het kijken naar sport. De bedragen vallen hierbij iets hoger uit dan bij het beoefenen van sport.

De analyse van sportevenementen is een onderwerp dat zowel in de literatuur als in de interviews wordt bekritiseerd. Bij een economische impactanalyse is niet vast te stellen welke kosten en/of opbrengsten er wel of niet bij gerekend mogen worden. En eigenlijk ligt er een diepere gedachte aan ten grondslag: waarom wil men sportevenementen per se in geld uitdrukken? In het interview met De Nooij kwam een mooi voorbeeld ter sprake, namelijk het evenement 'De Elfstedentocht'. Wat betreft de Elfstedentocht zal geen discussie ontstaan over de kosten en baten van het evenement. Wanneer de weersomstandigheden het toelaten wordt het georganiseerd. En waarom? Omdat men dat leuk vindt. Waarom kan dat niet bij andere evenementen?

De keuze om een enquête af te nemen in plaats van een extra interview heeft op een positieve manier bijgedragen aan dit onderzoek. Het heeft eraan bijgedragen een beeld te vormen van de toegevoegde waarde van sport volgens de Nederlandse bevolking. Het was interessant geweest om de gegevens uit de literatuur te toetsen. Zo bleek uit de literatuurstudie dat er een relatie bestaat tussen het geslacht en het opleidingsniveau en de uitgaven aan sport van een persoon. Met de enquête had deze uitspraak getoetst kunnen worden, maar vanwege tijdgebrek is dat niet gebeurd.

1.5 Conclusies

Hieronder zijn de drie voornaamste conclusies weergegeven, die antwoord geven op de hoofdvraag 'Wat is de economische kracht van sport?'

Voor sportconsumenten is sport meer waard dan de kostprijs

Veel van de voornaamste effecten van sport (zelfvertrouwen, een positief gevoel en gezondheid) zijn moeilijk of niet in geld uit te drukken. Wat wij met onze enquête geprobeerd hebben te bereiken is de waardering van de sporters voor hun sportbeoefening toch te kwantificeren. Uit onze enquête bleek dat maar liefst 48% van de respondenten aangeeft bereid te zijn om, afhankelijk van het bedrag, meer te betalen voor het sporten. Daarnaast zegt 5% dat ze bereid zijn om meer te betalen wat het dan ook mag kosten. Dit geeft het economische belang van sport aan; sport wordt door de gebruiker hoog gewaardeerd.

De meerwaarde van sport blijkt ook uit het eerder genoemde onderzoek van Atkinson. Dat laat zien dat een groot deel van de huishoudens in de regio van London bereid was om gedurende een periode van tien jaar € 10,- per jaar bij te dragen aan de Olympische Spelen. Wanneer dit daadwerkelijk doorgang had gevonden, had een groot deel van de kosten die de Spelen met zich meebrachten gedekt kunnen worden.

De indirecte economische effecten van sport zijn onvoldoende aan het licht gebracht

Wetenschappers, overheden en ondernemers zijn het wat betreft veel indirecte economische krachten van sport met elkaar eens. Sporten kan de kosten van de gezondheidszorg omlaag brengen en het kan geld opleveren, omdat werknemers productiever zijn als ze ook sporten. En hoewel hier, zeker in de gezondheidszorg, harde bewijzen voor zijn, zijn er ook veel tegengeluiden die trachten deze effecten te ondermijnen. Hierdoor gaat het bij beslissingen over investeringen in sport vaak om de instelling van de beleidsmakers. Er is onderzoek nodig dat de indirecte effecten van sport scherper aan het licht brengt, zodat beslissingen over sportinvesteringen van deze aard objectiever genomen kunnen worden.

Economische analyse van sportevenementen en -faciliteiten zijn zeer beperkt in hun voorspellende waarde

Er is veel kritiek op de huidige economische impactanalyse van sportevenementen of voor het aanleggen van sportfaciliteiten. De analyses zijn beperkt in hun voorspellende waarde, maar er is geen geschikter middel voor handen. Het is voor de beleidsmakers uitermate belangrijk dat zij beseffen wat wel en wat niet binnen de economische analyse valt, voor wie en door wie de analyse is uitgevoerd en wat de kwaliteit van de analyse is, alvorens zij deze gebruiken voor het aan- of ontmoedigen van een investering in sport.

1.6 Aanbevelingen

De conclusies resulteren in twee concrete aanbevelingen:

Betrek de ervaren meerwaarde en de indirecte economische effecten van sport in het waarderen van sport

De ervaren meerwaarde van sport ligt gemiddeld hoger dan de werkelijke kostprijs van sport. Daarnaast worden indirecte economische effecten van sport onvoldoende aan het licht gebracht. De uitdaging is om de ervaren meerwaarde en de indirecte economische effecten van sport mee te nemen in de waardering van sport. Op dit moment is dat naar ons weten nooit gedaan, terwijl beide aspecten wel degelijk de economische kracht van sport bepalen.

Ga kritisch om met economische analyses van sportevenementen en -faciliteiten

Uit onderzoek blijkt dat de economische analyse van sportevenementen en sportfaciliteiten een beperkte voorspellende waarde hebben. Dit heeft te maken met de effecten die bij een economische analyse vaak buiten beschouwing worden gelaten en kennis die ontbreekt. Het is van belang om niet te veel waarde te hechten aan de bestaande economische analyses. De uitdaging is om kritisch te kijken naar de economische analyses van sportevenementen en sportfaciliteiten. Weliswaar kunnen kosten-batenanalyses tegenwoordig vooraf een redelijke inschatting geven van de kosten en baten van een evenement; goede kosten-batenanalyses zijn kostbaar en worden niet vaak uitgevoerd. Veel vaker worden er economisch analyses gebruikt of misbruikt voor het aan- of ontmoedigen van investeringen in sport.

2. De maatschappelijke kracht van sport



Sport als stimulans voor een betere maatschappij

Frits Frederiks

Emma Geelen

Karin den Hoedt

Thomas Pluimers

Tom van Scheppingen

Voorwoord

Voor u ligt de rapportage van de groep 'De maatschappelijke kracht van sport'. Wij hebben de afgelopen maanden zo goed mogelijk geprobeerd te onderzoeken wat de maatschappelijke kracht van sport is.

Het was niet altijd even gemakkelijk om de juiste contactpersonen voor de interviews te bereiken, maar uiteindelijk zijn we erg tevreden met het eindresultaat. We hebben een duidelijk beeld kunnen schetsen van de maatschappelijke kracht van sport met inzichten uit verschillende hoeken van de maatschappij, aangevuld met informatie uit de (vak)literatuur.

Wij vonden het project erg interessant en hopen de opgedane kennis toe te kunnen passen in de praktijk en in onze verdere loopbaan.

Groep 'maatschappelijke kracht van sport',

Frits Frederiks
Emma Geelen
Karin den Hoedt
Thomas Pluimers
Tom van Scheppingen

2.1 Methode

Om een beeld te krijgen van wat de theorie zegt over de maatschappelijke kracht van sport is er op internet via Google, Google Scholar en (online) bibliotheken van universiteiten gezocht naar relevante artikelen over dit onderwerp. De zoektermen die zijn gebruikt: maatschappelijke, waarde, betekenis, sport, kracht van sport, society, social, meaning, value, sport and society, sport and integration en andere woorden gerelateerd aan deze.

Om een breed perspectief te vormen over de maatschappelijke kracht van sport zijn er semigestructureerde interviews afgenomen. Door middel van interviews met generatiegenoten werd een beeld gevormd over de gedachtegang van de generatie die in de nabije toekomst gaat beslissen over de inzet van sport in de maatschappij. In de loop van het onderzoek is gebleken dat de maatschappelijke kracht van sport contextgebonden is. Daarom is ervoor gekozen om voor de interviews met sleutelfiguren uit het domein vier verschillende organisaties te benaderen om een zo breed mogelijk kader te vormen van de mening van professionals. Bij de interviews met sporters is ervoor gekozen om ook breedtesporttrainers aan het woord te laten, zij waren in het onderzoek nog niet aan bod gekomen, terwijl zij zich in de dagelijkse praktijk van de combinatie van sport en maatschappij bevinden. Daarnaast is een topsporter geïnterviewd.

Omdat in de loop van ons onderzoek bleek, dat het meten van resultaten van maatschappelijke projecten moeilijk is, hebben wij ervoor gekozen om een debat van het Mulier Instituut bij te wonen, het onderwerp van dit debat was: 'The intangible effect of sportevents'.

2.2 Bevindingen

2.2.1 Effecten van sport

Sporten is meer dan alleen goed voor de gezondheid. De kracht van sport ligt volgens professionals in het, voor hun gestelde, feit dat door middel van sport maatschappelijke doeleinden kunnen worden gerealiseerd. Sport leert mensen omgaan met regels en met elkaar, het zorgt voor binding en geeft zelfvertrouwen. Sport kan mensen motiveren, activeren en aanzetten om iets te doen. Sport schept een vertrouwde omgeving, waar mensen hun zorgen kunnen vergeten en waar gezocht kan worden naar een oplossing voor hun problemen. Dit is terug te zien in projecten van Ajax Foundation, NSA International, Fier en het Leger des Heils.

"Het kunnen uiten van hun creativiteit, vooral met sporten, is soms meer waard dan goede hulpverlenings-gesprekken. De beste gesprekken vinden plaats tijdens het sporten." (Geert Remigius - Leger des Heils)

In de literatuur wordt veel gesproken over de maatschappelijke effecten die sport mogelijk wel en niet te weeg zou kunnen brengen. Zo blijkt dat het bewerkstelligen van een betere integratie door middel van sport niet zondermeer het gewenste effect heeft, omdat sporten in groepen de eigen (etnische) identiteit zou kunnen versterken (Krouwel, Boonstra, Duyvendak & Veldboer, 2006). Voor de ontwikkeling van het individu worden echter wel positieve effecten gevonden. Kay (2009) geeft aan dat sporten het gedrag over het algemeen verbetert, het zelfbeeld wordt sterker en het beeld van andere sporters wordt beter. Boonstra en Hermens (2011) beargumenteren dat sport helpt bij de ontwikkeling van goed gedrag. Als het goede gedrag over het algemeen beter wordt, dan zou het

vertrouwen van mensen in de samenleving stijgen, wat positieve effecten heeft op de maatschappij.

Ook sportende en niet-sportende generatiegenoten zien dat de potentiële kracht van sport bestaat. Sport heeft een bindende kracht op mensen onderling en is in staat om verschillen tussen mensen weg te nemen. Sport brengt saamhorigheid en kan volgens onze generatiegenoten zorgen voor een hogere acceptatie voor probleemjeugd in de samenleving. Maar naast positieve effecten kan sport volgens onze generatiegenoten ook negatieve effecten met zich meebrengen. Als voorbeeld wordt aangedragen dat het geweld in de sport en het gebruik van doping de laatste jaren enorm is toegenomen. Daarbij werd wel geconcludeerd dat dit aan het individu ligt en niet aan de sport zelf.

2.2.2 Voorwaarden voor maatschappelijk effect

Uit het literatuuronderzoek is geen eenduidige maatschappelijke kracht van sport te herleiden. Er zijn vele stukken geschreven over de verschillende manieren waarop sport gebruikt wordt om maatschappelijke doelen te bereiken. Het resultaat is volgens de verschillende auteurs erg afhankelijk van de regels en de begeleiding. Ieder doel dat wordt nagestreefd heeft een eigen organisatie nodig die precies gericht is op dat doel. Een concept kan dus niet één op één overgenomen worden voor een project met een andere doelstelling.

In meerdere artikelen wordt bevestigd dat sport een positieve invloed kan hebben op de maatschappij, dit is afhankelijk van een aantal voorwaarden. Deze voorwaarden komen het meest naar voren in het stuk van Buijsman (2004). Sport is, volgens hem, positief mits er bij het beoefenen regels en grenzen worden gesteld. Vooral jongere mensen leren de regels en grenzen die op het veld gelden ook daarbuiten toe te passen.

De professionals zijn van mening dat sport vooral leuk moet zijn. De intrinsieke motivatie om actief te participeren in maatschappelijke projecten speelt een belangrijke rol in de slagingskans van een project.

“Wanneer je iets vrijwillig wil doen omdat je het leuk vindt, zal je langer actief mee blijven doen dan wanneer iets verplicht is of gedaan moet worden vanuit andere beweegredenen. Daarom is intrinsieke motivatie zo belangrijk.” (Martijn Harlaar - NSA International)

Ook sportende en niet-sportende generatiegenoten bevestigen dat intrinsieke motivatie een voorwaarde is voor het beoefenen van sport. Sport kan niet opgedrongen worden, de motivatie om te sporten moet uit de persoon zelf komen. Bij sportende generatiegenoten is een van de motivaties om te sporten dan ook dat sport leuk moet zijn. Daarnaast zijn de drang naar presteren, jezelf verbeteren en de band die je met de medesporters hebt voor deze groep belangrijke motivaties om te gaan sporten.

Niet-sporters vragen zich af waar de fanatieke sporten die drang naar sport vandaan halen. Hun voornaamste reden om niet te sporten is tijdgebrek, dit ontstaat doordat zij andere prioriteiten stellen. Sport is voor hen niet belangrijk in hun dagelijkse leven terwijl bij de sportende generatiegenoten sporten juist een van de belangrijkste activiteiten in het dagelijks leven is.

“Naast mijn studie is sport het belangrijkste in mijn leven.” (Ivo Sprengers – BMX)

Ook vertegenwoordigers vanuit de breedtesport en topsport zien in dat sport niet 'zomaar' de oplossing is voor maatschappelijke vraagstukken en problemen. Er zijn wel degelijk voorwaarden voor het creëren van positieve effecten van sport. Twee belangrijke voorwaarden zijn de intrinsieke motivatie en de verantwoordelijkheid van de trainers. De trainers hebben deels de verantwoordelijkheid om sporters gemotiveerd te houden en bieden anderzijds ook op opvoedkundig vlak begeleiding. Deze verantwoordelijkheid zou volgens de trainers ook meer door ouders en scholen opgepakt kunnen worden. Gym wordt volgens Hachmann niet voor niets omschreven als lichamelijke 'opvoeding' op scholen.

Wat betreft de voorwaarden waar topsport aan zou moeten voldoen zitten topsporter Eva Lubbers en professional Simone Freling op één lijn. Beide zijn van mening dat topsporters een voorbeeldfunctie hebben in de maatschappij. Niet alleen qua gedrag maar ook tijdens verplichtingen buiten het sportveld.

2.2.3 Panacee

Sport wordt door zowel professionals als door generatiegenoten niet gezien als de enige manier om maatschappelijke problemen op te lossen, maar sport biedt wel de mogelijkheid om deze problemen gedeeltelijk op te lossen.

"Sport kan wat doen, het is niet de oplossing voor alles en zeker niet de enige manier, maar het is wel een manier. Sport kan zowel op geestelijk, lichamelijk en sociaal gebied bijdragen aan het oplossen van problemen."
(Ellen de Ruiter – Fier)

Ook tijdens het debat 'The intangible effects of sport events' georganiseerd door het Mulier Instituut, wordt aangegeven dat het van belang is dat het organiseren van grote evenementen niet wordt gezien als een 'Magic Bullet' die maatschappelijke problemen doet verdwijnen. Er zijn doorgaans weinig positieve economische effecten bij het organiseren van een groot evenement. Wel kan een evenement bijdragen aan het creëren van stabiliteit, vertrouwen en happiness onder de bewoners van een gebied. Kortom, sportprogramma's rondom grote evenementen worden verwelkomd, maar zorgen niet zondermeer voor een verbetering van de leefomstandigheden.

Sportende en niet-sportende generatiegenoten zijn niet heel erg verschillend in hun beleving van sport. Beide zien er het positieve effect van in, maar zijn ook van mening dat sport niet mag worden beschouwd als een oplossing voor problemen. Zij zien sport meer als een stimulans voor verbetering.

Ook door de breedtesport en topsport wordt bevestigd dat sport niet garant staat voor succes, zelfs niet als aan alle voorwaarden wordt voldaan. Sport kan wel degelijk een bijdrage leveren, maar is niet de oplossing. De kortste conclusie werd gegeven door Peter van Os – kickbox en Muay Thai trainer en coach:

"Sport is wat je er zelf mee doet!"

Sport is niet de oplossing, maar bevordert wel het welzijn, de saamhorigheid en de maatschappij. Daarmee zet sport een grote stap in de richting van de oplossing.

2.2.4 Meten is moeilijk

Vanuit de literatuur geeft Kay (2009) aan dat er een wijdverbreide aanname is dat sport sociale winst kan opleveren die verder gaat dan de onmiddellijke ervaring van deelname en dat er dan met betrekking tot sport ook vaak hoge verwachtingen geschapen worden door beleidsmakers. Hij geeft ook aan dat de onderzoeksbasis die als bewijs zou moeten dienen voor de sociale impact van sport tegelijkertijd niet bevredigend is. Voor wetenschappers is het lastig om resultaten meetbaar te maken, concepten operationaliseerbaar te maken en causaliteit aan te tonen. Daarom willen wetenschappers zich er haast niet meer aan wagen. Kay ziet hiervoor zelf de oplossing in kwalitatief onderzoek naar de beleving van de kracht van sport.

Een interessante bevinding kwam van een gastspreker die aanwezig was op het debat van het Mulier Instituut waar werd gesproken over de ontastbare effecten van sportevenementen. Fabiana Rodrigues doet onderzoek naar de Olympic Villages in Rio de Janeiro in de aanloop naar de Olympische Spelen in 2016 en bekijkt tevens de effecten van het WK voetbal dat in 2014 in Brazilië wordt georganiseerd. Zij kwam tot de conclusie dat bij het onderzoek met name belangrijk is om niet óver de 'interest groups' te spreken, maar mét hen. Hierdoor kan gemeten worden in welke mate deelnemers percipiëren en wat hun meerwaarde is.

Marijke Taks, een andere gastspreker bij het debat, brengt ook naar voren dat het meten van de impact van evenementen lastig is. Zij ziet daarvoor een oplossing in het meten van de mate waarin de kansen die gecreëerd worden door het evenement (zoals mogelijkheden voor sportontwikkeling) benut worden. Ze geeft daarbij aan dat immateriële effecten moeilijk meetbaar zijn en daarom vaak ondervertegenwoordigd zijn of zelfs volledig ontbreken in evaluaties van evenementen. Dit kan leiden tot het risico dat de verkeerde conclusies getrokken worden, namelijk dat sommige activiteiten geen impact hebben.

Alle aanwezigen bij het debat waren het erover eens dat sportbeoefening een duidelijke maatschappelijke meerwaarde heeft. Deze maatschappelijke meerwaarde is echter moeilijk uit te drukken in getallen. Dit beeld komt goed overeen met wat wij hebben vastgesteld in ons literatuuronderzoek. Paul Hover (onderzoeker Mulier Instituut) benoemde bijvoorbeeld dat het ingewikkeld is om de consequenties die een sportevenement voor de samenleving heeft los te zien van andere effecten omdat er geen vergelijkingsmateriaal is voor hoe de samenleving eruit zou zien als er geen sportevenement had plaatsgevonden.

Ditzelfde wordt bevestigd door de professionals. Zij geven aan dat het meten van resultaten van de maatschappelijke projecten lastig is omdat ontastbare zaken een groot aandeel vormen. Omdat er meerdere zaken zijn die een rol spelen bij veranderingen in de maatschappij kunnen deze niet in zijn geheel toegeschreven worden aan één (sport)project. Simone Freling suggereert dat bij maatschappelijke projecten niet het meten van de resultaten maatgevend moet zijn, maar dat er een geloof moet bestaan in het doel van het (eigen) project.

"Meten is moeilijk. Het is meer geloven in het doel van het project." (Simone Freling – Ajax Foundation)

2.3 Vergelijking en analyse

Dé maatschappelijke kracht van sport bestaat niet. Aan de hand van ons onderzoek naar de maatschappelijke kracht van sport komen we tot deze conclusie. Deze opmerking klinkt echter verontrustender dan hij is aangezien er wel degelijk positieve maatschappelijke effecten zijn die sport teweeg kan brengen. De opmerking geeft slechts aan dat er geen eenduidige, overal toepasbare, kant en klare maatschappelijke kracht van sport bestaat. De maatschappelijke kracht van sport is altijd contextgebonden.

Het is opvallend dat alle respondenten inzien dat sport een positieve functie kan hebben voor de maatschappij. Dat met name de professionals erg positief zijn over de maatschappelijke kracht van sport is wellicht niet verwonderlijk aangezien zij daar hun geld mee verdienen, maar ook vanuit de literatuur en van andere respondenten kwamen bijzonder veel positieve verhalen. Het lijkt dus zo te zijn dat het toekennen van de maatschappelijke waarden van sport een breed gedragen idee is.

Door onze respondenten wordt aan sport een veelheid van positieve maatschappelijke effecten toegeschreven. Het meest gehoorde effect is dat sport verbindt. Daarnaast heeft sport volgens de respondenten tal van pedagogische waarden, zo leren mensen door middel van sport samenwerken, elkaar respecteren en omgaan met regels. Ook zou sport kunnen zorgen voor zelfvertrouwen, zelfreflectie en motivatie. Daarnaast kan sport een vertrouwde omgeving scheppen waarin mensen hun zorgen kunnen vergeten en waarin gezocht kan worden naar een oplossing voor hun problemen. Op die manier zouden probleemjongeren bijvoorbeeld geholpen kunnen worden.

Deze positieve effecten vinden echter niet zondermeer plaats. Het is duidelijk dat er geen blauwdruk bestaat voor het creëren van de maatschappelijke kracht van sport die in elke situatie één op één overgenomen kan worden. De verschillende effecten zijn contextgebonden. Steeds weer wordt er door onze respondenten op gewezen dat sport niet het panacee is voor maatschappelijke problemen, maar dat sport wel degelijk een (min of meer bescheiden) bijdrage kan leveren, mits aan een aantal voorwaarden wordt voldaan.

Een belangrijke voorwaarde die meerdere keren terugkwam, is dat er intrinsieke motivatie van de sporters aanwezig is. Een deel van de maatschappelijke kracht van sport is dan ook te vinden in deze intrinsieke waarde. Omdat sport door velen 'leuk' gevonden wordt, kunnen door middel van sport maatschappelijke resultaten worden geboekt. Het is als het ware een aantrekkingskracht en biedt daardoor mogelijkheden om op een informele en prettige manier in contact te komen met moeilijk bereikbare groepen.

Goede begeleiding is daarbij van groot belang voor het al dan niet slagen van een programma of project. Deze begeleiding is voor een groot deel de verantwoordelijkheid van de trainers, zo vinden zij zelf ook. Het gaat daarbij niet alleen om sportieve begeleiding, maar ook om opvoedkundige begeleiding. Een verantwoordelijkheid die volgens de trainers ook veel meer door ouders en scholen opgepakt zou moeten worden. Op die manier kunnen kinderen leren omgaan met regels, grenzen en elkaar.

Een laatste belangrijk punt wordt gegeven tijdens het debat van het Mulier Instituut. Om maatschappelijke resultaten te boeken voldoende aandacht, energie en investeringen gedaan moeten worden in de ontwikkelingen van strategieën die positieve maatschappelijke uitkomsten als doel hebben. Om structurele effecten te bewerkstelligen moet deze investering bovendien een lange duur hebben.

Bij de negatieve kant van sport wordt vaak gedacht aan zaken als geweld of doping, maar geen van de respondenten ziet dit als iets wat inherent is aan sport. Ze zien het eerder als iets dat past bij bepaalde karaktereigenschappen van een individu. Wel moet benoemd worden dat de verbindende werking die door alle respondenten herkend wordt, niet betekent dat sport ook een goed integratiemiddel is. Uit onderzoek van Krouwel et al. (2006) is gebleken dat sporten in groepen ook juist de eigen (etnische) identiteit kan versterken.

Het grootste probleem van de maatschappelijke kracht van sport wordt door alle respondenten die daarmee te maken hebben gezien in de meetbaarheid van de effecten. Omdat de effecten immaterieel zijn, is het moeilijk ze te operationaliseren en daarmee kwantificeerbaar te maken. Bovendien is het lastig te meten in hoeverre de effecten, als die al meetbaar zijn, het gevolg zijn van de sport of dat ook andere (sociale) invloeden daarmee te maken hebben gehad.

Een oplossing hiervoor, die zowel in de literatuur als in het debat werd aangedragen, is het meetbaar maken van deze effecten door middel van het doen van kwalitatief onderzoek naar de perceptie van deelnemers aangaande de effecten. Dit is haalbaar en bovendien kan een rapport over hoe mensen een sportproject beleven, voor zowel de verantwoording als voor vervolgprojecten, erg waardevolle informatie bevatten.

Kortom, sport moet niet gezien worden als de 'Magic Bullet' die alle maatschappelijke problemen oplost, maar sport kan zeker een positieve maatschappelijke bijdrage leveren, mits voldaan aan een aantal voorwaarden.

2.4 Conclusies

Sport heeft de potentie tot een grote hoeveelheid van positieve maatschappelijke effecten, deze zijn echter wel gebonden aan specifieke voorwaarden en aan context.

Voor het realiseren van maatschappelijke effecten zijn intrinsieke motivatie en goede begeleiding op zowel sportief als opvoedkundig gebied bij sport-/beweegprojecten noodzakelijk.

Maatschappelijke effecten zijn moeilijk meetbaar omdat de winst vaak behaald wordt op gebieden die niet kwantitatief te meten zijn.

2.5 Aanbevelingen

Onderzoek maatschappelijke effecten niet alleen kwantitatief, maar ook kwalitatief

Hierdoor worden de effecten tastbaar gemaakt en kan er gecontroleerd worden of maatschappelijke projecten het gewenste resultaat hebben.

Zorg bij maatschappelijk sportprojecten voor goede begeleiding op zowel sportief als opvoedkundig gebied

Dit kan bijvoorbeeld gerealiseerd worden bij Cruijff Courts of op Richard Krajicek Playgrounds. De faciliteiten om te sporten zijn al aanwezig, wanneer dit aangevuld wordt met kundige begeleiders zal dit mogelijk goede resultaten opleveren.

3.De gezonde kracht van sport



*Sports are good for health,
that's a lot of fun*

Rolf Drenthe

Eva Gordijn

Puck van Hasselt

Michiel Vervoort

Voorwoord

Voor u ligt het hoofdstuk met de bevindingen van de groep 'De gezonde kracht van sport'. Onze groep heeft de afgelopen maanden de gezonde kracht van sport onderzocht. Wij proberen een helder en overzichtelijk beeld te geven van de invloed van sport (en bewegen) op de gezondheid.

Sport is verweven in onze cultuur, maar wat zijn de risico's en opbrengsten voor de gezondheid? En hoe zouden we in onze samenleving tegen sport aan moeten kijken? Om antwoord te kunnen geven op deze vragen hebben we interviews gehouden met verschillende stakeholders en een literatuurstudie gedaan. Wij hebben ons daarbij toegespitst op de relatie tussen sport en gezondheid.

Groep 'gezonde kracht van sport',

Rolf Drenthe

Eva Gordijn

Puck van Hasselt

Michiel Vervoort

3.1 Methode

Om te komen tot een antwoord op de vraag ‘Wat is de gezonde kracht van sport?’ is gebruik gemaakt van kwalitatief onderzoek. Door middel van een literatuurstudie en het afnemen van verdiepende interviews onder verschillende stakeholders hebben wij geprobeerd de vraagstukken met betrekking tot de gezonde kracht van sport te verkennen.

Het interview met al dan niet sportende generatiegenoten betrof een open interview waarbij de relatie tussen sport en gezondheid is afgebakend. Na de literatuurstudie is er een vragenpool opgesteld en zijn vijf stellingen geformuleerd. Sleutelfiguren uit het domein en (ex-)(top)sporters konden aangeven of zij het met de betreffende stelling eens dan wel oneens waren. Door de mogelijkheid tot het geven van een motivatie was het mogelijk om de antwoorden van beide partijen met elkaar te vergelijken. Na de stellingen zijn er nog een aantal vragen gesteld om dieper in te gaan op de relatie tussen sport en gezondheid.

Er is voor deze opzet gekozen omdat de mening van de verschillende doelgroepen over de gezonde kracht van sport vrij onbekend was. Dit is naar onze mening niet te onderbouwen met cijfers maar enkel door het rechtstreeks te vragen. Het literatuuronderzoek dient daarbij als aanvulling op en vergelijking met de informatie die verkregen is door het afnemen van de interviews.

3.2 Bevindingen

‘Sports are good for health, that’s a lot of fun’

Het blijkt dat er in de afgelopen decennia veel veranderd is in de gezondheid van mensen. Door een toenemende welvaart is er een groeiend probleem ontstaan van gezondheidsklachten die voor deze toename nog redelijk onbekend was. Veel van deze ziekten worden om deze reden ook welvaartsziekten genoemd. Bennet en Morrison (2011) deden onderzoek naar een populatie patiënten die ernstig ziek waren aan deze mensen werd de vraag gesteld wat gezondheid voor hen betekende:

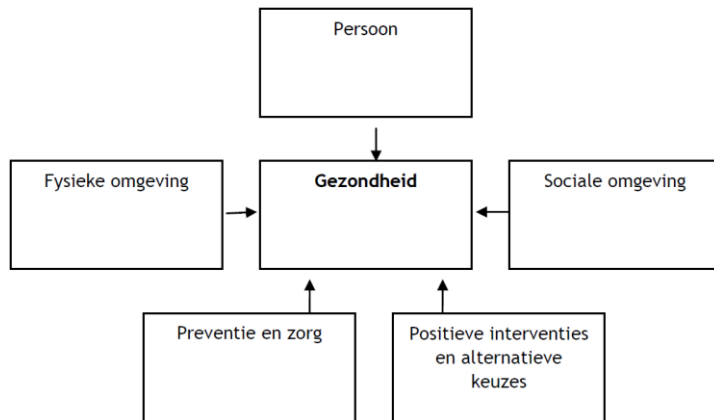
1. Gezondheid betekent ‘een overwegend gevoel van welzijn’.
2. Gezondheid wordt in verband gebracht met ‘de afwezigheid van symptomen van ziekte’.
3. Gezondheid kan worden waargenomen in ‘de handeling waartoe een lichamelijk gezond persoon in staat is’.

“Gezondheid is een staat waarin complete fysieke, mentale en sociale welzijn is en niet alleen de afwezigheid van ziekte of andere lichamelijke gebreken.” (World Health Organisation, 1948)

Hieruit kan worden afgeleid dat gezondheid gerelateerd is aan:

- Gevoel
- Gerichtheid op symptomen
- Prestatie

Het is dus goed mogelijk om zelf invloed uit te oefenen op de gezondheid. Daarbij moet gesteld worden dat de omgeving ook een belangrijke bijdrage levert aan de gezondheid (Nederland & Dekker, 2011). Uiteindelijk verschilt de definitie van gezondheid van persoon tot persoon. Beleidsmakers gaan echter vaak uit van de risicofactoren met betrekking tot gezondheid.



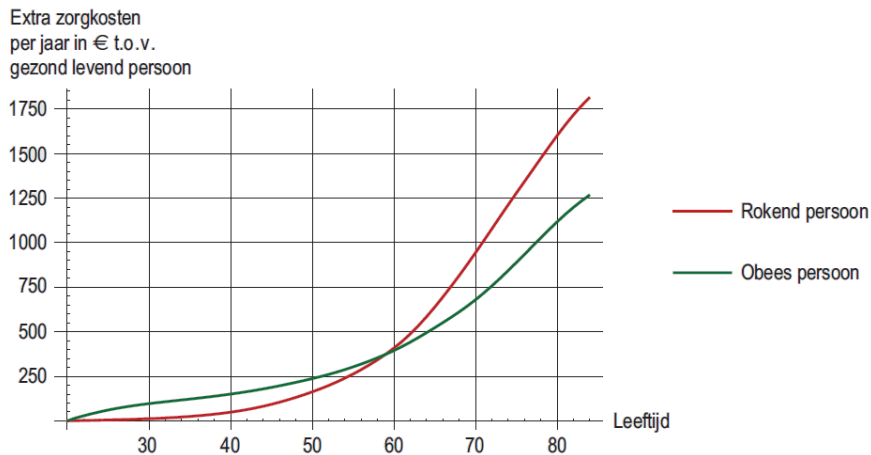
Figuur 3.1 - Effect van factoren op gezondheid (Nederland & Dekker, 2011)

Het is belangrijk dat mensen de positieve kanten van sporten en bewegen kennen. Daaruit volgen vanzelf de voordelen zoals een goede gezondheid. In Nederland is er steeds meer oog voor de kwetsbare groepen in de samenleving. Onder de kwetsbare groepen vallen onder andere kinderen en jong volwassenen met een beperking of chronische ziekte en ouderen. Het is belangrijk dat deze mensen ook de kans krijgen om op hun niveau te sporten. Er is de laatste jaren al een grote slag gemaakt op het gebied van sport, gezondheid en welzijn en het verder professionaliseren van de sportparticipatie van deze kwetsbare groepen (Van Vliet & Winsemius, 2011).

Het is echter niet vanzelfsprekend dat iedereen kan sporten, omdat het voor mensen met een (verstandelijke of lichamelijke) beperking of chronische ziekte soms erg lastig is om aangepast te sporten. Sportclubs als Only Friends begeleiden deze kwetsbare doelgroep om toch onder begeleiding te kunnen sporten. Deze mensen hebben tevens baat bij het sporten omdat het hun welbevinden positief beïnvloedt (Sportclub Only Friends, 2013). Plezier in het sporten is daarbij een heel belangrijke factor.

“De kracht van sport is dat het voldoening en kracht geeft en dat je daardoor sterker en positiever in het leven staat.” (Myron Gebbink – Voetballer Nederlands CP-elftal – ambassadeur van ‘de 14 van Johan’ ter promotie van de Johan Cruijff Foundation)

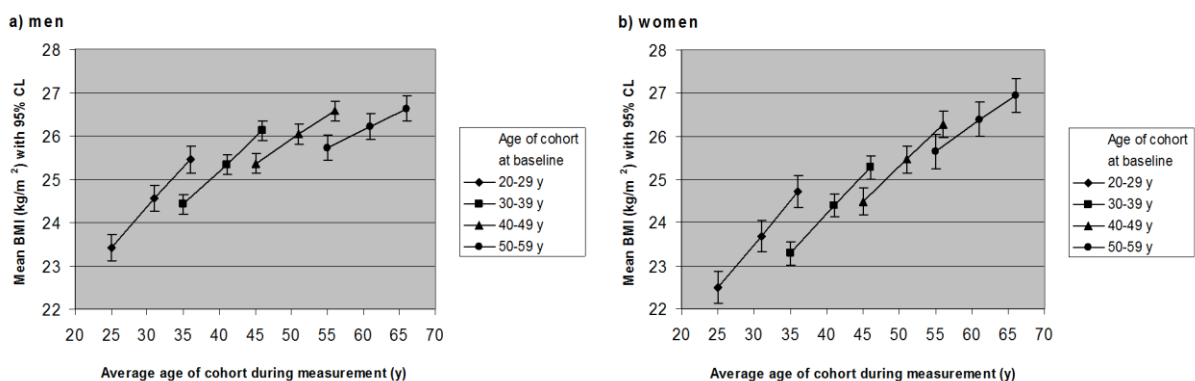
De overheid ziet de zorgkosten de laatste jaren flink oplopen door verschillende factoren en is er alles aan gelegen om deze kosten te drukken en op zoek te gaan naar preventieve methodes om de gezondheid van de bevolking te verbeteren. Accijnzen op sigaretten en drank zijn de afgelopen jaren gestegen met als gevolg dat het aantal aan rokers en drank gerelateerde zorg is afgenomen. Dit staat in schril contrast met de extra zorgkosten voor verschillende groepen mensen die roken of (zwaar) overgewicht hebben (van Baal, Heijink, Hoogenveen, & Polder, 2006).



Figuur 3.2 - Extra zorgkosten per persoon per jaar veroorzaakt door roken en overgewicht in 2006 (Van Baal, Heijink, Hoogenveen & Polder, 2006)

Roper (2008) heeft onderzocht dat de productiviteit van gezonde werknemers hoger ligt, waardoor de opbrengsten van gezonde personen hoger liggen dan die van ongezonde personen. Daarbij gaan gezonde personen pas na hun zeventigste levensjaar meer zorgkosten maken (van Baal, Heijink, Hoogenveen, & Polder, 2006). Tevens is onderzocht of het mogelijk is om mensen met een ongezonde levensstijl gestraft kunnen worden door het betalen van een hogere ziektekostenverzekering in de vorm van een boete (Van Duijn, 2012). Dat was niet haalbaar vanwege de te grote inmenging in privacy van de burgers.

Het is bekend dat een combinatie van verminderde lichamelijke activiteit en een verkeerd voedingspatroon zorgen voor een groeiend probleem van deze welvaartsziekten. Bekende welvaartsziekten zijn onder andere: obesitas, diabetes (type 2), reuma, alzheimer, beroerte, coronaire hartziekten, (sommige vormen van)kanker en osteoporose. In figuur 3.3 is te zien dat, bij zowel mannen als vrouwen van de onderzochte generaties, het lichaamsgewicht is toegenomen gedurende de tien jaar dat het onderzoek liep. Deze mensen hebben een groter risico op obesitas.



Figuur 3.3 - Toename van het lichaamsgewicht bij mannen en vrouwen bij verschillende generaties (Nooyens et al., 2009)

“Onze klanten krijgen advies over voeding en over hun eetgedrag. Ik vind dat veel sportinstructeurs niet hun volledige capaciteit benutten. Ik denk dat het belangrijk is dat de instructeurs ook voldoende over voeding weten om mensen goed te begeleiden.” (Martin Fluit – Sportcentrum Reade)

Veel projecten die de overheid start zijn niet alleen gericht op het voorkomen van een slecht leefpatroon, maar ook tot het positief benaderen van een gezonde levensstijl. De meeste projecten hebben als doel om de bewegingsarmoede af te laten nemen en mensen weer in beweging te krijgen. Er wordt daarin een duidelijk verschil gemaakt tussen sport en bewegen. Volgens CBS.NISB (2013) dient er driemaal per week voor tenminste twintig minuten intensief bewogen te worden om een goede gezondheid te behouden, dit wordt ook wel de fitnorm genoemd. Als er plezier wordt beleefd in sport zal het eenvoudiger worden om deze beweegnorm te behalen.

De sociale omgeving (peergroep) heeft grote invloed op de een individu en in zekere mate bepaald dit zijn leefpatroon. Vaak is daar een economische grondslag voor te vinden. Mensen die meer te besteden hebben kunnen zich betere omstandigheden veroorloven. Voor kinderen geldt dat sport op deze manier wordt meegegeven in de opvoeding. Uit de interviews met verschillende stakeholders blijkt dat ouders een grote invloed hebben op het sportgedrag van hun kinderen. Mogelijk zijn ouders zelfs het grootste voorbeeld voor hun kinderen. Als ouders zelf niet aan sport doen, is er een grote kans dat sporten geen onderdeel wordt van het leven van hun kinderen. Dit kan, wanneer de overstap naar het middelbare onderwijs gemaakt wordt, waarschijnlijk veranderen door de invloed van vrienden en klasgenoten. Waar ouders in een eerder stadium de belangrijkste rolmodellen waren voor het kind verandert deze houding in de pubertijd.

“Ouders zijn een rolmodel voor hun jonge kinderen (zeker tot en met 12 jaar). Toch staat dat nog los van de gezinssituatie. Ook de peergroep (leeftijdsgenoten en vrienden) hebben een grote invloed. Dat neemt vanaf hun twaalfde jaar toe omdat veel kinderen dan in een nieuwe situatie komen met de overstap naar de middelbare school.” (Arnoud Verhoeff – GGD Amsterdam)

Toch zijn niet alleen ouders er verantwoordelijk voor of hun kind leert sporten. Het onderwijs vervult daarin als opleider ook een aanzienlijke rol. Veel kinderen krijgen op de basisschool voor het eerst te maken met sportlessen, er is een breed sportaanbod om kennis te maken met verschillende sporten. Gezien de fysieke en sociale aspecten van sport zijn vooral lessen in het bewegingsonderwijs belangrijk, vakdocenten kunnen de kinderen dan vaak beter begeleiden (Domingues & Gonçalves, 2012).

“School, én dus ook de overheid, spelen een leidende rol in het feit of kinderen sporten” (Thomas Schram – fysiotherapeut)

Zorgen voor een veilig sportklimaat bevordert het plezier in sporten en heeft waarschijnlijk tot gevolg dat de sportparticipatie ook buiten school behouden blijft. Mocht dit niet het geval zijn, dan kan pestgedrag optreden op basis van status en prestatie. In de puberteit kan uiterlijk een rol spelen bij het pestgedrag (Knoppers, 2006).

“Voor kinderen die moeite hebben met presteren zal het verzorgen van een veilig sportklimaat een positief effect hebben op de sportdeelname. Als kinderen het lastig vinden om met gym mee te doen en vaak gepest worden dan worden zij niet uitgedaagd om te bewegen. Juist voor die groep is er dan gezondheidswinst te behalen door meer te gaan bewegen. Sportieve kinderen hebben vaak een hogere status en daarmee meer invloed op hun omgeving, maar dit is deels ook afhankelijk van de peergroep.” (Arnoud Verhoeff – GGD Amsterdam)

De school vervult daarmee een essentiële rol in het bevorderen van de sociale aspecten van sport en het geestelijk welzijn van de kinderen. Het stimuleren van plezier, het aanleren van vaardigheden en minder focussen op het winst- of verlieselement zijn de belangrijkste aspecten om langer met sport bezig te blijven (Malina, 2009) (Domingues & Gonçalves, 2012).

“Een kind bepaalt zelf wat hij voor sport doet, maar op de basisschool is een kind wel makkelijker te motiveren. Als het pubers worden is dat lastiger.” (Martin Fluit – Sportcentrum Reade)

“Sport verbreedert! Het is leuk om sport te beoefenen met je vrienden. Zo leer je elkaar beter, en soms ook op een andere manier, kennen. Sport zorgt voor ontspanning en voor een goede gezondheid.” (Sjoerd Degenkamp – docent lichamelijke opvoeding)

3.3 Vergelijking en analyse

‘Liever gezond sporten, dan sporten voor je gezondheid!’

3.3.1 Analyse

De eerste ronde interviews (met generatiegenoten) was een aftastende ronde. Wij hebben onze leeftijdsgenoten onbevooroordeeld benaderd en gevraagd hoe zij over de relatie tussen sport en gezondheid denken. Daarna is de literatuurstudie uitgevoerd om meer achtergrondinformatie te verzamelen over deze relatie. Op basis van deze twee opdrachten zijn vijf stellingen en een aantal vaste vragen opgesteld voor de interviews met overige stakeholders. Het werken met de stellingen werkte prettig en bij het afnemen van de interviews is doorgevraagd om de motivatie van de geïnterviewde te achterhalen.

Na afloop van een ronde met interviews konden wij door de gestandaardiseerde vragen eenvoudiger bepalen welke interviews waardevoller waren vanwege de argumentaties en/of motieven. Tijdens de laatste ronde interviews hadden wij graag willen spreken met een aantal zorgverzekeringsmaatschappijen. Uiteindelijk hebben wij alleen met een vertegenwoordiger van Univé kunnen spreken. Andere zorgverzekeringsmaatschappijen reageerden niet op onze verzoeken voor interviews. Wij hebben daarop besloten om tijdens de laatste ronde interviews (ex-)topsporters te benaderen.

De topsporters sloten als stakeholders niet optimaal aan bij ons onderwerp over de gezonde kracht van sport. Toch was de input waardevol omdat zij de bevindingen van de leeftijdsgenoten en sleutelfiguren uit het domein deels bevestigden, namelijk dat plezier binnen het sporten centraal staat. De meest waardevolle inzichten werden verkregen met de stelling: *‘Topsport schetst een onrealistisch beeld van sportparticipatie van gewone mensen’* en de vraag: *‘Topsport is niet altijd gezond en wordt zelfs ongezond genoemd.’ Hoe kan het dat topsporters dan veelal als rolmodel gezien worden voor een gezonde levensstijl?’* Een reden hiervoor zou kunnen zijn dat deze vragen meer gerelateerd waren aan de relatie tussen sport en gezondheid.

3.3.2 Vergelijking

De literatuurstudie speelde een belangrijke rol in het verkrijgen van achtergrondinformatie en in het gebruiken bij het opstellen van de vragen. De sleutelfiguren hebben ons inzicht gegeven in de gezondheidsaspecten van sport. De inhoudelijke bijdrage van de sleutelfiguren was waardevoller dan die van leeftijdsgenoten en (ex-)topsporters. Tevens was het seminar van Willem van Mechelen verhelderend, vooral op het gebied van de gezondheidsrisico's en gezondheidseffecten van sport (en bewegen). De aanbevelingen vallen daarom deels samen met de inhoud van het seminar van Van Mechelen.

3.4 Conclusies

'Blijf bewegen door te sporten met plezier!'

Sport en gezondheid zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden, waarschijnlijk doordat het bij sport bijna altijd om bewegen draait. Een betere gezondheid komt voort uit voldoende bewegen. In de huidige samenleving, waarin veel geautomatiseerd is, wordt over het algemeen te weinig bewogen. Doelloos bewegen gaat tegen de natuur in. Sport is daarom een zinvol doel waardoor meer mensen meer gaan bewegen. Bewegen is voor een goede gezondheid het meest belangrijk, omdat dit het risico van verschillende (welvaart)ziekten doet dalen. Het is vanwege deze redenen goed om sport in onze samenleving te stimuleren. Sport is een extra dimensie op bewegen, waarmee ook andere aspecten geleerd worden, buiten het bewegen om.

Aan de hand van het onderzoek naar de gezonde kracht van sport kan geconcludeerd worden dat het belangrijk is om:

Sport op jongen leeftijd te stimuleren om een gezonde levensstijl te ontwikkelen, waar sport onderdeel van is.

Te leren dat plezier in de sport centraal moet staan om te blijven sporten, een goede gezondheid kan worden gezien als een gunstig bijeffect.

Te sporten, omdat dit het persoonlijk welbevinden op een positieve manier beïnvloedt.

3.5 Aanbevelingen

'De overheid moet ons laten sporten.'

Naar aanleiding van het onderzoek over de gezonde kracht van sport zijn er een aantal aanbevelingen opgesteld die zorgen voor een betere gezondheid door sport. Deze worden vervolgens ondersteund met een aantal praktische suggesties en/of maatregelen die in sommige gevallen nu al worden uitgevoerd:

Creëer een omgeving waarin kinderen positief gestimuleerd worden om met plezier te sporten

De keuze om meer te sporten en te bewegen is te beïnvloeden met een specifieke stedenbouwkundige visie. Door het aantal parkeerplaatsen te beperken zal het aantal auto's afnemen. Voldoende veilige fietspaden zorgt ervoor dat ouders hun kinderen en zichzelf meer op de fiets verplaatsen. De aanwezigheid van parken, speelplaatsen, sportvelden en overdekte sportaccommodaties zorgt ervoor dat mensen gestimuleerd (en geïnspireerd) worden om te gaan bewegen. Wanneer het aanbod van sport en sportaccommodaties breed genoeg is, is de kans groter dat kinderen een sport vinden die ze met plezier beoefenen. Dat zal ertoe bijdragen dat kinderen blijven sporten.

Mensen die frequent sporten doen dit meestal vanuit een intrinsieke motivatie; namelijk plezier. Bij een intrinsieke motivatie draait het om het spel, bij een extrinsieke motivatie om de knikkers. De huidige combinatiefuncties zijn een goede impuls om de vakdocenten van het bewegingsonderwijs te betrekken bij het verenigingsleven en kinderen daar goed in te begeleiden. In een ideale situatie zou iedereen 'zijn eigen sport' weten te vinden die hij helemaal fantastisch vindt en waarbij hij het plezier van het spel ervaart.

Neem als overheid de verantwoordelijkheid voor een gezonde levensstijl terug

Het onderwijs speelt een heel belangrijke rol bij het ontwikkelen van een gezonde levensstijl. Tijdens de lessen gymnastiek (basisschool) en lichamelijke opvoeding (voortgezet onderwijs) krijgen kinderen te maken met verschillende sporten. Zij kunnen met deze ervaring een goede keuze maken om van één van deze sporten 'hun' sport te maken. Zorg dat er op school voldoende en goed geschoolde docenten in het bewegingsonderwijs zijn. De Nederlandse vervolgopleidingen (HBO en universiteiten) zouden dat principe ook kunnen toepassen door sport op te nemen in hun curriculum.

De jeugd beweegt tegenwoordig veel minder dan vroeger. Het percentage kinderen met overgewicht stijgt nog steeds. Het is aan te raden om het aantal uren bewegingsonderwijs op school verder uit te breiden. Het schoolzwemmen zou daar weer een onderdeel van kunnen gaan uitmaken. Nederland 'leeft' met water dus er speelt daar ook nog een veiligheidsaspect mee.

Er zijn, voor ouders die moeite hebben met het betalen van de contributie van de sportvereniging, al mogelijkheden om subsidies voor jeugdsport aan te vragen. Deze mogelijkheden moeten zeker behouden blijven om kinderen de kans om te sporten niet te ontnemen. Wellicht is het mogelijk dat ouders zich als tegenprestatie als vrijwilliger voor sportverenigingen inzetten. Op deze manier blijft sport ook betaalbaar buiten de sporturen in het bewegingsonderwijs.

Gezien de vele positieve effecten van sport en bewegen op de gezondheid, hebben de overheid en het bedrijfsleven er baat bij om mensen in beweging te krijgen. Een bekend project is het fietsenplan, waarbij werknemers een bijdrage krijgen als zij een fiets aanschaffen. Op deze manier betrek je werknemers bij hun keuze om op een sportieve manier naar hun werk te komen. Zorg dan wel voor goede omkleedgelegenheid, kluisjes en een fietsenstalling.

4. De vernieuwende kracht van sport



Innovation is our sport

Clara van Haaften

Bart Heuvingh

Marijn Huiskamp

Annabel van der Linden

Voorwoord

Voor u ligt het hoofdstuk met de bevindingen van de groep ‘De vernieuwende kracht van sport’. Hierin is te lezen hoe wij hebben geprobeerd de vernieuwende kracht van sport in beeld te krijgen. Dit doen we door middel van het bestuderen van bestaande literatuur en interviews over de vernieuwende kracht van sport die zijn gehouden met verschillende personen binnen en buiten de sportwereld.

Bij vernieuwingen in de sport denkt men al snel aan productinnovaties, bedrijven als InnoSportNL en DSM houden zich veel met dit soort vernieuwingen bezig. Maar ook wetenschappelijke uitvindingen zoals de klapschaats (VU Bewegingswetenschappen) vallen onder vernieuwingen in de sport. Vernieuwingen in de sport beperken zich niet tot materialen, ook nieuwe trainingsmethoden en psychologische begeleiding zijn vernieuwingen binnen de sport, de zogeheten procesinnovaties.

Wanneer sport zorgt dat er iets verandert in de maatschappij, zoals de stichting ‘Meer dan Voetbal’ weet te bewerkstelligen, kan er op maatschappelijk vlak een vernieuwing vanuit de sport optreden. De vernieuwende kracht van sport wordt ook gevonden bij individuen wanneer iemand de (vaak gehoorde) winnaarmentaliteit uit de sport toepast in andere delen van zijn leven en hierdoor zijn levensstijl verandert. De vernieuwende kracht van sport kan wellicht van betekenis zijn op scholen. Zo wordt uitblinken in sport als wenselijk gezien, terwijl uitblinken op school een negatievere connotatie heeft voor veel leerlingen. Kunnen we misschien de zesjescultuur uit de scholen halen door meer sportmetaforen te gebruiken?

Naast deze positieve kant van de vernieuwende kracht van sport zijn er echter ook nadelen en tegengeluiden. Is doping bijvoorbeeld niet de overtreffende trap van vernieuwing en ontwikkeling? En is voetbal nog wel leuk met doellijntechologie? Wanneer sport als vrijetijdsbesteding wordt gezien, waarom legt de overheid ons dit dan op? Zijn we wel kritisch genoeg ten overstaan van het nut van innovaties? Er zijn immers genoeg tegengeluiden die ons aan het denken zetten over de toegevoegde waarde van sportinnovaties.

De concrete vraag die wij in dit eindrapport proberen te beantwoorden is: ‘Wat is de vernieuwende kracht van sport, waar is deze te vinden en hoe kan deze optimaal worden ingezet?’

Groep ‘vernieuwende kracht van sport’,

Clara van Haaften
Bart Heuvingh
Marijn Huiskamp
Annabel van der Linden

4.1 Methode

Het doel van dit hoofdstuk is om een compleet beeld te schetsen van de vernieuwende kracht van sport. Om het hoofdstuk te structureren hebben wij ervoor gekozen om de vernieuwende kracht op te delen in vijf deelonderwerpen. We zijn na twee uitgebreide brainstormsessies, waarin verschillende aspecten van de vernieuwende kracht van sport naar voren kwamen, gekomen tot de volgende grove indeling:

- Productvernieuwingen
- Procesvernieuwingen
- Vernieuwing door sport
- Kennisdeling
- Tegengeluiden

Deze vijf deelonderwerpen worden elk apart besproken, er zal daarbij getracht worden om binnen elk deelonderwerp een overzicht te geven van de bevindingen van deze deelonderwerpen. We zijn tot deze bevindingen gekomen door middel van een literatuuronderzoek en het afnemen van interviews. Voor het literatuuronderzoek hebben wij gebruik gemaakt van verschillende bronnen zoals onderzoeksverslagen (van onderzoeksinstituten, hogescholen en universiteiten) en artikelen uit populaire media (kranten, tijdschriften en internetartikelen). De interviews zijn afgenomen onder twee doelgroepen namelijk sleutelfiguren uit het domein van de vernieuwende kracht van sport en topsporters.

De sleutelfiguren zijn zowel afkomstig uit de sportpraktijk en de sportwetenschap als uit het bedrijfsleven. Op deze manier hebben wij ervoor gezorgd dat we sleutelfiguren uit drie belangrijke sectoren geïnterviewd hebben. Daarnaast hebben wij getracht de bovenstaande indeling naar vijf deelonderwerpen terug te laten komen in de interviews. In elk interview lag de focus voornamelijk op één van de vijf onderwerpen. Er werd daarnaast wel voor gezorgd dat elk deelonderwerp werd besproken.

Om het beeld van de vernieuwende kracht van sport nog completer te maken, hebben wij ervoor gekozen om, naast sleutelfiguren, ook topsporters te interviewen. Topsporters hebben namelijk, vanuit hun referentiekader, een hele eigen kijk op de vernieuwende kracht van sport.

4.2 Bevindingen

4.2.1 Productvernieuwingen

Iedereen kent innovaties als kunstgras, de klapschaats en het LZR zwempak van Speedo. In bijna elke tak van sport wordt de kleding en het materiaal van sporters verbeterd, het veld aangepast en het trainingsmateriaal vernieuwd. Het doel van deze aanpassingen en vernieuwingen is het verbeteren van de prestaties van atleten. Technologische innovaties kunnen daar een belangrijke rol in spelen en ook het meten van die prestaties wordt een steeds nauwkeurigere bezigheid. Atleten kunnen tegenwoordig gemonitord worden op hun hartslag, zuurstofopname, lactaatconcentratie, positie, snelheid en afgelegde afstand. De opkomst van het Hawk Eye systeem in tennis heeft ervoor gezorgd dat er veel nauwkeurig bepaald kan worden of een bal uit is of niet.

De productvernieuwingen kunnen worden opgedeeld in de volgende facetten:

- Materiaal
 - Kleding
 - Sportattributen
 - Sportfaciliteiten
 - Beschermende attributen
- Meetapparatuur
 - Feedback aan de sporter
 - Regelhandhaving
 - Feedback voor publiek
- Voedingssupplementen
- Revalidatie
 - Protheses/hulpmiddelen voor topsporters
 - Protheses/hulpmiddelen voor minder valide

Hoewel de techniek in de ontwikkeling van sport essentieel is geweest en vaak een voorwaarde is voor het beleven van de kracht van sport zijn wij van mening dat productvernieuwingen binnen de sport meestal niet de belangrijkste kracht van sport zijn. Wij denken namelijk dat productinnovaties niet essentieel zijn in de persoonlijke beleving van de sport. Ook als je niet de allerbeste racefiets hebt maar op een oud barrel rijdt, of met gaten in je voetbalschoenen speelt, kan je gegrepen worden door de kracht van sport.

Daarnaast worden productvernieuwingen in de sport nooit genoemd als reden om te gaan sporten. Er zullen bijvoorbeeld waarschijnlijk niet meer mensen gaan tennissen omdat er een verbeterd racket op de markt is gebracht. Dit hoofdstuk zou alle productvernieuwingen in de sport uitgebreid kunnen behandelen, maar volgens ons raakt dat niet de kern van het project, dat is namelijk de kracht van sport concretiseren.

“Productvernieuwingen zijn vaak goed te ‘vermarkten’ en daardoor zijn veel bedrijven met dit type vernieuwing bezig. Procesvernieuwingen zijn mogelijk belangrijker om de prestaties van sporters te verbeteren, echter omdat deze vernieuwingen moeilijk te ‘vermarkten’ zijn, wordt hier door bedrijven minder aandacht aan besteed.” (Peter Beek – decaan Bewegingswetenschappen Vrije Universiteit, Amsterdam)

4.2.2 Procesvernieuwingen

Procesvernieuwingen binnen sport zijn net zo talrijk als de productvernieuwingen. Zo kan gedacht worden aan prestatiegerichte vernieuwingen zoals trainingsmethoden, voedingsadvies en sportpsychologie. Daarnaast zijn er vernieuwingen gericht op gezondheid en geneeskunde zoals het voorkomen van blessures bij sporters. Tenslotte kan er gedacht worden aan organisatorische vernieuwingen zoals het organiseren van nieuwe sportevenementen of het veranderen van spelregels.

De indeling ziet er als volgt uit:

- Prestatiegerichte vernieuwingen
- Vernieuwingen gericht op gezondheid
- Organisatorische vernieuwingen

Peter Beek sprak tijdens het seminar over de vernieuwende kracht van sport over het belang van procesvernieuwingen, hij maakte er de volgende opmerking over:

“Het betreft onder andere talentontwikkeling, techniek, tactiek, training, begeleiding, voeding en rust. Het is mogelijk voor een betere prestatie belangrijker (dan productinnovaties), maar moeilijker te ‘vermarkten’ en het is soms makkelijker verborgen te houden.”

Hier willen wij ons graag bij aansluiten. De procesinnovaties in de sport zijn talrijk, in vrijwel elk sportgerelateerd proces wordt geïnnoveerd.

Raoul Oudejans en Querian Eijgensteijn (2013) gaven in de afgenomen interviews aan dat de wetenschap steeds meer wordt betrokken in procesinnovaties en dat topsporters steeds meer openstaan voor wetenschappelijke kennis. Het blijft echter ook zo dat topsporters conservatief blijven, ze houden graag vast aan voor hun bekende processen en nemen eerder kennis aan van (ex)sporters dan van wetenschappers. Dit werd bevestigd tijdens het seminar waar Charles van Commenée sprak. Een aantal verschillen tussen de wetenschap en topsport spelen hierin een rol. Ten eerste duurt wetenschappelijk onderzoek vaak meerdere jaren. Topsporters willen geen, en zeker niet voor meerdere jaren, proefpersoon zijn, zij willen snel resultaat zien. Daarnaast is het voor wetenschappers lastig om hun bevindingen duidelijk naar de sporters te communiceren. De uitkomsten van een onderzoek bieden meestal slechts een kleine toevoeging aan de bestaande kennis en laten zich niet gemakkelijk vertalen naar een product- of procesinnovatie. Om bovenstaande redenen is het wenselijk dat wetenschappers in het veld nauwkeurig samenwerken met ervaringsdeskundigen uit de sportwereld.

Zoals Peter Beek in het seminar aangaf zijn de meeste procesinnovaties erop gericht de prestatie van de sporter te verbeteren. Overige procesinnovaties kunnen het sporten veiliger, leuker en comfortabeler te maken en zijn dus gericht op de sport zelf. Een voorbeeld hiervan zijn instructies voor het voorkomen en verhelpen van blessures tijdens het hardlopen of het opstarten van een trainingsschema voor een marathon. Soms kan sport elders vernieuwingen teweeg brengen, hier wordt later dieper op ingegaan.

“Ik kan geen kant en klare oefeningen aanbieden van als je dit maar een jaar doet dan gaat het goed, maar ik kan wel laten zien dat het een vaardigheid is en dat het nastrevenswaardig is om te zorgen dat je spelers hier beter in worden.” (John van der Kamp – bewegingswetenschapper – over het nemen van een penalty)

“Sport is een manier om iemand bewust te laten worden van hoe krachtig en breekbaar een lichaam kan zijn en dat je je lichaam als tool kunt gebruiken naar de buitenwereld; het is echt een verbindingsstuk tussen jou en je omgeving. Sport is een manier om die verbinding te verbeteren.” (Tim Salomons – ex-schaatser)

4.2.3 Vernieuwing door sport

Dat sport een fenomeen is waar veel tijd en geld in wordt gestoken heeft niet alleen zijn invloed op en voordelen voor de sportwereld, ook de wereld daarbuiten kan door sport positief beïnvloed worden en leren van de kennis en ervaringen en als sparringpartner fungeren. We hebben specifiek bekeken wat er beschreven is over de uitwisseling tussen technieken die coaches gebruiken in de sport en leiderschapsstijlen die managers er in het bedrijfsleven op nahouden. Er heerst een beeld dat sportcoaches veel inspiratie kunnen bieden aan managers.

Toch zijn er ook tegenstanders van dit gedachtegoed die het een onvergelojkbare situatie vinden en sport als een andere manier van presteren zien dan hoe dat in het bedrijfsleven gebeurt. Het bedrijfsleven zou veel meer gebruik maken van dienend leiderschap. Sporters worden vaak ingezet om praatjes te houden die veelal een hoge amusementsfactor hebben. In het bedrijfsleven zou de nadruk liggen op het behalen van resultaten en cijfers, terwijl in de sportwereld het proces naar de wedstrijd toe misschien wel veel meer aandacht krijg en belangrijker is dan het uiteindelijke resultaat. Er kan geconcludeerd worden dat de vernieuwende kracht van sport op het bedrijfsleven populair is, maar niet altijd significant wat kan toevoegen aan de prestaties van een organisatie. Wat is dan in dit geval nog de kracht van sport?

Uit de literatuur hebben we een aantal punten gedistilleerd die ons inzicht kunnen geven in de mogelijkheden die sport de buitenwereld biedt, wat de sportwereld specifiek aan het bedrijfsleven kan bieden en andersom.

Voordelen die de sport buiten de sportwereld oplevert (Jet Bussemaker, 2008):

- Samenwerking tussen verschillende partners kan ontwikkelingen versnellen;
- Innovaties in sport maken ook de breedtesport en het sportplezier beter;
- Innovatieve ideeën kunnen de omgeving aantrekkelijk maken en mensen enthousiast maken om te beginnen met sport;
- Verschaffen van banen;
- Verbeteren van handelspositie en kenniseconomie;
- Sport als laboratorium voor innovaties.

Wat de sportwereld (coach) het bedrijfsleven (manager) kan leren:

- ‘Meer emotie in het werk leggen, in plaats van puur op cijfers te sturen.’ (Rogier Offerhaus, in Hartgers, 2010)
- ‘Kijken naar geheel, zorgen voor variatie (mix persoonlijkheden in team), koppelen teamrol en taak (mensen inzetten op natuurlijke sterkte), zoeken naar complementariteit.’ (Managementsite.nl, 2010)
- ‘Coachen is geen eenrichtingsverkeer: een goede coach zoekt uit wat de sporter nodig heeft.’ (Erik van Rinsum – managementtrainer/coach Ajax, in Hartgers, 2010)
- ‘Focussen op proces en niet altijd op resultaat.’ (Pons Jan Vermeer – tennisbond, in Hartgers, 2010)

- ‘Iemand heeft alles al in huis, je hoeft alleen te faciliteren.’ (Peter Murphy – NOC*NSF, in Boland en De Vos, 2008)
- ‘Triple A: autonoom, authentiek en autoriteit.’ (Peter Murphy – NOC*NSF, in Boland en De Vos, 2008)
- ‘Coach vergelijken met HR-manager.’ (Hans Westerbeek – hoogleraar sportmanagement, in Boland en De Vos, 2008)
- ‘Eigen capaciteiten goed kennen en geen doelen stellen die niet haalbaar zijn.’ (Barry Hughes – voetbalcoach en motivational speaker, in Hulst, 2010)
- ‘Energie management: energie sparen voor de wedstrijd, genoeg rust nemen.’ (Pons Jan Vermeer – tennisbond, in Hartgers, 2010)
- ‘Minder star leidinggeven, minder kortetermijndenken en meer oog hebben voor opleiding en ontwikkeling van talent.’ (Marc Lammers – hockeycoach, in Hulst, 2010)
- ‘Feedback op doen en presteren prikkelt tot zelf nadenken en keuzes maken.’ (Maarten Ducrot – profwielrenner, in Hulst, 2010)

Wat het bedrijfsleven (manager) de sportwereld (coach) kan leren:

- ‘Chaos is een gegeven, je moet niet alles willen controleren.’ (Paul van Ass - hockeycoach HGC, in Hartgers, 2010)
- ‘Dienend leiderschap: een coach in de sport kan heel autoritair zijn, terwijl dat in het bedrijfsleven niet werkt.’ (Mathieu Weggeman – managementboek ‘Leidinggeven aan professionals? Niet doen’, in Boland en De Vos, 2008)
- ‘Sturen op collectieve ambitie, permanente feedback, assertiviteit, dienende bescheiden opstelling.’ (Mathieu Weggeman – managementboek ‘Leidinggeven aan professionals? Niet doen’, in Boland en De Vos, 2008)

“Gelukkig vinden sport en bedrijf elkaar al veel vaker. Het is opvallend te zien dat samenwerking tussen, op het eerst gezicht, verschillende partners ontwikkelingen kan versnellen en veel mooie dingen oplevert.” (Jet Bussemaker, 2008)

“Beide partijen kunnen evenveel van elkaar leren, maar sport is een metafoor dat iedereen gebruikt, en vult een derde van elke nationale krant terwijl het bedrijfsleven zich min of meer achter gesloten deuren afspeelt.” (Hans Westerbeek – hoogleraar sportmanagement in Australië, in Boland en De Vos, 2008)

“Goede bedrijven spelen niet iedere dag een wedstrijd maar investeren in gerichte training. Op korte termijn kost dat geld. Maar als je niet nadenkt over en traint op wat beter kan, blijf je dezelfde fout maken. Dat is bij hockey niet anders. Wij trainen 99 procent van onze tijd en daarin is er ruimte om te proberen en om fouten te maken. In het bedrijfsleven is dat precies andersom. Er is geen tijd om te proberen, fouten te maken.” (Marc Lammers – hockeycoach, in Hulst, 2010)

“Steden die een Olympische functie krijgen, groeien uit tot wereldsteden. In het traject naar de daadwerkelijke Spelen, krijgen talloze bedrijven kansen die normaliter niet aan bod zouden komen. Sport verbreedert: met het optillen van het breedtesportniveau in Nederland komen talloze zinvolle initiatieven aan bod, die zorgen voor samensmelting in ons multiculturele landje. Ook op gezondheidsvlak zijn er winstmogelijkheden te behalen.” (De Vonken van 2028)

4.2.4 Kennisdeling

Kennisdeling is essentieel binnen de vernieuwende kracht van sport. Het is een voorwaarde voor het verleggen van veel grenzen en zo van grote waarde bij de vernieuwende kracht van sport. Het belang van kennisdeling binnen de sportwereld blijkt alleen al uit het feit dat er de afgelopen tien jaar een wildgroei is ontstaan aan grote en kleine initiatieven die kennisdeling binnen deze tak mogelijk maken. Doel van deze kennisdeling is het professionaliseren van de sportwereld, om zo de beschikbare kennis voor verschillende doeleinden te kunnen inzetten.

Veel bedrijven en instanties hebben problemen ervaren doordat adequate kennis niet beschikbaar of bekend was. Deze kennis is echter wel noodzakelijk bij het maken van stappen op bijvoorbeeld wetenschappelijk, organisatorisch of economisch gebied. Het doel van nagenoeg al deze relatief nieuwe initiatieven is het toegankelijk maken en beschikbaar stellen van bestaande kennis om zo de kennis te kunnen gebruiken voor verschillende doeleinden binnen en buiten de sport.

“Kennis krijgt pas waarde als het wordt toegepast.”

Kennisdeling als vernieuwende kracht van sport is ook belangrijk op het gebied van een vitale samenleving, we constateren hier een raakvlak met ‘gezondheid’ en de gezonde kracht van sport.

“Deze bundeling van kennis, expertise en middelen is kansrijk voor topsport, maar de komende jaren ook absoluut noodzakelijk voor het realiseren van een vitale samenleving.” (George de Jong - directeur InnosportNL)

4.2.5 Tegenargumenten

Tot nu toe hebben we het voornamelijk gehad over de voordelen van innovaties en vernieuwingen in de sport. We hebben al aangegeven dat de kracht van sport waarschijnlijk niet te vinden is in deze vernieuwingen en innovaties. Vernieuwingen en innovaties worden door sommige mensen in de sportwereld zelfs als negatief gezien, denk maar eens aan alle ophef over de haaienzwempakken of de discussies rondom doellijnttechnologie in het voetbal. Of wat te denken van onze eigen vaderlandse vernieuwer in het hockey: Marc Lammers. Verschillende vernieuwingen van zijn kant zijn later verboden door de hockeybond. Ook komen er tegengeluiden vanuit supporters die de sport te commercieel vinden worden. De mondiale groep ‘Against Modern Football’, in Nederland opererend onder de naam ‘In de Hekken’, is hier een voorbeeld van. We proberen dus advocaat van de duivel te spelen door ook de argumenten tegen vernieuwing en innovaties aan bod te laten komen. In deze paragraaf zullen de tegenargumenten opgedeeld worden op basis van hun onderliggende argumentaties. Een opdeling in onderliggende argumentaties brengt enkele problemen met zich mee omdat sommige tegengeluiden meerdere onderliggende argumenten hebben. Toch is er omwille van de overzichtelijkheid en duidelijkheid voor een opdeling gekozen.

Een opdeling van tegenargumenten op basis van de onderliggende argumentaties:

Innoveren om het innoveren

Innoveren en vernieuwen moet geen doel op zich zijn, maar veel meer een middel om de eigen visie en missie van een organisatie/bedrijf/club te halen. Wanneer innovatie en vernieuwing namelijk een doel op zich zijn, dan is de praktische toepasbaarheid en het lange termijn gebruik niet gewaarborgd. Innoveren en vernieuwen zijn geen toverwoorden die alles oplossen.

Intrinsieke waarde van sport verandert

Vernieuwingen en innovaties moeten niet de intrinsieke waarde (karakter) van de sport veranderen. Sport is het opwerpen van onnodige obstakels die iemand zelf moet zien te overwinnen (Van Bottenburg en Heilbron, 1996). Wanneer we deze obstakels (voortbewegen in water) gaan wegnemen (door zwempakken waardoor je meer drijft op het water en de weerstand enorm daalt) kunnen we dan nog wel van sport spreken?

Beleving van sport verandert: commercialisering

Door de commercialisering voelen supporters, bij voornamelijk voetbalclubs, zich steeds meer een consument worden in plaats van een fan. Alles draait om geld verdienen en er wordt vergeten waarom een vereniging/club er eigenlijk is. Het doel is mensen verenigen en niet geld verdienen of winst maken. Kuper en Szymanski (2009) omschrijven dit aspect mooi in hun (red. briljante) boek 'Dure spitsen scoren niet – en andere raadsels van het voetbal verklaard'. Op pagina 108 schrijven zij namelijk: 'Een club lijkt meer op een stadsmuseum: een instituut voor de openbare zaak, dat bestaat om mensen gelukkig te maken terwijl het min of meer quitte speelt. Dat klinkt als een bescheiden doel, maar voor veel clubs is het te hoog gegrepen.'

Beleving van sport verandert: informatisering

Informatisering is een van de vijf langlopende processen gesignaleerd door Paul Schnabel. Informatisering zorgt ervoor dat een individu 24/7 kennis over sport binnen handbereik heeft via telefoon, internet, sportkanalen etc. Waar vroeger op zondagavond om zeven uur het kijken naar studio sport een spannende belevenis was, is dat nu vaak niet meer het geval. Graaft sport zijn eigen graf doordat het kijken geen belevenis meer is?

"Het is vooruitgang versus nostalgie, dat verlies je altijd." (Voetbalsupporter tegen het moderne voetbal)

4.3 Vergelijking en analyse

De vernieuwende kracht van sport hebben wij in dit onderzoeksrapport opgedeeld in vijf deelonderwerpen. Deze deelonderwerpen hebben we vervolgens voornamelijk als losstaande elementen van de vernieuwende kracht van sport behandeld. Het voordeel hiervan is dat we gericht onderzoek konden doen naar elk van deze deelonderwerpen. Het nadeel echter is dat er nuances en samenhang verloren gaat door deze opdeling. Productinnovaties en procesinnovaties gaan bijvoorbeeld vaak hand in hand en een strikte opdeling in deze twee deelgebieden is zodoende lastig. Daarnaast leiden product- en procesinnovaties bijvoorbeeld regelmatig tot vernieuwingen door sport. Een ander dwarsverband is dat er vaak pas sprake is van een succesvolle product- en/of procesinnovatie wanneer er kennisdeling heeft plaatsgevonden. Deze vernieuwingen en innovaties leiden vaak tot tegenargumenten, denk hierbij aan de ophef over doellijnttechnologie of de zwempakken.

Hierboven hebben we een analyse gemaakt van de vernieuwende kracht van sport an sich. Hierop volgend zullen we raakvlakken van de vernieuwende kracht van sport met de andere domeinen van de kracht van sport belichten.

- *Economisch*: vooral productinnovaties hebben veelal een hoge marketingwaarde, die overigens ons inziens niet bijdraagt aan de kracht van sport;
- *Maatschappelijk*: de vernieuwende kracht van sport kan maatschappelijke effecten teweeg brengen bij bijvoorbeeld scholieren;
- *Gezond*: innovaties kunnen bijdragen aan veiligere en gezondere omstandigheden voor sportbeoefening of kunnen toegepast worden in de revalidatie;
- *Topsport*: topsport kan gebruikt worden als laboratorium voor innovaties die de breedtesport kunnen verbeteren en andersom. Daarnaast ligt vernieuwing intrinsiek in topsport verankerd, omdat men in topsport continu op zoek is naar verbetering.

4.4 Conclusies

Aan de hand van het onderzoek naar de vernieuwende kracht van sport kan het volgende geconcludeerd worden:

De vernieuwende kracht van sport is met name te vinden in procesinnovaties in plaats van in productinnovaties

Als er over de vernieuwende kracht van sport gesproken wordt, dan wordt er vaak automatisch aan productinnovaties gedacht omdat die tot de verbeelding spreken en makkelijker ‘vermarkt’ kunnen worden. Echter, procesinnovaties, vernieuwingen door sport en kennisdeling dragen volgens ons meer bij aan de vernieuwende kracht van sport, maar deze zijn minder tastbaar en de effecten zijn pas op langere termijn zichtbaar.

“Focus niet enkel op productinnovaties maar ook op procesinnovaties want daar ligt meer ruimte/kans voor prestatieverbetering.” (Peter Beek – bewegingswetenschapper)

Vernieuwingen moeten voortkomen uit en bijdragen aan de visie van een organisatie

Te veel organisaties zien vernieuwing als een doel op zich. Vernieuwingen moeten voortkomen uit een behoefte of een visie van een organisatie. Echter, veel organisaties ‘vernieuwen om het vernieuwen’ en daarmee wordt het een soort paraplubegrip dat aan inflatie onderhevig is.

“Innoveer niet als doel op zich maar vanuit een missie/visie.” (Marijn Beuker – manager Development & Innovation AZ Alkmaar)

Een goede afstemming tussen sport, wetenschap en bedrijfsleven is een voorwaarde voor het slagen van vernieuwingen

Veelal ontstaan vernieuwingen binnen één sector (sport, wetenschap of bedrijfsleven) zonder dat er een duidelijke afstemming is met de andere sectoren. Echter, succesvolle vernieuwingen komen in het algemeen voort uit een goede samenwerking is tussen verschillende gebieden.

“Het is opvallend te zien dat samenwerking tussen, op het eerst gezicht, verschillende partners ontwikkeling kan versnellen en veel mooie dingen oplevert. Samenwerking biedt mooie kansen voor de Nederlandse handelspositie, de kenniseconomie én de prestaties in de sport. Als ik breder naar de innovatieagenda kijk, zie ik ook mogelijkheden voor stimulering van sportbeoefening.” (Jet Bussemaker – minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap)

4.5 Aanbevelingen

Naar aanleiding van het onderzoek over de vernieuwende kracht van sport zijn er een aantal aanbevelingen opgesteld:

Besteed meer aandacht aan procesinnovaties en deel deze kennis met betrokken partijen

Ondanks dat het moeilijker is om procesinnovaties te vermarkten, bevelen wij aan om de nadruk van productinnovaties naar procesinnovaties te verleggen. Immers, uit onze bevindingen is gebleken dat procesinnovaties in grotere mate kunnen bijdragen aan sportbeleving en daarmee bijdragen aan de kracht van sport.

Zorg voor goede communicatie en samenwerking tussen vernieuwers en sporters om vernieuwingen te implementeren

Een goede samenwerking tussen verschillende betrokken partijen kan ontwikkeling versnellen. Er zijn verschillende instanties die een platform bieden voor kennisdeling met betrekking tot sport en innovaties. Zoek elkaar in de wetenschap, het bedrijfsleven en de sport vaker op. Stimuleer deze initiatieven en maak gebruik van de kennis die dankzij deze samenwerking tot stand komt en beschikbaar is.

5. De kracht van topsport



Sport, inspires our generation

Kelly Elskamp
Koen de Jong
Roy Riebeek
Niels Waterval
Peter Wiggers

Voorwoord

Dat sport ‘krachtig’ is, is een veelgehoord argument in de discussies over de inzet van sport op verschillende terreinen. Door voorstanders of ‘gelovigen’ (believers) worden sport allerlei uitmuntende eigenschappen toebedeeld. De kracht van sport is echter ongedefinieerd en moeilijk te concretiseren. Dit hoofdstuk is opgesteld vanuit het domein topsport. De vraag waarop in dit hoofdstuk antwoord wordt gegeven is: *Wat is de kracht van topsport?*

Deze vraag is tweeledig. Er moet bepaald worden wat topsport is en wat de kracht is die hierin schuilt. Voor topsport is geen eenduidige definitie. Vaak gaat topsport gepaard met veel trainen en goed presteren in een bepaalde tak van sport op een hoog niveau. Denk hierbij aan voetballen in de eredivisie of turnen op landelijk of internationaal niveau. Volgens de professionals vormen topsporters een groep van mensen die het beste zijn in hun tak van sport. Ze willen het beste uit zichzelf halen, gecombineerd met een grote beleving en passie voor wat ze doen.

Deze definitie is een begin van het vinden van het antwoord op de hoofdvraag. Uitvinden wat de kracht is die in topsport zit, vergt meer dan het opzoeken van een definitie. Meer hierover volgt in de rest van het hoofdstuk.

Groep ‘kracht van topsport’,

Kelly Elskamp

Koen de Jong

Roy Riebeek

Niels Waterval

Peter Wiggers

5.1 Methode

De kracht van topsport is moeilijk te concretiseren, daarom wordt dit op twee manieren onderzocht. Er wordt een literatuuronderzoek uitgevoerd en er zijn drie verschillende doelgroepen ondervraagd door middel van semigestructureerde interviews. De drie ondervraagde doelgroepen zijn generatiegenoten, sleutelfiguren/professionals uit de topsport en (ex)topsporters.

De interviews zijn afgenomen aan de hand van een vragenlijst met vragen in vier verschillende categorieën:

- Algemeen;
- Functie/waarde van topsport;
- Gevoel bij topsport;
- Geld en invloed overheid op topsport.

Elk interview werd afgesloten met de vraag *‘Wat is volgens u de kracht van topsport?’*

De interviews zijn vastgelegd op film of geluidsopname. De antwoorden zijn getranscribeerd en hiervan is een synthese gemaakt die als analysemateriaal is gebruikt.

Naast de interviews is er deskresearch gedaan naar evidence-based literatuur op het gebied van topsport. Hierin zijn de volgende gebieden onderscheiden:

- Meerwaarde van topsport (maatschappelijk, opvoeding);
- Trots/saamhorigheid, hoe uit het zich, wat zijn de effecten (economisch);
- Voorbeeldfunctie, wat is het effect ervan, voor wie zijn topsporters voorbeelden;
- Wat is topsport, wat is de functie van topsport;
- Hoe dient de overheid topsport te ondersteunen, wat zijn de effecten?

Voor het zoeken naar geschikte literatuur zijn verschillende zoekmachines gebruikt, Google Scholar, Pubmed en Picarta. Er is gezocht met behulp van de volgende woorden of een combinatie van deze woorden (zowel in het Nederlands als in het Engels): nationale trots, sport, rolmodel, functie, topsport, maatschappij, kracht, maatschappelijke, sportparticipatie. De zoektermen zijn afgeleid van de vijf thema's die wij in het literatuuronderzoek hebben onderscheiden. Aan de hand van de vijf thema's die uit het literatuuronderzoek naar voren komen is een wetenschappelijke onderbouwing opgesteld die gekoppeld kan worden aan de mening van de geïnterviewde ervaringsdeskundigen, experts en generatiegenoten.

5.2 Bevindingen

Zoals aangegeven bestaat dit onderzoek naar de 'Kracht van Topsport' uit twee onderdelen. Er zijn interviews afgenomen bij drie verschillende types respondenten en er is een literatuuronderzoek uitgevoerd. Hierop volgt een verslag van de belangrijkste bevindingen.

5.2.1 Wat is topsport?

Functie, meerwaarde en gevoelens

Wanneer wordt gevraagd wat topsport is, geven de respondenten allemaal ongeveer hetzelfde antwoord; zij zien topsport en topsporters niet los van elkaar en het gaat om sporters die het beste zijn in hun tak van sport. De professionals voegen hier nog wel een vorm van passie of gedrevenheid aan toe, een bepaalde mindset die bepaalt of je de top gaat halen. Niet alleen je fysieke kwaliteiten bepalen of je de beste bent in jouw sport, een topsporter moet ook over een aantal mentale eigenschappen beschikken. ‘Doorzettingsvermogen’ en ‘zelfregulatie’ zijn hierin de meest genoemde kwaliteiten.

Naast de intrinsieke kwaliteiten die worden toegeschreven aan topsporters, wordt ook de ‘externe’ functie door de respondenten veelvuldig genoemd; topsporters hebben een voorbeeldfunctie voor de maatschappij. De prestaties van topsporters vergroten de saamhorigheid en als idolen van onze jeugd hebben ze een opvoedkundige functie. De boodschap die de topsporters meegeven aan onze kinderen of andere doelgroepen ligt met name in de vorming van normen en waarden. Maar ook het positief beïnvloeden van een gezonde, actieve leefstijl en het vergroten van de sportdeelname worden veelvuldig genoemd als bijeffect van topsporters op onze maatschappij. De literatuur onderschrijft dit niet altijd.

Het directe verband tussen een blijvende populariteit en daardoor vergrote deelname aan een sport enerzijds en de topsportprestaties aan de andere zijde ontbreekt. Hoewel de literatuur suggereert dat positieve of negatieve sportprestaties de trots niet direct vergroten of verkleinen kan wel gesproken worden van een gevoel van trots met betrekking tot het eigen land. Iets waar de respondenten en de literatuur in overeenkomen is het feit dat topsport inspireert. De passie en gedrevenheid waarmee topsporter het hoogst haalbare nastreven, die wil om te winnen, inspireert mensen. Het zet aan tot ‘beweging’ in al haar mogelijke facetten.

5.2.2 Topsport en overheid

Verbonden, recht of plicht?

Topsport kan niet bestaan zonder de steun van de overheid, daar zijn alle respondenten het over eens. Want hoewel sommige takken van sport, bijvoorbeeld voetbal, zich kunnen bedruipen, is een groot gedeelte nog afhankelijk van de steun van de overheid. En als wordt gekeken naar de functie of meerwaarde die door de respondenten wordt toegeschreven aan topsport, vinden zij het ook niet minder dan een verplichting van de overheid om de topsport financieel te ondersteunen.

Het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport beaamt dit ook. Zij ondersteunen de topsport in Nederland, mits de topsporters vanuit hun bijzondere positie hun steentje bijdragen aan de maatschappij. De ondervraagde topsporters zijn het met dit standpunt van de overheid eens, maar merken dat er nog te weinig ‘gebruik’ van hen wordt gemaakt. Ook de professionals herkennen dit. *“De maatschappelijke meerwaarde van topsporters wordt op dit moment nog onvoldoende gebruikt, het is vooruit gegaan, maar nog steeds onvoldoende.” (Jeroen Bijl – Manager Topsport, NOC*NSF)* Hierin zou vanuit de overheid meer gestuurd kunnen worden om zo de investeringen die zij jaarlijks doen in topsport ‘terug te verdienen’.

5.2.3 Kracht van topsport

Sport, inspires your generation

De vraag 'Wat is volgens u de kracht van topsport?' wordt door de respondenten verschillend beantwoord, maar wanneer er tussen de regels door wordt gelezen is er een gemeenschappelijke component. Topsport inspireert. De manier waarop topsporters zich gedragen en wat ze doen raakt (alle) Nederlanders en brengt hen samen. Topsporters hebben een voorbeeldfunctie en dat uit zich in saamhorigheidsgevoel, idolen van kinderen en het aanzetten tot sporten.

Al met al verklaren de respondenten dat inspireren een kernwaarde is, waarvan de kracht niet kan worden bewezen, maar die volgens hen wel ontegenzeggelijk aanwezig is.

5.3 Vergelijking en analyse

Hoewel uit de literatuur blijkt dat er vanuit wetenschappelijk oogpunt nauwelijks houvast is over wat exact de kracht van topsport inhoudt, wordt dit in de interviews van een andere kant belicht. Uit de interviews komt naar voren dat de respondenten in eerste instantie vaak niet gelijk hun vinger kunnen leggen op de kracht van sport. Zij stellen hun mening veelal bij naarmate het interview vordert. Zo blijkt dat de verschillende doelgroepen die zijn geïnterviewd, respectievelijk generatiegenoten, sleutelfiguren binnen het domein van topsport en (ex-) topsporters, voornamelijk veel kracht toeschrijven aan de maatschappelijke functie van topsport.

De maatschappelijke functie van topsport bestaat uit het gevoel van saamhorigheid, inspiratie en trots die kan voortkomen uit topsport. Samen trots op ons land, hierbij wordt topsport gezien als een collectief goed. Uit de literatuur blijkt echter dat topsport dit gevoel niet of nauwelijks kan beïnvloeden, de schommelingen in het gevoel van nationale trots zijn minimaal en tijdelijk van aard tijdens (grote) sportevenementen.

Tevens wordt in de verschillende onderzoeken de individuele kracht van topsport, namelijk het inspireren van mensen, benadrukt. Deze inspiratie bevordert volgens de geïnterviewden de breedtesport en zorgt daarnaast voor mentale kracht op het gebied van discipline en doorzettingsvermogen. Op deze manier vormt topsport een voorbeeld voor de samenleving door personificatie van generatiegenoten en sleutelfiguren, maar ook door topsporters zelf met (andere) sporters en hun prestaties. Uit de literatuur komt naar voren dat grote sportevenementen amper van invloed zijn op de sportparticipatie. De sportparticipatie zou verhoogd kunnen worden met behulp van doelgerichte campagnes via media en side events (Van Bottenburg, Elling, Hover, Brinkhoff en Romijn, 2011).

Uit wetenschappelijke literatuur over topsport komt naar voren dat de kracht van topsport niet wezenlijk kan worden aangetoond. De overheid heeft de verwachting dat topsporters vooral kunnen dienen als voorbeeld voor de jeugd. De invloed van deze voorbeeldfunctie is, zo blijkt uit de literatuur, minimaal. Doordat de topsporters niet direct in contact staan met het overgrote deel van de bevolking. Wanneer er structureel gebruik wordt gemaakt van deze voorbeeldfunctie, zou deze invloed wel worden vergroot (Bussemaker, 2007).

De positieve associaties met topsport, die vooral naar voren kwamen in de interviews, geven aan dat sport als een positief collectief goed wordt ervaren. De neveneffecten, zowel positief als negatief, zijn vaak (nog) niet wetenschappelijk aantoonbaar maar wel voelbaar. Aan de hand van wetenschappelijke literatuur is te concluderen dat de kracht van topsport kleiner lijkt te zijn dan veel mensen denken en uitdragen. Maar als topsport en topsporters op de juiste manier worden ingezet heeft het, naast entertainment, een toegevoegde waarde voor de maatschappij, zoals bovenstaand beschreven (Elling, Van Hilvoorde & Van den Dool, 2012). Verbroedering, trots en discipline, zijn karakteristieken die door de respondenten worden genoemd als kernwaarde voor het inspireren van mensen. Inspireren is een begrip dat door alle respondenten wordt gehanteerd, maar dat vrijwel onmogelijk wetenschappelijk aantoonbaar is.

5.4 Conclusies

Aan de hand van het onderzoek naar de kracht van topsport kan geconcludeerd worden dat:

Topsport inspireert.

Topsporters een maatschappelijke voorbeeldfunctie hebben.

Prestaties van topsporters zorgen voor sociale binding.

Maar wat kunnen we met deze conclusies? Hoe kunnen we de sport en indirect Nederland vooruit helpen met de antwoorden die zijn gevonden? Door vanuit deze conclusies aanbevelingen op te stellen, hopen we op een verandering in mindset, op het inspireren van mensen en op een nog mooier sportklimaat voor ons allemaal.

5.5 Aanbevelingen

Maak als (overheids)organisatie meer 'gebruik' van de voorbeeldfunctie van topsport en topsporters.

Laat topsport en breedtesport elkaar beter ontmoeten.

Concreet moet de overheid de plicht weer op zich nemen om de topsport en de breedtesport beter met elkaar te verbinden door de voorbeeldfunctie die topsporters hebben vaker in te zetten. Zij zou topsporters moeten aanmoedigen om drie keer per jaar een clinic te geven in het basisonderwijs.

6. De kracht van sport

Door het doen van onderzoek op de vijf deelgebieden; economische kracht van sport, maatschappelijke kracht van sport, gezonde kracht van sport, vernieuwende kracht van sport en kracht van topsport; zijn wij als groep gekomen tot een viertal eindconclusies, die antwoord geven op de hoofdvraag van het onderzoek *‘Wat is de kracht van sport?’*

Kracht van sport is niet te kwantificeren

Kwantificeren is belangrijk in de huidige samenleving en economie. Kracht van sport blijkt moeilijk exact in cijfers weer te geven. Een aantal oppervlakteverschijnselen zijn wel te kwantificeren, maar meer impliciete zaken of indirecte effecten daarvan niet of nauwelijks. Alleen objectief meten is niet weten wat het belang of de waarde van de kracht van sport is, het kan zelfs de essentie van de kracht van sport ontkrachten. Weten wat de kracht van sport is, is meer dan meten alleen.

Kracht van sport is veelomvattender en breder dan gedacht

Dat kracht van sport zich moeilijk in een hokje of in een definitie laat vangen, wisten we aan het begin van het onderzoek. Gedurende het onderzoek zijn we er achter gekomen dat het begrip ‘kracht van sport’ veel meer omvat en meer kanten heeft dan we aanvankelijk dachten. De betekenis en waarde van de kracht van sport laten zich net zo moeilijk bepalen als bijvoorbeeld de betekenis en waarde van zaken als ‘natuur’ en ‘kunst’. Kracht van sport verwijst naar een cluster van kennis, ervaringen, personen, overtuigingen, activiteiten en materiële zaken. Er is weinig consensus over het begrip ‘kracht van sport’ en dat bemoeilijkt communicatie en kennisontwikkeling.

Kracht van sport dient door de overheid serieuzer te worden genomen

In onze samenleving is sport prominent en overdadig aanwezig, in actieve en passieve vorm. De aandacht voor sport in onderzoek en beleid staat daarmee in contrast. Bij de meeste faculteiten van de grote, brede Nederlandse universiteiten is ‘sport’ geen onderwerp van onderzoek. In het beleid van de landelijke, provinciale en gemeentelijke overheid vormt sport geen speerpunt.

Kracht van sport kan meer ingezet worden bij de ontwikkeling van het individu en in de maatschappij

De kracht van sport wordt nog te weinig benut. Door sport kunnen kinderen en jongeren zich sociaal-emotioneel beter ontwikkelen en evenwichtiger op hun eigen benen staan. Sport kan kinderen de weg wijzen naar gezond eten en de trend van overgewicht helpen ombuigen. Sport kan ook beter benut worden om sociale cohesie te versterken en stedelijke vernieuwing te ondersteunen.

Om meer grip te krijgen op de uitdaging die kracht van sport is, is meer samenwerking en een gezamenlijk leerproces nodig. Kenniscopproductie is een vorm van kennisontwikkeling waarbij verschillende partijen intensief samenwerken. Iedere partij heeft zijn eigen kennis, eigen belangen, expertise en een eigen perspectief op een uitdaging.

Deze conclusies zijn gekoppeld aan de aanbevelingen van de deelthema's. In onderstaande tabel wordt de koppeling tussen de overall conclusies en de aanbevelingen weergegeven.

Conclusies 'Wat is de kracht van Sport?'	Aanbevelingen van de deelthema's
<i>Kracht van sport is niet te kwantificeren</i>	Onderzoek maatschappelijke effecten niet alleen kwantitatief maar ook kwalitatief; Betrek de 'ervaren meerwaarde' en de indirecte economische effecten van sport in het waarderen van sport; Ga kritisch om met economische analyses van sportevenementen en -faciliteiten.
<i>Kracht van sport is veelomvattender en breder dan gedacht</i>	
<i>Kracht van sport dient door de overheid serieuzer te worden genomen</i>	Neem als overheid de verantwoordelijkheid voor een gezonde levensstijl terug; Creëer een omgeving waarin jonge kinderen positief gestimuleerd worden om met plezier te sporten; Maak als (overheids)organisaties meer 'gebruik' van de voorbeeldfunctie van topsport en topsporters.
<i>Kracht van sport kan meer ingezet worden bij de ontwikkeling van het individu en in de maatschappij</i>	Creëer een omgeving waarin jonge kinderen positief gestimuleerd worden om met plezier te sporten; Zorg voor goede begeleiding op zowel sportief als opvoedkundig gebied bij maatschappelijke sportprojecten; Maak als (overheids)organisaties meer 'gebruik' van de voorbeeldfunctie van topsport en topsporters; Laat topsport en breedtesport elkaar beter ontmoeten; Zorg voor goede communicatie tussen vernieuwers en sporters om vernieuwingen te implementeren; Besteed meer aandacht aan procesinnovaties en deel deze kennis met betrokken partijen.

Literatuurlijst

1. Economische kracht van sport

Atkinson, e. (2008). Are We Willing to Pay Enough to 'Back the Bid'? Valuing the Intangible Impacts of London's Bid to Host the 2012 Summer Olympic Games. *Urban Stud* 45 , 419.

CBS. (2012). *De bijdrage van sport aan de Nederlandse economie*. Den Haag: CBS.

Gratton, C., Dobson, N., & Shibli, S. (2000). The Economic Importance of Major Sports Events; a case study of six events. *Managin Leisure* , 17-28.

Hone, P., & Silvers, R. (2006). Measuring the Contribution of Sport to the Economy. *The Australian Economic Review* , 412-419.

Késenne, S. (2005). Do We Need an Economic Impact Study or a Cost-benefit analysis of a Sports Event? *European Sport Management Quarterly* , 133-142.

Mulier-Instituut. (2013). *Evaluatie WK Wielrennen 2012*. Utrecht: Mulier Instituut.

Rapún-Gárate, F. L.-L. (2005). Sport Participation versus Consumer Expenditure on Sport: Different Determinants and Strategies in Sport. *European Sport Management Quarterly* , 167-186.

Swinnen, J., & Vandermoortele, T. (2008). *Sports and Development: An economic perspective on the impact of the 2010 World Cup in South Africa*. Leuven: Katholieke Universiteit Leuven.

Taks, M., Renson, R., & Vanreusel, B. (1994). Of Sport, Time and Money: An Economic Approach to Sport Participation. *International Review for the Sociology of Sport* , 381-395.

2. Maatschappelijke kracht van sport

Boonstra, N., Hermens, N. (2011). *De maatschappelijke waarde van sport: Een literatuurreview naar de inverdieneffecten van sport*. Utrecht: Verwey-Jonker instituut

Buisman, A. (2004) 'Opvoeding in en door sport?' *Pedagogiek* 24 (4): 310 – 323

Kay, T. (2009) 'Developing through sport: evidencing sport impacts on young People' *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics* 12 (9): 1177-1191

Krouwel, A., Boonstra, N., Duyvendak, J.W. & L. Veldboer (2006) 'A Good Sport? : Research into the Capacity of Recreational Sport to Integrate Dutch Minorities' *International Review for the Sociology of Sport* 41 (2): 165-180

Suter, K. (2009) The importance of Sport in Society *The contemporary review*

3. Gezonde kracht van sport

Baal, van, P.H.M., Heijink, R., Hoogenveen, R.T., Polder, J.J., (2006) Zorgkosten van ongezond gedrag.

Rijksinstituut voor volksgezondheid en milieu.

CBS.NISB. (2013). *beweegnorm*. Verkregen op 7 maart 2013, via <http://cbs.nisb.nl/30minuten/page/381/Beweegnorm>.

Domingues M., & Gonçalves, C.E., (2012). Social Sport Club and Youth Sport Expectations Personal and Social Determinants in Contrasting Ecologies of Practice. *American Journal of Human Ecology*. Vol. 1 (3). 71-78.

Knoppers, A., (2006). Wat brengt sport teweeg. Oratie 'Pedagogiek en didactiek van de lichamelijke opvoeding en de sport'. *Universiteit Utrecht*.

Malina, R. M. (2009). Children and adolescents in the sport culture the overwhelming majority to the select few. *Journal of Exercise Science and Fitness*. Vol 7 (2). S1–S10.

Nooyens, A.C.J., Visscher, T.L.S., Verschuren, W.M.M., Schuit, A.J., Boshuizen, H.C., van Mechelen, W. & Seidell, J.C. (2008). Age, period and cohort effects on body weight and body mass index in adults: The Doetinchem Cohort Study. *Public Health Nutrition*. 1-9.

Roper, M., (2008). *Optimisme en gezondheid als voorspellers van werkprestatie*.

Sportclub Only Friends (2013) Verkregen op 7 maart 2013, via <http://website.onlyfriends.nl/>.

4. Vernieuwende kracht van sport

Boland, C. en de Vos, E. (2008). *Kan het bedrijfsleven leren van de sportcoach?* Verkregen op 27 juni 2013, via <http://www.intermediair.nl/carriere/doorgroeien/leiding-geven/kan-het-bedrijfsleven-leren-van-de-sportcoach>.

Bussemaker, J. (2008). *Meer samenwerking tussen sport en bedrijfsleven*. Verkregen op 27 juni 2013, via <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/toespraken/2008/10/09/meer-samenwerking-tussen-sport-en-bedrijfsleven.html>.

Hartgers, R. (2010). *Wat de manager van de sportcoach leert*. Verkregen op 27 juni 2013, via <http://www.mt.nl/90/16977/management/wat-de-manager-van-de-sportcoach-leert.html>.

Managementsite (2010). Verkregen op 27 juni 2013, via <http://www.managementsite.nl/12656/performance-management/kunnen-managers-leren-sportcoaches.html>.

Hulst, W. van (2010). *Wisselwerking tussen sport en bedrijfsleven groeit*. Verkregen op 27 juni 2013, via http://www.slowmanagement.nl/artikel/wisselwerking_tussen_sport_en_bedrijfsleven.

5. *Kracht van topsport*

Van Bottenburg, M. Elling, Hover, Brinkhoff & Romijn (2011) *De maatschappelijke betekenis van Topsport*.

Bussemaker, M. (2007). *Beleidsbrief nr. 13 Tweede Kamer: Kracht van Sport*. Volksgezondheid, Welzijn en Sport, Den Haag.

Payne, W., M. Reynolds, S. Brown, A. & Fleming, B. (2010) *Sports role models and their impact on participation in physical activity: a literature review*.

Elling, A., Hilvoorde, I. van & Dool, R. van den (2012) Topsport als motor voor nationale trots? *Mens en maatschappij* 87(2), 101-124.

Bijlage – Onderzoekers

1. Economische kracht van sport

Corine Koning	Sport en bewegen	Inholland
Nicolien Wellen	Bestuurs- en organisatiewetenschappen	Vrije Universiteit
Sjors Metz	Sportmanagement	Haagse Hogeschool
Tristan Roozenburg	Sport en management	Inholland

2. Maatschappelijke kracht van sport

Emma Geelen	Sociologie	Uni. van Amsterdam
Frits Frederiks	Planologie	Uni. van Amsterdam
Karin den Hoedt	Sportmanagement	Haagse Hogeschool
Thomas Pluimers	Sport en management	Inholland
Tom van Scheppingen	Sport en bewegen	Inholland

3. Gezonde kracht van sport

Eva Gordijn	Sport, Management & Ondernemen	Hs. van Amsterdam
Michiel Vervoort	Master bewegingswetenschappen	Vrije Universiteit
Puck van Hasselt	Sport, Gezondheid & Management	Hanzehs. Groningen
Rolf Drenthe	Sport en bewegen	Inholland

4. Vernieuwende kracht van sport

Annabel van der Linden	Sport- en prestatiepsychologie	Uni. van Amsterdam
Bart Heuvingh	Sport- en prestatiepsychologie	Uni. van Amsterdam
Clara van Haaften	Sport, Management & Ondernemen	Hs. van Amsterdam
Marijn Huiskamp	Bewegingswetenschappen	Vrije Universiteit

5. Kracht van topsport

Kelly Elskamp	Film- en televisiewetenschappen	Universiteit Utrecht
Koen de Jong	Sport en bewegen	Inholland
Niels Waterval	Master bewegingswetenschappen	Vrije Universiteit
Peter Wiggers	Sportmanagement	Hanzehs. Groningen
Roy Riebeek	Sport, Management & Ondernemen	Hs. van Amsterdam

Begeleiding

Bert de Reuver namens Instituut voor Interdisciplinaire Studies van de Universiteit van Amsterdam

Cees Vervoorn, lector Topsport en Onderwijs van de Hogeschool van Amsterdam

Marije Baart de la Faille van Bureau Beweeg

Vera Dekkers van Sport, Management & Ondernemen aan de Hogeschool van Amsterdam