

BOVENLOKALE SPORTACCOMMODATIES: VAN MOTIVATIE NAAR REISBEREIDHEID

TYPEN ZWEMBADGEBRUIKERS EN HUN REISBEREIDHEID
NAAR EEN 50-METERZWEMBAD

Marik Waterman | Masterthesis | Stadsgeografie | augustus 2014

Universiteit Utrecht



NISB Nederlands Instituut
voor Sport & Beweging



BOVENLOKALE SPORTACCOMMODATIES: VAN MOTIVATIE NAAR REISBEREIDHEID

TYPEN ZWEMBADGEBRUIKERS EN HUN REISBEREIDHEID NAAR EEN 50-METERZWEMBAD

Universiteit Utrecht

Faculteit Geowetenschappen

Master Stadsgeografie/Urban Geography

Masterscriptie

Auteur:

Marik Waterman (4002121)

E-mail: marik.waterman@gmail.com

Website: [linkedin.nl/marikwaterman](https://www.linkedin.nl/marikwaterman)

Begeleidingsdocent:

Dr. Ir. D.F. Ettema

Opdrachtgever:

Nederlands Instituut voor Sport & Bewegen (NISB)

Begeleider NISB:

Drs. J. Hoyng

Datum:

28 augustus 2014

Woord vooraf

Van kleins af aan ben ik altijd al een fanatieke sporter geweest. Ondanks een aantal vrienden kozen voor een sportopleiding, ben ik bouwkunde gaan studeren. Ik wilde namelijk architect worden. Ik vervolgde mijn studieloopbaan door Ruimtelijke Ordening en Planologie te gaan studeren en daaropvolgend de masteropleiding Stadsgeografie. Mijn interesse is daarmee verschoven van de fysieke kant van stedenbouw en stedelijke vernieuwing naar meer de actoren binnen bepaalde (stedelijke) gebieden. Vooral de relatie tussen macro-ontwikkelingen (economische, sociaal-culturele, demografische, politieke en technologische) en individueel gedrag spreekt mij aan.

Bij het zoeken naar een geschikt onderwerp voor mijn afstudeeronderzoek wilde ik mijn gedrevenheid in de sport combineren met mijn opleiding. De ruimtelijke aspecten van sport en bewegen was mijn focus geworden en kan daarbij goed vinden in het credo van Hoekman e.a.: *“Sport is onlosmakelijk verbonden met ruimte.”* (Hoekman e.a., 2013, p.9). Ik kwam terecht bij Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen (NISB) dat als onafhankelijk kennisinstituut zich inzet voor een vitale samenleving. Hier heb ik de afgelopen zes maanden stage gelopen binnen Team Beweegrimte. Tijdens mijn stage heb ik met enthousiasme hard gewerkt aan mijn afstudeeronderzoek naar *bovenlokale sportaccommodaties*. In eerste instantie was het de bedoeling om verschillende bovenlokale sportaccommodaties in het onderzoek op te nemen waarvan in elke sportaccommodatie een andere sport vertegenwoordigd zou zijn. Vooral vanwege praktische redenen is er gekozen om het onderzoek te richten op bovenlokale zwembaden, de 50-meterzwembaden.

Voor dit onderzoek heb ik gebruik gemaakt van de kennis, vaardigheden en ervaringen van anderen. Zonder de hulp van deze mensen zou het onderzoek niet het gewenste resultaat hebben gekregen. Om die reden wil ik een aantal mensen bedanken. Allereerst Jeroen Hoyng, mijn begeleider bij NISB. Jeroen beschikt over een dosis kennis waar ik bewondering voor heb. De kritische blik en de feedback op hoofd- en detaillijnen hebben mij geholpen om het onderzoek vorm te geven en aan te scherpen. Daarnaast wil ik Dick Ettema, mijn begeleider vanuit de Universiteit Utrecht, bedanken voor het oplossingsgericht denken met betrekking tot bepaalde knelpunten en uiteraard de waardevolle feedback. Verder wil ik Harold van der Werff en Sven Bakker (beide Mulier Instituut) bedanken voor de feedback en de hulp bij het opstellen van de enquête. Met betrekking tot de dataverzameling bij de zwembaden wil ik René den Hertog (manager Het Hofbad), Gerrit Jansen (hoofd technische dienst De Steur) & Diana Klumper (hoofd zwemzaken De Steur), Jos van Gennip (manager Tongelreep) en Dennis van Rijswijk (locatiemanager Sportboulevard Dordrecht) bedanken voor de mogelijkheid om enquêtes in het zwembad af te mogen nemen. Verder wil ik Tom de Jong (docent Universiteit Utrecht) bedanken voor de hulp bij het verwerken van bepaalde data in geografisch informatiesysteem GIS. Tot slot wil ik mijn dankwoord richten op de zwemsportverenigingen die gehoor hebben gegeven aan mijn verzoek om de data betreft de postcodes van verenigingsleden te verstrekken.

Na deze woorden rest mij niets minder dan te zeggen dat ik u veel plezier wens bij het lezen van mijn masterthesis.

Met sportieve en vriendelijke groet,

Marik Waterman

Ede, augustus 2014

Samenvatting

Het Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen (NISB) heeft behoefte aan meer kennis op het gebied van sportaccommodaties en sportaccommodatiebeleid van gemeenten. Deze kennis is belangrijk omdat het bijdraagt aan ruimte voor sport en bewegen.

Probleemstelling

De (moderne) sport is in voortdurende staat van verandering en zorgt voor de opkomst en ondergang van bepaalde sportaccommodaties. Onduidelijkheden bestaan er over het efficiënt kunnen lokaliseren van bepaalde sportaccommodaties en daarbij het (ruimtelijk) gebruik ervan. De motivatie van gebruikers en de afstanden die gebruikers af moeten leggen naar deze sportaccommodaties en daarbij de bereikbaarheid van de sportaccommodatie zijn belang. Dit onderzoek richt zich op *bovenlokale* zwembaden. Groter publiek aantrekken en het benaderen van de juiste doelgroepen kan succesvol zijn om sportaccommodaties in stand te houden. Het identificeren van de huidige gebruikers, vanuit het perspectief van de sportaanbieder en gemeente, kan hier aan bijdragen. Waarom gaan mensen zwemmen in een bovenlokaal zwembad? Motivatie is daarbij één van de belangrijkste variabelen in het begrijpen van dit sportgedrag. Op basis van het voorgaande kan de volgende centrale vraag worden gesteld:

Welke typen gebruikers van bovenlokale zwembaden zijn te onderscheiden op basis van hun motivaties en in hoeverre verklaren deze typen gebruikers de omvang en spreiding van het verzorgingsgebied?

Theoretisch kader

Motivatie kan onderscheiden worden op intrinsieke en extrinsieke motivatie en komt overeen met zogenoemde 'push' factoren. Het zijn de interne krachten die aanleiding geven tot actie en de behoeften die een persoon heeft om deel te nemen aan bepaalde activiteiten. Het kan zijn dat men gemotiveerd is om te gaan zwemmen vanwege de zwemsport. Het drijft daarmee uit de interesse van de persoon zelf en plezier voor de betreffende discipline. Het verbeteren van de vaardigheden en het leveren van prestaties kunnen de beweegredenen zijn. Andere drijfveren gaan in op de gezondheid en recreatie. Lichaamsbeweging en sporten vormen belangrijke motieven om deel te nemen aan bepaalde sport activiteiten. Daarnaast gaan veel mensen sporten vanwege de sociale contacten en relaties die kunnen ontstaan. Verder zijn er 'pull' factoren die betrekking hebben op de zwemlocatie. Bepaalde factoren maken de bestemming aantrekkelijk en beïnvloeden de motivatie om gebruik te maken van die specifieke bestemming en/of faciliteiten die daar te vinden zijn. De pull factoren in deze studie komen voort uit het sportscape model aangevuld met factoren die bijdragen aan de kwaliteit van de service in sportcentra. Op basis van de push en pull benadering zijn gebruikers in te delen in homogene groepen. De segmentatie benadering wordt gebruikt om de typen gebruikers in te delen naar psychografische kenmerken (motivatie) en worden onderscheiden op zowel demografische, socio-economische en geografische kenmerken.

Als iemand gemotiveerd is om een specifieke sport te beoefenen of ergens de sport te beoefenen vanwege de kwaliteiten en aantrekkingskracht van de sportvoorziening is het nog maar de vraag in hoeverre iemand bereid is om de afstand naar de voorziening af te leggen. Het kan zijn men de afweging maakt ten gunste van de kortste afstand naar een bepaalde faciliteit. Hij/zij kiest dan voor het meest nabije alternatief ongeacht de relatieve aantrekkelijkheid van overige voorzieningen in de omgeving. Dit wordt aangeduid als de theorie van afstandsminimalisatie. Maar er kunnen ook gevallen zijn waarbij men de afweging maakt ten gunste van het alternatief met de grootste aantrekkelijkheid. Het aantrekkelijke alternatief wordt dan gekozen ongeacht de afstand tot dit alternatief. Dit wordt ook wel de ruimtelijke indifferentie genoemd.

Methodologie

Het onderzoek is kwantitatief van aard. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van een enquête en het geografisch informatiesysteem GIS. Het is een cross-sectioneel design met case studie elementen. Het gaat hierbij om gebruikers van bovenlokale zwembaden maar ook specifiek vier onderzoekslocaties. Deze onderzoekslocaties zijn het Hofbad in Den Haag, de Tongelreep in Eindhoven, Sportboulevard Dordrecht en De

Steur in Kampen. Voor dit onderzoek zijn er in totaal driehonderd en tweeënzeventig (N=372) enquêtes afgenomen bij de vier onderzoekslocaties. Met verschillende methodes en technieken is achterhaald wat de motivaties zijn en de reisbereidheid van de gebruikers van bovenlokale zwembaden. Factoranalyse- en clusteranalyse zijn gebruikt om de motivatie factoren en typen gebruikers te onderscheiden. De variantie-analyse (ANOVA) en de Chi-kwadraattoets zijn uitgevoerd om verschillen tussen de typen gebruikers te achterhalen. Met behulp van GIS zijn de verzorgingsgebieden van de vier onderzoekslocaties in kaart gebracht.

Resultaten

De push en pull benadering geeft een helder beeld van de motivaties die voor komen bij gebruikers (15 jaar en ouder) van bovenlokale zwembaden. De push factoren die aanleiding geven tot actie en om deel te nemen aan zwemactiviteiten in bovenlokale zwembaden zijn gezondheid & ontspanning, plezier & verkoeling, sociaal contact en extern gedrevenheid. Push factor gezondheid & ontspanning is de belangrijkste push factor onder (bovenlokale) zwembadgebruikers. De pull factoren die mensen aantrekken om voor een bepaald zwembad te kiezen zijn de bereikbaarheid & toegankelijkheid, hygiëne & veiligheid, zwembadpersoneel, uitstraling & kwaliteit, (top)sport uitrusting en de faciliteiten. De bereikbaarheid & toegankelijkheid is de belangrijkste pull factor onder (bovenlokale) zwembadgebruikers. Op basis van de push factoren zijn vijf typen gebruikers van bovenlokale zwembaden te onderscheiden: de sociale zwemmer, gezondheid zwemmer, gezelligheid zwemmer, de fanatieke (zwem)sporter en de extern gedreven zwemmer. De fanatieke (zwem)sporter bereid is om een afstand van 70,3 km af te leggen, gevolgd door de extern gedreven zwemmer met een afstand van 46,3 km, de sociale zwemmer 35,2 km, de gezelligheid zwemmer 28,5 km en als kleinste afstand van 28,5 km de gezondheid zwemmer. Dit betekent dat de omvang van het verzorgingsgebied wordt beïnvloed door de typen gebruikers die zich binnen de (bovenlokale) zwembaden bevinden en de faciliteiten die daardoor worden geboden.

Conclusies en aanbevelingen

Ondanks de neerwaartse trend in het aantal bezoeken en daling van het aantal leden van zwemverenigingen zijn de mensen die gebruik maken van een bovenlokaal zwembad gemotiveerd om te gaan zwemmen. De motivaties van zwembadgebruikers zijn op basis van de push en pull benadering achterhaald. Deze methode biedt een duidelijk kader om de verschillende motivaties te kunnen vatten. Het 50-meterbad is een attractief element van een bovenlokaal zwembad. Mensen zijn bereid om hiervoor verder te reizen in plaats van gebruik te maken van het dichtstbijzijnde zwembad. Afstand naar een bovenlokaal zwembad speelt een belangrijke rol in de keuze om gebruik te maken van een bepaald zwembad.

Er vinden gemeentegrensoverschrijdende bewegingen plaats voor het gebruik van de bovenlokale zwembaden. De mate waarin dit gebeurt verschilt per zwemlocatie. Op basis van dit onderzoek worden er twee aanbevelingen gedaan: (1) inspelen op de typen gebruikers om haar doelgroepen te bereiken en/of nieuwe te werven en (2) het aangaan van een intergemeentelijke samenwerking om bepaalde sportaccommodaties in stand te kunnen houden.

Kernwoorden: bovenlokale sportaccommodaties, 50-meterzwembaden, motivatie, reisbereidheid, verzorgingsgebieden

Inhoudsopgave

Woord vooraf	3
Samenvatting	4
Inhoudsopgave	6
1. INLEIDING	8
1.1 Aanleiding	9
1.1.1 Sportonderzoek en andere beleidsterreinen	9
1.1.2 Aanbod sportvoorzieningen	9
1.1.3 Doelgroepen	10
1.1.4 Verzorgingsgebieden	10
1.2 Probleemstelling	11
1.2.1 Afbakening onderzoek	11
1.2.2 Onderzoeksvraag en doelstelling	12
1.2.3 Deelvragen	12
1.2.4 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie	13
1.3 Leeswijzer	13
2. THEORETISCH KADER	14
2.1 Motivatie	15
2.1.1 Self-Determination Theory (SDT)	15
2.1.2 Intrinsieke en extrinsieke motivatie	16
2.1.3 Sport motivatie	17
2.1.4 Gezondheid motivatie	18
2.1.5 Recreatie motivatie	19
2.1.6 Tussenconclusie	20
2.2 Push en pull benadering	21
2.2.1 Pull factoren	21
2.2.2 Sportscape	22
2.2.3 Segmentatie benadering	24
2.3 Reisbereidheid en verzorgingsgebieden	25
2.4 Conclusie en conceptueel model	26
3. METHODOLOGIE	28
3.1 Onderzoeksstrategie en ontwerp	29
3.1.1 Kwantitatief onderzoek	29
3.1.2 Cross-sectioneel onderzoek en case studie elementen	29
3.2 Onderzoekseenheden en locaties	30
3.2.1 Onderzoekseenheden en doelpopulatie	30
3.2.2 Onderzoekslocaties	30
3.3 Dataverzameling	31
3.3.1 Dataverzameling: enquête	31
3.3.2 Operationalisering constructen	32
3.4 Data-analyse	33
3.4.1 Factor- en clusteranalyse	33
3.4.2 GIS-analyse	34
3.5 Betrouwbaarheid en validiteit	35
4. RESULTATEN & ANALYSE: DE GEBRUIKER	36
4.1 Persoonskenmerken en zwem- en reisgedrag	37
4.1.1 Persoonskenmerken respondenten	37
4.1.2 Zwemgedrag respondenten	38
4.1.3 Reisgedrag respondenten	39
4.1.4 Persoonskenmerken, zwem- en reisgedrag per locatie	39

4.2	Motivatie(s) van de gebruiker	41
4.2.1	Push factoren	42
4.2.2	Pull factoren	44
4.3	Clusters van gebruikers	45
4.4	Verschillen tussen de typen gebruikers	48
4.4.1	Persoonskenmerken	48
4.4.2	Zwemgedrag	50
4.4.3	Reisgedrag	51
4.4.4	Pull factoren	52
4.5	Conclusie	54
5.	RESULTATEN & ANALYSE: HET VERZORGINGSGBIED	57
5.1	Reisbereidheid typen gebruikers	58
5.2	Verzorgingsgebieden bovenlokale zwembaden	60
5.3	Verzorgingsgebied per zwembadlocatie	61
5.3.1	Tongelreep Eindhoven	62
5.3.2	Hofbad Den Haag	63
5.3.3	De Steur Kampen	64
5.3.4	Sportboulevard Dordrecht	66
5.4	Conclusie	67
6.	CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	68
6.1	Conclusie	69
6.1.1	Motivatie van zwembadgebruikers	69
6.1.2	Reisbereidheid en verzorgingsgebieden	70
6.2	Aanbevelingen	71
6.3	Slotbeschouwing en discussie	71
6.3.1	Beperkingen onderzoek	72
6.3.2	Aanknopingspunten voor vervolgonderzoek	73
	Literatuurlijst	74
Bijlage I:	Dataverzameling: enquête	
Bijlage II:	De enquête	
Bijlage III:	Codeboek SPSS invoer	
Bijlage IV:	Operationalisering constructen	
Bijlage V:	Beschrijvende statistiek per zwembad	
Bijlage VI:	Verschillen tussen gebruikers	
Bijlage VII:	Verzorgingsgebieden bovenlokale zwembaden	



INLEIDING

1. Inleiding

Het Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen (NISB) heeft behoefte aan meer kennis op het gebied van sportaccommodaties en sportaccommodatiebeleid van gemeenten (Consult Actief, 2014, p.3). Deze kennis is belangrijk omdat het bijdraagt aan ruimte voor sport en bewegen. Sportaccommodaties nemen een belangrijke plek in binnen het lokale sportbeleid (Hoekman e.a., 2013, p.173). Ongeveer 77% van het totale overheidsbudget voor sport en 86% van het gemeentelijke sportbudget wordt besteed aan de bouw, beheer en exploitatie van sportaccommodaties. Dit betekent dat de sportaccommodatie het belangrijkste middel is van de overheid om sport te stimuleren (Hoekman e.a., 2010, p.204). Echter in tijden van gemeentelijke bezuinigingen die de sport treft en gebieden waar bevolkingskrimp en/of vergrijzing zich voordoet, kan het behoud aan sportaccommodaties onder druk komen te staan. Intergemeentelijke samenwerking lijkt een uitkomst te zijn voor de ontwikkeling of instandhouding van bepaalde sportaccommodaties (Consult Actief, 2014, p.3). Er is kennis nodig om dit aan te kunnen tonen. Eén van de uitdagingen van NISB is daarmee kennis te ontwikkelen voor het versterken van het (boven)lokaal sportaccommodatiebeleid.

1.1 Aanleiding

1.1.1 Sportonderzoek en andere beleidsterreinen

Sportonderzoek is nog weinig gelukt om door te dringen tot de meer 'mainstream' sociale wetenschappen. Sport blijft het domein van een select groepje geïnteresseerden en voor de wetenschap blijft sport vooral nog 'de belangrijkste bijzaak in het leven' (Breedveld e.a., 2012, p.32). Echter wordt er wel gesproken over de 'vermaatschappelijking van de sport'. Zoals Breedveld e.a. (2012, p.34) aangeeft, bestaat er de laatste jaren een grote behoefte aan wetenschappelijke bevestiging van de overtuiging dat sport 'goed' is. Wetenschappelijk bewijs voor de positieve effecten van sportdeelname, zoals het bevorderen van sociale cohesie en tegengaan van overgewicht, is al bewezen (Breedveld e.a., 2012, p.35). Daarnaast is het kennislandschap sport uitgebreid. Verschillende onderzoeks- en kennis activiteiten lopen in elkaar over. Sport is steeds vaker in één adem te noemen met onder andere gezondheid en welzijn. Dit blijkt wel uit het begrip 'interventie' dat al enige tijd gebruikt wordt voor een doelgroep gebaseerde specifieke aanpak (Breedveld e.a., 2012, p.15). Breedveld e.a. (2012, p.36) stellen dat door deze 'intergralisering', sport wordt verbonden met andere beleidsterreinen. Sport wordt daardoor meer gezien als een instrumentele benadering om externe doelstellingen te bereiken waarbij de sociale en geografische spreiding niet meer de richting is (Breedveld e.a., 2012, p.11). Echter sport is ook een op zichzelf staand thema binnen de stedelijke context. Sport is een dagelijkse activiteit van mensen. De locatie of plek waar deze mensen sporten is afhankelijk van waar er gesport kan worden. Het gaat dus in eerst instantie om het 'waar' en het 'waarom daar' van verschijnselen. Deze ruimtelijke invalshoek is het meest kenmerkende van de sociale- en stadsgeografie. Vanuit dit perspectief is sport nog niet vaak onderwerp van onderzoek geweest. Met andere woorden de rol van de geografie is binnen de sport nog onderbelicht (Hermie, 2013, p.13). Aangezien het grootste deel van het gemeentelijke sportbudget naar de sportaccommodaties gaat, is het van belang om te kijken op welke manier het aanbod van sportvoorzieningen geoptimaliseerd kan worden (Breedveld e.a., 2012, p.20). Onderzoek naar sportaccommodaties en ruimte voor sport draagt bij aan het efficiënter lokaliseren en inzetten van sportaccommodaties, beter beheer en exploitatie van sportaccommodaties en een rationeel accommodatiebeleid (Breedveld e.a., 2012, p.11).

1.1.2 Aanbod sportvoorzieningen

Om externe doelstellingen op het gebied van gezondheid en welzijn te bereiken speelt het aanbod van sportvoorzieningen een belangrijke rol. Ruim 12.000 sportaccommodaties zijn gerelateerd aan de veertig COROP-gebieden en het aantal inwoners in deze gebieden. Gemiddeld genomen zijn er in Nederland 18,5 sport accommodaties per 25.000 inwoners. Echter zijn er wel regionale verschillen. Gebieden met een hoge bevolkingsdichtheid hebben relatief weinig accommodaties en de plattelandsgebieden relatief veel accommodaties per 25.000 inwoners. Het gaat hier alleen om de aantallen accommodaties en niet de grootte van de accommodatie (Hoekman e.a., 2013, p.53). De planning van sportaccommodaties is in Nederland een zaak van gemeenten, die soms in regionaal verband samenwerken (Hoekman e.a., 2010, p.210).

Vanwege economische motieven zijn bepaalde sportaccommodaties, in de laatste jaren, naar de randen van de stad verplaatst (Breedveld & Tiessen-Raaphorst, 2006, p.208). Vanuit ruimtelijk optiek worden sportaccommodaties vaak gezien als een last, te groot en moeilijk te combineren met andere stedelijke programma's (Sportspace, 2014). Dit heeft consequenties voor de bereikbaarheid van deze voorzieningen met als gevolg verminderde sportdeelname. Een goede geografische spreiding van sportvoorzieningen leidt tot vermindering van de afstand tot en reistijd naar deze voorzieningen, waarmee de belemmering voor het deelnemen aan een bepaalde sport vanuit dit perspectief wordt geminimaliseerd (Hoekman e.a., 2010, p.204). SPORTSPACE, initiatief van Shift architecture urbanism en NOC*NSF, speelt hier op in en biedt handvatten om sport op een betere manier te integreren in de hedendaagse stad (NOC*NSF, 2013, p.38). Er is zagezegd steeds meer interesse in de ruimtelijke inbedding van sport (Breedveld e.a., 2012, p.14).

Naast de veranderingen van geografische ligging van sportaccommodaties en de trend voor ruimtelijke inbedding zijn er trends binnen de sport zelf te vinden. Commerciële organisaties zijn ontstaan waar niet leden, maar klanten of abonnees gebruikmaken van de geboden voorzieningen (Goossens & Roording, 2006, p.149). Bovendien heeft privatisering en het ontstaan van nieuwe sporten zijn uitwerking op het aanbod van sportaccommodaties, zoals het ontstaan van (bovenlokale) klimhallen (Goossens & Roording, 2006, p.152). Zagezegd het landschap van sportaanbieders is verfijnd. Populariteit van bepaalde takken van sport zijn echter moeilijk te bepalen. Zoals Hoekman e.a. (2010, p.214) aangeven kunnen er nieuwe sporten opduiken waarvan we niet weten of ze een hype zijn of een blijver.

1.1.3 Doelgroepen

Volgens Tiessen-Raaphorst (2010, p.173) bestaat er een gevoel dat het sportaanbod traditioneel denkt en zich weinig innovatief uitspreekt in het aantrekken van nieuwe doelgroepen. Groter publiek aantrekken en het richten op productvernieuwing zijn daarbij de kansen, want voor verschillende leden of gebruikers worden vrijwel dezelfde sportieve activiteiten aangeboden (Tiessen-Raaphorst, 2010, p.177). In de toekomst zullen veel sportvoorzieningen qua locatie, inrichting, omvang, kwaliteit en uitstraling afgestemd worden op afgebakende marktsegmenten (Hoekman e.a., 2010, p.214). Zoals Breedveld e.a. (2012, p.15) beweren zijn sportaccommodaties vooral sporttak specifiek, maar nooit doelgroep specifiek. Steeds meer sportaanbieders herdefiniëren daarom hun doelgroepen en scherpen hun aanbod aan (Tiessen-Raaphorst, 2010, p.181), vooral om financieel rendabel te blijven. Gezegd kan worden dat zij steeds marktgericht werken, maar vooral sportverenigingen zijn niet gewend aan marktgericht denken want ze richten vooral het van dienst zijn aan zittende leden en niet op ledenwerving (Tiessen-Raaphorst, 2010, p.185). Marktsegmentatie lijkt daarmee een oplossing te zijn om het gebruik van bepaalde sportaccommodaties te optimaliseren en daarbij in te spelen op de gebruikers van deze sportaccommodaties. Het is één van de belangrijkste strategieën in marketing die helpt bij het identificeren van groepen consumenten met een aantal overeenkomsten (Tsiotsou, 2006, p.16) en verschillen.

1.1.4 Verzorgingsgebieden

Met het aantrekken van meer bezoekers of nieuwe groepen consumenten wordt een bepaald marktgebied nuttig gebruikt of juist ontdekt. Om een sportaccommodatie in stand te houden is namelijk een bepaald marktgebied nodig waarbinnen voldoende bezoekers te vinden zijn om de kosten van de accommodatie te dekken (Dejonghe & Van Hoof, 2006, p.6). Van belang is de geografische locatie van de accommodatie. Nabijheid van bepaalde accommodaties kan betekenen dat het wordt aangemoedigd om er gebruik van te maken. Desondanks zijn mensen ook bereid om buiten hun lokale omgeving te reizen naar bepaalde soorten voorzieningen (McCormack e.a., 2006, p.2). De afstand die iemand wil afleggen heeft te maken met de motivatie van de mensen zelf. Kim & Chalip (2004, p.695) stellen dat (reis)motivatie is te onderscheiden in push- en pull factoren. Push factoren hebben te maken met de motieven, behoeften en belangen van de reiziger. Pull factoren hebben vooral te maken met de bestemming en bijbehorende faciliteiten. Dit zijn twee factoren die meespelen in reisbereidheid van mensen. Voor de ene accommodatie is men bereid een grotere

afstand af te leggen dan voor een andere accommodatie en kan er gesproken worden van verschillende reikwijdtes (Dejonghe & Van Hoof, 2006, p.6).

De afstand die mensen willen afleggen en de motivaties die daar aan vooraf gaan heeft invloed op het verzorgingsgebied van sportaccommodaties. Zoals Higham & Hinch (2006, p.34) terecht aanhalen is dat de (moderne) sport zich in voortdurende staat van verandering begeeft. Dit heeft onder andere te maken met de opkomst en ondergang van sport bestemmingen. Deze dynamiek heeft gevolgen voor de omvang van de verzorgingsgebieden (Higham & Hinch, 2006, p.35). Eveneens verandering in de bevolkingsomvang en samenstelling. Demografische krimp wordt veroorzaakt door een overmaat aan sterfgevallen ten opzichte van geboorten (Hospers, 2011, p.369), maar ook (stedelijke) migratie speelt hierin een rol. De meeste beleidsmakers willen juist hun gemeenschappen zien groeien en proberen om bevolkingskrimp tegen te gaan. In de context van de demografische uitdaging investeren overheden daarom niet alleen in marketing voor toeristische doeleinden, maar ook om nieuwe burgers en bedrijven aan te trekken (Hospers, 2011, p.369).

1.2 Probleemstelling

De (moderne) sport is in voortdurende staat van verandering en zorgt voor de opkomst en ondergang van bepaalde sportaccommodaties. Ontwikkelingen in het aanbod van sportvoorzieningen, zoals verandering in de geografische ligging, maar ook trends binnen de sport zelf, hebben invloed op het gebruik van deze sportaccommodaties. Deze dynamiek heeft gevolgen voor de omvang van verzorgingsgebieden en daarmee dient het gemeentelijk sportbeleid rekening te houden. Daarbij in tijden van gemeentelijke bezuinigingen die de sport treft, kan het behoud aan sportaccommodaties onder druk komen te staan. Onduidelijkheden bestaan er over het efficiënt kunnen lokaliseren van bepaalde sportaccommodaties en daarbij het (ruimtelijk) gebruik ervan. De motivatie van gebruikers en de afstanden die gebruikers af moeten leggen naar deze sportaccommodaties en daarbij de bereikbaarheid van de sportaccommodatie zijn van belang.

1.2.1 Afbakening onderzoek

Dit onderzoek richt zich op *bovenlokale* sportaccommodaties. Bovenlokale sportaccommodaties zijn accommodaties met een regionale functie waarbij gebruikers ook uit andere gemeenten komen. Verschillende bovenlokale sportaccommodaties kunnen onderscheiden worden in de sporten die daar zijn vertegenwoordigd. Voorbeelden hiervan zijn ijsbanen, skihallen, kartbanen, klimhallen, golfbanen etc. Dit onderzoek kan dan ook voor elke van deze sportaccommodaties worden uitgevoerd. Dit onderzoek richt zich op bovenlokale zwembaden op basis van een aantal redenen. Ten eerste blijkt er een neerwaartse trend zichtbaar te zijn in het aantal bezoeken en daling van aantal leden van zwemverenigingen (Werff, e.a., 2013, p.240). Ten tweede zijn openbare zwembaden een hoge kostenpost voor gemeenten. Gemeenten lijken daarom om die reden de exploitatie van zwembaden uit handen te geven. Toch willen zij dit niet met volle overtuiging doen omdat het zwembad meer een maatschappelijke functie moet hebben dan dat het voor commerciële doeleinden wordt gebruikt. De consequenties zijn dat subsidies door bezuinigingen worden verlaagd en tarieven worden verhoogd. Niet verwonderlijk is dat de populariteit van het zwemmen in het geding komt (Werff, e.a., 2013, p.240). Ten derde, zwembaden zijn van groot belang voor de zwemvaardigheid en vrijetijdsbesteding en wordt gezien als een onmiskenbare voorziening in de gemeente (Hoekman e.a., 2013, p.73). Zwemmen is één van de meest uitgevoerde sportieve activiteiten en slechts weinig sporten worden door zo veel verschillende mensen beoefend (Werff, e.a., 2013, p.17). Ten slotte valt op dat zwembaden veel aandacht krijgen in de collegeprogramma's. Ongeacht de gemeentegrootte is het zwembad een specifieke accommodatie waar veel aandacht aan wordt besteed. Dit heeft met de bovengenoemde redenen te maken. Het heeft te maken met de kosten van exploitatie en beheer van een zwembad en het belang dat burgers hechten aan de aanwezigheid van zwembaden. Gemeenten spreken bij het vermelden van zwembaden in de collegeprogramma's veelal de intentie uit om het zwembad als basisvoorziening te behouden (Hoekman & Bol, 2014, p.20).

1.2.2 Onderzoeksvraag en doelstelling

Groter publiek aantrekken en het benaderen van de juiste doelgroepen en daarbij het verstrekken van de juiste faciliteiten kan succesvol zijn om sportaccommodaties in stand te houden. Het identificeren van de huidige gebruikers, vanuit het perspectief van de sportaanbieder en gemeente, kan hier aan bijdragen. Zoals van der Werff (2013, p.241) aangeeft moeten zwembaden en zwemverenigingen gezamenlijk het zwemmen actief promoten om haar doelgroepen te bereiken of nieuwe doelgroepen te werven. Dit om het marktaandeel te behouden of marktaandeel te winnen. Waarom gaan mensen zwemmen in een bovenlokaal zwembad? Motivatie is daarbij één van de belangrijkste variabelen in het begrijpen van dit sportgedrag. Op basis van het voorgaande kan de volgende centrale vraag worden gesteld:

Welke typen gebruikers van bovenlokale zwembaden zijn te onderscheiden op basis van hun motivaties en in hoeverre verklaren deze typen gebruikers de omvang en spreiding van het verzorgingsgebied?

Het doel van het onderzoek is om inzicht te verkrijgen in de motivaties van gebruikers van bovenlokale zwembaden en de verzorgingsgebieden van deze zwembaden. Door dit inzicht, adequate informatie te verschaffen over het accommodatiegebruik, de ruimtelijke keuzes en geografische spreiding van gebruikers.

Begripsbepaling

Er is geen eenduidige definitie van bovenlokale sportaccommodaties. Vanuit rationeel denken gaat het om verzorgingsgebieden van sportaccommodaties die de gemeente grens overschrijden. Hierbij gaat het om sportaccommodaties die in handen zijn van gemeenten of van particuliere exploitanten. Bij 'particuliere exploitanten' gaat het om commerciële organisaties en niet-commerciële organisaties die staan ingeschreven bij de kamer van koophandel, met als hoofdactiviteit de exploitatie van een of meer accommodaties (Goossens & Roording, 2006, p.152). Hoekman e.a. (2013, p.130) maken onderscheid in zwembaden met een buurtfunctie, lokale functie, regionale functie, bovenregionale functie en landelijke functie. Op basis van deze begrippen wordt een *bovenlokaal zwembad* gedefinieerd als: een zwembad waar bezoekers voornamelijk uit de eigen gemeente komt, maar ook uit naburige dorpen en steden.

Verzorgingsgebieden: het verzorgingsgebied ('catchment area' in de wetenschappelijke literatuur) is het gebied waar de gebruikers van een bepaalde sportvoorziening wonen.

Motivatie: een kracht die iemand beweegt en een gevoel van enthousiasme of interesse om iets te willen doen, zoals het behalen van persoonlijke doelen.

1.2.3 Deelvragen

Om een antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvraag zijn de volgende deelvragen opgesteld:

1. Welke motivatie factoren zijn van invloed op het gebruik van bovenlokale zwembaden?
2. Welke typen gebruikers zijn te onderscheiden op basis van de motivatie factoren?
3. Welke verschillen bestaan er tussen de typen gebruikers op basis van persoonskenmerken, zwemgedrag en reisgedrag?
4. Wat is de reisbereidheid van de typen gebruikers en wat betekent dit voor de verzorgingsgebieden van (bovenlokale) zwembaden?

Met de eerste deelvraag wordt inzichtelijk welke factoren belangrijk zijn voor de motivatie van gebruikers (1). Deze factoren zijn belangrijk om de gebruikers in homogene groepen te kunnen indelen (2). Om ze beter te kunnen onderscheiden en bepaalde gedragingen te kunnen verklaren worden de typen gebruikers met elkaar vergeleken op persoonskenmerken, zwemgedrag en reisgedrag (3). Ten slotte geeft vraag vier inzicht in de afstand die gebruikers van bovenlokale zwembaden willen afleggen om naar deze sportaccommodaties te gaan.

1.2.4 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie

Bijdragen aan kennis op het gebied van sportaccommodaties maakt het mogelijk om gemeenten effectieve keuzes te laten maken met betrekking tot het sluiten, renoveren of verplaatsen van bestaande sportaccommodaties. Naast gemeenten kunnen ook private partijen, (zwem)verenigingen en (zwem)sportbonden inspelen op de gebruikers van (bovenlokale) zwembaden om in hun behoeften te voorzien en een positieve trend creëren in het gebruik van zwembaden. Dit kan een positieve uitwerking hebben op de (zwem)sportparticipatie van de maatschappij. Dit is van belang omdat zwembaden belangrijk zijn in onze maatschappij vanwege de zwemvaardigheid, het recreatief zwemmen, de wedstrijdsport, de gezondheid en dient als sociale ontmoetingsplaats. Op deze manier is het van toegevoegde waarde voor de dagelijkse praktijk en vormt daarmee de maatschappelijke relevantie.

De wetenschappelijke relevantie van dit onderzoek is dat er een link wordt gelegd tussen het sportgedrag en de ruimtelijke gedragingen van (zwembad)gebruikers. Vooralsnog gaat sportonderzoek in op wat de effecten van sportdeelname kan zijn. Dit komt veelal terug in de gezondheidsliteratuur. Wetenschappelijke onderzoeken tonen aan dat sport 'goed' is voor het individu en de maatschappij als geheel. Ondank dat wordt er geen link gelegd met de geografische kant van sport. In dit onderzoek staat de (zwem)sportaccommodatie centraal. Het betreft zowel het sportgedrag van de gebruikers en de bereidheid om naar een bepaalde (zwem)sportaccommodatie te reizen. Dit maakt het verzorgingsgebied inzichtelijk en hiermee wordt de rol van de geografie binnen de sport toegepast.

1.3 Leeswijzer

In dit hoofdstuk is aangegeven wat de achtergrond van dit onderzoek is en aan de hand van welke onderzoeksvragen dit onderzoek uitgevoerd wordt. Hoofdstuk twee geeft een overzicht van de relevantie literatuur voor dit onderzoek en gaat voornamelijk in op het construct motivatie. In hoofdstuk drie wordt de onderzoeksstrategie, dataverzameling en data-analyse besproken. De resultaten uit de dataverzameling worden in hoofdstuk vier en vijf weergegeven en geanalyseerd. Tot slot komt in hoofdstuk zes aan bod de conclusies, aanbevelingen en discussie.



THEORETISCH KADER

2. Theoretisch kader

Het theoretisch kader vormt de wetenschappelijke basis voor het onderzoek. In dit hoofdstuk worden een aantal constructen nader bekeken. Het belangrijkste construct is motivatie.

2.1 Motivatie

Motivatie is een construct dat gebruikt wordt om de interne en/of externe krachten te beschrijven die leiden tot een begin, een richting, de intensiteit en de vasthoudendheid van gedrag. Het wordt in de dagelijkse taal gebruikt om aan te geven 'hoe graag' iemand iets wil. Motivatie is daarmee één van de belangrijkste variabelen in de sport. Het stimuleert prestaties en een positieve beleving (Vallerand, 2004, p.427) en betekent verplaatsen om iets te gaan ondernemen (Ryan & Deci, 2000b, p.54). Motivatie is echter een aanloop tot gedrag, maar niet gedrag zelf. De onderliggende basis van gedrag van mensen ten opzichte van bepaalde activiteiten wordt beschreven in de zelfbeschikkingstheorie (Self-Determination Theory), dat in 1985 ontwikkeld is door psychologen Richard M. Ryan, Edward L. Deci. Zelfbeschikking (self-determination) wordt beschreven als een gevoel van persoonlijk initiatief, vrijheid en keuze in gedrag (Vallerand, 2004, p.427).

2.1.1 Self-Determination Theory (SDT)

De zelfbeschikkingstheorie (Self-Determination Theory) probeert individuele ontwikkeling van persoonlijkheid te verbinden aan sociale omstandigheden van motivatie van gedrag en de manier waarop motivatie van buitenaf (extrinsiek) of van binnenuit (intrinsiek) gereguleerd wordt. De individuele ontwikkeling wordt mogelijk gemaakt door de vervulling van drie aangeboren psychologische behoeften van mensen: 'bekwaamheid' (competence), 'verbondenheid' (relatedness) en 'autonomie' (autonomy). De aangeboren psychologische behoeften van mensen vormen de basis voor de eigen motivatie en persoonlijke integratie. Een behoefte aan 'bekwaamheid' omschrijven Deci en Ryan (2000) als een natuurlijke neiging om invloed uit te oefenen op de persoonlijke leefomgeving en het bereiken van resultaten daarin. 'Verbondenheid' is het verlangen om verbonden te zijn met anderen. 'Autonomie' is de wilskracht en vrijheid van keuzes en daarmee het gedrag zelf te organiseren (Deci & Ryan, 2000). Deze behoeften zijn essentieel om de meest wilskrachtige en kwalitatief hoogwaardige vormen van motivatie en betrokkenheid voor activiteiten, waaronder verbeterde prestaties, doorzettingsvermogen en creativiteit te bevorderen (Ryan & Deci, 2000a, pp.68-69).

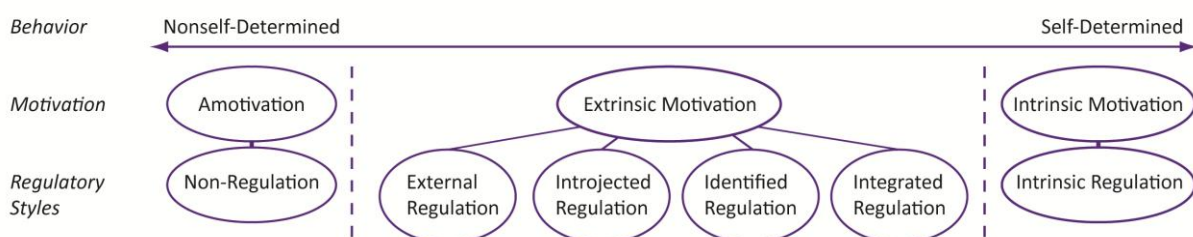
Ryan en Deci (2000b, p.65) stellen de SDT voor om de motivatie van mensen (gedrag) te achterhalen. Aan de ene kant gedragingen van vrijheid en autonomie en aan de andere kant gedragingen die druk en controle kennen. Verschillende motivaties zijn aan de hand van de theorie te identificeren en de soort motivatie dat op een bepaald moment voor komt is een belangrijke focus van de theorie (Ryan & Deci, 2000a, p.69). De theorie ziet zelfbeschikking als het proces van extrinsieke naar intrinsieke motivatie van gedrag. En gaat er vanuit dat intrinsieke motivatie een zeker mate van zelfbeschikking over gedrag inhoudt (Deci & Ryan, 2000).

De SDT kan het beste begrepen worden als zijnde een continuüm van niet tot volledig zelfbeschikkend gedrag (zie figuur 2.1). Ryan en Deci (2000b, p.54) stellen dat motivatie geen unitair fenomeen is. Dat betekent dat mensen niet alleen verschillende hoeveelheden (level) motivatie bevatten, maar ook verschillende soorten (richting) motivatie. De richting van motivatie gaat in op de onderliggende houdingen en doelen die aanleiding geven tot actie. Daarnaast wordt zelf beschikkend gedrag beïnvloed door de mate van extrinsieke of intrinsieke motivatie. Hoe meer de regulatie van binnenuit komt, des te meer intrinsiek zal de motivatie zijn.

Uiterst links van het continuüm is 'amotivatie' (non-motivatie). Dit is de toestand waarin het ontbreekt aan de intentie om te handelen (Ryan & Deci, 2000b, p.72). Dit wordt gekenmerkt als ongemotiveerd (Ryan & Deci, 2000b, p.54). Aan de rechterkant van het continuüm is de klassieke toestand van 'intrinsieke motivatie'. Dit is het doen van een activiteit voor zijn/haar eigen bevrediging. Het is zeer autonoom en is een voorbeeld van zelfbeschikking. Tussen amotivatie en intrinsieke motivatie zit 'extrinsieke motivatie'. Bij extrinsieke motivatie gaat het niet om de activiteit zelf maar om bepaalde resultaten te behalen en kan sterk variëren in de relatieve

autonomie (Ryan & Deci, 2000a, p.71; Ryan & Deci, 2000b, p.60). Elke vorm van motivatie kent een eigen regulatiestijl en regulerende principes. Hoe meer de regulatie van binnenuit komt, des te meer intrinsiek zal de motivatie in kwestie zijn en omgekeerd. Amotivatie kent geen regulatie en is onpersoonlijk. In de context van zwembadgebruikers zal deze vorm van motivatie naar verwachting niet voorkomen. Een ongemotiveerd persoon die geen zelfbeschikkend gedrag vertoont zal waarschijnlijk geen aanleiding vinden om te gaan zwemmen. De eerste vorm van extrinsieke motivatie, en het minst autonoom, is 'extern gereguleerd'. Het kan worden opgevat als een extern veroorzaakte en extern gecontroleerde motivatie van gedrag. Dit zou kunnen betekenen dat bepaalde zwembadgebruikers worden 'gedwongen' om te gaan zwemmen of vanwege externe omstandigheden voor zwemmen als activiteit kiezen. Een tweede type extrinsieke motivatie is 'introjectie'. Het is een relatief gecontroleerde vorm van regulering waarbij gedragingen worden uitgevoerd om schuldgevoelens of angst te vermijden of om een bepaalde trots te bereiken. Dit kunnen bijvoorbeeld mensen zijn die op zwemles zitten. Het is het gedrag om tevreden over zichzelf te zijn. Bij geïdentificeerde en geïntegreerde regulatiestijlen is de motivatie persoonlijk belangrijk voor degene. De geïdentificeerde regulatie is een weloverwogen vorm en weerspiegelt een bewuste waardering van een bepaald doel van gedrag of regulatie. Men is zich ervan bewust waarvoor hij/zij gemotiveerd is. In termen van identificatie kan het zijn dat mensen gaan zwemmen om zich fit te willen voelen. In termen van integratie gaat het om het gedrag dat past bij de waarden/behoefte van de sporter. Integratie van motivatie onderscheidt zich echter van intrinsieke motivatie omdat het over gedrag gaat, dat uit is op bepaalde uitkomsten en niet om de inherente voldoening van het gedrag zelf (Ryan & Deci, 2000a, pp.72-73).

Figuur 2.1: Zelfbeschikkingscontinuüm (ontleend aan Ryan & Deci, 2000a, p.72)



Zelfbeschikking of het proces naar intrinsieke motivatie leidt tot een grotere mate van tevredenheid of voorspoed en naarmate motivatie meer intrinsiek is neemt de zelfbeschikking in gedrag toe. De theorie voorspelt een hoge intrinsieke motivatie bij vervulling van de drie basisbehoeften (Hodge e.a., 2008, p.161).

2.1.2 Intrinsieke en extrinsieke motivatie

De zelfbeschikkingstheorie kan helpen om de motivatie van zwembadgebruikers te achterhalen. Intrinsieke en extrinsieke motivatie zijn twee soorten motivaties die in de theorie zijn te onderscheiden en worden hier nader bekeken.

Intrinsieke motivatie houdt in dat men geheel van binnenuit, vanuit interesse, plezier en persoonlijke waarden een bepaald gedrag wil nastreven. Zogezegd is het een automatische handeling. Deze motivatie houdt stand bij activiteiten, die een intrinsieke waarde, een nieuwsgierigheidswaarde, een uitdaging en/of een esthetische waarde voor iemand heeft. De activiteit levert voldoening op en wekt daarmee motivatie op. Intrinsieke motivatie blijft een belangrijk construct, als gevolg van de natuurlijke menselijke neiging om te leren en zich aan te passen aan de omgeving (Ryan & Deci, 2000b, p.54). Intrinsieke motivatie wordt ook wel omschreven als spontaan gedrag (Ryan & Deci, 2000b, p.56). Vanaf de geboorte zijn mensen actief, leergierig, nieuwsgierig en speels en geven een bereidheid weer om te leren en te ontdekken en daarbij geen externe prikkels nodig hebben om dit te doen. In dit geval bestaat de intrinsieke motivatie binnen het individu, in een ander geval bestaat intrinsieke motivatie in de relatie tussen individuen en activiteiten. Mensen zijn intrinsiek gemotiveerd voor sommige activiteiten waar andere dat niet zijn (Ryan & Deci, 2000b, p.57).

Het merendeel van de activiteiten die mensen ondernemen komen niet vanuit intrinsieke motivatie (Ryan & Deci, 2000b, p.60). Het is vaak de extrinsieke motivatie die mensen drijft om een activiteit te ondernemen. Het

gaat hierbij om een positieve beloning te ontvangen als drijfveer voor het deelnemen aan een activiteit en niet zozeer het zelf willen deelnemen aan activiteiten puur voor eigen plezier en voldoening (Vallerand, 2004, p.428). Extrinsieke motivatie varieert in de relatieve autonomie en reflecteert controle of zelf regulering (Ryan & Deci, 2000b, p.54), zoals in de vorige paragraaf is beschreven. Een voorbeeld van extrinsieke motivatie dat Vallerand aanhaalt:

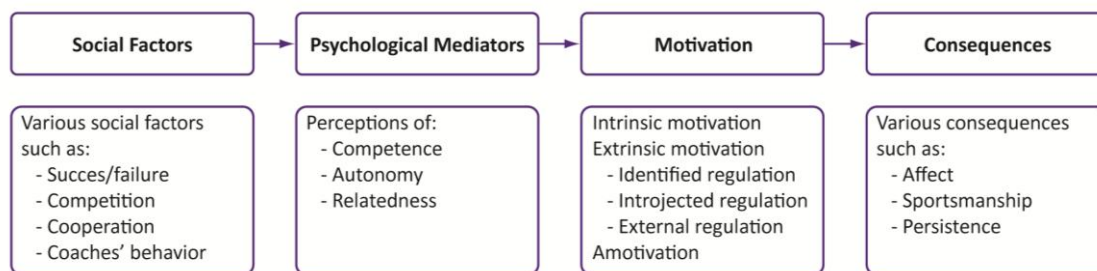
“An athlete who participates in the Olympics to obtain a gold medal and the associated fame and fortune that go with it represents an instance of an extrinsically motivated athlete” (Vallerand, 2004, p.428)

In andere woorden een extrinsiek gemotiveerde (top)sporter die bijvoorbeeld meedoet aan een bepaald evenement puur voor een medaille of voor het geld. Het meten van de mate van motivatie (amotivatie, extrinsieke motivatie en intrinsieke motivatie) is belangrijk in het begrijpen van wat beweegt mensen in hun gedrag. Motivatie van personen is daarmee situatiespecifiek en kan tevens beïnvloed worden. Dit om de kwaliteit van motivatie te verbeteren en uiteindelijk om mensen te stimuleren met plezier te blijven sporten.

2.1.3 Sport motivatie

Pelletier e.a. (2013, p.329) stellen dat er een aanzienlijke hoeveelheid onderzoek is uitgevoerd naar de motivatie in sport. Dit met oog op het begrijpen waarom sommige sporters een blijvend verlangen hebben om hun sport voort te zetten, terwijl andere stoppen of de interesse verliezen. Sport motivatie is echter een complex en multidimensionaal fenomeen (Vallerand, 2004, p.434). Het wordt beïnvloed door verschillende factoren en kan leiden tot verschillende consequenties. Een hoge mate van motivatie kan een sporter leiden tot hard spelen, langer volhouden op de training en vertonen van meer intens gedrag vergeleken met een minder gemotiveerde persoon (Vallerand, 2004, p.433): *“In other words, motivation matters”* (Vallerand, 2004, p.433). Wederom een bekrachtiging dat motivatie ertoe doet bij het begrijpen van bepaalde gedragingen. Bovendien het participeren in een sport levert verschillende fysieke en psychologische voordelen (Vallerand, 2004, p.433) waarbij de motivatie de intermediair is. Vallerand en Losier (1999) laten dit zien in een causale opeenvolging (zie figuur 2.2). Sociale factoren, zoals het gedrag van de coach, hebben invloed op psychologische factoren zoals autonomie. Een mindere mate van autonomie kan leiden tot minder intrinsieke motivatie en op zijn beurt leiden tot bepaalde consequenties zoals de ‘drop-out’ van sport.

Figuur 2.2: motivationele causale opeenvolging (ontleend aan Vallerand, 2004, p.434)



Vallerand (2004, p.429) stelt dat intrinsieke, extrinsieke en amotivatie op drie niveaus bestaat: globaal, contextueel en situationeel. Dit is een aanvulling op de bevindingen van Deci & Ryan en weergegeven in het Hiërarchisch Model van Intrinsieke en Extrinsieke Motivatie (HMIEM). Dit model gaat er vanuit dat de sociale omgeving een sterke invloed heeft op het globale, contextuele en situationele niveau van motivatie (Vallerand, 2007, pp.61-62). De mate van intrinsieke of extrinsieke motivatie wordt bij het globale niveau bepaald door de persoonlijkheidskenmerken van de sporter. Motivatie op contextueel niveau wordt bepaald binnen een specifieke contextuele situatie en heeft alleen betrekking op de activiteiten die daar zijn onder gebracht. De sporter is intrinsiek en/of extrinsiek gemotiveerd voor alleen bepaalde activiteiten. Motivatie op situationeel niveau gaat in op de motivatie dat men ervaart in de richting van een bepaalde activiteit op een specifiek moment (Vallerand, 2004, p. 429). Voor mensen die gaan zwemmen zou kunnen gelden dat zij gaan zwemmen omdat zij dit als opdracht van de fysiotherapeut hebben mee gekregen.

Dit onderzoek richt zich op contextueel niveau, omdat het in deze studie gaat over de bovenlokale zwembaden waarbinnen activiteiten plaatsvinden die betrekking hebben op het zwemmen. Binnen de sportaccommodatie zijn er verschillende activiteiten die te maken hebben met de zwemsport waardoor de sporter intrinsiek en/of extrinsiek gemotiveerd is voor alleen die bepaalde activiteiten. Motivatie op contextueel niveau kan worden beïnvloed door drie factoren: taak/activiteiten (task), omgeving (environment) en individuele verschillen (person). Bepaalde taken of activiteiten zijn leuker dan de ander en daarmee kan de contextuele motivatie verschillen in hoogte van niveaus. Bepaalde omgevingskenmerken kunnen invloed uitoefenen op de motivatie, zoals een omgeving dat gericht is op prestatie of een coach die geen ruimte laat voor autonomie. Dit heeft effect op de intrinsieke motivatie. Bovendien individuele verschillen zorgen ervoor dat de motivatie beïnvloedt wordt omdat ieder persoon verschillende intrinsieke en extrinsieke motivaties kan hebben (Vallerand, 2004, pp.430-432).

Motivatie is echter niet direct observeerbaar en daarom zijn er strategieën bedacht om motivatie in kaart te brengen. Een strategie is om naar het gedrag van een bepaald persoon te kijken om te bepalen of iemand gemotiveerd is of niet (Vallerand, 2004, p.428). Eén instrument dat op grote schaal is gebruikt om motivatie op contextueel niveau te meten is de 'Sport Motivation Scale (SMS)'. In deze vragenlijst worden sporters gevraagd waarom zij hun sport beoefenen. SMS-gerelateerde studies hebben het nut van de benadering ondervonden en hebben belangrijke vragen met betrekking tot de participatie en de gevolgen van betrokkenheid van sporters onderzocht. Bovendien hebben ze bewijs geleverd dat meer autonome vormen van motivatie belangrijke gevolgen hebben voor de gezondheid en het welzijn van sporters (Pelletier e.a., 2013, p.331).

De doelen die iemand nastreeft staan in verband met motieven en spelen een belangrijke rol in het doelgericht gedrag. Motieven van de sporters zijn talrijk en gevarieerd. Het kan zijn dat iemand op zoek gaat naar sport vaardigheden en prestatie. Een voorbeeld hiervan is de 'World Masters Games' dat mensen van allerlei sportvaardigheden en op verschillende niveaus kent: van voormalige olympiërs en wereldkampioenen tot aan sportmannen en sportvrouwen die een persoonlijk doel willen bereiken of gewoon concurreren met hun leeftijdsgenoten (Hodge e.a., 2008, p.158). Maar het kan ook zijn dat iemand op zoek gaat naar gezondheid gerelateerde voordelen, zoals betere gewichtsbeheersing, en de ander op zoek naar. Daarnaast plezier en genot, verbeteren van het uiterlijk, te ontspannen, maar zeker ook vanwege de sociale kansen (Hill & Christine Green, 2012, p.487).

2.1.4 Gezondheid motivatie

Kiezen om te gaan sporten is een bewuste keuze en drijft vaak uit de interesse van de persoon zelf en plezier voor de betreffende sport die wordt uitgeoefend (Luna-Arocas & Li-Ping Tang, 2005, p.386). Het gaat hierbij veelal om persoonlijke bedrevenheid om beter te worden in de activiteit zelf, competitief gedrevenheid en/of wingedrag (Dillard & Bates, 2011, p.258). Echter kan er ook voor een bepaalde sport worden gekozen of zelfs worden 'gedwongen' vanwege gezondheidsredenen. Bijvoorbeeld medische begeleiders die druk uitoefenen om te gaan sporten. De keuze voor een bepaalde sport is dan minder afhankelijk van de interesse voor de sport. Uiteraard kan beide tegelijk gelden.

Verschiedende onderzoeken tonen aan dat sporten de gezondheid ten goede komt (World Health Organization, 2003; Robson & McKenna, 2001). Sporten verbetert de gezondheid, omdat het de kans op bijvoorbeeld kanker en hartziekten vermindert. Het gaan sporten heeft ook een 'anti aging' effect (Tulle, 2008, pp. 341-342), omdat het de spieren en gewrichten versterkt en daarmee ouderdomspijntjes kan uitstellen. Bovendien regelmatig sporten helpt tegen stress en zorgt voor een positieve afleiding om problemen en zorgen opzij te kunnen zetten. Een vaak aangehaald motief voor het beginnen aan een bepaald bewegingsprogramma is dan ook vanwege de verbetering van de gezondheid (Luna-Arocas & Li-Ping Tang, 2005, p.385). Lichaamsbeweging en gezondheid vormen voor bijna acht op de tien 50-plussers het belangrijkste motief om aan sportieve activiteiten deel te nemen (Elling, 2013, p.1). Ook mensen met diabetes die sporten en bewegen vooral vanwege de gezondheid. Ondanks fitness, hardlopen en wandelsport de meest beoefende takken van sport zijn, is zwemmen een vaak beoefende sport voor mensen met diabetes (Stuij e.a., 2014, pp.17-19).

2.1.5 Recreatie motivatie

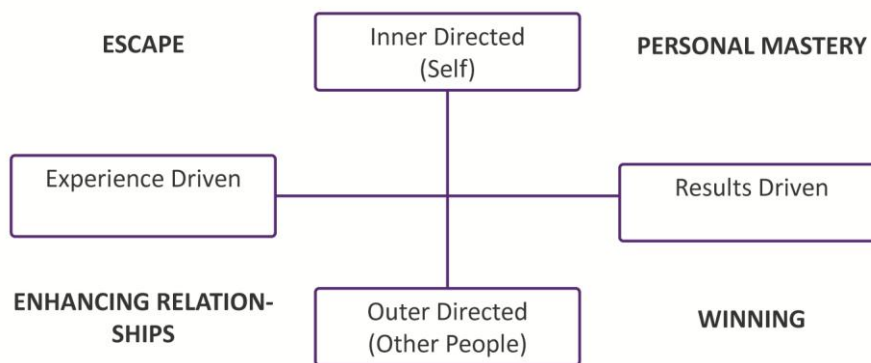
Zwembaden lenen zich niet alleen voor om gebruikt te worden door degene die gemotiveerd is voor de (zwem)sport en daarmee een bepaalde behoefte te bevredigen. Het zwembad wordt namelijk veelal gebruikt door recreanten. De consumenten, gebruiker of bezoeker van een sportcentrum zijn meestal geen professionele sporters. De activiteiten die in een sportcentrum of zwembad plaatsvinden worden beschouwd als een vorm van vrije tijd. De interesse van vrije tijd is in het individu, om bepaalde doelen te behalen, en niet zozeer de activiteit van het zwemmen zelf (Luna-Arocas & Li-Ping Tang, 2005, p.385).

Verschillende recreatie (-en toerisme) studies worden benaderd vanuit verschillende perspectieven. Zoals persoonlijke waarden als centraal punt voor motivatie of een invalshoek van baten en beloning. Maar er zijn ook studies die verschillende elementen combineren (Donders e.a., 2011, p.17). Het is in deze studie dat er vanuit wordt gegaan dat mensen reizen om bepaalde behoeften te bevredigen. Bijvoorbeeld de keuze om sportevenement bij te wonen is een keuze van een reeks van mogelijke recreatieve keuzes. Het sportevenement is dan gekozen omdat het voldoet aan de recreatieve voorkeuren van de sporter/toeschouwer. Het evenement is dan even bevredigend of meer bevredigend dan andere mogelijke sport evenementen (Snelgrove e.a., 2008, p.168). Hoe beter een evenement kan voldoen aan de recreatieve behoeften van de consument, des te aantrekkelijker het evenement zou moeten zijn. Ondanks de World Masters Games zich voornamelijk verleent voor de (top)sporter, en deelnemers hoogstwaarschijnlijk gemotiveerd zijn voor de sport als activiteit en de competitiegerichtheid, biedt dit evenement evenzeer sociale interactie tussen mensen uit de hele wereld die dezelfde interesses delen. Zoals Hodge e.a., 2008, p.158) stellen is de Masters sport steeds populairder omdat het zowel een sportieve als sociale gelegenheid is voor de deelnemers.

Het lijkt tegenwoordig een geldige reden om te gaan sporten vanwege de sociale contacten en relaties die kunnen ontstaan. Zoals Hodge e.a. (2008, p.160) aangeven leveren onderzoekers die uitgaan van prestatie-motivatie een belangrijke bijdrage aan het begrijpen van motivatie in sport. Echter negeren zij het verlangen naar sociale relaties als onderbouwing van het gedrag in de sport. Sociale aspecten van motivatie zijn herkend in verschillende studies. Zo blijkt dat sociale motieven belangrijk zijn voor de middelbare leeftijd en oudere volwassenen die deelnemen aan sport (Hodge e.a., 2008, p.160). Ook Luna-Arocas en Li-Ping Tang (2005, p.390) tonen aan dat sociaal contact als intrinsieke motivatie er toe doet: "sport allows me to meet interesting people" en "practicing sport allows me to meet people outside family and work circles", zijn één van de belangrijke motivatie factoren. Verder, ondanks dat de sociale aspecten niet opvallen als motief om bepaalde sportprogramma's te volgen of om een lidmaatschap/abonnement af te sluiten, blijkt het een belangrijke factor bij het besluit van mensen voor de deelname aan de activiteiten (Hill & Christine Green, 2012, p.487). Bijkomend is dat de sociale componenten bij bepaalde activiteiten de betrokkenheid van een individu bevordert. Dit kan leiden tot duurzame recreatiemogelijkheden (Kyle, 2007, p.403).

Naast de sociale aspecten die mensen motiveren om aan bepaalde sportactiviteiten deel te nemen, zijn er andere factoren die van belang kunnen zijn bij de overweging om aan de activiteit deel te nemen. Bijvoorbeeld voor de gezelligheid met anderen, 'er even tussen uit', interesse, uitdaging (Goossen & Boer, 2008, pp.33-34). Snelgrove e.a. (2008, p.170) tonen aan dat ook 'leren' (learning), 'beheersing' (mastery) en 'ontsnappen' (escape), zoals "to get away from my everyday life" en "to relax physically", belangrijke motivaties zijn voor de vrijetijdsbesteding. Dit komt overeen met de vier motivatie factoren van recreatie die Dillard & Bates (2011, p.258) achterhalen (zie figuur 2.3). Mensen gaan sporten om aan de dagelijkse routine te ontsnappen door te relaxen en/of even alleen te zijn. Daarnaast 'persoonlijke beheersing' om bijvoorbeeld beter te worden in de activiteit zelf. Verder een bepaalde motivatie van competitie en het vertonen van wingedrag. Ten slotte het verbeteren van relaties, hoofdzakelijk vanwege de gezelligheid met vrienden en het ontmoeten van andere mensen. Het model geeft duidelijk weer dat deze recreatie motivaties verschillen doordat mensen op een bepaalde manier gedreven zijn. De ene persoon kan meer naar het innerlijke gericht zijn en kan variëren tussen resultaat gedreven en ervaring gedreven, de ander kan meer gericht zijn op anderen en kan ook variëren tussen resultaat- en ervaring gedreven motieven.

Figuur 2.3: Vrijetijd/recreatie kernwaarden/motivaties (ontleend aan Dillard & Bates, 2011, p. 258)



Dat overlapping bestaat tussen sportmotivatie en de recreatiemotivatie blijkt uit de motivatie factoren die Alexandris e.a. (2009, p.487) aantonen:

- Ontsnappen (escape): mensen die hoog op deze factor scoren zijn gedreven door rust, ontspanning en afleiding.
- Maatschappelijke erkenning (social recognition): mensen die hoog scoren op deze factor ervaren sport als een maatschappelijk geaccepteerde en prestigieuze activiteit.
- Opwinding/risico (excitement/risk): personen in deze categorie zijn op zoek naar spanning en risico's.
- Socialisatie (socialisation): mensen zijn gedreven door de mogelijkheid om tijd door te brengen met vrienden en het maken van nieuwe vrienden.
- Ontwikkeling van vaardigheden (skill development): mensen gedreven door het leren en verbeteren van hun vaardigheden.
- Prestatie (achievement): zien sport als een kans om persoonlijke doelen te bereiken en hun gevoel voor eigenwaarde te verbeteren.

Naast deze motieven is er nog het motief 'genieten van de natuur', die buiten de context van deze studie valt. De overlapping van de sportmotivatie en recreatiemotivatie zit vooral in de motieven van 'ontwikkeling van vaardigheden' en 'prestatie'. Als aanvulling op de factoren van Dillard & Bates (2011) is 'opwinding en risico' een motief om deel te nemen aan recreatieve activiteiten.

2.1.6 Tussenconclusie

De zelfbeschikkingstheorie (SDT) biedt een helder en belangrijk kader voor het begrijpen van verschillende motivaties van mensen op verschillende momenten. De theorie maakt onderscheid in amotivatie, extrinsieke motivatie en intrinsieke motivatie. Mensen die in een situatie intrinsiek handelen zijn volgens de zelfbeschikkingstheorie meer tevreden met de activiteit en ontleen meer succes van de activiteit. Ondanks de interne interesse en plezier om een bepaald gedrag na te streven, is het vaak de extrinsieke motivatie dat mensen drijft om een activiteit te gaan ondernemen.

Zwemmen, als één van de meest uitgevoerde sportieve activiteiten, wordt uitgevoerd vanuit intrinsieke en extrinsieke motivatie. Voor de één is het puur uit interesse en het plezier die er aan ontleend wordt en voor de ander is het om bepaalde resultaten te bereiken. Een hoge mate van motivatie leidt een sporter bijvoorbeeld tot een hogere mate van doorzettingsvermogen op de training. Echter de motivatie kan beïnvloed worden door verschillende (sociale) factoren. Daarnaast wordt het beïnvloed door zowel de taken en activiteiten die gedaan moeten worden, de (sport)omgeving en de individuele verschillen van de sporters.

Om de motivatie van mensen te achterhalen wordt er naar het gedrag gekeken. Er bestaan verschillende meetinstrumenten die dit kunnen waarnemen, zoals de Sport Motivation Scale (SMS). Sportmotivatie is afhankelijk van de omstandigheden waarin de sporter zich bevindt en daarmee de motieven die iemand heeft

spelen een belangrijke rol in het doelgericht gedrag. Dit doelgericht gedrag kan beïnvloed zijn door de gedrevenheid om beter te worden in de activiteit zelf, de competitief gedrevenheid en/of wingedrag. Echter is het niet alleen de motivatie voor de sport die het gedrag uitlokt, maar er kunnen ook andere redenen zijn. Ten eerst sporten/zwemmen vanwege gezondheidsredenen. Spieren en gewrichten versterken en een positieve afleiding zijn hier voorbeelden van. Zogezegd zijn er niet alleen 'sporters' te vinden in het zwembad, maar ook recreanten. Hierbij is de interesse niet zozeer het zwemmen als sport, maar het individu die met het zwemmen bepaalde doelen kan bewerkstelligen of behoeften kan bevredigen. Zoals mensen die gaan zwemmen vanwege de sociale contacten en relaties die kunnen ontstaan. Maar ook het ontsnappen aan de dagelijkse drukte, plezier/gezelligheid, opwinding en risico etc. als vormen van recreatie en vrijetijdsbesteding.

Samengevat kan er gezegd worden dat mensen (intrinsiek en extrinsiek) gemotiveerd zijn om te gaan sporten vanwege (1) de sport zelf, zoals het ontwikkelen van de sportvaardigheden, de competitiegerichtheid en prestatiegerichtheid, (2) de gezondheid, zoals spieren en gewrichten versterken, (3) vrijetijdsbesteding, zoals plezier, genot en ontspanning, en (4) vanwege sociale kansen, zoals tijd doorbrengen met vrienden en mensen ontmoeten met dezelfde interesses.

2.2 Push en pull benadering

De intrinsieke en extrinsieke motivaties die beschreven zijn in paragraaf 2.1.5 komen overeen met wat Kim e.a. (2003, p.170) 'push' factoren noemen. Het zijn de interne krachten die aanleiding geven tot actie en de behoeften die een persoon heeft om deel te nemen aan bepaalde activiteiten. Push factoren zijn grotendeel ontastbaar en creëren een verlangen om aan een behoefte te voldoen (Park & Yoon, 2009, p.100) en wordt geassocieerd met de motieven van de betreffende persoon (Kim & Chalip, 2004, p.695).

Naast deze push factoren waar interne krachten mensen duwen om zich te verplaatsen, zijn er 'pull' factoren waar externe krachten mensen aantrekken om voor een bepaalde bestemming of locatie te kiezen (Kim e.a., 2003, p.171). Pull factoren hebben te maken met de bezienswaardigheden en eigenschappen van de bestemming (Kim & Chalip, 2004, p.695) en kan iemand leiden om een bepaalde bestemming te kiezen boven een andere bestemming (San Martín & Rodríguez del Bosque, 2008, p.266). Push en pull factoren werken samen aan de intentie en de keuze om voor een bepaalde bestemming te kiezen en moeten niet als volledig onafhankelijk van elkaar beschouwd worden (Kim e.a., 2003, p.171). Het bezoek aan een bepaalde bestemming of locatie is het resultaat van een keuzeproces dat wordt beïnvloed door motieven en achtergronden betreffende persoon (Peacre & Lee, 2005, p.226). Het push- en pull kader biedt daarmee een kader voor het onderzoeken van de onderliggende motivaties voor het bezoeken van een specifieke bestemming (San Martín & Rodríguez del Bosque, 2008, p.265). Het is de basis om de redenen voor bepaalde gedragingen te identificeren (Kim e.a., 2003, p.170).

2.2.1 Pull factoren

Pull factoren hebben betrekking op de bestemming of locatie. Bepaalde factoren maken de bestemming aantrekkelijk en beïnvloed de motivatie om gebruik te maken van die specifieke bestemming en/of faciliteiten die daar te vinden zijn. Bepaalde activiteiten, maar ook evenementen, kunnen een bepaalde aantrekkingskracht hebben:

"They serve as a 'pull' to the destination" (Kim & Chalip, 2004, p.696).

Zoals in paragraaf 2.1.4 reeds is besproken zijn het de facilitaire diensten, programma's en activiteiten op de bestemming die zorgen dat mensen gemotiveerd raken om daar gebruik van te maken (Hill & Christine Green, 2012, p.487). Schofield & Thompson (2007) onderzochten de relatie tussen de motivaties van festival bezoekers, de tevredenheid en de gedragsintentie om het festival opnieuw te bezoeken. Hieruit bleek dat de motivaties die waren achterhaald niet alleen 'push', maar ook 'pull' elementen bevatten. Nieuwheid, culturele ervaring en de sportfaciliteiten waren de belangrijkste motivaties (Schofield & Thompson, 2007, p.333).

Voorzieningen en faciliteiten, de sfeer, het unieke karakter en de paardenraces waren de belangrijkste factoren voor de tevredenheid van de bezoekers (Schofield & Thompson, 2007, p.340). Tevredenheid van het festival en de intentie om het festival opnieuw te bezoeken is belangrijk voor het financiële succes van het festival. Ondanks het belangrijk is om nieuwe doelgroepen aan te trekken moeten bezoekers en klanten ook behouden blijven. Klantenbinding is zogezegd meer een kosteneffectieve marketing strategie dan het werven van nieuwe (Hill & Christine Green, 2012, p.486). Om klanten te behouden maar ook om nieuwe te werven zijn 'aantrekkelijke' programma's de primaire dienst die de aandacht krijgen bij beslissingen om wel of niet (regelmatig) gebruik te maken van bepaalde (sport)voorzieningen (Hill & Christine Green, 2012, p.487).

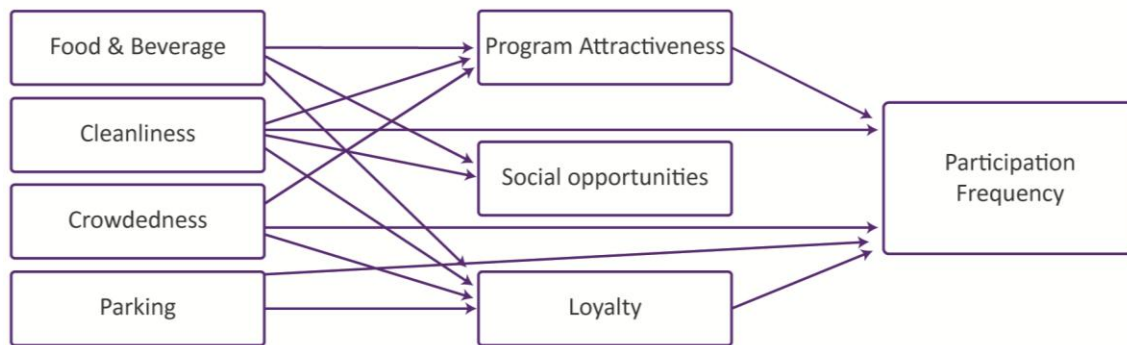
Verscheidene studies, vooral studies over toerisme, tonen verschillende pull factoren aan. Dit klinkt logisch omdat elke bestemming en/of locatie uniek kan zijn in haar karakter. Yoon & Uysal (2005, p.50) tonen in hun studie aan dat hygiëne & winkelen, het betrouwbare weer & veiligheid, de cultuur en water activiteiten de belangrijkste pull factoren zijn om het noorden van het land Cyprus te bezoeken. Maar ook de moderne omgevingen en activiteiten zijn factoren die bijdragen aan de motivatie. Een andere studie toont aan dat op mensen gaan skiën in het Finse Lapland op basis van afdalingsdiensten, langlauf diensten, restaurants en sociaal ingestelde omgevingen en spa faciliteiten (Konu e.a., 2011, p.1101). Een meer universele pull factor is de toegankelijkheid van de bestemming. Toegankelijke (reis)informatie, maar ook de beschikbaarheid van hulpmiddelen en een vriendelijke houding van dienstverleners zijn aspecten van toegankelijkheid die beslissingen om te gaan reizen beïnvloed. Dienstverleners, met name voor mensen met een handicap, blijkt belangrijker te zijn dan de fysieke toegankelijkheid van een bestemming (Shi & Chancellor, 2012, pp. 229-230).

Hoewel deze pull factoren vooral betrekking hebben op bepaalde bestemmingen als (toeristische) landen, regio's, streken en gebieden, hebben (sport)accommodaties ook bepaalde aantrekkingskrachten. Deze aantrekkingskrachten of pull factoren kunnen opgevangen worden onder de term 'servicescape' (Wakefield e.a., 1996, p.17). Het gaat daarbij om de omgevingsfactoren, ruimtelijke inrichting, functionaliteit, tekens en symbolen. Deze elementen kunnen het plezier en de motivatie van de sporter beïnvloeden. Als de servicescape wordt vertaald naar een sportomgeving dan wordt dat de 'sportscape' genoemd (Wake e.a., 1996). Het zijn de tastbare elementen van de servicescape: lay-out, toegankelijkheid, schoonheid, netheid, zitcomfort, elektronische apparatuur en (digitale) schermen (Westerbeek & Shilbury, 2003, p.12). Om klanten te behouden en ervoor te zorgen dat mensen vaker gebruik maken van de faciliteiten moeten managers, zoals Hill & Christine Green (2012, p.495) stellen, er van uitgaan dat de participatie in bepaalde activiteiten niet alleen gebaseerd is op taak specifieke activiteiten. In plaats daarvan moeten zij begrijpen dat er meerdere motieven zijn onder gevarieerde consumenten.

2.2.2 Sportscape

Mensen hechten een bepaalde waarde aan de omgeving waarin zij de betreffende activiteit(en) uitvoeren. Het 'sportscape' model laat zien dat de service van een sportaccommodatie gevolgen heeft voor het gedrag dat mensen tonen in termen van besluiten om te blijven, geld uit te geven, terug te komen of het vermijden van bepaalde accommodaties en locaties. Bepaalde factoren kunnen namelijk affectieve ervaringen beïnvloeden om meer tijd door te brengen in sportfaciliteiten (Hill & Christine Green, 2012, p.488). Sportscape factoren hebben invloed op de kwaliteit van de dienstverlening en kan gezien worden als een pull factor om te kiezen voor een bepaalde sportaccommodatie. Deze factoren gaan in op voedsel en drank, netheid, drukte en parkeergelegenheid. Hill & Christine Green (2012, p.488) gebruiken deze factoren, samen met de aantrekkelijkheid van bepaalde programma's en activiteiten, sociale mogelijkheden in de sportieve omgeving en loyaliteit om beter inzicht te krijgen in de effecten op klandizie (zie figuur 2.4). Uit hun onderzoek blijkt dat de sportscape een directe invloed heeft op de frequentie van deelname. Dit onderzoek is uitgevoerd bij fitnessfaciliteiten. Sportscape factoren, oorspronkelijk ontwikkeld om de kwaliteiten van de dienstverlening binnen een stadion te meten, die zijn waargenomen door toeschouwers, blijkt ook nuttig te zijn voor het begrijpen van de sportfaciliteiten die gerelateerd zijn aan de gebruikers (Hill & Christine Green, 2012, p.495).

Figuur 2.4: conceptueel model 'sportscape' factoren van invloed op klandizie (ontleend aan Hill & Christine Green, 2012, p.488)



De aantrekkelijkheid van (sport) programma's is een constante voorspeller van de deelname frequentie over verschillende facilitaire contexten. Dus programma's kunnen zelf gezien worden als factoren die belangrijk zijn in de eerste fase van de beslissing om deel te nemen aan een bepaalde activiteit (Hill & Christine Green, 2012, pp.494-495). Het positieve verband tussen drukte bij een sportfaciliteit en toenemende frequentie van deelname is opmerkelijk. In deze studie wordt dit verklaard doordat een publiek bij een sportevenement een gevoel van opwinding kan veroorzaken. Op deze manier ontstaat er entertainment. De aanwezigheid van anderen en de daarmee gepaarde 'drukte' kan een belangrijke pull motivatie zijn omdat het een gezellige sfeer binnen de faciliteit naar voren brengt. Naast drukte is ook de netheid van de faciliteit een belangrijke factor. Het frequent deelnemen aan of gebruik maken van bepaalde (sport)faciliteiten heeft te maken met de percepties van netheid en hygiëne. Voedsel & drank lijkt daarentegen geen directe invloed te hebben op een frequente deelname aan bepaalde (sport)faciliteiten. Wel blijkt dat voedsel en drank direct invloed heeft op de aantrekkelijkheid van programma's en dus indirect op een frequente deelname. Het zijn dus de facilitaire diensten, programma's en activiteiten binnen een bepaalde sport die de beslissing om de sport te beoefenen beïnvloeden (Hill & Christine Green, 2012, p.487). Met name in de fitnessindustrie worden er sport programma's ontwikkeld om aan te sluiten bij de behoeften, wensen en motieven van de klanten. Maar ook dit gebeurt bij zwembaden. Zwemprogramma's zoals aquajoggen, zwemles, etc. worden georganiseerd.

De factoren uit het sportscape model zijn niet de enige pull factoren die belangrijk zijn. Veel onderzoek is er gedaan naar de kwaliteit van de dienstverlening binnen sportcentra en in hoeverre men bepaalde diensten belangrijk vindt. Kelley & Turley (2001, p.161) onderzochten het belang van service attributen, bij het evalueren van de kwaliteit van de service, en de mate van tevredenheid bij sportevenementen. Uit hun onderzoek blijkt dat de servicefactoren werknemers, prijs, toegang, concessies, comfort, wedstrijdervaring, 'showtime', gemak en roken belangrijk zijn. Daarnaast zijn er duidelijke verschillen in socio-demografische verschillen te herkennen. Zo blijkt dat de toegang tot de faciliteit minder belangrijk was voor de fans in de leeftijdscategorie 18-30 en 31-45 jarigen dan voor de fans in de leeftijdscategorie 46-55 jarigen. Verschillende groepen of categorieën van consumenten leggen verschillende gewichten op bepaalde 'service quality' attributen (Kelley & Turley, 2001, pp.163-166). Hoewel veel onderzoekers het begrip 'service' hebben bestudeerd, is er geen algemeen aanvaarde consensus over een definitie van de kwaliteit van de dienstverlening (Afthinos e.a., 2005, p.246).

Afthinos e.a. (2005, p.247) bestudeerde de verwachtingen van klanten van de 'service' in Griekse fitnesscentra gelegen in het grootstedelijk gebied van de stad Athene. Een 43-item QUESC instrument werd gebruikt om de kwaliteit van dienstverlening te meten in sportcentra. De bevindingen suggereert dat de tastbare elementen van de faciliteiten, attitudes en vaardigheden van de medewerkers, kosten voor deelname en programmering en planning van de geleverde diensten de belangrijkste aspecten zijn van de dienstverlening (Afthinos e.a., 2005, p.256). Lam e.a. (2005, p.83) bekritisieren het QUESC instrument vanwege de generaliserende geldigheid. Zij ontwierpen de SQAS (Service Quality Assessment Scale) om de kwaliteit van de dienstverlening van fitnessclubs te beoordelen. De SQAS bestaat uit 40 items die onder te verdelen zijn in zes factoren: personeel, programma, kleedkamers, fysieke faciliteiten, training faciliteiten en kinderopvang (Lam e.a., 2005, p.102). Verder bordurend op het personeel blijkt dat de organisatiecultuur binnen een faciliteit de houding en gedrag

van de klant kan beïnvloeden, zoals de uniformen van het personeel of zelf het bedrijfslogo. (Mactintosh & Doherty, 2007, p.275). De receptie blijkt een belangrijke locatie te zijn waar de gebruikers interactie hebben met het personeel en waar de organisatiecultuur zichtbaar is (Mactintosh & Doherty, 2007, p.285). De organisatiecultuur heeft invloed op de klanttevredenheid en daarmee op de motivatie om gebruik te maken van bepaalde sportcentra.

De organisatiecultuur is onderdeel van wat Yoshida & James (2011, p.16) de functionele aspecten van de kwaliteit van de dienstverlening noemen. In de studie van Yoshida & James (2011, p.16) worden aspecten van een service omgeving, zoals de ruimte, medewerkers, lay-out en informatieborden, beschouwd als de functionele kwaliteiten. Naast de functionele aspecten esthetische aspecten ook van belang. De esthetische aspecten: het ontwerp, een bepaald thema en de feestelijke sfeer worden beschouwd als de esthetische kwaliteiten (Yoshida & James, 2011, p.17). Zowel de functionele als esthetische kwaliteiten van de sportaccommodatie zijn toe te schrijven aan de service omgeving en de kwaliteit van deze service is een indirecte benadering op de klanttevredenheid (Bodet, 2006, p.150). Klanttevredenheid is een belangrijk thema voor zowel managers en onderzoekers (Bodet, 2006, p.149).

2.2.3 Segmentatie benadering

De push en pull benadering biedt een nuttig kader voor het achterhalen van de push en pull factoren die ten grondslag liggen aan de motivatie om gebruik te maken van bepaalde sportfaciliteiten. Door al deze factoren (zie tabel 2.1), die in de vorige paragrafen zijn beschreven, ontstaat er een heterogene groep aan gebruikers. Immers kan er voor de ene persoon andere factoren gelden dan voor de ander. De heterogeniteit aan gebruikers van bovenlokale zwembaden is vanuit marketingperspectief beter te begrijpen door deze gebruikers op te delen in homogene groepen. Hierdoor kan er ingespeeld worden op de wensen en behoeften van de gebruikers. Alsook het aantrekken van nieuwe doelgroepen (Tiessen-Raaphorst, 2010, p.173).

In verschillende (toeristische) studies wordt hierbij een zogenoemde segmentatie benadering (segmentation approach) gehanteerd. Marktsegmentatie is één van de belangrijkste strategieën in marketing die helpt bij het identificeren van groepen consumenten met een aantal overeenkomsten (Tsiotsou, 2006, p.16). Zoals Konu e.a. (2011, p. 1096) aanhalen is het benaderen van de juiste doelgroep en daarvoor het verstrekken van de geschikte producten en diensten de sleutel tot een succesvolle bestemming. Skigebieden bijvoorbeeld, kunnen profiteren van gedetailleerde informatie van de klanten (Konu, 2011, p.1103). Dit maakt de vraagzijde van de markt inzichtelijk (Luna-Arocas & Li-Ping Tang, 2005).

Tabel 2.1: Push en pull factoren

Push factoren	Pull factoren
Interesse van de zwemsport	(Zwem)programma's en activiteiten
Competitiegerichtheid	Hygiëne en veiligheid
Prestatiegerichtheid	Toegankelijkheid zwembad (en parkeergelegenheden)
Gezondheidsmotief (spieren en gewrichten versterken etc.)	Nieuwheid en sfeer
Vrijtijdsbesteding/recreatie (plezier, genot, ontspanning etc.)	Ruimtelijke inrichting en lay-out
Sociale kansen (tijd doorbrengen met vrienden etc.)	Beschikbare (digitale) apparatuur
	Trainingsfaciliteiten
	Drukke van mensen
	Eten en drinken (horeca)
	Prijs van de zwemfaciliteit
	Zwembadpersoneel en organisatiestructuur

Doelgroepen kunnen onderscheiden worden op bepaalde criteria/kenmerken. Goossen & Boer (2008, p.20) noemen vier criteria:

- Demografische kenmerken (leeftijd, geslacht, etniciteit, etc.)
- Socio-economische kenmerken (opleiding, inkomen, huishoudsamenstelling, etc.)
- Geografische kenmerken (woonachtig in de stad of het platteland, etc.)
- Psychografische kenmerken (attitudes, interesses, opinies, normen en waarden, etc.)

Een veelgebruikte indeling in de sport is op basis van demografische kenmerken, zoals leeftijd en geslacht. In de fitnessindustrie wordt er bijvoorbeeld ingespeeld op leeftijdsgroepen door kinderfitness, tienerfitness, bejaardenfitness en fitness voor zwangere vrouwen aan te bieden. Inspelen op demografische kenmerken is belangrijk omdat bijvoorbeeld het sportgedrag van ouderen afwijkt van andere leeftijdsgroepen (Tiessen-Raaphorst, 2010, pp.181-182). Tevens wordt er bij het definiëren van het profiel van de zwemmer gebruik gemaakt van de variabelen geslacht en leeftijd (Werff, e.a., 2013, p.91). Goossen & Boer (2008, p.20) stellen dat er tegenwoordig een indeling naar psychografische kenmerken wordt gemaakt. Het idee hierbij is dat mensen gemeenschappelijk gedrag laten zien op basis van behoeften, waarden etc. over verschillende leeftijdsgroepen of andere demografische kenmerken heen. In dit onderzoek worden typen zwembadgebruikers gedefinieerd aan de hand van hun push motivaties en onderscheiden op basis van pull motivaties (zie tabel 2.1). De push factoren hebben te maken met de interne krachten die mensen duwen om te gaan zwemmen en de pull factoren zijn de externe krachten die mensen aantrekken om gebruik te maken van bepaalde bovenlokale zwembaden.

2.3 Reisbereidheid en verzorgingsgebieden

Als iemand gemotiveerd is om een specifieke sport te beoefenen of ergens de sport te beoefenen vanwege de kwaliteiten en aantrekkingskracht van de sportvoorziening is het nog maar de vraag in hoeverre iemand bereid is om de afstand naar de voorziening af te leggen. Pull factoren kunnen ertoe leiden dat men bereid is om buiten de eigen dagelijkse omgeving te reizen (Kim e.a., 2003, p.170). Hoe beter een sportfaciliteit, sportprogramma of evenement kan voldoen aan de recreatieve behoeften van de gebruiker of deelnemer des te aantrekkelijker is het om hiervoor een bepaalde afstand af te leggen (Snelgrove e.a., 2008, p.168).

Patronen van ruimtelijk gedrag kan worden beschouwd als het gevolg van een beslissingsproces van het individu. Men moet een keuze maken uit de aanwezige (sport)mogelijkheden en het geheel van individuele keuzes leidt tot een opeenhoping van ruimtelijk gedrag (Timmermans, 1980, p.182). Timmermans (1980, p.183) geeft aan dat wanneer iemand op een bepaald moment voor de beslissing staat waar degene zijn boodschappen zal gaan doen, hij/zij daarvoor in principe uit alle in zijn omgeving aanwezige faciliteiten kan kiezen. Elk van die mogelijke faciliteiten worden op een bepaalde manier gekenmerkt. In theorie houdt in dat het beslissingsprobleem de persoon alle mogelijkheden moet evalueren op die bepaalde kenmerken. Echter is niet iedereen bekend met alle mogelijke faciliteiten in zijn omgeving. Integendeel, geografische studies hebben uitgewezen dat men slechts bekend is met een beperkt deel van hun omgeving. Bovendien zal iemand zijn beslissing niet baseren op alle objectief bestaande verschillen tussen de faciliteiten, maar meer op de perceptie van een aantal factoren.

Het kan zijn dat men dus de afweging maakt ten gunste van de kortste afstand naar een bepaalde faciliteit. Hij/zij kiest dan voor het meest nabije alternatief ongeacht de relatieve aantrekkelijkheid van overige voorzieningen in de omgeving. Dit wordt aangeduid als de theorie van afstandsminimalisatie. Maar er kunnen ook gevallen zijn waarbij men de afweging maakt ten gunste van het alternatief met de grootste aantrekkelijkheid. Het aantrekkelijke alternatief wordt dan gekozen ongeacht de afstand tot dit alternatief. Dit wordt ook wel de ruimtelijke indifferentie genoemd (Timmermans, 1980, p.184). Uiteraard kunnen deze twee vormen als extremen worden beschouwd.

Ondanks de afstand is ook de tijd die nodig is om een sporthal te bereiken is een belangrijke factor die van invloed is op het sportgedrag. Zoals Pawlowski e.a. (2009, p.216) zal een relatief korte tijd om een sporthal te bereiken invloed hebben op en in het voordeel van het beoefenen van de desbetreffende sport. Zij stellen dat beslissingen met betrekking tot het sluiten, herstellen of renoveren van sportaccommodaties moet worden gebaseerd op informatie over reistijd gedrag van sport consumenten om de efficiëntie te verhogen. Dit komt overeen met wat McCormack e.a. (2006, p.2) aannemen dat mensen bereid zijn buiten hun lokale omgeving om te reizen naar bepaalde soorten recreatieve faciliteiten om daar gebruik van te maken. Pawlowski e.a. (2009, p.239) stellen dat de bereidheid van sport consumenten om extra tijd te besteden om een

sportvoorziening te bereiken in overeenstemming is met de economische theorie, waarbij de prijzen van de dienst invloed hebben op de mate van consumptie.

De reisbereidheid van de gebruikers en de afstand die zij daarmee afleggen is van invloed op de verzorgingsgebieden van sportaccommodaties. Onderzoek naar verzorgingsgebieden kent een lange traditie binnen de geografie. Bovendien zijn geografen en planologen geïnteresseerd in waar bepaalde faciliteiten moeten komen, kunnen worden samengevoegd of worden opgeheven (Dejonghe & Van Hoof, 2006, p.6). In de context van bijvoorbeeld voetbal is een efficiënte verdeling van betaalde voetbalorganisaties van belang omdat een degelijk marktgebied een goede bestaansbasis biedt met kans op zakelijk en sportief succes (Dejonghe & Van Hoof, 2006, p.6). Daarnaast uit oogpunt van de gebruiker kunnen individuele verschillen ervoor zorgen dat ze niet voor nabijheid van bepaalde sportaccommodaties kiezen, maar andere motieven hebben (Hermie, 2013, p.20). Voor bijvoorbeeld een Champions League wedstrijd is men bereid een grotere afstand af te leggen dan voor een wedstrijd uit de eerste divisie. Desondanks zijn de meeste bezoekers meer pragmatisch en kiezen voor de dichtstbijzijnde club (Dejonghe & Van Hoof, 2006, p.6). Afstand speelt dus een belangrijke rol. Niet alleen bij bezoekers, maar ook bij gebruikers. Korte afstanden naar bijvoorbeeld grote parken is gerelateerd aan een hogere kans van actieve sportdeelname (Boone-Heinonen e.a., 2010, p.297). Bovendien degenen die dicht bij een sportcentrum wonen hebben een significant hogere gemiddelde frequentie van activiteiten in vergelijking met degenen die verder weg wonen (Panter e.a., 2008, p.306). Vooral bij bepaalde (bovenlokale) sportaccommodaties kunnen verzorgingsgebieden gemeentegrensoverschrijdend zijn. De reisbereidheid en afstand die gebruikers willen afleggen om gebruik te maken van de sportaccommodatie is belangrijk voor de planning van deze faciliteiten.

2.4 Conclusie en conceptueel model

Uit voorgaande paragrafen blijkt dat de zelfbeschikkingstheorie een helder kader is voor het begrijpen van motivaties van mensen op verschillende momenten. Mensen zijn gemotiveerd om te gaan sporten/zwemmen vanwege (1) de (zwem)sport zelf, zoals het ontwikkelen van de sportvaardigheden, de competitiegerichtheid en prestatiegerichtheid, (2) de gezondheid, zoals spieren en gewrichten versterken, (3) vrijetijdsbesteding, zoals plezier, genot en ontspanning, en (4) vanwege sociale kansen, zoals tijd doorbrengen met vrienden en mensen ontmoeten met dezelfde interesses. Dit kan variëren tussen intrinsiek en extrinsiek gemotiveerde mensen. Het kan omschreven worden als de push factoren waarbij de interne krachten mensen in een bepaalde richting duwen.

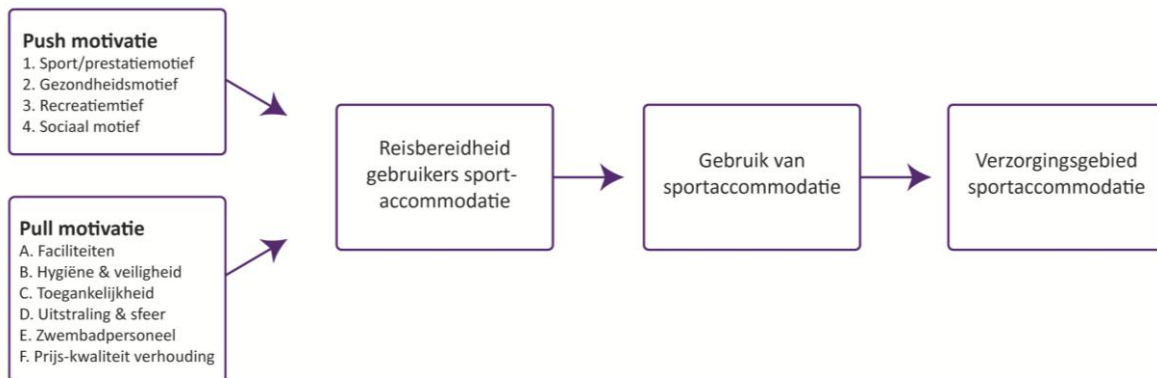
Daarnaast zijn er externe krachten die mensen aantrekken om gebruik te maken van bepaalde (sport)faciliteiten. Deze externe krachten worden pull factoren genoemd. Het sportscape model geeft inhoud aan deze pull factoren. Aanvullend met ander literatuur kan er gezegd worden dat sporters/zwemmers voor een bepaalde sportaccommodatie kiezen vanwege de programma's en activiteiten, hygiëne en veiligheid, toegankelijkheid, nieuwheid en sfeer, ruimtelijke inrichting en lay-out, beschikbare (digitale) apparatuur, trainingsfaciliteiten, drukte van mensen, parkeergelegenheden, eten en drinken, de prijs van de faciliteit, het personeel en de organisatiecultuur. Om enige structuur te houden wordt er onderscheid gemaakt in (A) faciliteiten, waaronder de trainingsfaciliteiten, programma's en activiteiten, beschikbare apparatuur en horeca, (B) hygiëne en veiligheid, (C) toegankelijkheid, waaronder ook parkeergelegenheden, (D) uitstraling & sfeer, waaronder ook ruimtelijke inrichting en lay-out, (E) personeel en (F) prijs-kwaliteit verhouding.

De push en pull factoren beïnvloeden het gedrag om te gaan sporten/zwemmen en de locatie om dat te gaan doen. Echter is er nog een derde factor dat het uiteindelijke gedrag, om gebruik te maken van een bepaalde (bovenlokale) sportaccommodatie, beïnvloed. Het is de afstand die iemand wil afleggen en daarbij de reisbereidheid van de persoon in kwestie dat van belang is. Voor de ene persoon kan gelden dat er wordt gekozen voor de kortste afstand naar een bepaalde sportaccommodatie, ongeacht de relatieve aantrekkelijkheid van overige voorzieningen in de omgeving, en voor de ander geldt het aantrekkelijke alternatief ongeacht de afstand. De reisbereidheid van de gebruikers en de afstand die zij daarmee afleggen is

van invloed op de verzorgingsgebieden van sportaccommodaties en belangrijk voor de planning van bepaalde sportaccommodaties.

Op basis van de verkenning in de relevante literatuur, zijn de constructen en begrippen uit de hoofdvraag en bijbehorende deelvragen schematisch samengevoegd in het conceptueel model (figuur 2.5). Dit conceptueel model is richtinggevend binnen dit onderzoek en bevat de relevante constructen met variabelen. Daarnaast wordt in het model verbanden tussen verschillende constructen gelegd.

Figuur 2.5: conceptueel model



Push en pull factoren hebben invloed op de reisbereidheid van mensen. Bijvoorbeeld: het kan namelijk zijn dat de prijs-kwaliteitverhouding van een dichtbij gelegen (bovenlokaal) zwembad minder is dan een zwembad dat verder weg ligt. De keuze om gebruik te maken van het zwembad dat verder weg gelegen is, kan door deze factor beïnvloed worden. De afstand die iemand wil afleggen heeft invloed op het daadwerkelijke gebruik van het (bovenlokale) zwembad. Vervolgens heeft dit weer invloed op het verzorgingsgebied van het (bovenlokale) zwembad. In andere woorden: wanneer iemand niet (intrinsiek en/of extrinsiek) gemotiveerd is (push) dan kan worden verondersteld dat de reisbereidheid ook minimaal is. Is iemand intrinsiek of extrinsiek gemotiveerd (push) om te gaan zwemmen en/of extern gemotiveerd (pull) kan het de reisbereidheid vergroten. Stel dat iemand nog zo gemotiveerd is, maar een minimale afstand wil afleggen heeft dat gevolgen voor het gebruik van het (bovenlokale) zwembad en gevolgen voor de omvang van het verzorgingsgebied.



METHODOLOGIE

3. Methodologie

In dit hoofdstuk wordt beschreven welke methoden gebruikt zijn om antwoord te kunnen geven op hoofdvraag en de bijbehorende deelvragen. Achtereenvolgens wordt de onderzoeksstrategie en ontwerp, onderzoekseenheden en locaties, dataverzameling en analyse en betrouwbaarheid en validiteit besproken.

3.1 Onderzoeksstrategie en ontwerp

Een onderzoeksstrategie is de algemene oriëntatie op het onderzoek. Het kan op kwantitatieve manier of kwalitatieve manier. De keuze voor de strategie en ontwerp is afhankelijk van de onderzoeksvraag en de doelstelling (Bryman, 2008, pp.35-36). In dit onderzoek zal gebruik gemaakt worden van een kwantitatieve onderzoeksstrategie en als ontwerp een 'cross sectioneel design' met 'case studie' elementen.

3.1.1 Kwantitatief onderzoek

Op basis van de onderzoeksvraag is gekozen om een kwantitatieve onderzoeksstrategie te hanteren. Om typen gebruikers van bovenlokale zwembaden te achterhalen is het wenselijk om een grote hoeveelheid respondenten te hebben. Kwantitatief onderzoek maakt dit mogelijk. Bovendien veel wetenschappelijke (sport)motivatie literatuur maakt gebruik van een kwantitatieve onderzoekstrategie. Tevens om verschillen op basis van persoonskenmerken, zwemgedrag en reisgedrag tussen de typen gebruikers te ontdekken en verbanden te kunnen leggen is kwantitatief onderzoek een geschikte onderzoeksstrategie (Boeije e.a., 2009, p.54). In kwantitatief onderzoek maakt men over het algemeen gebruik van voorgestructureerde methoden van dataverzameling (Boeije e.a., 2009, p.53). In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van een enquête (zie paragraaf 3.3.1). Daarnaast wordt er ook gebruikt gemaakt van geografisch informatiesysteem GIS (zie paragraaf 3.4.2).

3.1.2 Cross-sectioneel onderzoek en case studie elementen

Een cross-sectioneel design wordt vaak een enquête design genoemd. Een cross-sectionele opzet omvat een verzameling van gegevens over meer dan één case en op één enkel punt in de tijd om een geheel van kwantitatieve of kwantificeerbare gegevens te verzamelen. Deze worden vervolgens onderzocht om bepaalde patronen op te sporen (Bryman, 2008, p.58). In deze studie gaat het over gebruikers van bovenlokale zwembaden. Hoe meer cases/gebruikers des te meer kwantitatieve gegevens.

Het onderzoek bevat elementen van een case studie. De basis van een case studie kent een gedetailleerde en intensieve analyse van een enkel geval of case. Het houdt zich bezig met de complexiteit en de specifieke aard van de zaak in kwestie (Bryman, 2008, p.66). Zoals Bryman (2008, p.68) zegt, is het vaak onduidelijk of het gaat om een cross-sectioneel design of een case studie design. Soms is het beter te beschrijven als een cross-sectioneel design in plaats van een case studie omdat de case zelf niet het schijnbare onderwerp van interesse is. Vaak is een case studie niet meer dan een locatie dat als achtergrond van de bevindingen dient. In dit onderzoek ligt de nadruk op de gebruikers van bovenlokale zwembaden en minder op de locaties van de zwembaden. De locaties/zwembaden die in dit onderzoek zijn meegenomen dienen meer als achtergrond, maar zijn niet zomaar willekeurig opgenomen. De selectie van bovenlokale zwembaden is gebaseerd op een aantal criteria (zie volgende paragraaf). Bovendien de analyse van verzorgingsgebieden op deze bovenlokale zwembaden maakt dat de locatie meer dan een achtergrond is om informatie over de gebruikers te verzamelen. Elke locatie heeft zijn eigen verzorgingsgebied en maakt daarmee de 'case' uniek. In dit geval is er dus ook sprake van een case studie design.

3.2 Onderzoekseenheden en locaties

In deze paragraaf wordt beschreven wie de onderzoekseenheden zijn en op welke locaties het onderzoek betrekking heeft.

3.2.1 Onderzoekseenheden en doelpopulatie

Betreft de operationele populatie gaat het om alle gebruikers van bovenlokale zwembaden met de leeftijd 15 jaar en ouder. Niet alle onderzoekseenheden (individuen) zijn in het onderzoek betrokken. De gebruikers van bovenlokale zwembaden kunnen verenigingsleden, abonneementhouders, maar ook 'dagjesmensen' zijn. Daarmee is de populatie niet bekend en is er geen steekproefkader beschikbaar. In dit onderzoek wordt daarom gebruik gemaakt van een niet-kanssteekproef in plaats van een kanssteekproef. Enquêtes worden onder zwembadgebruikers afgenomen op het moment dat zij toevallig in het zwembad bevinden. Daarmee selecteert de onderzoeker de gebruikers zelf. Hierdoor kan er gesproken worden van een gemakssteekproef (convenience sampling). In deze 'willekeurige' selectie wordt er met een aantal aspecten rekening gehouden, zoals de verhouding tussen verenigingsleden en niet-verenigingsleden, man en vrouw en tussen de leeftijden. Bovendien om een verscheidenheid aan zwembadgebruikers in het onderzoek te krijgen worden enquêtes afgenomen op verschillende tijdstippen en op verschillende dagen (zie bijlage I).

3.2.2 Onderzoeklocaties

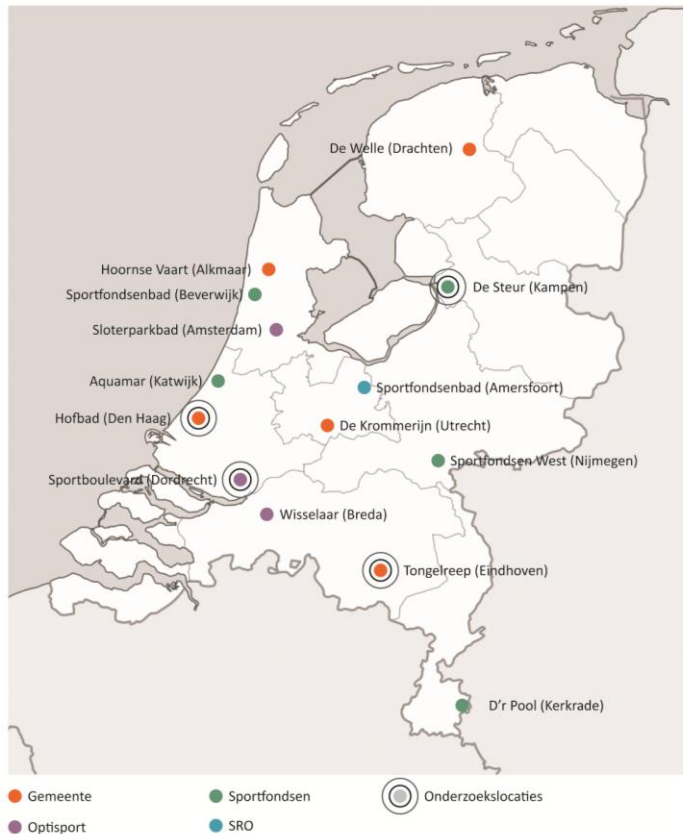
Op basis van informele interviews, face to face en per e-mail, met onder andere R. ter Hoeven (Novum Nexu), A. Beute (KNZB) en B. Verkoelen (Sportfondsen) is er richting gegeven aan de afbakening voor de op te nemen onderzoekslocaties. In dit onderzoek worden vier bovenlokale zwembaden opgenomen om verschillende groepen gebruikers in het onderzoek op te nemen en om de verzorgingsgebieden van deze zwembaden te kunnen vergelijken. Omdat het onderzoek zich richt op 'bovenlokale' zwembaden, een zwembad met een regionale functie, moet er een bepaalde aantrekkingskracht van het zwembad zijn dat het een bovenlokaal zwembad maakt. In dit geval zijn 50-meterzwembaden de aantrekkingskracht van bovenlokaal zwembad. Deze banen zijn vooral belangrijk voor bepaalde verenigingen en om wedstrijden en trainen te verzorgen op topniveau. Zwembaden met een 50-meterbad is dus het eerste criterium om te komen tot de onderzoekslocaties.

Zwembaden worden onderscheiden op overdekte en openlucht zwembaden. Dit onderzoek richt zich uitsluitend op overdekte zwembaden omdat deze het hele jaar open zijn. Er zijn in totaal veertien overdekte 50-meterzwembaden in Nederland (zie figuur 3.1). Deze veertien zwembaden worden beheerd door verschillende organisaties zoals de betreffende gemeente. Gemeenten zijn echter verantwoordelijk voor het aanbieden van accommodaties, maar de exploitatie lijkt geen kerntaak meer. Er zijn drie organisaties die een aantal bovenlokale zwembaden in beheer hebben: Sportfondsen, Optisport en SRO. Deze organisaties dienen als een belangrijke samenwerkingspartner van gemeenten (Sportfondsen, 2014; Optisport, 2014; SRO, 2014). Van de veertien overdekte zwembaden exploiteert Sportfondsen vijf zwembaden, Optisport exploiteert drie zwembaden en SRO heeft één zwembad in beheer. De andere zwembaden worden geëxploiteerd door de gemeenten.

Er is gekozen voor twee locaties die door de gemeente worden geëxploiteerd: het Hofbad in Den Haag en het Nationaal Zwemcentrum de Tongelreep in Eindhoven. Het Hofbad in Den Haag is in 2012 geopend en ligt in de wijk Leidschenveen-Ypenburg. Het is ingericht voor wedstrijden en trainingsactiviteiten van nationale en regionale selecties. Met vier springplanken, een springtoren van vijf meter hoog en een tribune van 500 zitplaatsen biedt dit onderdak voor de topsport. Ditzelfde geldt voor het Nationaal Zwemcentrum de Tongelreep in Eindhoven. Dit zwembad is één van de grootste zwembaden in Europa en met het Pieter van den Hoogenband zwemstadion, als onderdeel van de Tongelreep, vinden er verschillende zwemevenementen plaats. Ondanks de mogelijke sluiting van het golflagbad van de Tongelreep in de toekomst (Eindhovens Dagblad, 2014) kan het zwembad in het onderzoek worden meegenomen.

Als derde onderzoekslocatie is de Sportboulevard in Dordrecht gekozen. De sportaccommodatie wordt geëxploiteerd door Optisport en heeft naast het zwembad ook een schaatsbaan en een fitnesscentrum. Het 50-meterbad staat in de top 3 van de Nederlandse topzwembaden. Ten slotte is er gekozen voor zwembad De Steur in Kampen als vierde onderzoekslocatie. Vanuit geografisch oogpunt is dit zwembad interessant omdat het in vergelijking met de andere drie zwembaden meer in het oosten van het land ligt en minder 50-meterzwembaden in de nabijheid liggen. Bovendien wordt het zwembad beheerd en geëxploiteerd door Sportfondsen. Hierdoor zijn zowel gemeentelijke als particuliere exploitanten in het onderzoek meegenomen.

Figuur 3.1: Overdekte 50 meter wedstrijdzwembaden en exploitanten



3.3 Dataverzameling

3.3.1 Dataverzameling: enquête

De enquête is een veelgebruikte manier om sociaalwetenschappelijk onderzoek te doen. Het wordt gedefinieerd als een manier van onderzoek waarin men zich voor het beschrijven, voorspellen en verklaren van sociale verschijnselen bedient van vragenlijsten, met vragen die worden gesteld aan een groot aantal ondervraagden (Boeije e.a., 2009, p.215). Een belangrijk doel om de enquête te houden is het vaststellen van kenmerken en het gedrag van personen. Dit kan belangrijk zijn voor de overheid om het beleid te kunnen bepalen. Het is een vorm van praktijkgericht wetenschappelijk onderzoek en is te omschrijven als beleidsonderzoek. De vragenlijst die in dit onderzoek is ontworpen, is om de verschillende motivaties van gebruikers te achterhalen en hun patronen met betrekking tot het zwemgedrag, reisgedrag en persoonskenmerken. Voor de operationalisering van de constructen en inhoud van de enquête, zie de volgende paragraaf.

Voor dit onderzoek zijn er in totaal driehonderd en tweeënzeventig (N=372) enquêtes afgenomen bij de vier onderzoekslocaties. Deze grote hoeveelheid aan data is nodig om een adequate clusteranalyse te kunnen uitvoeren (paragraaf 3.4.1). Voorafgaand aan het afnemen van de enquêtes zijn er informele interviews afgenomen met René den Hertog (manager van het Hofbad), Jos van Gennip (accommodatiemanager van de

Tongelreep), Gerrit Jansen (hoofd technische dienst De Steur) en Diana Kumper (hoofd zwembaden De Steur). Via de e-mail is contact geweest met Dennis van Rijswijk (locatiemanager Sportboulevard). Deze informele interviews hebben een helder beeld gegeven van wie de gebruikers zijn en wanneer bepaalde doelgroepen aanwezig kunnen zijn in het zwembad. Op basis hiervan is er een planning gemaakt om op bepaalde dagen en tijdstippen enquêtes af te nemen bij de vier zwembaden (zie bijlage I).

De enquête bestaat uit negentien vragen die onderverdeeld zijn in drie delen: bezoek zwembad, sport- en recreatiemotivatie en algemene vragen (zie bijlage II). Een eerste opzet van de enquête is besproken met Harold van der Werff (Mulier Instituut). Vervolgens is de enquête vergeleken met een gestandaardiseerde RSO (Richtlijn Sportdeelname Onderzoek) vragenlijst. De uiteindelijke enquête is random afgenomen binnen het NISB, om te kijken hoelang het invullen van de enquête zou duren. Het invullen van een enquête duurde gemiddeld tussen de vijf á tien minuten. Dit lijkt een acceptabele tijdsduur te zijn onder de gebruikers van zwembaden. De vragenlijst is ontworpen om te achterhalen welke motivatie factoren het belangrijkste zijn om gebruik te maken van het betreffende zwembad. Voor de operationalisering van de constructen en invulling van de enquête, zie paragraaf 3.5.

3.3.2 Operationalisering constructen

Het steeds concreter maken van de vraagstelling heet operationaliseren. In deze paragraaf wordt aangegeven hoe de begrippen uit de vraagstelling en conceptueel model worden gemeten. Vragen in de vragenlijst zijn operationalisering van de begrippen uit de vraagstelling van het onderzoek. Hierbij horen ook de antwoordcategorieën. Onderstaand wordt per construct de operationalisering aangegeven. In bijlage III (Codeboek SPSS invoer) staan alle variabelen met daarachter de waardes en antwoordcategorieën.

Motivatie

De motivatie van de gebruikers wordt gemeten aan de hand van de push en pull benadering. De pushfactoren zijn gemeten door van stellingen die antwoord geven op de vraag: 'waarom gaat u zwemmen?' De pull factoren worden gemeten door stellingen die antwoord geven op de vraag: 'waarom gaat u zwemmen in dit zwembad?'. In beide gevallen geven respondenten antwoord op basis van een 5-punts Likertschaal van 1 helemaal mee oneens naar 5 helemaal mee eens.

Op basis van relevante (wetenschappelijke) literatuur zijn de motivatie variabelen gedefinieerd en op basis van informele interviews zijn deze variabelen en bijbehorende items aan de context van deze studie aangepast. De wetenschappelijke artikelen die onder andere gebruikt zijn, zijn Luna-Arocas & Li-Ping Tang, 2005; Snelgrove e.a., 2008; Alexandris, e.a., 2009; Kyle e.a., 2007; Dillard & Bates, 2011; Park & Yoon, 2009; Jang & Wu, 2006; Pearce, & Lee, 2005; Yoon & Uysal, 2005. Daarnaast zijn bestaande schalen zoals de 'Sport Motivation Scale II' (SMS-II) (Pelletier e.a., 2013, p.339) en de 'Service Quality Assessment Scale' (SQAS) (Lam e.a., 2005, p.102) gebruikt om de variabelen en items voor deze studie te herformuleren.

Er wordt onderscheid gemaakt in vier push factoren. Push factor 'sport' betreft zes items zoals 'omdat ik meer wil leren over deze sport'. Push factor 'recreatie' betreft acht items als 'zwemmen verkoelend en verfrissend is'. Push factor 'gezondheid' heeft zes items waaronder 'ik een beter uithoudingsvermogen/conditie krijg'. Push factor 'sociaal' beslaat drie items zoals 'het voor mij mogelijk maakt om mensen te ontmoeten met dezelfde interesses'. Daarnaast wordt er onderscheid gemaakt in vijf pull factoren. Pull factor 'algemeen' dat zes items heeft zoals 'de sfeer in het zwembad'. Pull factor 'zwembadpersoneel' met drie items zoals 'de klantvriendelijkheid van het personeel'. Pull factor 'faciliteiten' aan de hand van elf items zoals 'de beschikbaarheid van speelmateriaal'. Verder de pull factor hygiëne & veiligheid dat vier items beslaat waaronder 'de goede hygiëne van de kleedkamers en toiletten'. Ten slotte pull factor 'bereikbaarheid & toegankelijkheid' met vijf items waaronder 'voldoende parkeergelegenheden/stallingplaatsen'. Voor alle items van de push en pull factoren zie bijlage IV.

Reisbereidheid

Om de reisbereidheid van de gebruikers te achterhalen is er gevraagd naar de viercijferige postcode. Hiermee kan de afstand van het woonadres naar de locatie van het zwembad worden berekend.

Zwemgedrag

Het zwemgedrag gaat in op de hoofdredenen voor het bezoek, gebruik van de faciliteiten, het wel of niet lid zijn van een zwemsportvereniging, het deelnemen aan zwemsportwedstrijden en of de zwemsport de enige sport is. Dit wordt gevraagd aan de hand van een gesloten vraag waar soms meerder antwoorden mogelijk zijn.

Reisgedrag

Het reisgedrag gaat in op het reisgezelschap, het vervoermiddel, of het zwembad het dichtstbijzijnde zwembad is en of er regelmatig gebruik wordt gemaakt van andere zwembaden. Dit wordt gevraagd doormiddel van gesloten vragen.

Persoonskenmerken

De persoonskenmerken gaan in op het geslacht, de leeftijd, dagelijkse hoofdactiviteit, huishoudensituatie, opleidingsniveau en het gezinsinkomen. De vraag naar leeftijd is een open vraag de rest zijn gesloten vragen.

3.4 Data-analyse

3.4.1 Factor- en cluster analyse

Voor het verwerken van de enquêtes wordt er gebruik gemaakt van het programma IBM SPSS Statistics 21. Eerst wordt een beschrijvende statistische analyse toegepast om de steekproef te verkennen. Vervolgens wordt de statistische techniek factoranalyse gebruikt om deelvraag één te kunnen beantwoorden. In de enquête zijn 23 push items en 29 pull items opgenomen die voortgekomen zijn uit de literatuur en informele interviews. De factoranalyse achterhaald of er meerdere variabelen (items) samen te voegen zijn tot één enkele factor. In dit onderzoek is de bedoeling om de structuur van een reeks van variabelen te begrijpen en om de data te reduceren naar een behapbare omvang waar zoveel mogelijk van de oorspronkelijke informatie wordt behouden (Field, 2013, p.66). Het is niet bedoeld om hypothesen te toetsen.

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van de principale componenten analyse (PCA), als één van de meest toegepaste vorm van factoranalyse. Dit is gebeurd in vier fasen:

1. Als eerst wordt er gekeken of aan de vooronderstellingen om een factoranalyse te mogen uitvoeren wordt voldaan. Variabelen mogen niet teveel met elkaar correleren, maar ook niet te weinig. Om gevaar van multicollineariteit te voorkomen worden variabelen die te hoog correleren ($r > 0,9$) verwijderd uit de analyse. Aan de hand van de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) waarde wordt er gekeken of de steekproevenomvang voldoende groot is. Ten slotte de Bartlett's Test of Sphericity moet significant zijn om te kunnen zeggen dat de variabelen significant verschillen van nul en de analyse geschikt is.
2. In de PCA worden niet alle factoren behouden. Het proces van beslissen over hoeveel factoren moeten worden behouden wordt 'extractie' genoemd. Factoren die behouden blijven zijn factoren met een eigenwaarde groter dan één.
3. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van de 'varimax' rotatie, omdat het probeert de verspreiding van ladingen binnen factoren te maximaliseren. Het probeert een klein aantal variabelen te laden op elke factor, dat resulteert in meer interpreteerbare clusters van factoren. Variabelen met factorladingen (correlatiecoëfficiënten tussen de gemeten variabelen en de verklarende factoren) minder dan 0,5 worden verwijderd voor verdere analyse omdat deze variabelen dan te weinig correleren met een bepaalde factor.
4. Om de betrouwbaarheid (interne consistentie) van de schaal te controleren wordt er gebruik gemaakt van de 'Cronbach's alpha' als meest voorkomende maat (Field, 2013, p.708). Een waarde van 0,8 is acceptabel en waarden die lager zijn, duiden op een minder betrouwbare schaal. De betrouwbaarheid wordt per subschaal berekend.

Datareductie door middel van een factoranalyse is nuttig omdat het de correlatie tussen variabelen elimineert, die anders problematisch zijn bij clusteranalyse. Clusteranalyse wordt gebruikt om deelvraag nummer twee te kunnen beantwoorden. Clustering vindt plaats aan de hand van een aantal vooraf geselecteerde variabelen. Het doel van het clusteren is het opsporen en groeperen van gelijkende cases aan de hand van een aantal gemeenschappelijke kenmerken. Individuen worden zodanig gegroepeerd dat deze binnen elke cluster gelijksoortig zijn dan die in andere clusters, zodat een toestand van homogeniteit binnen de clusters en heterogeniteit tussen de clusters ontstaan. Om de groepen respondenten met soortgelijke antwoorden te identificeren wordt er eerst een hiërarchische clusteranalyse, volgens de methode van Ward, uitgevoerd om het aantal clusters te achterhalen. Vervolgens op basis van K-means clustering in SPSS worden de respondenten op basis van de push factoren in clusters (segmenten) opgedeeld.

Nadat de clusters (typen gebruikers) inzichtelijk zijn geworden, wordt aan de hand van een variantie-analyse (ANOVA) gekeken of de gevonden verschillen ook significant zijn. Vervolgens worden de typen gebruikers geanalyseerd met behulp van een variantie-analyse (interval/ratiovariabelen) en de Chi-kwadraattoets (categorische variabelen) om verschillen of overeenkomsten te achterhalen in persoonskenmerken, zwemgedrag en reisgedrag en wat het zwembad aantrekkelijk maakt voor hen (pull factoren). Hiermee wordt deelvraag drie beantwoord.

3.4.2 GIS-analyse

Het geografisch informatiesysteem GIS (Geographical Information System) wordt gebruikt om deelvraag vier te kunnen beantwoorden. Verschillende datasets worden gebruikt om een GIS-analyse te kunnen uitvoeren. Ten eerste wordt het SPSS databestand gebruikt om te achterhalen wat de reisbereidheid van de typen gebruikers is. Dit is gemeten in hemelsbrede afstanden. Hiervoor is gekozen vanwege praktische redenen, zoals de kennis die er is om het op deze manier uit te voeren. Daarnaast wordt het SPSS databestand gebruikt om de omvang van de verzorgingsgebieden van de bovenlokale zwembaden te achterhalen. Tevens worden de gebruikers in recreanten en verenigingsleden onderscheiden om de spreiding van binnen het verzorgingsgebied weer te geven. Ten tweede wordt er een aanvullend databestand gebruikt dat betrekking heeft op de postcodes van verenigingsleden die aangesloten zijn bij de zwemsportverenigingen die gebruik maken van het betreffend zwembad. Dit is gedaan om een completer beeld te geven van de spreiding van verenigingsleden. In tabel 3.1 staan de verenigingen die hebben deelgenomen aan dit onderzoek.

Tabel 3.1: Verenigingen die hebben deelgenomen aan het onderzoek

Tongelreep	Hofbad	De Steur	Sportboulevard
Red Lobster Divers	H.Z.ZIAN (zwemvereniging)	ZPC De Houtrib	Onderwater Sportclub Dordrecht (OSCD)
Duikvereniging Delphinus Zwemschool Oostrik	HWV (Haagse Watervrienden DSZ Wave (Delftse Studenten zwem-, waterpolo- en triatlonvereniging)	Deltasteur	
Alle PSV afdelingen Nayade Classic Alle KNZB afdelingen Stichting Therapeutisch Zwemmen Waterpolo Opleidingscentrum (WOC Zuid Nederland) Eindhovense Watervrienden Reumapatiëntenvereniging Zwemmen met Astma			

Met behulp van een Excel bestand, gekregen van de Universiteit Utrecht, waarin alle postcodes in Nederland en bijbehorende x- en y-coördinaten staan, worden de postcodes uit het SPSS bestand en databestand van de verenigingen voorzien van de bijbehorende x- en y-coördinaten. Vervolgens zijn deze gegevens ingevoerd in programma ArcGIS 10.1 om de verzorgingsgebieden in kaart te brengen. Tevens met behulp van de x- en y-

coördinaten, van de betreffende postcodes, en de stelling van Pythagoras is naast de visuele weergave van het verzorgingsgebied de hemelsbrede afstand berekend per postcode. Dit om de spreiding van gebruikers te kunnen weergeven.

3.5 Betrouwbaarheid en validiteit

Onderzoek is erop gericht antwoord te geven op een vraagstelling. Hoe goed de resultaten zijn, hangt daardoor sterk af van de vraag hoe goed de waarnemingen zijn. De kwaliteit van de waarnemingen hangt op haar beurt mede af van de kwaliteit van de operationalisering. Belangrijk is of de waarnemingen de constructen in het onderzoek goed dekken. Het gaat erom in hoeverre het onderzoek betrouwbaar en geldig is (valide).

De betrouwbaarheid verwijst in dit onderzoek naar de interne betrouwbaarheid: de consistentie van het meten van de constructen push en pull factoren. Van belang is dat alle indicatoren van deze constructen betrekking hebben op elkaar. Is dit niet het geval dan kan het zo zijn dat het indicatief is voor een ander construct. Om de interne betrouwbaarheid te waarborgen wordt er gebruik gemaakt van de Cronbach's alpha, zie paragraaf 3.4.1. In termen van validiteit wordt er verwezen naar de indicatoren die het daadwerkelijke concept meet. Op basis van bestaande meetschalen die deels gebruikt worden in de enquête (zie paragraaf 3.3.2) mag aangenomen worden dat hieraan wordt voldaan. Anderzijds in termen van interne validiteit is het zo dat een cross-sectioneel onderzoek zwak is als het gaat om een causale richting vast te stellen op basis van de data. Tevens de externe validiteit (generaliseerbaarheid) is niet optimaal omdat er gebruik wordt gemaakt van case studie elementen. Toch betreft het vier bovenlokale zwembaden die op basis van een aantal criteria zijn gekozen (zie paragraaf 3.2.2) om de externe validiteit te waarborgen. Ten slotte kan een zelf in te vullen vragenlijst de natuurlijke habitat in gevaar brengen. Op basis van een korte vragenlijst en als onderzoeker zo min mogelijk invloed uitoefenen op het gedrag van de gebruikers mag worden aangenomen dat de onderzoeksresultaten overeenkomen met de alledaagse praktijk.



Foto: Gerben Pul Fotografie

RESULTATEN & ANALYSE: DE GEBRUIKER

4. Resultaten & analyse: de gebruiker

In dit hoofdstuk worden de resultaten besproken en geanalyseerd. Allereerst wordt er met behulp van beschrijvende statistiek de persoonskenmerken, het zwemgedrag en het reisgedrag van alle respondenten in zijn geheel besproken. Vervolgens wordt dit uitgesplitst naar de locatie van het zwembad. Daarna worden de push- en pull motivatie factoren onderzocht om te bepalen welke factoren het belangrijkste zijn. Aansluitend daarop, in paragraaf 4.3, worden de respondenten op basis van de push factoren ingedeeld in bepaalde typen zwembadgebruikers. Paragraaf 4.4 beschrijft de verschillen tussen de typen gebruikers. Ten slotte wordt er in paragraaf 4.5 afgesloten met een conclusie.

In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de eerste drie deelvragen:

1. Welke motivatie factoren zijn van invloed op het gebruik van (bovenlokale) zwembaden?
2. Welke typen gebruikers zijn te onderscheiden op basis van de motivatie factoren?
3. Welke verschillen bestaan er tussen de typen gebruikers op basis van persoonskenmerken, zwemgedrag en reisgedrag?

4.1 Persoonskenmerken en zwem- en reisgedrag

Voordat er antwoord wordt gegeven op de eerste drie deelvragen, wordt er eerst een beeld geschetst van de steekproef met betrekking tot de persoonskenmerken, zwemgedrag en reisgedrag van de respondenten.

4.1.1 Persoonskenmerken respondenten

Uit tabel 4.1 blijkt dat er meer mannelijke respondenten (55,4%) zijn dan vrouwelijke respondenten (44,6%). De respondenten geven aan overwegend fulltime werkend te zijn (36,6%) gevolgd door het zijn van een student (23,8%). In het oog springend is het aandeel 'anders' (10,3%). Dit heeft waarschijnlijk te maken met gepensioneerde mensen die gebruik maken van het zwembad en zich niet binnen de andere categorieën vinden passen. Een andere reden kan zijn, afgeleid uit gesprekken met verschillende respondenten, dat (top)zwemsporters die vrijwel elke dag of meerdere keren op een dag trainen niet betaald krijgen. Deze dagelijkse hoofdactiviteit wordt dan niet als fulltime werkend beschouwd. Het grootste aandeel respondenten hebben een huishoudensituatie van twee volwassenen met thuiswonend(e) kind(eren) (44,9%). Het aandeel 'anders' (7%) kan verklaard worden door de studenten die, gebruikmaken van het zwembad, in een studentenhuus wonen en de woonruimte delen met andere huisgenoten.

Tabel 4.1: Persoonskenmerken respondenten

	Frequentie		Frequentie	
	%	Aantal	%	Aantal
Geslacht (N=368)				
Man	55,4 %	204		
Vrouw	44,6 %	164		
Dagelijkse hoofdactiviteit (N=369)				
Fulltime werkend	36,6 %	135		
Parttime werkend	18,2 %	67		
Huishoudelijk werk	5,1 %	19		
School/studie	23,8 %	88		
Werkzoekende/arbeidsongeschikt	6,0 %	22		
Anders	10,3 %	38		
Huishoudensituatie (N=370)				
Alleenstaand	18,1 %	67		
Twee volwassenen, geen kind(eren)	23,2 %	86		
Twee volwassenen met kind(eren)	44,9 %	166		
Eén ouder met kind(eren)	6,8 %	25		
Anders	7,0 %	26		
Opleiding (N=370)				
Geen			1,1 %	4
Lager onderwijs, basisonderwijs			2,4 %	9
Lbo, vbo, vmbo basis/kader			7,0 %	26
Mavo, vmbo theoretisch/gemengd			8,4 %	31
Havo, vwo			13,0 %	48
Mbo			19,2 %	71
Hbo			35,1 %	130
Universiteit			13,8 %	51
Gezinsinkomen (N=369)				
Beneden modaal			13,0 %	48
Gelijk aan modaal			13,0 %	48
Boven modaal			37,1 %	137
Wil niet zeggen/weet niet			36,9 %	136

De respondenten zijn grotendeels hoog opgeleid. Dit is te zien in het hoge aandeel hbo'ers (35,1%) en respondenten met een universitaire opleiding (13,8%). Echter het mbo als opleidingsniveau heeft een hoger

aandeel (19,2%) dan de universiteit. Het hoge opleidingsniveau van de respondenten kan verklaard worden door het gezinsinkomen. 37,1% van de respondenten verdient een boven modaal inkomen (€27.300,- bruto/jaar). Een voetnoot hierbij is dat 36,9% van de respondenten aangeven niet te willen zeggen wat zij verdienen of het niet weten wat zij verdienen. De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 37,5 jaar (niet opgenomen in de tabel). De leeftijden lopen vanaf 12 jaar (één respondent) tot en met 88 jaar. De mediaan is 34 en dat geeft aan dat de leeftijden van de 50% oudste respondenten meer gespreid zijn (tussen 34-88 jaar) dan de leeftijden van de 50% jongste respondenten (12-34 jaar).

4.1.2 Zwemgedrag respondenten

Uit tabel 4.2 blijkt dat recreatief baantjes zwemmen de hoofdreden is voor een bezoek aan het (37,6%), gevolgd door mee zwemmen als ouder/begeleider van kinderen (20,7%) en wedstrijdzwemmen (14,2%). Opvallend is school als hoofdreden (4,8%). Dit impliceert dat er respondenten zijn die genoodzaakt zijn om te gaan zwemmen in het kader van zijn/haar studie. Dit kan afgeleid worden uit de een na grootse groep respondenten die studeren (23,8%, zie paragraaf 4.1.1). Tevens de samenwerking tussen de Fontys Hogeschool en het Nationaal Zwemcentrum de Tongelreep in Eindhoven bekrachtigt dit.

Tabel 4.2: Zwemgedrag respondenten

	Frequentie			Frequentie	
	%	Aantal		%	Aantal
Hoofdreden bezoek (N=372)			Lid zwemvereniging (N=372)		
Wedstrijdzwemmen	14,2 %	53	Ja	32,3 %	120
Waterpolo	9,1 %	34	Nee	67,7 %	252
Synchroonzwemmen	0,5 %	2	Deelname aan wedstrijden (N=371)		
Schoonspringen	0,8 %	3	Onderlinge wedstrijden	6,2 %	23
Onderwaterhockey	5,6 %	21	Lokale wedstrijden	12,6 %	47
Onder water duiken	0,8 %	3	Regionale wedstrijden	13,2 %	49
Oefenvormen (aquafitness etc.)	7,3 %	27	Nationale wedstrijden	14,5 %	54
Baantjes zwemmen (recreatief)	37,6 %	140	Internationale wedstrijden	7,5 %	28
Mee zwemmen	20,7 %	77	Geen deelname aan wedstrijden	72,3 %	269
Spelen in en rond water	12,9 %	48	Sporter wel/niet (N=371)		
Genieten van warme water	10,2 %	38	Zwemsport enige sport	29,4 %	107
School	4,8 %	18	Naast zwemsport nog ander sport	25,1 %	93
Anders	11,3 %	42	Beoefen ander sport	28,6 %	106
Meest gebruik van faciliteit (N=372)			Beoefen geen sport	17,0 %	63
50-meterbad	58,3 %	217			
25-meterbad	26,3 %	98			
Recreatiebad/golflslagbad	23,7 %	88			
Instructiebad/ doelgroepenbad	15,1 %	56			
Kleuterbad	7,8 %	29			
Waterglijbaan	6,7 %	25			
Springplank	1,6 %	6			
Duiktoren	0,8 %	3			
Anders	3,8 %	14			

Van de zwemfaciliteiten die de bovenlokale zwembaden bieden wordt het 50-meterbad het meest gebruikt (58,3%) gevolgd door het 25-meterbad (26,3%) en het recreatiebad/golflslagbad (23,7%). Dit betekent dat het 50-meterbad een bepaalde aantrekkingskracht heeft. De meeste respondenten zijn geen lid van een zwemsportvereniging (67,7%). Van het aantal respondenten dat lid is van een zwemsportvereniging doen er 12,6% mee aan lokale wedstrijden, 13,5% aan regionale wedstrijden en 14,5% aan nationale wedstrijden. De meeste respondenten spelen meer wedstrijden op landelijk niveau dan op regionaal of lokaal niveau. De respondenten die een vorm van zwemsport als enige sport beoefenen beslaat 29,4%. Dit is lager dan de 32,3% van de respondenten die lid zijn van een zwemvereniging. Bepaalde zwemverenigingsleden beoefenen naast een vorm van zwemsport ook een ander sport. Opvallend is het aandeel respondenten dat geen vorm van zwemsport beoefent maar een andere sport (28,6%). Zwemmen is voor degene een activiteit om bijvoorbeeld te revalideren, te spelen in en rond het water of iets anders. De respondenten gaan gemiddeld 68 keer per jaar

zwemmen in een bovenlokaal zwembad. Dat betekent ruim één keer per week. Realistisch gezien geldt dat zeker niet voor iedereen. 9% van de respondenten geeft namelijk aan voor de eerste keer te hebben gezwommen in het betreffend bovenlokale zwembad. Het gemiddelde heeft een aantal uitschieters van respondenten die aangeven 1000, 800, 480 of 350 keer per jaar te gaan zwemmen in het betreffend bovenlokale zwembad. Ondanks deze getallen van toepassing kunnen zijn op bijvoorbeeld topsporters moet het gemiddelde met voorzichtigheid worden geïnterpreteerd. Een wellicht meer realistischere centrummaat is de mediaan. De mediaan is 25,5 en geeft aan dat 50% van de respondenten tot gemiddeld 25 keer per jaar (twee keer in de week) gaan zwemmen in een bovenlokaal zwembad. De andere 50% gaat vanaf 25 keer per jaar zwemmen en ligt daarmee meer gespreid tussen de 25 en 1000 keer.

4.1.3 Reisgedrag respondenten

De meeste respondenten komen naar het bovenlokale zwembad met het gezin, de ouders of andere familieleden (30,4%) gevolgd door mensen die alleen naar het zwembad komen (24,5%). Het is aannemelijk dat dit te maken heeft met het zwemgedrag van de respondenten. De hoofdreden voor een bezoek aan het zwembad om recreatief baantjes te zwemmen kan verklaard worden door het hoge aandeel respondenten dat alleen naar het zwembad komt. Uit observaties tijdens de dataverzameling en random gesprekken met respondenten blijkt dat veel respondenten 's ochtends voorafgaand het werk als individu baantjes gaan zwemmen. Het hoge aandeel respondenten dat met het gezin, ouders of andere familieleden komt is te verklaren doordat veel ouders mee zwemmen met baby's of meegaan vanwege de zwemles van de kinderen. Het vervoermiddel dat het meest gebruikt wordt is de auto/motor (52,2%), gevolgd door de fiets (35,5%). Het hoge aandeel van de auto kan verklaard worden doordat veel gezinnen met kinderen gebruik maken van het zwembad en daardoor de auto handig is. Opvallend is het kleine aandeel van het openbaar vervoer (3,2%). Zowel het hoge aandeel autogebruik en lage aandeel openbaar vervoer kan verklaard worden door het feit dat 49,2% van de respondenten aangeeft dat het betreffende zwembad niet het dichtstbijzijnde zwembad is. Opmerkelijk is dat meer dan een derde van de respondenten (37,7%) regelmatig gebruik maakt van andere zwembaden dan het betreffende zwembad. Of die andere zwembaden waar zij regelmatig gebruik van maken wel dichterbij gelegen zijn ten opzichte van het woonadres kan niet geconcludeerd worden, maar de afstand naar een bovenlokaal zwembad lijkt daarmee impliciet een belangrijke rol te spelen. Een andere reden waarom respondenten regelmatig gebruik maken van andere zwembaden komt doordat bepaalde zwemwedstrijden/toernooien worden georganiseerd in meerdere zwembaden. Deze wedstrijden/toernooien trekken zwemsporters van buiten de lokale omgeving van de zwembaden.

Tabel 4.3: Reisgedrag respondenten

	Frequentie			Frequentie	
	%	Aantal		%	Aantal
Gezelschap (N=372)			Dichtstbijzind zwembad (N=372)		
Alleen	24,5 %	91	Ja	46,8 %	174
Partner, vriend of vriendin	18,8 %	70	Nee	49,2 %	183
Gezin, ouders of familie	30,4 %	113	Weet ik niet	4,0 %	14
Vrienden, kennissen of collega's	13,7 %	51	Gebruik ander zwembad (N=371)		
Groepsverband met begeleider	6,2 %	23	Ja	37,7 %	140
Teamgenoten/klasgenoten	4,6 %	17	Nee	62,3 %	229
Anders	1,9 %	7			
Vervoermiddel (N=372)					
Lopend	7,3 %	27			
Fiets	35,5 %	132			
Brommer/scooter	1,3 %	5			
Auto/motor	52,2 %	194			
Openbaar vervoer	3,2 %	12			
Anders	0,5 %	2			

4.1.4 Persoonskenmerken, zwem- en reisgedrag per locatie

In deze paragraaf worden de persoonskenmerken, het zwemgedrag en reisgedrag van de respondenten uitgesplitst naar de vier zwembaden waar de data is verzameld. Ondanks het van waarde kan zijn voor de vier

zwembaden afzonderlijk kunnen geen concrete conclusies worden getrokken om verschillen tussen de locaties aan te geven. Dit betreft vooral het zwemgedrag. Voor de dataverzameling is namelijk rekening gehouden met gebruikers die op bepaalde tijdstippen en dagen binnen een bepaald zwembad bevinden. Dit is gedaan om een verscheidenheid aan zwembadgebruikers in het onderzoek op te nemen verdeeld over de vier locaties. Een logisch gevolg hiervan is dat bepaalde zwemgedragingen bij het ene zwembad afwijkt van het andere zwembad. De resultaten die besproken worden kunnen wel gebruikt worden voor analyses en verklaringen verder in dit onderzoek.

Persoonskenmerken

In bijlage V staan de frequentietabellen die horen bij deze paragraaf. Op basis van het geslacht kent elk zwembad het hoogste aandeel mannen, behalve De Steur waar 41,6% van de respondenten man is en 58,4% van de respondenten vrouw. De gemiddelde leeftijd van de respondenten in het Hofbad is 33,2 jaar en daarmee het laagst ten opzichte van de andere zwembaden. Het hoogst gemiddelde leeftijd van de respondenten is te vinden in De Steur met 42,8 jaar. Het hoge aandeel respondenten dat studeert, zoals besproken in paragraaf 4.1.2, komt voor rekening van het Hofbad (33%) en de Tongelreep (31,6%). In de Tongelreep is deze groep ook het meest vertegenwoordigd terwijl in de andere drie zwembaden overwegend veel fulltime werkende mensen komen zwemmen (zie tabel 4.4).

Tabel 4.4: Dagelijkse hoofdactiviteit per zwembad

	Tongelreep (N=95)		Hofbad (N=100)		De Steur (N=89)		Sportboulevard (N=85)	
	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal
Fulltime werkend	24,2 %	23	46 %	46	25,8 %	23	50,6 %	43
Parttime werkend	17,9 %	17	10 %	10	23,6 %	21	22,4 %	19
Huishoudelijk werk	3,2 %	3	0 %	0	15,7 %	14	2,4 %	2
School/studie	31,6 %	30	33 %	33	13,5 %	12	15,3 %	13
Werkzoekende/ arbeidsongeschikt	6,3 %	6	7 %	7	5,6 %	5	4,7 %	4
Anders	16,8 %	16	4 %	4	15,7 %	14	4,7 %	4

Voor alle vier de locaties geldt dat de respondenten vooral uit een huishouden komen van twee volwassenen met (thuiswonende) kind(eren). Tevens het opleidingsniveau van de respondenten verschilt niet veel tussen de vier locaties. Het opleidingsniveau hbo is sterk vertegenwoordigd, maar alleen in het Hofbad hebben de respondenten met een universitaire opleiding het hoogste aandeel (24,8%). Van de respondenten in de Tongelreep geeft de grootste groep respondenten (38,9%) aan niet te willen zeggen of te weten wat het gezinsinkomen is, gevolgd door het boven modale inkomen (30,5%). Ook bij De Steur weten de meeste respondenten niet wat het gezinsinkomen is of willen het niet zeggen gevolgd door mensen met een boven modaal inkomen. Bij het Hofbad en de Sportboulevard is dit omgekeerd en heeft de groep boven modaal inkomen het grootste aandeel gevolgd door de mensen die het niet weten of niet willen zeggen. Er zitten niet veel verschillen in het gezinsinkomen tussen de respondenten op basis van de verschillende locaties.

Zwemgedrag

Ondanks er rekening is gehouden met verschillende tijdstippen en dagen voor het afnemen van enquêtes blijkt dat bij elk bovenlokaal zwembad de hoofdeden voor een bezoek aan het zwembad is om recreatief baantjes te zwemmen, met uitzondering van de Sportboulevard. Dit heeft te maken met het tijdstip en dag waarop data is verzameld bij de Sportboulevard. Een willekeurige vrijdag stond in het teken van zwemles en zwemsportverenigingen en de zondag in het teken van het recreatiebad en een toernooi voor de onderwaterhockey. Vandaar het hoge aandeel van mee zwemmen als ouder/begeleider van kinderen (38,8%) en het aandeel onderwaterhockey (24,7%). Daarnaast zijn er weinig verschillen tussen de respondenten bij de betreffende zwembaden over de meest gebruikte zwemfaciliteit. Het 50-meterbad heeft het hoogste aandeel bij alle vier de zwembaden. Het hoge aandeel van 71,9% respondenten die aangeven het meest gebruik te maken van het 50-meterbad bij De Steur heeft te maken met het feit dat het 50-meterbad opgesplitst is en deels fungeert als recreatiebad. Terwijl in de andere zwembaden deze twee functies gescheiden zijn. Ondanks het vele gebruik van het 50-meterbad en het aandeel van de baantjes zwemmers, is 89,6% van de

respondenten van de Tongelreep niet lid van een zwemvereniging. Ditzelfde geldt voor het aandeel niet-verenigingsleden in de Steur (76,4%). Het Hofbad kent nagenoeg evenveel verenigingsleden als niet-verenigingsleden en de Sportboulevard kent met (52,9%) een hoger aandeel in verenigingsleden. Dit is ook terug te zien in het aandeel van wedstrijden (onderling, lokaal, regionaal en nationaal) dat Sportboulevard hier een hoger aandeel in heeft ten opzichte van de andere locaties. Om wederom te benadrukken is het bovenstaande zwemgedrag niet representatief voor de betreffende zwembaden.

Reisgedrag

De meeste respondenten komen met het gezin, ouders of andere familieleden. Dit hoge aandeel is te danken aan het aandeel bij de Sportboulevard (49,4%) en het Hofbad (35,3%). Dit aandeel is te verklaren doordat het programma op de dagen van dataverzameling bij deze zwembaden vooral zwemles en recreatief zwemmen in het recreatiebad betrof. Het hoge aandeel van mensen die alleen zijn gekomen naar het zwembad is terug te vinden in de Tongelreep (24%) en de Steur (32,6%). Het hoge aandeel van de auto als vervoermiddel komt voort uit het gegeven dat bij elk zwembad het meest gebruikte vervoermiddel is, behalve bij de Steur (zie tabel 4.5). Daar is het hoogste aandeel de fiets als vervoermiddel (44,9%). Echter verschilt dit niet veel met het aandeel van de auto als vervoermiddel (42,8%). Tevens verschilt het aandeel respondenten dat met de fiets naar de Tongelreep in Eindhoven te gaan (36,5%) niet veel met het aandeel respondenten dat de auto gebruikt (42,7%) om naar de Tongelreep te gaan. Bij de andere twee zwembaden is dit verschil iets groter.

Tabel 4.5: Gebruik vervoermiddel per locatie

	Tongelreep (N=96)		Hofbad (N=102)		De Steur (N=89)		Sportboulevard (N=85)	
	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal
Lopend	12,5 %	12	2,0 %	2	10,1 %	9	4,7 %	4
Fiets	36,5 %	35	29,4 %	30	44,9 %	40	31,8 %	27
Brommer/scooter	1,0 %	1	2,0 %	2	1,1 %	1	1,2 %	1
Auto/motor	42,7 %	41	62,7 %	64	42,8 %	38	60,0 %	51
Openbaar vervoer	6,3 %	6	3,9 %	4	0,0 %	0	2,3 %	2
Anders	1,0 %	1	0,0 %	0	1,1 %	1	0,0 %	0

Opvallend is dat de meeste respondenten zwemmen bij het betreffende zwembad terwijl het niet het dichtstbijzijnde zwembad is, met uitzondering van De Steur (zie tabel 4.6). Hiermee gezegd te hebben kan het hoge aandeel van het fietsgebruik bij Steur verklaard worden door het feit dat voor de meeste respondenten De Steur het dichtstbijzijnde zwembad is. Opmerkelijk is dat weinig respondenten aangeven niet te weten of het betreffende zwembad het dichtstbijzijnde zwembad is.

Tabel 4.6: Dichtstbijzijnde zwembad per locatie

	Tongelreep (N=96)		Hofbad (N=102)		De Steur (N=89)		Sportboulevard (N=85)	
	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal
Ja	38,5 %	37	32,4 %	33	69,6 %	62	49,4 %	42
Nee	54,2 %	52	62,7 %	64	27,0 %	24	50,6 %	43
Weet ik niet	7,3 %	7	4,9 %	5	3,4 %	3	0,0 %	0

4.2 Motivatie(s) van de gebruiker

Nu er een goed beeld is verkregen van de respondenten met betrekking tot de persoonskenmerken, zwemgedragingen en reisgedragingen, wordt in deze paragraaf de motivaties van de respondenten beschreven. Deze paragraaf geeft antwoord op de eerste deelvraag:

1. Welke motivatie factoren zijn van invloed om gebruik te maken van (bovenlokale) zwembaden?

Om deze vraag te kunnen beantwoorden wordt er gebruik gemaakt van de push en pull benadering. Het zijn de push factoren (interne krachten) die aanleiding geven tot actie en deel te nemen aan bepaalde activiteiten (motieven) en pull factoren (externe krachten) die mensen aantrekken om voor een bepaald zwembad te kiezen (zie paragraaf 2.2). Om de push en pull factoren te achterhalen wordt er gebruik gemaakt van de

statistische techniek factoranalyse. Deze analyse wordt ingezet om de onderliggende structuur van een groep variabelen te onderzoeken en daarmee de data te reduceren tot (enkele) factoren (exploratief). Hiermee wordt inzichtelijk welke push en pull factoren van invloed zijn op het gebruik van bovenlokale zwembaden. Bovendien is het praktischer om op basis van deze factoren verschillende typen gebruikers te kunnen onderscheiden doormiddel van clusteranalyse. Dit gebeurt in paragraaf 4.3.

4.2.1 Push factoren

Om factoren, die ten grondslag liggen aan de 23 waargenomen push items, te identificeren is er gebruik gemaakt van de principale componenten analyse (PCA) met varimax rotatie (zie paragraaf 3.4.1). Deze techniek komt ten goede bij het elimineren van correlatie tussen de constructen die zullen worden gebruikt in de clusteranalyse. Deze techniek wordt veelal toegepast in de literatuur over marktsegmentatie (Konu e.a., 2011; Alexandris e.a., 2009; Yoon & Uysal, 2003; Luna-Aroca & Li-Ping Tang, 2007). Hieronder wordt eerst de procedure van de factoranalyse en statistische interpretatie besproken en vervolgens de inhoudelijke interpretatie.

Procedure en statistische interpretatie

Een eerste factoranalyse is uitgevoerd waarbij vijf factoren worden onderscheiden op basis van eigenwaarden. Deze vijf factoren hebben een eigenwaarde groter dan één. Factoren minder dan één worden niet meegenomen, omdat deze factoren minder variantie verklaren dan ze zelf toevoegen. Deze factor oplossing vertegenwoordigt 64,32% van de totale variantie van de variabelen. Om een ideale factorstructuur te krijgen is het voor de interpreteerbaarheid van belang dat elke factor sterk correleert met een aantal oorspronkelijke variabelen en niet of nauwelijks correleert met alle anderen. Factorladingen (correlatiecoëfficiënten tussen de gemeten variabelen en de verklarende factoren) van een aantal variabelen moeten daarmee zo dicht mogelijk bij één liggen voor een bepaalde factor en zo dicht mogelijk bij 0 bij andere factoren. Variabelen met factorladingen minder dan 0,50 worden verwijderd voor verdere analyse omdat deze variabelen te weinig correleren met een factor. De definitie van de factoren wordt daarmee eenduidiger en eenvoudiger. In de eerste factoranalyse hebben de variabelen (items) 'een hoge prioriteit aan zwemmen ten opzichte van andere activiteiten' en 'iets nieuws willen proberen' factorladingen minder dan 0,50 en worden daardoor verwijderd voor verdere analyse.

Een herziene factor oplossing met 21 push items resulteert in een dezelfde 5-factor oplossing met eigenwaarden groter dan één en vertegenwoordigt 66,46% aan totale variantie (zie tabel 4.7). Er zitten geen correlatiecoëfficiënten tussen de variabelen groter dan 0,9. Er is dus geen sprake van multicollineariteit. Bovendien alle variabelen correleren redelijk met alle andere variabelen. Elke variabele heeft in ieder geval één correlatie met een andere variabele groter dan 0,3. Dat betekent dat bepaalde variabelen met elkaar correleren omdat zij een bepaalde factor meten. De Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) waarde is 0,874 en dat is ruim boven het criterium van 0,5 en valt in het gebied van verdienstelijk ('meritorious') (Field, 2013, p.685). De steekproefomvang is dus voldoende voor het uitvoeren van een factoranalyse. De Bartlett's Test of Sphericity is significant ($p < 0,001$). Dat wil zeggen dat de correlaties tussen de variabelen significant verschillen van nul en de analyse geschikt is. Dus geen probleem om verder te gaan met de analyse.

Aan de uitkomsten van de factoranalyse kan er niet zomaar worden afgelezen of alle items die hoog laden op een factor ook tezamen een betrouwbare schaal vormen. Een betrouwbaarheidsanalyse is uitgevoerd per factor om dit te achterhalen. De interne consistentie van de factoren, gemeten met de Cronbach's alpha's, laten een goede betrouwbaarheid zien met uitzondering van factor 5. Een verklaring voor de lage interne consistentie van deze factor kan te maken hebben met het feit dat deze factor uit maar twee items bestaat. Verder onderzoek zou kunnen proberen om deze factor aan te vullen met andere items.

Tabel 4.7: Factoranalyse push motivaties zwembadgebruikers

Items	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Cronbach's α	Gemiddelde
Gezondheid & ontspanning						0,853	3,5854
Fysiek ontspannen	0,820						
Spieren en gewrichten versterken	0,805						
Mentaal ontspannen	0,794						
Structuur in het leven	0,707						
Uithoudingsvermogen/conditie	0,641						
Afvallen	0,518						
Afleiding in dagelijks leven	0,512						
Leren & uitdaging						0,877	2,8132
Leren over deze sport		0,839					
Verbeteren in deze sport		0,822					
Meten met anderen		0,757					
Uitdaging		0,686					
Avontuur		0,571	0,502				
Plezier & verkoeling						0,818	3,5034
Verkoelend en verfrissend			0,764				
Individueel			0,735				
Mezelf kan zijn			0,714				
Meest plezierige dingen			0,575				
Sociaal contact						0,711	3,1230
Mensen met dezelfde interesses				0,772			
Nieuwe mensen ontmoeten				0,749			
Graag met vrienden/familie/kinderen				0,566			
Extern gedrevenheid						0,47	2,6458
Mensen teleurgesteld					0,732		
Slecht gevoel over mezelf					0,697		
Initial eigenvalue	7,467	2,354	1,907	1,186	1,042		
Percentage of variance explained	35,556	11,211	9,082	5,646	4,963		
Cumulative percentage of variance explained	35,556				66,457		

Extraction Method: Principal Component Analysis | Rotation Method: Varimax | KMO = 0.874 | Bertlett's test of sphericity, $p < 0,001$

Inhoudelijke interpretatie

Tabel 4.7 laat de uitkomsten zien van de factoranalyse. Factor 1 vertoont de meeste variantie (35,6%) met een betrouwbaarheidcoëfficiënt van 0,853. In deze factor zijn zeven variabelen opgenomen (fysiek ontspannen, spieren en gewrichten versterken, mentaal ontspannen, structuur in het leven, uithoudingsvermogen/conditie, afvallen en afleiding in het dagelijkse leven) en hebben te maken met de fysieke- en geestelijke gesteldheid van het lichaam. Op basis hiervan krijgt deze factor de naam *gezondheid & ontspanning*. Het relatief grote aandeel van de totale variantie van deze factor leidt tot de conclusie dat onder zwembadgebruikers, gezondheid & ontspanning een centraal onderscheidende motivatie thema is. Factor 2 beslaat vijf variabelen (leren over deze sport, verbeteren in deze sport, meten met anderen, uitdaging en avontuur). Op basis van deze variabelen kan de factor omschreven als *leren & uitdaging*. Deze factor verantwoordt ongeveer 11,2% van de variantie in de data. De derde factor (9% van de variantie) krijgt de naam *plezier & verkoeling*. Dit heeft te maken met vier variabelen die deze factor verklaren (verkoelend en verfrissend, individueel, mezelf kan zijn en meest plezierige dingen). Factor 4 kent een duidelijke structuur. Met drie variabelen (mensen met dezelfde interesses, nieuwe mensen ontmoeten en graag met vrienden/familie/kinderen zwemmen) krijgt deze factor de naam *sociaal contact*. Deze factor verklaart 5,6% van de variantie in de data. Ten slotte factor 5 beslaat twee variabelen (mensen teleurgesteld en slecht gevoel over mijzelf). Het zijn de mensen die gaan sporten vanwege extrinsieke redenen waardoor deze factor *extern gedrevenheid* kan worden genoemd. Factor 5 verklaart 4,96% van de variantie in de data.

Samengevat kan er gezegd worden dat mensen gaan zwemmen vanwege vijf push factoren: gezondheid & ontspanning, leren & uitdaging, plezier & verkoeling, sociaal contact en extern gedrevenheid. Op basis van de gemiddelde scores zijn gezondheid & ontspanning (3,58), plezier & verkoeling (3,50), sociaal contact (3,12),

leren & uitdaging (2,80) en extern gedrevenheid (2,64) respectievelijk gezien belangrijke push factoren onder zwembadgebruikers.

4.2.2 Pull factoren

Op identieke wijze, als in subparagraaf 4.2.1 waar push motivatie items zijn gebruikt in de factoranalyse, worden in deze subparagraaf 29 pull motivatie items gebruikt voor de factoranalyse.

Procedure en statistische interpretatie

Een eerste factoranalyse is uitgevoerd waarbij zes factoren worden onderscheiden op basis van eigenwaarden groter dan één en vertegenwoordigd 65,04% van de totale variantie van de variabelen. Uit deze analyse blijkt de variabele (item) '50-meterbad' factorladingen heeft van minder dan 0,50. Hierdoor wordt dit item verwijderd voor verder analyse. Opmerkelijk is dat veel respondenten aangeven gebruik te maken van het 50-meterbad (58,3%) en daarmee een belangrijk pull motivatie is. Echter kan het een dusdanig belangrijke factor zijn waar het effect verdeeld is over meerdere factoren.

Een herziene factor oplossing met 28 push items resulteert in een 6-factor oplossing met eigenwaarden groter dan één en vertegenwoordigt 66,384% aan totale variantie (zie tabel 4.8). Er zitten geen correlatiecoëfficiënten tussen de variabelen groter dan 0,9. Er is dus geen sprake van multicollineariteit. Bovendien alle variabelen correleren redelijk met alle andere variabelen. Dat betekent dat bepaalde variabelen met elkaar correleren omdat zij een bepaalde factor meten. De Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) waarde is 0,891 en dat is ruim boven het criterium van 0,5 en valt net als de push items in het gebied van verdienstelijk ('meritorious') (Field, 2013, p.685). De steekproefomvang is dus voldoende voor het uitvoeren van een factoranalyse. De Bartlett's Test of Sphericity is significant ($p < 0,001$). Dat wil zeggen dat de correlaties tussen de variabelen significant verschillen van nul en de analyse geschikt is. De interne consistentie van de factoren, gemeten met de Cronbach's alpha's, laten een goede betrouwbaarheid zien met uitzondering van factor 6.

Inhoudelijke interpretatie

In tabel 4.8 staan de uitkomsten van de factoranalyse. Factor 1 kent acht variabelen (glijbaan, speelmateriaal, duiktoren en/of springplank, kleuterbad, sauna, golfslagbad, zwemprogramma's en horece/sportkantine) met een variantie van 31,67%. Op basis van deze variabelen krijgt deze factor de naam *faciliteiten*. Factor 2 (13,45% variantie) krijgt de omschrijving *bereikbaarheid & toegankelijkheid*, omdat de variabelen parkeergelegenheden, openingstijden, overzichtelijkheid, bereikbaarheid en rust in het zwembad in deze factor zitten. Factor 3 (1,734% variantie) beschrijft de sfeer in het zwembad, moderne uitstraling, kwaliteit-prijs verhouding, beschikbare faciliteiten en temperatuur water. Vanwege deze variabelen kan factor 3 beschreven worden als *uitstraling & kwaliteit*. Factor 4 (1,641% variantie) kent vier variabelen (onderhoud, hygiëne kleedkamers en toiletten, veiligheidsmaatregelen en toezicht), waardoor deze factor omschreven kan worden als *hygiëne en veiligheid*. Factor 5 vertegenwoordigt 1,348% van de totale variantie in de data. Het gaat hierbij om de kennis en vaardigheden, beschikbaarheid en klantvriendelijkheid van het personeel. Deze factor kan beschreven worden als *zwembadpersoneel*. De laatste factor (1,231% variantie) betreft de variabelen zwemsportverenigingen, evenementen en diverse hulpmiddelen. Deze factor focust zich op *(top)sport uitrusting*.

Samengevat kan er gezegd worden dat mensen worden aangetrokken om voor een bepaald zwembad te kiezen op basis van zes pull factoren: faciliteiten, bereikbaarheid & toegankelijkheid, uitstraling & kwaliteit, hygiëne en veiligheid, zwembadpersoneel en als laatste (top)sport uitrusting. Op basis van de gemiddelde scores zijn bereikbaarheid & toegankelijkheid (3,61), hygiëne en veiligheid (3,57), zwembadpersoneel (3,46), uitstraling en kwaliteit (3,42), (top)sport uitrusting (2,83) en faciliteiten (2,63) respectievelijk gezien belangrijke pull factoren onder zwembadgebruikers. Opvallend hier is de lage gemiddelde score voor faciliteiten. Dit heeft waarschijnlijk te maken met de variabele '50-meterbad' dat door de factoranalyse niet is meegenomen in deze factor. Om dit te controleren is voor deze variabele ook de gemiddelde score uitgerekend en bedraagt 3,73. Dat betekent dat na de variabele 'bereikbaarheid' (3,94) dit de belangrijkste pull item is.

Tabel 4.8: Factor analyse pull motivaties zwembadgebruikers

Items	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Cronbach's α	Gemiddelde
Faciliteiten							0,901	2,6339
Glijbaan	0,863							
Speelmateriaal	0,812							
Duiktoren en/of springplank	0,806							
Kleuterbad	0,795							
Sauna, stoombad of zonnebank	0,740							
Golfslagbad	0,709							
Georganiseerde zwemprogramma's	0,579							
Horeca/sportkantine	0,553							
Bereikbaarheid & toegankelijkheid							0,822	3,6160
Parkeergelegenheden/stallingplaatsen		0,770						
Openingstijden		0,763						
Overzichtelijkheid		0,726						
Bereikbaarheid		0,616						
Rust in het zwembad		0,598						
Uitstraling & kwaliteit							0,816	3,4242
Sfeer in het zwembad			0,752					
Moderne uitstraling			0,692					
Kwaliteit-prijs verhouding			0,692					
Beschikbare faciliteiten			0,682					
Temperatuur water			0,678					
Hygiëne & veiligheid							0,851	3,5742
Onderhoud zwembad				0,819				
Hygiëne kleedkamers en toiletten				0,749				
Veiligheidsmaatregelen				0,680				
Toezicht				0,641				
Zwembadpersoneel							0,875	3,4667
Kennis en vaardigheden personeel					0,833			
Beschikbaarheid personeel					0,829			
Klantvriendelijkheid personeel					0,825			
(Top)sport uitrusting							0,697	2,8397
Zwemsportverengingen						0,817		
Evenementen						0,802		
Diverse hulpmiddelen						0,516		
Initial eigenvalue	8,867	3,7660	1,734	1,641	1,348	1,231		
Percentage of variance explained	31,67	13,450	6,193	5,860	4,815	4,396		
Cumulative percentage of variance explained	31,67	45,120	51,312	57,173	61,988	66,384		

Extraction Method: Principal Component Analysis | Rotation Method: Varimax | KMO = 0.891 | Bertlett's test of sphericity, $p < 0,001$

4.3 Clusters van gebruikers

Op basis van motivatie factoren kunnen er homogene groepen worden gevormd. In deze paragraaf worden de resultaten uit de clusteranalyse beschreven. Clusteranalyse richt zich op het clusteren van waarnemingen op basis van een aantal variabelen. In deze paragraaf wordt antwoord gegeven op de tweede deelvraag:

2. Welke typen gebruikers zijn te onderscheiden op basis van motivatie factoren?

Om deze vraag te kunnen beantwoorden worden de push factoren (1) *gezondheid & ontspanning*, (2) *leren & uitdaging*, (3) *plezier & verkoeling*, (4) *sociaal contact* en (5) *extern gedrevenheid* voortgekomen uit de factoranalyse (paragraaf 4.2.1) gebruikt om de zwembadgebruikers in segmenten op te delen.

Procedure en statistische interpretatie

Om de groepen respondenten met soortgelijke antwoorden te identificeren is er eerst een hiërarchische clusteranalyse, volgens de methode van Ward, uitgevoerd om het aantal clusters te achterhalen. Op basis van het informatieverlies (coëfficiënten) blijkt er een significante sprong te zijn tussen de 5- en 6 cluster oplossing.

Op basis van deze methode worden dus zes clusters (segmenten) gevormd. Een 6-cluster oplossing is rationeel gezien niet de beste oplossing voor zwembadgebruikers. Aan de hand van gesprekken met experts en literatuur gaat de voorkeur uit naar minder clusters. Als gevolg hiervan is in de tweede stap een K-means clustering gebruikt. K-means clustering verdeelt de gegevens in een aantal clusters door de onderzoeker. Na het testen van een 5-cluster en een 4-cluster oplossing is er besloten om een 5-cluster oplossing te hanteren, omdat deze clusters het beste te interpreteren zijn en duidelijk onderscheidbaar. Zoals Konu e.a. (2011) aangeven is er geen specifiek resultaat dat de beste oplossing toont voor het aantal clusters, maar het aantal clusters gebaseerd is op een iteratief proces waarin de onderzoeker de meest betekenisvolle en interpretatieve oplossing wil.

Tabel 4.9 (ANOVA test) laat zien dat alle vijf de factoren bijdragen aan de differentiatie van de vijf motivatie clusters. Factor gezondheid en ontspanning onthult de grootste statistische significante verschillen tussen de vijf clusters (F=90,298) gevolgd door plezier & verkoeling (F=74,467), extern gedrevenheid (F=65,069), sociaal contact (F=50,304) en leren & uitdaging (F=9,76).

Tabel 4.9: Resultaat clusteranalyse motivaties zwembadgebruikers

Push factoren	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5	F-waarde	p-waarde
N = 348	(n = 101)	(n = 25)	(n = 50)	(n = 49)	(n = 123)		
Percentage (%)	(29,0%)	(7,1%)	(14,4%)	(14,1%)	(35,4%)		
Gezondheid & ontspanning	0,69133	<u>-1,23518</u>	<u>-1,31518</u>	0,27076	0,11014	90,298	p<0,001
Leren & uitdaging	0,01841	-0,00977	-0,68436	0,48116	<u>0,07338</u>	9,760	p<0,001
Plezier & verkoeling	0,58937	-0,47229	0,31931	<u>-1,52864</u>	0,09121	74,467	p<0,001
Sociaal contact	<u>-0,5247</u>	<u>-1,55442</u>	0,34450	-0,27311	0,49795	50,304	p<0,001
Extern gedrevenheid	<u>-0,39572</u>	0,63825	-0,75523	-0,67306	0,77035	65,069	p<0,001

Hoogste scores dikgedrukt en laagste scores onderstreept.

De nulhypothese, dat de populatiegemiddelden van alle groepen aan elkaar gelijk zijn, worden voor elke factor verworpen (sig. kleiner dan $\alpha=0,05$) en dat betekent dat de populatiegemiddelden betrouwbaar van elkaar verschillen. Dit wil alleen zeggen dat niet alle populatiegemiddelden aan elkaar gelijk zijn. Om te achterhalen welke groepsgemiddelden van elkaar verschillen wordt een Post Hoc Multiple Comparisons toets uitgevoerd. Voor dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van de Games-Howell toets, omdat de populatievarianties niet gelijk zijn, zoals gebleken uit de Levene's toets. De Games-Howell toets laat zien dat er vooral weinig significante verschillen bestaan tussen de clusters op basis van de factor leren & uitdaging. In het oog springend is dat cluster 3 op basis van leren & uitdaging significant verschilt met cluster 1, 4 en 5.

Inhoudelijke interpretatie

De vijf clusters/segmenten worden hieronder geïnterpreteerd en omschreven op basis van de clusteranalyse (tabel 4.9). Gebaseerd op de cluster grootte worden achtereenvolgens cluster 5, cluster 1, cluster 3, cluster 4 en cluster 2 besproken.

De *sociale zwemmer* (cluster 5, 35,4%) kenmerkt zich door hoge scores op de factoren extern gedrevenheid en sociaal contact. De motivatie om te gaan zwemmen is vooral vanwege de sociale contacten en gebeurt dan ook veelal met mensen die dezelfde interesses hebben en/of met vrienden of familieleden. De sociale zwemmer scoort het laagst op de factor leren & uitdaging. De sociale zwemmer is geen zwemfanaat, maar hij/zij vindt het wel degelijk leuk om af en toe te gaan zwemmen. Dit wordt beïnvloed doordat de sociale zwemmer last heeft van een schuldgevoel als hij/zij niet de tijd neemt om te gaan sporten. Hierbij doen meningen van anderen er ook toe en heerst er een sociale druk.

De *gezondheid zwemmer* (cluster 1, 29%) kenmerkt zich door hoge scores op de factoren gezondheid & ontspanning en plezier & verkoeling. De motivatie om te gaan zwemmen is vooral om het lichaam gezond en fit te maken en/of te houden. Zwemactiviteiten worden gedaan om bijvoorbeeld de spieren en gewrichten te versterken, af te vallen, fysiek en mentaal te ontspannen of het lichaam in conditie te brengen. Hij/zij kiest zwemmen als activiteit boven andere activiteiten omdat zij dit als plezierig ervaren en dit individueel kunnen beoefenen en daarmee niet afhankelijk zijn van andere mensen. De gezondheid zwemmer scoort laag op de

factoren sociaal contact en extern gedrevenheid. Hij/zij heeft niet de behoefte om tijdens het zwemmen te werken aan sociale contacten en voelt tevens weinig sociale druk van andere om te gaan zwemmen.

De *gezelligheid zwemmer* (cluster 3, 14,4%) kenmerkt zich door hoge scores op de factoren plezier & verkoeling en sociaal contact. De motivatie om te gaan zwemmen is vooral plezier van de activiteit zelf. Hij/zij zwemt graag met vrienden, familie en/of kinderen of is graag omringd door mensen dezelfde interesses, zo lang degene zichzelf kan zijn. De gezelligheid zwemmer scoort laag op de factor op gezondheid & ontspanning. Gezelligheid is belangrijker dan de motivatie om het lichaam gezond en fit te maken/houden.

De *fanatieke (zwem)sporter* (cluster 4, 14,1%) kenmerkt zich door een hoge score op factor leren & uitdaging gevolgd door gezondheid & ontspanning. De motivatie om naar het zwembad te gaan is om meer te leren in de zwemsport en zich te verbeteren in hun betreffende discipline. Hij/zij scoort laag op de factor plezier & verkoeling. Presteren en meten met anderen is daarbij belangrijker dan ontspannen. Er wordt gewerkt aan het uithoudingsvermogen en conditie van het lichaam.

De *extern gedreven zwemmer* (cluster 2, 7,1%) kenmerkt zich door een hoge score op factor extern gedrevenheid en lage scores op de overige factoren, in het bijzonder sociaal contact en gezondheid & ontspanning. De extern gedreven zwemmer wordt vooral gedreven doordat hij of zij een onaangenaam gevoel krijgt als er geen tijd wordt gemaakt om te gaan sporten en omdat het moet of iemand anders dat verlangt. Te denken valt aan schoolverplichting, revalidatie etc.

Samengevat kan er gezegd worden dat gebruikers van bovenlokale zwembaden, 15 jaar en ouder, zijn te onderscheiden in de sociale zwemmer, de gezondheid zwemmer, de gezelligheid zwemmer, de fanatieke (zwem)sporter en de extern gedreven zwemmer.

Op basis van de zelfbeschikkingstheorie (zie paragraaf 2.1.1) kan er een indeling worden gemaakt naar de mate van extrinsieke en intrinsieke motivatie bij de bovengenoemde typen gebruikers. De *sociale zwemmer* is op basis van uitkomsten uit de clusteranalyse en de bijbehorende bovenstaande omschrijving als iemand die vooral extrinsiek gemotiveerd is en daarmee niet volledig zelfbeschikkend gedrag vertoont. Dit komt doordat deze persoon grotendeels gereguleerd is door introjectie en identificatie. Dit betekent dat de persoon in kwestie handelt vanuit egoïstisch oogpunt. Hij/zij wil voor zichzelf gunstige gevolgen bewerkstelligen (sociaal contact opdoen en onderhouden) en ongunstige gevolgen voorkomen, bijvoorbeeld last van schuldgevoel vermijden als hij/zij niet gaat zwemmen. Bovendien weet de sociale zwemmer wat hij/zij wil bereiken met het zwemmen en wat de consequenties kunnen zijn qua inspanning en mogelijke resultaten. De sociale zwemmer kan zich identificeren met wat zwemmen voor degene betekent. De *gezondheid zwemmer* kan zowel intrinsiek als extrinsiek gemotiveerd zijn. Geheel van binnenuit, vanuit interesse, plezier en persoonlijke waarden streeft de gezondheid zwemmer een bepaald gedrag na. Hij/zij kies zwemmen als activiteit, om het lichaam gezond en fit te maken/houden, boven andere activiteiten. Echter kan hij/zij gereguleerd worden door introjectie. Hij/zij wil gunstige gevolgen teweegbrengen, door bijvoorbeeld af te vallen, en ongunstige gevolgen zoals overgewicht te voorkomen. De *gezelligheid zwemmer* is vrijwel intrinsiek gemotiveerd. Zwemmen als activiteit levert voldoening en daarmee motivatie op. De *fanatieke (zwem)sporter* kan zowel intrinsiek als extrinsiek gemotiveerd zijn. Het plezier om zwemmen als sport te beoefenen komt veelal uit de persoon zelf. Ook kan hij/zij van binnenuit gereguleerd worden door identificatie. De fanatieke (zwem)sporter weet wat de consequenties zijn als hij/zij bijvoorbeeld niet gaat trainen, maar ook de mogelijke resultaten zoals een betere conditie. De *extern gedreven zwemmer* is met zekere zin extrinsiek gemotiveerd en is extern gereguleerd. Dit betekent dat de motivatie van het gedrag om te gaan zwemmen extern wordt veroorzaakt. Dat zou betekenen dat hij/zij wordt gedwongen door anderen en/of door externe omstandigheden. Hij/zij kiest om te gaan zwemmen vanuit het oogpunt van externe beloning en/of bestraffing, bijvoorbeeld als degene niet gaat zwemmen dat hij/zij geen diploma krijgt.

Aan de hand van de bovenstaande omschrijvingen kan worden afgeleid dat de gezelligheid zwemmer meer mate van zelfbeschikking over het gedrag heeft. Gevolgd door de fanatieke (zwem)sporter, de gezondheid zwemmer en de sociale zwemmer. De extern gedreven zwemmer heeft wel enige mate van zelfbeschikking,

maar kan ook opgevat worden als a-gemotiveerd. Ondanks deze indeling kunnen sociale factoren van invloed zijn waardoor de ene persoon ongemotiveerd raakt of juist gemotiveerd (zie paragraaf 2.1.3).

Uit tabel 4.10 blijkt dat op basis van de steekproef de gezondheid zwemmer met 36,5% en de sociale zwemmer met 28% het meest vertegenwoordigd zijn in de Tongelreep. Het Hofbad kent als grootste groep de sociale zwemmer (38,9%) gevolgd door de gezondheidswemmer (33,3%). De Steur kent eveneens de sociale zwemmer als grootste groep (33,3%) gevolgd door de gezelligheid zwemmer (16,7%). Net als het Hofbad en De Steur is de sociale zwemmer het meest vertegenwoordigd in de Sportboulevard (42%). Als één na grootste groep is de fanatieke sporter met 21% het meest vertegenwoordigd in de Sportboulevard. Dit is echter niet representatief voor de betreffende zwembaden omdat dit beïnvloed is door de dagen en tijdstippen waarop de data is verzameld. Een voorbeeld hierbij is dat het lage aandeel fanatieke (zwem)sporters in de Tongelreep te maken kan hebben met het hoge aandeel (89,6%) van respondenten in de Tongelreep dat niet lid is van een zwemvereniging.

Tabel 4.10: Clustervertegenwoordiging per zwembad

	Tongelreep (N=93)		Hofbad (N=90)		De Steur (N=84)		Sportboulevard (N=81)	
	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal
Gezondheid zwemmer	36,5 %	34	33,3 %	30	25,0 %	21	19,8 %	16
Extern gedreven zwemmer	12,9 %	12	2,2 %	2	11,9 %	10	1,2 %	1
Gezelligheid zwemmer	15,1 %	14	10,0 %	9	16,7 %	14	16,0 %	13
Fanatieke (zwem)sporter	7,5 %	7	15,6 %	14	13,1 %	11	21,0 %	17
Sociale zwemmer	28,0 %	26	38,9 %	35	33,3 %	28	42,0 %	34

4.4 Verschillen tussen de typen gebruikers

Om de typen gebruikers, die in paragraaf 4.3 zijn geïdentificeerd, beter te begrijpen worden zij vergeleken op basis van persoonskenmerken en zwemgedragingen. Bovendien een vergelijking aan de hand van reisgedragingen om meer inzicht te krijgen in de ruimtelijke patronen van de typen gebruikers. Deze paragraaf geeft dan ook antwoord op de volgende vraag:

3. *Welke verschillen bestaan er tussen de typen gebruikers op basis van persoonskenmerken, zwemgedrag en reisgedrag?*

Nadat deze vraag beantwoord is, worden de clusters vergeleken op basis van de in subparagraaf 4.2.2 geïdentificeerde pull factoren. Hiermee kan bepaald worden welke elementen van het bovenlokale zwembad als aantrekkingskracht fungeert bij bepaalde typen gebruikers.

4.4.1 Persoonskenmerken

Op basis van persoonskenmerken zijn er verschillen te vinden tussen de vijf typen gebruikers. De kruistabellen in bijlage VI zijn gebaseerd op steekproefgegevens en daardoor kunnen de percentages slechts een indruk geven van een mogelijk statistisch verband. Met de Chi-kwadraattoets wordt het statistisch verband in de hele populatie onderzocht.

Relatief gezien is de man ten opzichte van de vrouw het meest vertegenwoordigd bij elk type gebruiker. Wel blijkt dat relatief meer fanatieke (zwem)sporters man zijn (63,3%) in vergelijking met de andere typen gebruikers. De gezondheid zwemmer kent het hoogste aandeel vrouwen (48,5%) ten opzicht van de andere typen gebruikers. Hoewel dit verschil met de andere gebruikers nihil is. Uit de Chi-kwadraattoets blijkt dat er geen statistisch significant verband is tussen de variabelen 'geslacht' en 'typen gebruikers' ($\chi^2(4) = 1.965$, $p = 0,742$).

De gezelligheid zwemmer blijkt relatief meer fulltime werkend te zijn (46%), de gezondheid zwemmer meer parttime werkend (30,7%) en de extern gedreven zwemmer meer studierend (32%) ten opzichte van de andere

typen gebruikers. Ondanks dit mogelijke verband blijkt dat het aandeel fulltime werken als dagelijkse hoofdactiviteit bij elke type gebruiker het hoogst is. Uit de Chi-kwadraattoets blijkt dat er geen statistisch significant verband is tussen de variabelen ‘dagelijkse hoofdactiviteit’ en ‘typen gebruikers’ ($\chi^2 (20) = 28.503, p = 0,098$).

Alle vijf typen gebruikers worden gekenmerkt door een hoog aandeel in de huishoudensituatie twee volwassenen met kind(eren). Relatief gezien blijkt de gezelligheid zwemmer vaker een huishouden te hebben van twee volwassenen met kind(eren) (64%) in vergelijking met de andere typen gebruikers. De fanatieke sporter daarentegen kent relatief gezien het kleinste aandeel huishoudens van twee volwassenen met kind(eren) (38,8%) in vergelijking met de typen gebruikers. Ondanks het mogelijk statistisch verband mag de Chi-kwadraattoets niet worden uitgevoerd omdat niet aan de voorwaarde is voldaan om deze toets uit te mogen voeren (28% van de verwachte celfrequenties zijn lager dan 5). Categorieën kunnen samengevoegd worden, maar is in deze situatie niet wenselijk omdat het vijf afzonderlijk interpreteerbare categorieën zijn. Er kunnen dus geen uitspraken worden gedaan over een mogelijk statistisch verband tussen de variabelen ‘huishoudensituatie’ en ‘typen gebruikers’.

Op basis van de het opleidingsniveau zijn er weinig verschillen tussen de typen gebruikers. Zoals uit paragraaf 4.1.1 is gebleken zijn de respondenten grotendeels hoog opgeleid. Relatief gezien blijkt dat alle typen gebruikers meer hbo geschoold zijn, met uitzondering van de onvrijwillige zwemmers die relatief meer mbo geschoold zijn. Echter moet dit met voorzichtigheid worden geïnterpreteerd omdat de absolute getallen bij de extern gedreven zwemmer klein zijn. Een Chi-kwadraattoets heeft op basis van het opleidingsniveau weinig zin, omdat er al geconstateerd is dat elke type gebruiker relatief meer hoog opgeleid is. Bovendien mag de toets niet worden uitgevoerd omdat niet aan de voorwaarde is voldaan.

Aan de hand van het gezinsinkomen blijkt dat bij alle typen gebruikers relatief meer boven modaal verdienen, behalve de extern gedreven zwemmer (zie tabel 4.11). Relatief gezien blijkt de onvrijwillige zwemmer een evenredig aandeel aan boven als beneden modaal te verdienen. Uit de Chi-kwadraat toets blijkt dat er een statistisch significant verband bestaat tussen het inkomen en typen gebruikers ($\chi^2 (8) = 15.841, p = 0,045$). Dat betekent dat nagenoeg elk type gebruiker in te delen is de categorie boven modaal inkomen, met uitzondering van de onvrijwillige zwemmer. Echter volgens de associatiemaat Cramér's V van 0,045 duidt dit op een nihil verband.

Tabel 4.11: Verschillen tussen zwembadgebruikers op basis van gezinsinkomen

Gezinsinkomen $\chi^2 (12) = 22.113,$ $p = 0,036$	Gezondheid zwemmer (Cluster 1)		Extern gedreven zwemmer (Cluster 2)		Gezelligheid zwemmer (Cluster 3)		Fanatieke (zwem)sporter (Cluster 4)		Sociale zwemmer (Cluster 5)	
	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal
	Beneden modaal	18,1 %	13	38,5 %	5	22,2 %	8	18,5 %	5	17,8 %
Gelijk aan modaal	18,1 %	13	23,0 %	3	27,8 %	10	0,0 %	0	28,8 %	21
Boven modaal	63,8 %	46	38,5 %	5	50,0 %	18	81,5 %	22	53,4 %	39

Om te achterhalen of er verschillen zijn in de gemiddelde leeftijd tussen de typen gebruikers is gebruik gemaakt van de Kruskal-Wallis toets als niet-parametrisch alternatief voor de variantie-analyse (ANOVA). De reden hiervoor is dat er niet aan de vooronderstelling van een normale verdeling om een variantie-analyse te mogen uitvoeren is voldaan. Dit blijkt uit de boxplots en de de Shapiro-Wilk toets van normaliteit ($p < 0,05$). Een opmerking hierbij is dat de Kruskal-Wallis toets gebruik maakt van de mediaan als centrummaat in tegenstelling tot het gemiddelde als centrummaat bij ANOVA.

De gemiddelde leeftijden verschillen tussen de typen gebruikers (tabel 4.12). De gezondheid zwemmers kent gemiddeld een hogere leeftijd (37 jaar) dan de andere typen gebruikers. Gevolgd door de sociale zwemmer (35 jaar), de gezelligheid zwemmer (34 jaar), de extern gedreven zwemmer (31 jaar) en de fanatieke sporter (30 jaar). Ondanks deze gemiddelde leeftijden dicht bij elkaar liggen kan dit betekenen dat mensen in hun jongere jaren fanatieker zijn. Tevens de extern gedreven zwemmer die in zijn/haar jongere jaren verplicht is om te gaan zwemmen, als een verplicht vak op school. Betreft de andere typen gebruikers kan het zijn dat hoe ouder

iemand wordt de focus wordt verlegd naar het belang van sociale contacten en zwemmen voor de gezondheid. Ondanks deze interpretatie zijn de gemiddelde leeftijdsverschillen niet statistisch significant ($\chi^2(4) = 3.994$, $p = 0,407$).

Tabel 4.12: Verschillen tussen zwembadgebruikers op basis van gemiddelde leeftijd (mediaan)

	<i>Aantal</i>	<i>Mediaan</i>
Gezondheid zwemmer	100	37 jaar
Onvrijwillige zwemmer	25	31 jaar
Gezelligheid zwemmer	50	34 jaar
Fanatieke (zwem)sporter	49	30 jaar
Sociale zwemmer	123	35 jaar

4.4.2 Zwemgedrag

De verschillen tussen de typen gebruikers op basis van zwemgedragingen zijn te vinden in tabel 4.13 en bijlage VI. Een opmerking hierbij is dat alleen de variabelen die een statistisch significant verband hebben met de typen gebruikers in tabel 4.13 zijn opgenomen. Bovendien telt niet alles op tot 100% omdat de respondenten bij een aantal vragen meerdere antwoorden konden geven. Dit gaat om de vragen 'hoofdreden voor het bezoek', 'meest gebruik van bepaalde faciliteit' en de 'deelname aan wedstrijden'.

Een aantal hoofdredenen voor het bezoek aan het zwembad verschilt statistisch significant tussen de typen gebruikers. Relatief gezien gaan meer gezondheid zwemmers recreatief baantjes zwemmen (57,4%) en de gezelligheidswemmer het minst vaak (18%). Dit verband is een zwak verband ($V=0,295$). Er blijkt juist dat relatief meer gezelligheid zwemmers mee zwemmen als ouder of begeleider van kinderen (52%) ten opzichte van de andere gebruikers (matig sterk verband, $V=0,314$). Bovendien spelen de gezelligheid zwemmers relatief meer in en rond het water (36%) in vergelijking met andere gebruikers (matig sterk verband, $V=0,307$).

Verder blijkt dat relatief meer gezondheid zwemmers (71,3%), extern gedreven zwemmer (68%) en fanatieke (zwem)sporters (67,3%) het meest gebruik maken van het 50-meterbad. Uit de Chi-kwadraattoets blijkt dat dit een matig sterk statistisch significant verband te zijn ($\chi^2(4) = 36.811$, $p < 0,01$; $V=0,325$). Dit matig sterk verband ($V=0,393$) geldt ook voor het gebruik van het recreatiebad/golfslagbad onder de gezelligheid zwemmers (62%).

Het aandeel verenigingsleden is het hoogst bij de fanatieke sporters (53,1%). Relatief hebben de andere typen gebruikers meer niet-verenigingsleden. Ondanks dit verband statistisch significant is ($\chi^2(4) = 30.089$, $p < 0,01$), is het een zwak verband ($V=0,294$). Dit komt waarschijnlijk doordat er ook een hoog aandeel (42,3%) verenigingsleden binnen de sociale zwemmers bevind. Relatief meer fanatieke sporters nemen deel aan regionale (25%) en nationale zwemsportwedstrijden (35,4%) ten opzichte van de andere gebruikers. Ook hier blijkt dat dit verband zwak is ($V=0,297$). Aannemelijk is dat dit komt door het hoge aandeel van regionale en nationale zwemsportwedstrijden binnen de sociale zwemmers. Opvallend is dat het aandeel onderlinge wedstrijden en lokale wedstrijden niet significant verschillen tussen de typen gebruikers. Met name het aandeel lokale wedstrijden is verdeeld over de typen gebruikers, met uitzondering van de gezelligheid zwemmer (zie bijlage V). De gezelligheid zwemmer blijken relatief meer niet deel te nemen aan zwemsportwedstrijden (92%) ten opzichte van de andere gebruikers. Dit is een statistisch zwak verband ($\chi^2(4) = 27.498$, $p < 0,01$; $V=0,282$).

De fanatieke (zwem)sporter beoefent zwemsport relatief meer als enige sport (36,7%) gevolgd door de sociale zwemmer (34,4%) vergeleken met de andere typen gebruikers. Tevens blijkt dat het aandeel mensen dat naast de zwemsport ook nog een andere sport beoefenen het hoogst is bij de fanatieke (zwem)sporters (34,7%) en bij de gezondheid zwemmer (34,7%). Een deel van de gezondheid zwemmers die recreatieve baantjes zwemt, zien het zwemmen daardoor als een sport. Echter niet iedereen die recreatief zwemt, voelt zich een (zwem)sporter. Gezelligheid zwemmers beoefenen relatief meer een andere sport (40%) of helemaal geen

sport (44%). Het verband tussen het wel of niet zijn van een (zwem)sporter en de typen gebruikers is statistisch significant ($\chi^2 (12) = 54.588, p < 0,01$), maar een toont een zwak verband ($V=0,229$).

Tabel 4.13: Verschillen tussen zwembadgebruikers op basis van zwemgedrag

Zwemgedrag	Gezondheid zwemmer (Cluster 1)		Onvrijwillige zwemmer (Cluster 2)		Gezelligheid zwemmer (Cluster 3)		Fanatieke sporter (Cluster 4)		Sociale zwemmer (Cluster 5)	
	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal
Hoofdreden bezoek										
Baantjes zwemmen * (recreatief)	57,4 %	58	40,0 %	10	18,0 %	9	22,4 %	11	35,0 %	43
Mee zwemmen *	17,8 %	18	20,0 %	5	52,0 %	26	10,2 %	5	16,3 %	20
Spelen in en rond water *	6,9 %	7	12,0 %	3	36 %	18	2,0 %	1	12,2 %	15
Meest gebruik van faciliteit										
50-meterbad *	71,3 %	72	68,0 %	17	22,0 %	11	67,3 %	33	56,9 %	70
Recreatiebad/ golfslagbad *	19,8 %	20	8,0 %	2	62,0%	31	6,1 %	3	21,1%	26
Lid zwemvereniging $\chi^2 (4) = 30.089, p < 0,01$										
Ja	25,7 %	26	20,0 %	5	10,0 %	5	53,1 %	26	42,3 %	52
Nee	74,3 %	75	80,0 %	20	90,0 %	45	46,9 %	23	57,7 %	71
Deelname aan wedstrijden										
Regionale wedstrijden*	8,9 %	9	12,0 %	3	6,0 %	6	25,0 %	12	16,3 %	20
Nationale wedstrijden*	10,9 %	11	4,0 %	1	2,0 %	2	35,4 %	17	19,5 %	24
Geen deelname aan * wedstrijden	78,2 %	79	80,0 %	20	92,0 %	92	50,0 %	24	64,2 %	79
Sporter wel/niet $\chi^2 (12) = 54.588, p < 0,01$										
Zwemsport enige sport	32,6 %	33	20,0 %	5	14,0 %	7	36,7 %	18	34,4 %	42
Naaast zwemsport nog ander sport	34,7 %	35	20,0 %	5	2,0 %	1	34,7 %	17	23,0 %	28
Beoefen ander sport	21,8 %	22	36,0 %	9	40,0 %	20	20,4 %	10	27,0 %	33
Beoefen geen sport	10,9 %	11	24,0 %	6	44,0 %	22	8,2 %	4	15,6 %	19
Aantal keer gezwommen $\chi^2 (16) = 34.390, p = 0,05$										
Eerste keer	7,9 %	8	4,0 %	1	16,0 %	8	8,2 %	4	5,7 %	7
Tot één keer per maand	22,8 %	23	36,0 %	9	52,0 %	26	28,6 %	14	22,0 %	27
Tot één keer per week	35,6 %	36	36,0 %	9	20,0 %	10	34,7 %	17	36,6 %	45
Tot drie keer per week	21,8 %	22	20,0 %	5	6,0 %	3	16,3 %	8	16,3 %	20
Drie keer of meer per week	11,9 %	12	4,0 %	1	6,0 %	3	12,2 %	6	19,4 %	24

* Statistisch significant

De verschillen tussen de typen gebruikers op basis van het aantal keer zwemmen is in eerste instantie uitgevoerd met een variantie-analyse (ANOVA). Echter blijkt de variabele niet normaal verdeeld te zijn en daarmee is er niet aan de voorwaarde voldaan om een ANOVA uit te voeren. Bovendien zitten er uitschieters (outliers) in de data die niet wenselijk zijn omdat zij het resultaat te veel kunnen beïnvloeden. Er is daarom gekozen om de variabele 'aantal keer gezwommen' te hercoderen en op te delen in de klassen 'eerste keer', 'tot één keer per maand', 'tot één keer per week', 'tot drie keer per week' en 'drie of meer keer per week' (zie tabel 4.13). Met deze indeling blijkt er een opmerkelijk significant verband te bestaan tussen het aantal keer te hebben gezwommen en de typen gebruikers ($\chi^2 (16) = 34.3909, p < 0,01$). Het aandeel mensen dat tot één keer per week (12 tot 50 keer per jaar) gaan zwemmen is het hoogst bij de sociale zwemmer (36,6%). Opgemerkt moet worden dat dit minimaal verschilt met de andere typen gebruikers, met uitzondering van gezelligheid zwemmer. De gezelligheid zwemmer zwemt relatief gezien één keer per maand (2 tot 12 keer per jaar) (52%). Dit kan betekenen dat de gezondheid zwemmer routinematig baantjes komt zwemmen, de extern gedreven zwemmer in een bepaalde periode structureel gebruik maakt van het zwembad en de sociale zwemmer er een gewoonte van maakt om eens per week met bepaalde mensen te gaan zwemmen.

4.4.3 Reisgedrag

Hieronder worden de verschillen tussen de typen gebruikers op basis van het reisgedrag beschreven. Tijdens het verwerken van de data bleek een aparte groep reisgezelschap te bestaan, namelijk

klasgenoten/teamgenoten (zie paragraaf 4.1.3). In de analyse om verschillen in reisgezelschap tussen de typen gebruikers te identificeren is ervoor gekozen om deze groep samen te voegen met de groep ‘groepsverband met begeleider’ bij de groep ‘anders’. Dit is vanwege het kleine aandeel van deze groepen bij de typen gebruikers. Door het hercoderen van de variabele reisgezelschap wordt er aan de voorwaarden voldaan om een Chi-kwadraattoets te mogen uitvoeren. Er blijken significante verschillen te zijn tussen de clusters op basis van reisgezelschap ($\chi^2(20) = 68.856, p < 0,01$).

Uit de percentages blijkt dat relatief meer gezondheid zwemmers alleen naar het zwembad komen (37,6%) of met de partner, vriend of vriendin (25,7%) ten opzichte van de andere gebruikers. Het aandeel gezin, ouders of familieleden als reisgezelschap is het hoogst bij de gezelligheid zwemmer (54%). Tevens blijkt dat de sociale zwemmer vaker met het gezin, ouders of familieleden naar het zwembad gaat. Het aandeel vrienden, kennissen of collega's is het hoogst bij de fanatieke sporter (22,4%) ten opzichte van de andere gebruikers. Echter blijkt dat de fanatieke sporter vaker alleen naar het zwembad gaat (28,6%). De bovenstaande verdeling is een statistisch zwak verband ($V=0,21$).

Alle vijf de typen gebruikers maken meestal gebruik van de auto(/motor) als vervoermiddel om naar een bovenlokale zwembad te gaan (zie bijlage VI). Toch blijkt dat de sociale zwemmers en gezondheid zwemmers ook vaak op de fiets naar het zwembad gaan (43,1% en 40,6%). Door de minimale verschillen tussen de typen gebruikers op basis van het vervoermiddel blijkt dit mogelijke verband niet significant te zijn. Het hoge aandeel fietsgebruik bij de gezondheid zwemmer kan verklaard worden doordat relatief meer gezondheid zwemmers naar het dichtstbijzijnde zwembad gaan (51,5%). Tevens blijkt dat de gezelligheid zwemmer vaker naar het dichtstbijzijnde zwembad gaat (50%). Het aandeel dat niet naar het dichtstbijzijnde zwembad gaat is hoogst bij de fanatieke sporters (61,2%). Opvallend is dat de sociale zwemmer vaker naar een zwembad gaat die verder gelegen is (52,8%), terwijl een groot deel van deze groep op de fiets naar het zwembad gaat. Er blijkt een statistisch significant verband te bestaan tussen de variabelen ‘dichtstbijzijnd zwembad’ en ‘typen gebruikers’. Echter wel aangeduid als een zwak verband ($V=0,166$).

Elk type gebruiker maakt relatief gezien regelmatig gebruik van hetzelfde zwembad om daar te gaan zwemmen (zie bijlage V). Toch opvallend is dat het aandeel ‘regelmatig gebruik van andere zwembaden’ het hoogst is bij de sociale zwemmers (45,5%) in vergelijking met de andere typen gebruikers. Echter is er geen statistisch significant verband tussen de variabelen ‘regelmatig gebruik van andere zwembaden’ en ‘typen gebruikers’.

Tabel 4.14: Verschillen tussen zwembadgebruikers op basis van reisgedrag

Reisgedrag	Gezondheid zwemmer (Cluster 1)		Onvrijwillige zwemmer (Cluster 2)		Gezelligheid zwemmer (Cluster 3)		Fanatieke sporter (Cluster 4)		Sociale zwemmer (Cluster 5)	
	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal
Gezelschap $\chi^2(16) = 61.357, p < 0,01$										
Alleen	37,6 %	38	28,0 %	7	8,0 %	4	28,6 %	14	17,9 %	22
Partner, vriend of vriendin	25,7 %	26	12,0 %	3	12,0 %	6	8,2 %	4	19,4 %	24
Gezin, ouders of familie	25,7 %	26	28,0 %	7	54,0 %	27	26,5 %	13	28,5 %	35
Vrienden, kennissen of collega's	5,9 %	6	8,0 %	2	22,0 %	11	22,4 %	11	12,2 %	15
Anders	5,1 %	5	24,0 %	6	4,0 %	2	14,3 %	7	22,0 %	27
Dichtstbijzijnd zwembad $\chi^2(8) = 19.191, p = 0,014$										
Ja	51,5 %	52	36,0 %	9	50,0 %	25	38,3 %	19	45,4 %	56
Nee	45,5 %	46	56,0 %	14	38,0 %	19	61,2 %	30	52,8 %	65
Weet ik niet	3,0 %	3	8,0 %	2	12,0 %	6	0,0 %	0	1,6 %	2

4.4.4 Pull factoren

Paragraaf 4.2.2 laat zien dat de pull factoren faciliteiten, bereikbaarheid & toegankelijkheid, uitstraling & kwaliteit, hygiëne en veiligheid, zwembadpersoneel en als laatste (top)sport uitrusting, belangrijke motivatie factoren zijn onder zwembadgebruikers. Daarbij bleek de factor bereikbaarheid & toegankelijkheid het belangrijkste te zijn. Echter kan dit verschillen tussen de typen gebruikers. In deze paragraaf worden deze

verschillen tussen de typen gebruikers, op basis van de pull factoren, onderzocht met de variantie-analyse (ANOVA). Uit de Levene's toets (homogeniteitseis) blijkt dat niet alle varianties van alle groepen gelijk zijn. Dit geldt voor de factoren bereikbaarheid & toegankelijkheid ($p=0,015$) en zwembadpersoneel ($p=0,033$). Voor deze twee factoren is gebruik gemaakt van de Welch toets om het verschil in varianties te corrigeren. Voor de overige factoren geldt de 'normale' uitvoer van ANOVA (zie tabel 4.15).

Uit tabel 4.15 blijkt dat de gemiddelde scores van de pull factor 'faciliteiten' het hoogst zijn bij de gezelligheid zwemmer (0,35) en de sociale zwemmer (0,149). Dit betekent dat deze twee groepen gebruik maken van een specifiek zwembad op basis van bepaalde faciliteiten. Deze faciliteiten zijn belangrijk voor de overweging om een bepaald zwembad te kiezen boven een ander zwembad. Aan de hand van de overschrijdingskans (Sig. = $<0,001$) wordt de nulhypothese, dat de populatiegemiddelden van alle groepen aan elkaar gelijk zijn, verworpen. De gemiddelde motivatie scores van typen gebruikers verschillen (met 95% betrouwbaarheid) significant van elkaar. De sterkte van dit verband is zwak ($Eta=0,242$).

De bereikbaarheid & toegankelijkheid van het zwembad is het belangrijkste voor de sociale zwemmer (0,15) en de gezondheid zwemmer (0,14). Voor de extern gedreven zwemmer is deze factor van minder belang ten opzichte van de andere gebruikers. Dit verband is statistisch significant ($p=0,006$) en duidt op een zwak verband ($Eta=0,281$). Uitstraling & kwaliteit is de belangrijkste motivatie factor voor de gezondheid zwemmer (0,22). Ook de fanatieke sporter blijkt uitstraling & kwaliteit van het zwembad belangrijk te vinden (0,0872). Opvallend is dat de gezelligheid zwemmer dit niet de motivatie beïnvloed om gebruik te maken van een specifiek zwembad. Het gevonden verband is statistisch significant ($p=0,013$), maar wel een zwak verband ($Eta=0,197$).

De gezondheid zwemmer en de gezelligheid zwemmer geven het meest om de hygiëne & veiligheid in het zwembad, in tegenstelling tot de extern gedreven zwemmer. Ondanks dit een verband kan zijn is het niet statistisch significant ($p=0,657$). Dit betekent dat de hygiëne & veiligheid niet verschilt tussen de typen gebruikers en dus een algemeen motivatie factor is. Ditzelfde geldt voor de factor zwembadpersoneel. Voor de gezondheid zwemmer en de sociale zwemmer is dit een belangrijke factor, ten opzichte van de andere gebruikers, maar verschilt niet significant van elkaar. Opmerkelijk is dat de sociale zwemmer meer waarde hecht aan de (top)sport uitrusting (0,39) dan de fanatieke sporters (0,20). Tevens vindt de gezondheidswemmer ook belangrijk dat er (top)sport uitrusting in het bovenlokale zwembad aanwezig is. De extern gedreven zwemmer en de gezelligheid zwemmer vinden dit het minst belangrijk. Het bovenstaande verband tussen de factor '(top)sport uitrusting' en 'typen gebruikers' is statistisch significant ($p<0,001$) en duidt op een matig sterk verband ($Eta=0,413$).

Tabel 4.15: Verschillen tussen zwembadgebruikers op basis van pull factoren

Pull factoren	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5	F-waarde	p-waarde
	Gezondheid zwemmer	Onvrijwillige zwemmer	Gezelligheid zwemmer	Fanatieke (zwem) sporter	Sociale zwemmer		
Faciliteiten	-0,1104	-0,3432	0,3525	-0,3878	0,1492	4,742	$P<0,001^*$
Bereikbaarheid & toegankelijkheid	0,1375	-0,9079	0,1253	-0,1052	0,1505	6,276	$P=0,006^*$
Uitstraling & kwaliteit	0,2231	-0,3125	-0,3268	0,0872	-0,0532	3,172	$P = 0,013^*$
Hygiëne & veiligheid	0,1242	-0,1429	0,0614	-0,0410	-0,0444	0,596	$P = 0,657$
Zwembadpersoneel	0,1153	-0,3091	-0,1278	-0,0234	0,0101	1,086	$P = 0,437$
(Top)sport uitrusting	0,0111	-0,5615	-0,7890	0,2035	0,3950	13,924	$P<0,001^*$

* Statistisch significant

4.5 Conclusie

Op basis van de resultaten en analyse in dit hoofdstuk kunnen de onderstaande conclusies worden getrokken.

De push en pull benadering geeft een helder beeld van de motivaties die voor komen bij gebruikers (15 jaar en ouder) van bovenlokale zwembaden. De push factoren die aanleiding geven tot actie en om deel te nemen aan zwemactiviteiten in bovenlokale zwembaden zijn gezondheid & ontspanning, plezier & verkoeling, sociaal contact en extern gedrevenheid. Push factor gezondheid & ontspanning is de belangrijkste push factor onder (bovenlokale) zwembadgebruikers. Push factor extern gedrevenheid is de minst belangrijke factor en heeft een lage interne consistentie en is daardoor minder betrouwbaar. De pull factoren die mensen aantrekken om voor een bepaald zwembad te kiezen zijn de bereikbaarheid & toegankelijkheid, hygiëne & veiligheid, zwembadpersoneel, uitstraling & kwaliteit, (top)sport uitrusting en de faciliteiten. De bereikbaarheid & toegankelijkheid is de belangrijkste pull factor onder (bovenlokale) zwembadgebruikers. Dit betekent impliciet dat de ligging van het zwembad de keuze beïnvloed om wel of niet gebruik te maken van een bovenlokaal zwembad.

Op basis van de push factoren zijn vijf typen gebruikers van bovenlokale zwembaden te onderscheiden. Tevens zijn er verschillen tussen de typen gebruikers op basis van zwemgedrag en reisgedrag:

- De **sociale zwemmer** is vooral gemotiveerd om te gaan zwemmen vanwege de sociaal contacten. Hij/zij zwemt graag met vrienden, familieleden en/of mensen met dezelfde interesse. De sociale zwemmer is geen zwemfanaat, maar vindt het wel degelijk leuk om af en toe baantjes te trekken in het zwembad. De sociale zwemmer heeft last van een schuldgevoel als hij/zij niet de tijd neemt om te gaan sporten. Hierbij doen meningen van anderen er ook toe. De keuze van het zwembad heeft vooral te maken met de (top)sport uitrusting en de faciliteiten die worden geboden (zoals georganiseerde zwemprogramma's of de horecagelegenheden). De sociale zwemmer is vaak lid van een vereniging en beoefend de zwemsport vrijwel als enige sport. Hierbij gaat hij/zij gemiddeld tot één keer per week zwemmen (12 tot 50 keer per jaar). De sociale zwemmer gebruikt hoofdzakelijk de auto (soms de fiets) omdat hij/zij merendeel niet naar het dichtstbijzijnde zwembad gaat. De bereikbaarheid en toegankelijkheid van het zwembad is een belangrijke motivatie factor voor de sociale zwemmer om gebruik te maken van het zwembad.
- De **gezondheid zwemmer** is gemotiveerd om te gaan zwemmen om het lichaam gezond en fit te maken en/of te houden. Zwemactiviteiten worden gedaan om bijvoorbeeld de spieren en gewrichten te versterken, af te vallen, fysiek en mentaal te ontspannen of het lichaam in conditie te brengen. Hij/zij kiest zwemmen als activiteit boven andere activiteiten omdat zij dit als plezierig ervaren en dit individueel kunnen beoefenen en daarmee niet afhankelijk zijn van andere mensen. De gezondheid zwemmer gaat gemiddeld één keer per week naar het zwembad om recreatief banen te zwemmen in het 50-meterbad. Hij/zij ziet zwemmen als een vorm van sport en beoefent soms een andere sport. Hij/zij gaat voornamelijk alleen of met de partner, vriend of vriendin naar het zwembad. Hiervoor wordt hoofdzakelijk gebruik gemaakt van de auto, maar ook de fiets is een veel gebruikte vervoermiddel. De gezondheid zwemmer gaat overwegend naar het dichtstbijzijnde zwembad. Bereikbaarheid en toegankelijkheid zijn daarmee belangrijke motivatie factoren. Tevens is de uitstraling en kwaliteit en de (top)sport uitrusting van de zwemlocatie van invloed op de keuze om daar te gaan zwemmen.
- De **gezelligheid zwemmer** is vooral gemotiveerd om te gaan zwemmen vanwege het plezier van de activiteit zelf. Hij/zij zwemt graag met vrienden, familie en/of kinderen of is graag omringd door mensen dezelfde interesses, zo lang degene zichzelf kan zijn. Gezelligheid is belangrijker dan het streven naar een gezond of fit lichaam. De gezelligheid zwemmer speelt daarom liever in en rond het water of zwemt mee als ouder of begeleider van kinderen. Daarbij zijn de faciliteiten, zoals speelmateriaal of een kleuterbad, van belang in de keuze van de zwemlocatie. De uitstraling en

kwaliteit van het zwembad doen er in mindere mate toe. Het recreatiebad is waar hij/zij zich voornamelijk bevindt. Hij/zij ziet het zwemmen niet als een vorm van sport, maar als vorm van recreatie en vrije tijd. De gezelligheid zwemmer zwemt gemiddeld tot één keer per maand (2 tot 12 keer per jaar) en dat het liefst met het gezin of andere familieleden. Hij/zij gaat merendeels naar het dichtstbijzijnde zwembad, maar gebruikt toch hiervoor hoofdzakelijk de auto.

- De *fanatieke (zwem)sporter* is gemotiveerd om te gaan zwemmen vanwege de zwemsport. Zwemactiviteiten worden gedaan om meer te leren en te verbeteren in de betreffende discipline. Presteren en meten met anderen is daarbij belangrijker dan ontspannen. Er wordt gewerkt aan het uithoudingsvermogen en conditie van het lichaam. De keuze om dit in een bepaald zwembad te doen is grotendeels afhankelijk van de (top) sport uitrusting en de uitstraling en kwaliteit van het zwembad. Voornamelijk zwemt hij/zij in het 50-meterbad, is overwegend verenigingslid en neemt soms deel aan regionale en nationale zwemsportwedstrijden. Hij/zij zal daar gemiddeld meer dan één keer per week zwemmen/trainen. Toch geldt voor deze categorie dat het gemiddeld één keer per week gaat zwemmen. De fanatieke (zwem)sporter gaat vaak alleen naar het zwembad, maar ontmoet zijn/haar vrienden, kennissen of familieleden in het zwembad om samen te gaan zwemmen. Hij/zij maakt regelmatig gebruik van de auto omdat hij/zij vaak naar een verder gelegen zwembad gaat.
- De *extern gedreven zwemmer* is vrijwel geheel extrinsiek gemotiveerd om te gaan zwemmen. Hij/zij gaat zwemmen omdat het moet of omdat iemand anders dat verlangt. Bijvoorbeeld als verplichting op school of zwemles. Dit betekent dat degene soms 'onvrijwillig' gaat zwemmen. De extern gedreven zwemmer zwemt één keer per week en maakt vooral gebruik van het 50-meterbad.

Op basis van persoonskenmerken verschillen de typen gebruikers niet, met uitzondering van het gezinsinkomen. Elk type gebruiker blijkt nagenoeg een boven modaal inkomen te hebben (hoger dan €27.300,- bruto/jaar). Toch wijkt de extern gedreven zwemmer hiervan af. Hij/zij heeft vaker een beneden modaal inkomen ten opzichte van de andere typen gebruikers. Vanwege het zwak verband kan er beter gezegd worden dat de typen gebruikers geen verschillen hebben op basis van het gezinsinkomen en dus op de persoonskenmerken. Dit betekent dat managers van zwembaden, gemeenten en andere exploitanten van bovenlokale zwembaden zich moeten richten op deze typen gebruikers waarbij de persoonskenmerken niet of nauwelijks van belang zijn. Het benaderen van deze doelgroepen en daarvoor het verstrekken van de geschikte producten en diensten is zoals Konu e.a. (2011, p.1096) zegt, de sleutel tot een succesvolle bestemming. Evenwel kan er geconcludeerd worden dat ongeacht de type gebruiker de gebruikers van een bovenlokaal zwembad vrijwel hoog opgeleid zijn en financieel 'goed' bedeeld zijn.

Op basis van de zelfbeschikkingstheorie (SDT) kunnen de typen gebruikers tevens onderscheiden worden op de mate van zelfbeschikking in het gedrag. De gezelligheid zwemmer heeft meer mate van zelfbeschikking, doordat degene meer intrinsieke motivatie heeft, dan de andere typen gebruikers. Gevolgd door de fanatieke (zwem)sporter (intrinsieke motivatie en extern gereguleerd), de gezondheid zwemmer (intrinsieke motivatie en extrinsieke motivatie: introjectie) en de sociale zwemmer (extrinsieke motivatie: introjectie en identificatie). De extern gedreven zwemmer (extrinsieke motivatie: extern gereguleerd) heeft wel enige mate van zelfbeschikking, maar kan ook opgevat worden als a-gemotiveerd. Echter kunnen sociale factoren van invloed zijn waardoor een bepaald persoon ongemotiveerd raakt of juist gemotiveerder. Meer inzicht in de mate van motivatie binnen de typen gebruikers zou een adequaat beeld opleveren.

De belangrijke push factoren 'hygiëne & veiligheid' en 'zwembadpersoneel' verschillen niet significant tussen de typen gebruikers. Deze factoren zijn dus van algemeen belang. Ongeacht het type gebruiker kan het zo zijn dat als deze twee factoren niet kwalitatief waardig zijn, men de overweging maakt om ergens anders te gaan zwemmen. Het onderhoud van het zwembad, de hygiëne van de kleedkamers en toiletten en de klantvriendelijkheid van het personeel zijn aspecten die naast het inspelen op de typen gebruikers cruciaal zijn voor een succesvol bovenlokaal zwembad.

Opvallend is dat men dikwijls gebruik maakt van het betreffend bovenlokaal zwembad terwijl het niet het dichtstbijzijnde zwembad is. Dit betekent dat het bovenlokale zwembad een bepaalde aantrekkingskracht heeft. Hieruit kan geconcludeerd worden dat mensen niet alleen gemotiveerd zijn op basis van push factoren maar zeker ook pull factoren. Dit blijkt ook uit het feit dat het 50-meterbad, dat bovenlokale zwembaden hebben, het meest wordt gebruikt. Dit geldt tevens voor alle vier de zwembaden afzonderlijk. Het 50-meterbad is daardoor een attractief element van een bovenlokaal zwembad. Dat men vaak gebruik maakt van een bovenlokaal zwembad, dat verder gelegen is dan andere zwembaden, heeft ook te maken hebben met de ligging van het zwembad. Men gaat overwegend met de auto naar een bovenlokaal zwembad. Dit impliceert dat er een behoorlijke afstand moet worden afgelegd om bij het zwembad te komen. Dit wordt bekrachtigd doordat men bij het bovenlokale zwembad De Steur in Kampen veelvuldig gebruik maakt van de fiets om naar het zwembad te gaan en verklaard wordt door het feit dat dit zwembad voor haar gebruikers het dichtstbijzijnde zwembad is. Opmerkelijk is dat een derde van de zwembadgebruikers regelmatig gebruik maakt van andere zwembaden. Of deze zwembaden dichterbij gelegen zijn voor die personen kan niet geconcludeerd worden, maar de afstand naar een bovenlokaal zwembad speelt dus zeker een rol.



RESULTATEN & ANALYSE: HET VERZORGINGSGBIED

5. Resultaten & analyse: het verzorgingsgebied

Het is niet vanzelfsprekend dat de motivatie om te gaan zwemmen, ongeacht de mate van motivatie (intrinsiek/extrinsiek) en het doel, en de aantrekkingskracht van een bovenlokaal zwembad zich vertalen naar het daadwerkelijke gedrag om gebruik te maken van een bovenlokaal zwembad. De afstand die overbrugd moet worden om bij het zwembad te komen speelt een belangrijke rol. De bereidheid om een bepaalde afstand af te leggen is daarmee van invloed op het verzorgingsgebied. De bereidheid neemt echter af naarmate de afstand toeneemt. De afstandbereidheid (in deze studie de reisbereidheid genoemd) kan tevens verschillen tussen typen gebruikers. Het verzorgingsgebied wordt in dit onderzoek beschouwd als de afstand dat een gebruiker van een (bovenlokaal) zwembad bereid is om af te leggen.

In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de vierde en tevens laatste deelvraag:

1. *Wat is de reisbereidheid van de typen gebruikers en wat betekent dit voor de verzorgingsgebieden van (bovenlokale) zwembaden?*

5.1 Reisbereidheid typen gebruikers

Het feit dat de gebruikers van bovenlokale zwembaden qua motivatie, zwemgedragingen en reisgedragingen van elkaar verschillen is van invloed op de omvang van het verzorgingsgebied. De gemiddelde afstand tot een openbaar zwembad is 2,5 kilometer (Hoekman e.a. 2013, p.73). Daarmee kan gezegd worden dat in Nederland de gemiddelde reisafstand naar een zwembad beperkt is (Werff, e.a., 2013, p.244), ondanks zwembaden relatief ver weg liggen vergeleken met andere sportvoorzieningen (p.158). Toch maken bepaalde typen gebruikers gebruik van bovenlokale zwembaden die verder gelegen zijn. Daarmee zijn bepaalde gebruikers bereid om verder te reizen dan het dichtstbijzijnde zwembad (zie hoofdstuk 4).

Uit tabel 5.1 blijkt dat de fanatieke (zwem)sporter gemiddeld 19,9 kilometer aflegt om naar het zwembad te gaan. Dit is meer in vergelijking met de andere typen gebruikers. De gezondheid zwemmer legt met gemiddeld 6,2 kilometer de kleinste afstand af, gevolgd door de gezelligheid zwemmer met 8,2 kilometer. Dit komt overeen met uit hoofdstuk 4 gebleken conclusie dat de gezondheid zwemmer overwegend gebruik maakt van het dichtstbijzijnde zwembad en de fanatieke (zwem)sporter vaker naar een verder gelegen zwembad gaat. Tevens is gebleken dat de bereikbaarheid en toegankelijkheid voor de gezondheid zwemmer van belang is. In mindere mate geldt dit voor de fanatieke (zwem)sporter (zie hoofdstuk 4). Opvallend is de hoge gemiddelde afstand van de extern gedreven zwemmer. Dit kan verklaard worden doordat hij/zij vooral gebruik 'moet' maken van het 50-meterbad en het zwembad met 50-meterbanen niet het dichtstbijzijnde zwembad is. Een voorbeeld hierbij is dat een student van een sportopleiding genoodzaakt is om in een bepaald zwembad te zwemmen waar de school een samenwerking mee heeft.

Tabel 5.1: Gemiddelde afstand in kilometers per type gebruiker

	Aantal	Gemiddelde	Mediaan	St. deviatie	Min	Max
Gezondheid zwemmer (Cluster 1)	100	6,2 km	3,2 km	12,5215	0 km	98,9 km
Extern gedreven zwemmer (Cluster 2)	25	16,2 km	7,4 km	21,4104	0,7 km	90,5 km
Gezelligheid zwemmer (Cluster 3)	49	8,2 km	3,2 km	12,6368	1 km	54 km
Fanatieke (zwem)sporter (Cluster 4)	47	19,9 km	5,1 km	28,6065	0 km	115 km
Sociale zwemmer (Cluster 5)	122	12,4 km	4,0 km	20,3617	0 km	109 km

Om te toetsen of deze gemiddelden significant van elkaar verschillen is een Kruskal-Wallis toets uitgevoerd. Hieruit blijkt dat gemiddelde afstanden tussen de typen gebruikers statistisch significant verschillen ($\chi^2(4) = 12.102$, $p = 0,017$). Dit betekent dat elk type gebruiker de omvang van het verzorgingsgebied kan beïnvloeden.

Dit wil niet zeggen dat deze gemiddelde afstanden gezien moeten worden als de reisbereidheid van de typen gebruikers. De mate van reisbereidheid kan beschouwd worden als het verzorgingsgebied. Andersom gezegd kan het verzorgingsgebied worden beschouwd als de afstand die een bepaald type gebruiker bereid is af te leggen. Het verzorgingsgebied reikt verder dan de gemiddelde afstand.

Om de reisbereidheid van de typen gebruikers te achterhalen is er gebruik gemaakt van zogenoemde percentielen. In de statistiek betekent dat bijvoorbeeld het 95^e percentiel de waarde is waarvoor geldt dat 95% van de waarnemingen kleiner is dan die waarde. Het kiezen voor het gebruiken van percentielen in plaats van het gemiddelde geeft een realistischer beeld van de reisbereidheid van de typen gebruikers. Het gemiddelde kent namelijk zogenaamde uitschieters (outliers) in de data. Bijvoorbeeld dat een bepaald persoon een maximale afstand afgelegd van 115 km (zie tabel 5.1). Het is bovendien ook niet reëel om te zeggen dat de maximale afstand de reikwijdte van het verzorgingsgebied bepaald. De grens voor uitschieters ligt meestal bij 2 keer de standaarddeviatie en komt neer op 95% van de waarnemingen. Uitschieters in de data worden hierdoor niet meegenomen in de berekening omdat zij teveel invloed uitoefenen op de uitkomsten.

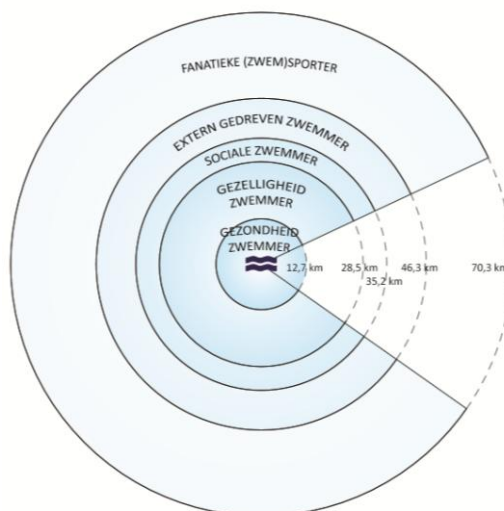
De reisbereidheid van de typen gebruikers zou op basis van het bovenstaande berekend kunnen worden aan de hand van het 95^e percentiel. Dit zou betekenen dat bijvoorbeeld de gezondheid zwemmer een reisbereidheid heeft van 20,4 km, de extern gedreven zwemmer 81,4 km etc. (tabel 5.2) Toch is ervoor gekozen om gebruik te maken van het 90^e percentiel, omdat binnen 5% van de bovenste waarnemingen (tussen 90% en 95%) te grote verschillen zijn in kilometers. Om een voorbeeld te noemen, is het 95^e percentiel van de sociale zwemmer 65,2 km en het 90^e percentiel 35,2 km. Dat scheelt 30 kilometer op basis van 5% van de waarnemingen. Datzelfde geldt voor de extern gedreven zwemmer, 81,4 km ten opzichte van 46,3 km.

Tabel 5.2: Afstand in kilometers tot zwembad aan de hand van percentielen per type gebruiker

	50%	75%	90%	95%
Gezondheid zwemmer	3,2 km	5,2 km	12,7 km	20,4 km
Extern gedreven zwemmer	7,4 km	27,6 km	46,3 km	81,4 km
Gezelligheid zwemmer	3,2 km	5,8 km	28,5 km	44,0 km
Fanatieke (zwem)sporter	5,1 km	24,8 km	70,3 km	86,4 km
Sociale zwemmer	4,0 km	11,7 km	35,2 km	65,2 km

Aan de hand van tabel 5.2 kan er gezegd worden dat de fanatieke (zwem)sporter bereid is om de grootste afstand van 70,3 km af te leggen, gevolgd door de extern gedreven zwemmer met een afstand van 46,3 km, de sociale zwemmer van 35,2 km, de gezelligheid zwemmer een afstand van 28,5 km en als kleinste afstand de gezondheid zwemmer van 12,7 km. Hierdoor hebben de typen gebruikers elk een ander ruimtelijk patroon en geografische spreiding. Dit is visueel weergegeven in figuur 5.1.

Figuur 5.1: De reisbereidheid in kilometers van typen bovenlokale zwembadgebruikers



5.2 Verzorgingsgebieden bovenlokale zwembaden

De reisbereidheid verschilt niet alleen per type gebruiker, maar ook per bovenlokaal zwembad. Dit heeft onder andere te maken met de geografische ligging van bovenlokale zwembaden. Het verzorgingsgebied van de vier bovenlokale zwembaden is afhankelijk van in hoeverre de gebruikers bereid zijn om een bepaalde afstand naar het zwembad af te leggen.

Uit tabel 5.3 blijkt dat Sportboulevard Dordrecht het grootste verzorgingsgebied heeft van 64,7 km. Dit betekent dat gebruikers van dit zwembad theoretisch gezien uit gemeenten komen tot aan Amsterdam (noordelijke richting), 's-Hertogenbosch/Oss (oostelijke richting), Antwerpen(België)/Goes/Eindhoven (zuidelijke richting) en Rotterdam/Hoek van Holland/Den Haag (oostelijke richting), zie figuur 5.2. Het zwembad heeft daardoor een bovenregionale functie. Gebruikers komen uit de eigen provincie en ook nog van verder. Het een na grootste verzorgingsgebied kan toegekend worden aan de Tongelreep in Eindhoven. De reikwijdte bedraagt 69,5 kilometer. Voor dit zwembad geldt dat gebruikers theoretische gezien uit gemeenten komen tot aan Nijmegen (noordelijke richting), Venlo (oostelijke richting), Genk (België) (zuidelijke richting) en Breda (westelijke richting). Ook voor dit zwembad geldt dat het een bovenregionale functie heeft. Echter heeft het ook een landelijke functie. Het zwembad is één van de grootste zwembaden in Europa waarbij gebruikers uit heel Nederland komen en zelfs het buitenland. Het verzorgingsgebied van de Tongelreep Eindhoven overlapt deels met die van de Sportboulevard Dordrecht. Nog opvallender is dat het verzorgingsgebied van het Hofbad Den Haag in het verzorgingsgebied van de Sportboulevard Dordrecht verdwijnt. Het Hofbad in Den Haag heeft het kleinste verzorgingsgebied vergeleken met de andere drie zwembaden. De reikwijdte is namelijk 12,7 km. Gemeenten die hierbinnen vallen of tegenaan zitten zijn Leiden, Zoetermeer en Delft. Dit zwembad heeft daarom een bovenlokale functie. Eveneens kan het zwembad De Steur in Kampen gekenmerkt worden door zijn bovenlokale functie. Het verzorgingsgebied reikt uit tot 15,9 kilometer en daarbinnen vallen voornamelijk de gemeenten Zwolle en Dronten.

Tabel 5.3: Afstand in kilometers tot zwembad aan de hand van percentielen per locatie

	50%	75%	90%	95%
Tongelreep Eindhoven	6,4 km	28,0 km	54,0 km	87,9 km
Hofbad Den Haag	4,9 km	8,2 km	12,7 km	17,4 km
De Steur Kampen	1,1 km	2,4 km	15,9 km	25,5 km
Sportboulevard Dordrecht	2,8 km	22,8 km	64,7 km	69,5 km

Doordat het verzorgingsgebied van de Sportboulevard Dordrecht een opmerkelijk grote reikwijdte heeft, dat door de geografische ligging niet te verwachten valt, kan dit een vertekend beeld opleveren. Op basis van het 75^e percentiel blijkt het verzorgingsgebied van de Sportboulevard Dordrecht 22,8 kilometer te zijn (zie tabel 5.3) en heeft daarmee een reikwijdte tot aan bijna Gouda (noordelijke richting), Gorinchem (oostelijke richting), Breda (zuidelijke richting) en Spijkenisse/Rotterdam (Westelijke richting) (zie bijlage VII). Hierdoor verliest het zijn bovenregionale functie. Er kan daarvoor in de plaats gesproken worden van een regionale functie waar gebruikers uit de hele regio/naburige dorpen en steden komt. Dit geldt tevens voor de andere zwembaden. Op basis van het 75^e percentiel verliezen de zwembaden een behoorlijk aantal kilometers aan reikwijdte en daarmee veranderd de geografische functie van het zwembad. Opvallend is dat het zwembad De Steur in Kampen nu het kleinste verzorgingsgebied heeft met een reikwijdte van 2,4 km. Het zwembad vervult daarmee niet meer dan een lokale functie.

Het bovenstaande wil niet zeggen dat de gebruikers evenredig zijn verdeeld en zij uit de gemeenten komen zoals aangegeven. In de volgende paragraaf wordt er ingezoomd per zwembadlocatie en wordt de spreiding van gebruikers weergegeven. Hierbij is onderscheid gemaakt in recreanten en verenigingsleden. Onderscheid in de typen gebruikers zou een verkeerd beeld opleveren, omdat uit paragraaf 4.3 is gebleken dat bepaalde typen gebruikers oververtegenwoordigd zijn in een bepaald zwembad.

Figuur 5.2: Verzorgingsgebieden bovenlokale sportaccommodaties (1:1.500.000)



Zwarte stippen: 10 overige bovenlokale zwembaden

5.3 Verzorgingsgebied per zwembadlocatie

De spreiding van de verzorgingsgebieden wordt visueel weergegeven door het onderscheid in recreanten en verenigingsleden. Voor de recreanten geldt dat de data is verkregen op basis van de steekproef. Voor de verenigingsleden geldt dat er data is verkregen door in eerste instantie de steekproef, maar om een completer beeld te geven is er voor de verenigingsleden data verzameld op basis van postcodes die zelf aangeleverd zijn door de verenigingen. De verenigingen die deel hebben genomen aan dit onderzoek staan in paragraaf 3.4.2. Opgemerkt moet worden dat niet alle verenigingen hebben deelgenomen aan dit onderzoek. Dit had uiteenlopende redenen. De ene vereniging was zowel telefonisch als via de mail niet bereikbaar. De ander had bestuurswisselingen en/of geen bestuur meer waardoor de benodigde data niet verzameld kon worden.

Uit tabel 5.4 blijkt dat op basis van de steekproef gemiddeld 11,1 kilometer wordt afgelegd naar een (bovenlokaal) zwembad. Dit betekent dat de extern gedreven zwemmer, de fanatieke (zwem)sporter en de sociale zwemmer boven het algemeen gemiddelde uitkomen. Dit komt vrijwel overeen met het feit dat de verenigingsleden uit de steekproef gemiddeld 14 kilometer afleggen naar het zwembad en dus ook boven het 'algemeen' gemiddelde ligt. Uit hoofdstuk 4 is namelijk gebleken dat zowel de fanatieke (zwem)sporter als de sociale zwemmer getypeerd kunnen worden als verenigingslid en beoefenen de zwemsport vrijwel als enige sport.

Tabel 5.4: Gemiddelde afstand recreanten versus verenigingsleden

	Aantal (N)	Gemiddelde	Mediaan	Std. Deviatie	Minimum	Maximum
Algemeen	367	11,1 km	3,3 km	19,2	0 km	115,0 km
Recreanten (niet-verenigingsleden)	249	9,6 km	3,2 km	17,9	0 km	109,0 km
Verenigingsleden (steekproef)	118	14,0 km	4,7 km	21,4	0 km	115,0 km
Verenigingsleden (data verenigingen)	3480	26,6 km	-	-	-	-

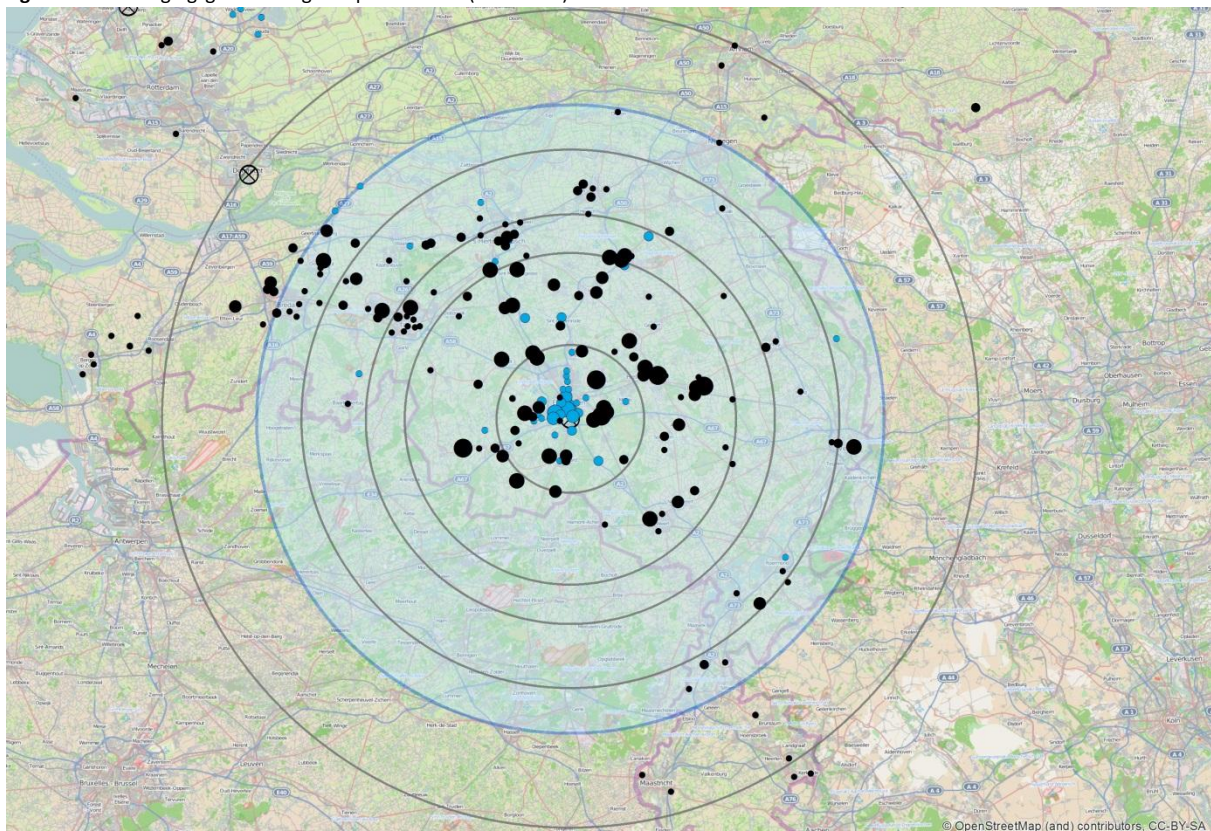
5.3.1 Tongelreep Eindhoven

De gemiddelde afstand dat naar de Tongelreep wordt afgelegd is 18,5 km (zie tabel 5.5). Dit is verder dan het gemiddelde dat naar een (bovenlokaal) zwembad wordt afgelegd (11,1 km). Dit heeft onder andere te maken met de gebruiker(s) die een maximale afstand van 109 km aflegt.

Tabel 5.5: Gemiddelde afstand zwembadgebruikers Tongelreep op basis van de steekproef

	Aantal	Gemiddelde	Mediaan	St. deviatie	Min	Max
Tongelreep	96	18,5 km	6,38 km	25,1	0,7 km	109,0 km

Figuur 5.3 geeft het verzorgingsgebied van de Tongelreep in Eindhoven weer met een reikwijdte van 54 kilometer. Dit is te zien aan de blauwe cirkel. De overige cirkels zijn reikwijdtes (reisbereidheid) van de typen gebruikers zoals aangeven in figuur 5.1. De blauwe stippen zijn de recreanten en de zwarte stippen de verenigingsleden. Hieruit blijkt dat de meeste recreanten geconcentreerd rondom het zwembad bevinden. De verenigingsleden daarentegen liggen redelijk gelijkmatig verdeeld binnen het verzorgingsgebied. Dit kan verklaard worden doordat de 2362 verenigingsleden waarvan de postcodes zijn verzameld gemiddeld 50,9 kilometer afleggen. Dit is beduidend hoger dan de gemiddelde afstand, zowel op basis van de steekproef en de data van verenigingen, dat de meeste verenigingsleden naar een (bovenlokaal) zwembad afleggen (zie tabel 5.4). Dit kan verklaard worden door de aantal verschillende soorten verenigingen die gebruik maken dit zwembad en de voorkeur van de gebruikers om lid te zijn bij deze verenigingen.

Figuur 5.3: Verzorgingsgebied Tongelreep Eindhoven (1:750.000)

Verenigingsleden: zwarte stippen | recreanten: blauwe stippen

Uit paragraaf 4.3 bleek dat de gezondheid zwemmer en de sociale zwemmer op basis van de steekproef het meest vertegenwoordigd zijn in dit zwembad. Omdat de visuele weergave van het verzorgingsgebied en de spreiding van gebruikers gebaseerd is op data uit de steekproef en data van de verenigingen, kunnen geen uitspraken worden gedaan over de mate van invloed van deze gebruikers op het verzorgingsgebied. Wel is te zien dat de reisbereidheid van typen gebruikers bijdragen aan de omvang van het verzorgingsgebied. Het verzorgingsgebied strekt zich bijna uitstrekt tot aan de (maximale) reisbereidheid van de fanatieke (zwem)sporter (70,3 km). Dit betekent dat het verzorgingsgebied vergroot kan worden vergroot met ongeveer 16,3 km (70,3 km – 54 km) als er ingespeeld wordt op dit type gebruiker.

Op basis van de COROP-indeling (regionale gebieden binnen Nederland) bevindt het zwembad zich in het COROP-gebied Zuidoost-Noord-Brabant. Als er gekeken wordt naar het aantal zwembaden per 25.000 inwoners dan blijkt dat het aantal zwembaden in het COROP-gebied Zuidoost-Noord-Brabant relatief laag is. Nederland telt gemiddeld 1,3 zwembaden per 25.000 inwoners en COROP-gebied Zuidoost-Noord-Brabant heeft er minder dan 0,9 per 25.000 inwoners (Hoekman e.a. 2013, p.60). Tevens COROP-gebieden Noordoost-Noord-Brabant en Midden-Noord-Brabant die nabij het zwembad liggen hebben een relatief laag aantal zwembaden. De grote omvang van het verzorgingsgebied kan dus te verklaren zijn door het relatief lage aantal zwembaden in deze gebieden. Tevens de gemiddelde afstand tot het zwembad is in deze regio 2,7 km en ligt hoger dan het landelijke gemiddelde van 2,5 kilometer (Hoekman e.a. 2013, p.75).

Ondanks het relatief lage aantal zwembaden rondom de Tongelreep op basis van 25.000 inwoners heeft het een relatief hoog aandeel aan zwembaden per 100 km². Dit heeft te maken met de hoge bevolkingsdichtheid in de gemeente. Dit zou betekenen dat de reikwijdte van het verzorgingsgebied juist niet zo groot zou moeten zijn. Het spreidingspatroon van de gebruikers laat zien dat gebruikers voornamelijk komen van plaatsen dicht bij de snelwegen A58, A2, A50, A67 en de A2. De bereikbaarheid en aantrekkingskracht van het zwembad hebben blijkbaar een grote invloed op het gebruik ervan.

5.3.2 Hofbad Den Haag

De gemiddelde afstand dat naar het Hofbad wordt afgelegd is 6,5 kilometer (tabel 5.6). Dit is bijna de helft minder dan het gemiddelde dat naar een (bovenlokaal) zwembad wordt afgelegd (11,1 km). Dit kan te maken hebben met de gebruiker(s) die een maximale afstand van 53,3 km aflegt en de mediaan 4,9 km bedraagt. Dit wil zeggen dat 50% van de waarnemingen verspreid liggen tussen 4,9 km en 53,3 km. Dit is ook terug te zien in figuur 5.4 waar de gebruikers zich concentreren bij het zwembad en vervolgens een aantal ‘uitschieters’ zijn.

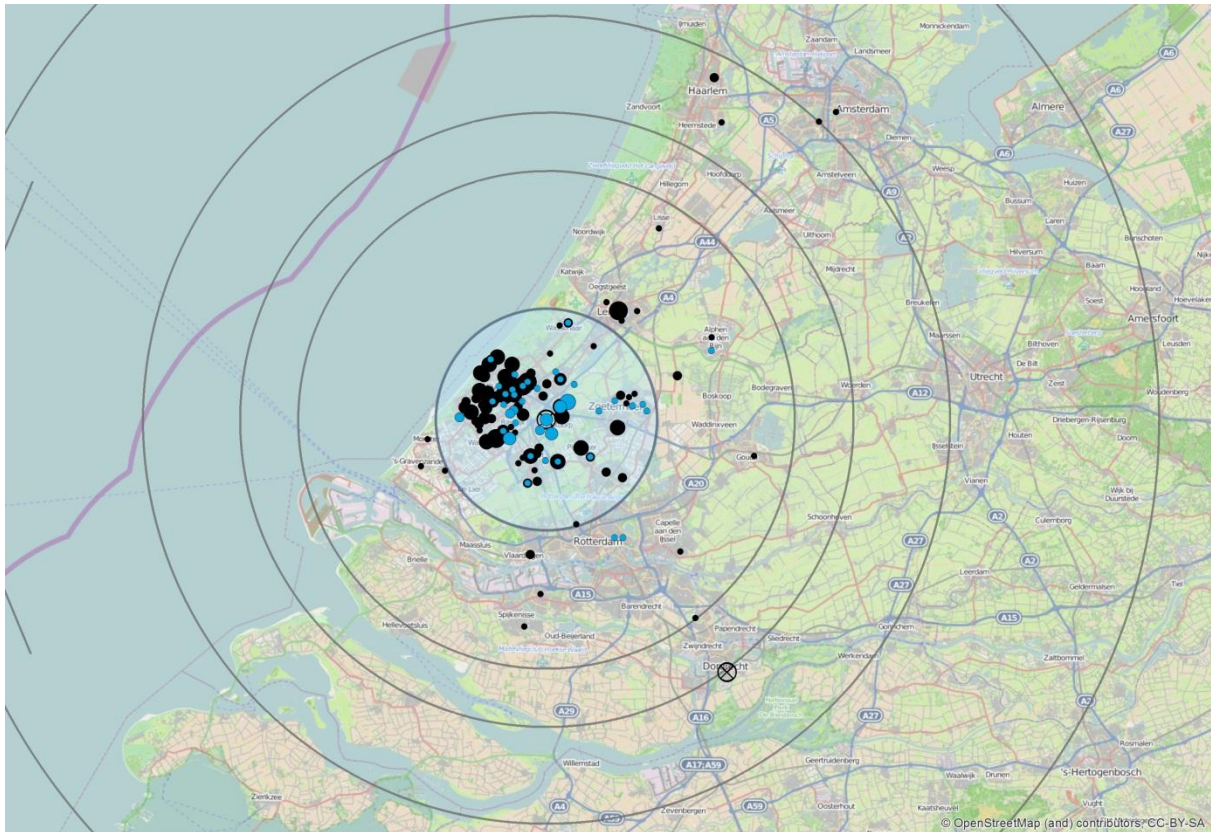
Tabel 5.6: Gemiddelde afstand zwembadgebruikers Hofbad Den Haag op basis van de steekproef

	Aantal	Gemiddelde (km)	Mediaan	St. deviatie	Min	Max
Hofbad	102	6,5 km	4,9 km	6,5	0 km	53,3 km

Het verzorgingsgebied van het Hofbad heeft een reikwijdte van 12,7 kilometer (tabel 5.3), zie figuur 5.4. Hiermee heeft het Hofbad het kleinste verzorgingsgebied ten opzichte van de andere vier zwembaden. Dit kan verschillende redenen hebben. Aan de hand van de COROP-indeling blijkt er in de COROP-gebieden Agglomeratie 's-Gravenhage, Agglomeratie Leiden en Bollenstreek, Delft en Westland, Oost-Zuid-Holland en Rijnmond, het gebied waarin het zwembad zich bevindt, het aantal zwembaden per 25.000 inwoners relatief laag is. Deze COROP-gebieden tellen gemiddeld minder dan 0,9 zwembaden per 25.000 en daarmee lager ligt dan het Nederlandse gemiddelde van 1,3 zwembaden per 25.000 inwoners (Hoekman, e.a., 2013, p.60). Dit zou betekenen dat het verzorgingsgebied juist ‘groot’ moet zijn. Het kleine verzorgingsgebied kan dus niet verklaard worden door het relatief lage aantal zwembaden in deze gebieden. Dit is ook te zien in de gemiddelde afstand tot een zwembad in deze gebieden. In deze gebieden is de gemiddelde afstand tot een zwembad minder dan 2 km. Dat ligt lager dan het gemiddelde van Nederland met 2,5 km (Hoekman, e.a., 2013, p.75). Dit zou al betekenen dat het verzorgingsgebied relatief klein zal moeten zijn. Dit wordt bekrachtigd doordat net als bij de Tongelreep in Eindhoven het gebied rondom het Hofbad een relatief hoog aandeel heeft aan zwembaden per 100 km². Dit heeft te maken met de hoge bevolkingsdichtheid in de gemeenten en

omstreken. Dit zou betekenen dat het verzorgingsgebied, wat ook blijkt, vrij klein is. Blijkbaar heeft de bevolking rondom het Hofbad genoeg keuzes van zwembaden binnen een bepaalde afstand. Opmerkelijk is dat zowel verenigingsleden recreanten zich voornamelijk concentreren aan de westkant van het zwembad, aangezien de A4 voor een barrière kan zorgen. Wellicht is de A12 een gunstige route om van de westkant naar het zwembad te komen. Aan de andere kant blijkt ook de oostkant van het zwembad minder stedelijk te zijn waar de bevolkingsdichtheid minder is. Gemiddeld leggen de (367) verenigingsleden een afstand af van 27,6 kilometer. Dit ligt nog wel hoger dan het gemiddelde op basis van de steekproef en de data van verenigingen (zie tabel 5.4). Dit is tevens terug te zien in figuur 5.4 waar bepaalde verenigingsleden van de richting Leiden en verder en Spijkenisse komen.

Figuur 5.4: Verzorgingsgebied Hofbad Den Haag (1:500.000)



Verenigingsleden: zwarte stippen | recreanten: blauwe stippen

Uit paragraaf 4.3 bleek dat de sociale zwemmer en de gezondheid zwemmer op basis van de steekproef het meest vertegenwoordigd zijn in dit zwembad. Ondanks dat zij hoofdzakelijk gebruik maken van de auto, maken zij ook soms gebruik van de fiets. Het gebruik van de fiets als vervoermiddel kan een verklaring zijn voor het relatief kleine verzorgingsgebied.

5.3.3 De Steur Kampen

De gemiddelde afstand dat door de gebruikers naar de De Steur wordt afgelegd is 4,8 km (tabel 5.7). Ten opzichte van de andere drie zwembaden is dit het kleinst en ligt daarmee ook onder het algemeen gemiddelde van 11,1 km. Opvallend is dat de mediaan maar 1,1 kilometer is. Het gemiddelde is beïnvloed door 'uitschieters' zoals een gebruiker die een afstand van 88,3 km heeft afgelegd.

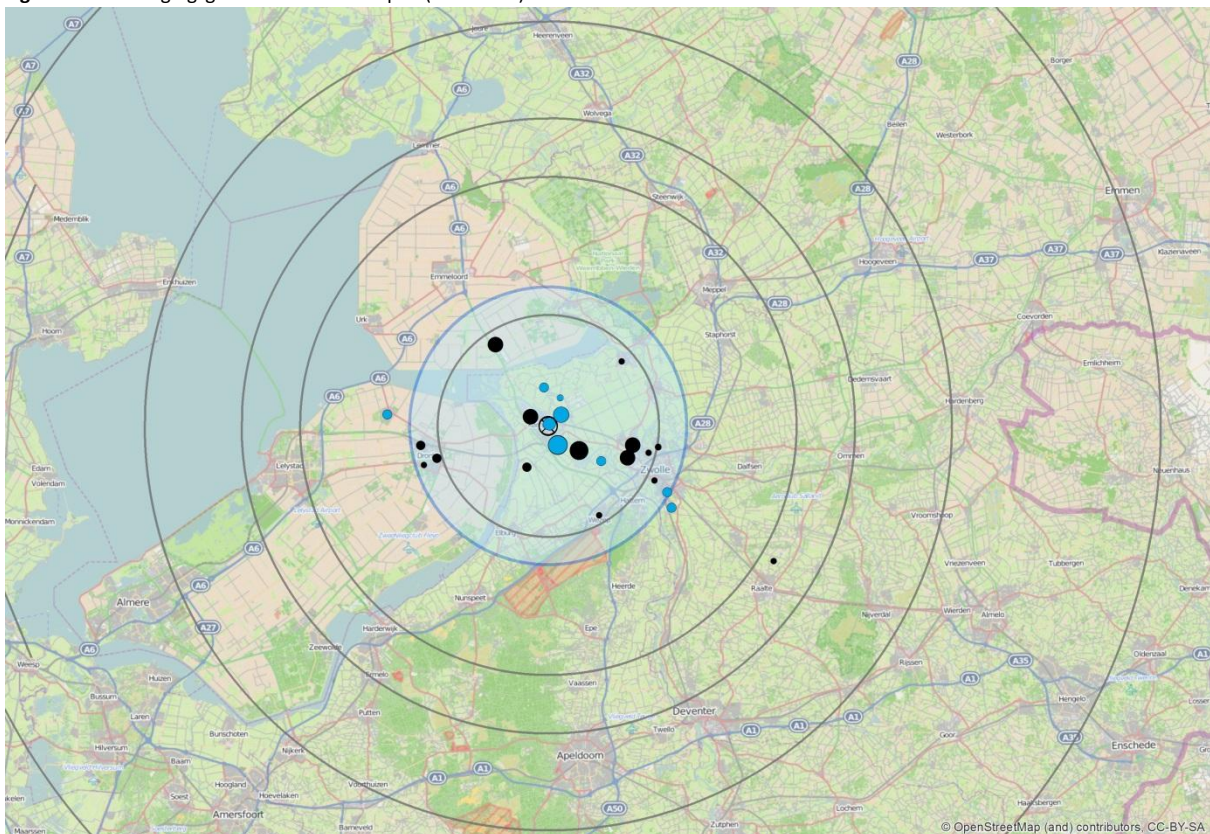
Tabel 5.7: Gemiddelde afstand zwembadgebruikers De Steur Kampen op basis van de steekproef

	Aantal	Gemiddelde (km)	Mediaan	St. deviatie	Min	Max
Steur	89	4,8 km	1,1 km	11,12	0,3 km	88,3 km

Figuur 5.5 geeft het verzorgingsgebied van De Steur weer met een reikwijdte van 15,9 km (tabel 5.3). Hiermee is de omvang van het verzorgingsgebied groter dan van het Hofbad. Op basis van het 75^e percentiel (bijlage VII) is het verzorgingsgebied van de Steur beduidend kleiner en het kleinst ten opzichte van de andere drie zwembaden.

Het is opvallend dat het verzorgingsgebied zo klein is ten opzichte van de andere zwembaden. Op basis van het COROP-gebied Noord-Overijssel, waarbinnen het zwembad bevindt, blijkt dat de gemiddelde afstand naar een zwembad 2,8 kilometer bedraagt. Dit is hoger dan het Nederlandse gemiddelde van 2,5 km. Dit impliceert dat er een groter verzorgingsgebied zou moeten zijn. Dit komt overeen met het feit dat in dit gebied relatief weinig zwembaden per 100 km² zijn (Werff e.a. 2013, p.157). Ondanks het gemiddeld aantal zwembaden per 25.000 inwoners in COROP-gebied Noord-Overijssel tussen de 1,5 en 1,7 zwembaden telt. Dat dus dat hoger is dan het Nederlandse gemiddelde van 1,3 zwembaden per 25.000 inwoners en dus ‘veel’ zwembaden in relatie tot het aantal inwoners, kan dit verklaard worden door de bevolkingskrimp in deze regio(s). Het kleine verzorgingsgebied kan wellicht verklaard worden omdat het geografisch gezien niet optimaal ligt. Aan de westzijde van het zwembad ligt het Vossemeer, Zwarte Meer en nog meer naar het westen het IJsselmeer en Markermeer. Deze wateren kunnen een barrière zijn voor de bereikbaarheid van het zwembad. Dit is ook te zien in figuur 5.5 waar vooral verenigingsleden en recreanten uit de richting van Zwolle komen.

Figuur 5.5: Verzorgingsgebied De Steur Kampen (1:500.000)



Verenigingsleden: zwarte stippen | recreanten: blauwe stippen

Teven is het ‘kleine’ verzorgingsgebied te verklaren doordat relatief gezien meer mensen met de fiets naar het zwembad gaan dan met de auto en relatief gezien dit zwembad het dichtstbijzijnde zwembad is voor de gebruikers van dit zwembad (zie paragraaf 4.1.4).

5.3.4 Sportboulevard Dordrecht

De gemiddelde afstand dat naar de Sportboulevard wordt afgelegd is 14,8 kilometer (zie tabel 5.8). Dit is net als de Tongelreep in Eindhoven hoger dan de 11,1 km die geldt als gemiddelde naar alle vier de (bovenlokale) zwembaden (zie tabel 5.4).

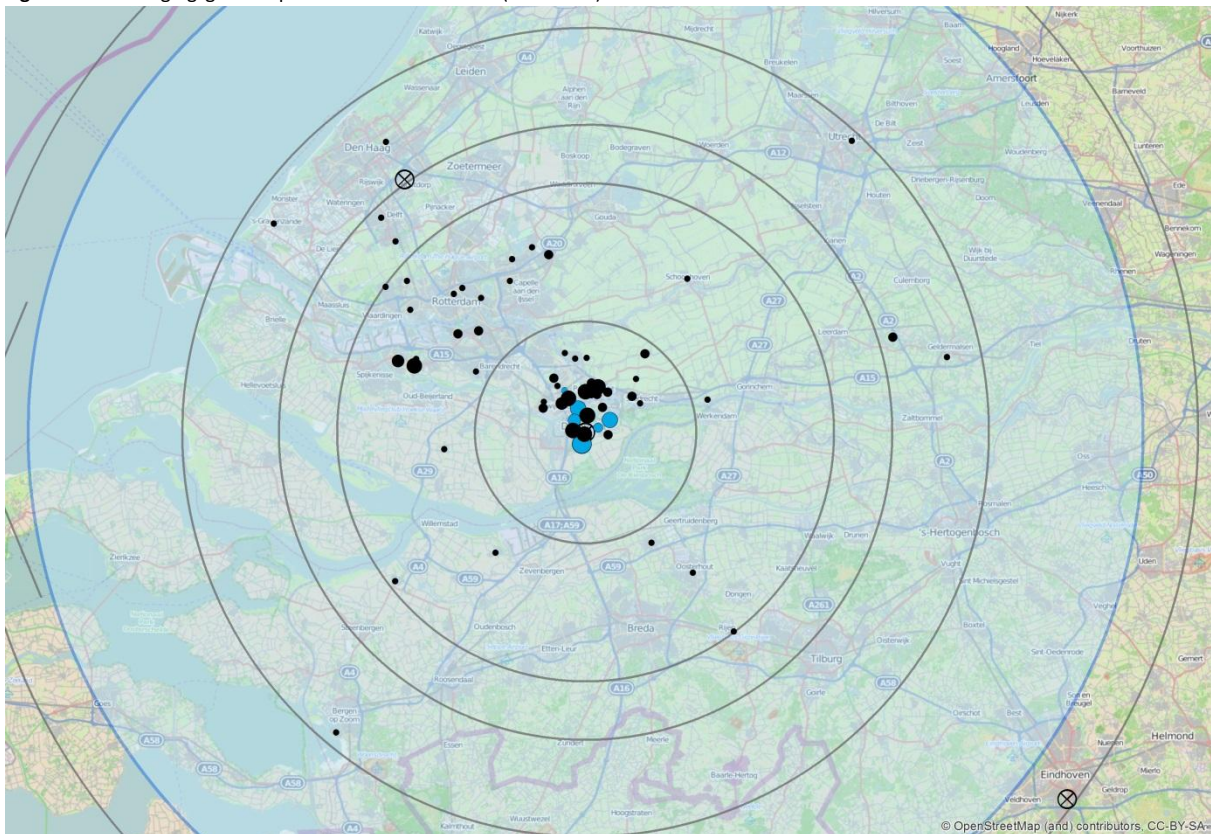
Tabel 5.8: Gemiddelde afstand zwembadgebruikers Sportboulevard Dordrecht op basis van de steekproef

	Aantal	Gemiddelde (km)	Mediaan	St. deviatie	Min	Max
Sportboulevard	85	14,8 km	2,8 km	24,2	0,3 km	115 km

Zoals in figuur 5.2 al duidelijk werd heeft Sportboulevard Dordrecht het grootste verzorgingsgebied met een reikwijdte van 64,7 km. Hiermee komt het in de buurt van de afstand die fanatieke (zwem)sporters willen af leggen (70,3 km). Dit betekent dat de Sportboulevard een optimaal verzorgingsgebied heeft.

Op basis van het aantal zwembaden per 25.000 telt COROP-gebied Zuidoost-Zuid-Holland tussen de 1,1 en 1,5 zwembaden. Dit komt overeen met het gemiddeld aantal zwembaden van 1,3 per 25.000 inwoners (Hoekman e.a. 2013, p.60). Echter westelijke aangrenzende COROP-gebieden hebben weinig aantal zwembaden per 25.000 inwoners. Uit figuur 5.6 blijkt dat gebruikers grotendeels van die kant komen. Voornamelijk recreanten zijn geconcentreerd rondom het zwembad en verenigingsleden komen van verder weg. Op basis van 190 verenigingsleden leggen zij gemiddeld 18,3 kilometer af. Dit is hoger dan het gemiddelde uit de steekproef en lager dan het gemiddelde uit de data van de verenigingen (tabel 5.4). Ondanks op basis van het gemiddelde van 2 kilometer in COROP-gebied Zuidoost-Zuid-Holland, dat lager ligt dan het Nederlandse gemiddelde van 2,5 km (Hoekman e.a. 2013, p.75), is het grote verzorgingsgebied opmerkelijk. De Oude Maas zou namelijk een barrière kunnen zijn. Toch lijkt de Sportboulevard op basis van het verzorgingsgebied goed bereikbaar en dat waarschijnlijk komen door A16/E19 en de N3. Tevens kan de grootte van het verzorgingsgebied verklaard worden doordat er minder stedelijke gebieden in nabijheid zijn, met uitzondering van de westkant met Ridderkerk en Rotterdam.

Figuur 5.6: Verzorgingsgebied Sportboulevard Dordrecht (1:500.000)



Verenigingsleden: zwarte stippen | recreanten: blauwe stippen

5.3 Conclusie

De afstand die overbrugd moet worden naar een (bovenlokaal) zwembad is van belang om van het zwembad gebruik te maken. Bepaalde typen gebruikers zijn bereid om verder te reizen dan het dichtstbijzijnde zwembad. De gemiddelde afstanden die de typen gebruikers afleggen verschillen significant van elkaar. De fanatieke (zwem)sporter legt met gemiddeld 19,9 km de grootste afstand af. De gezondheidswemmer legt met gemiddeld 6,2 km de kleinste afstand af, gevolgd door de gezelligheid zwemmer met 8,2 kilometer. Opvallend is de hoge gemiddelde afstand van de extern gedreven zwemmer (16,2 kilometer). Dit heeft te maken doordat hij/zij vooral gebruik 'moet' maken van het 50-meterbad en vaak het 50-meterbad niet het dichtstbijzijnde zwembad is. Dit betekent dat ondanks iemand in een bepaalde mate (intrinsiek of extrinsiek) gemotiveerd is de afstand die overbrugd moet worden om bij een bepaalde (bovenlokale) zwembad te komen er niet altijd toe doet. Op basis van de steekproef blijkt dat er gemiddeld 11,1 kilometer wordt afgelegd naar een bovenlokaal zwembad en ligt beduidend hoger dan de gemiddelde afstand van 2,5 kilometer naar een openbaar zwembad (Hoekman e.a., 2013, p.73).

De gemiddelde afstand die de typen gebruikers afleggen is geen reële maat om de reisbereidheid te bepalen. Immers zijn er gebruikers die bereid zijn om verder dan de gemiddelde afstand te reizen. Op basis van het 90^e percentiel kan er gezegd worden dat de fanatieke (zwem)sporter bereid is om een afstand van 70,3 km af te leggen, gevolgd door de extern gedreven zwemmer met een afstand van 46,3 km, de sociale zwemmer 35,2 km, de gezelligheid zwemmer 28,5 km en als kleinste afstand van 28,5 km de gezondheid zwemmer. Dit betekent dat de omvang van het verzorgingsgebied wordt beïnvloed door de typen gebruikers die zich binnen de (bovenlokale) zwembaden bevinden en de faciliteiten die daardoor worden geboden. Ook betekent dit dat er een potentieel verzorgingsgebied ontstaat met een reikwijdte van ruim 70 kilometer. Binnen deze straal bevinden zich alle vijf de typen gebruikers die elk afzonderlijk een bepaalde reisbereidheid hebben. Elk type gebruiker van een bovenlokaal zwembad heeft zagezegd een eigen verzorgingsgebied. Dit betekent dat een bepaalde boodschap, om bepaalde doelgroepen aan te trekken, voor fanatieke (zwem)sporters over een groter gebied verspreidt moet worden dan bijvoorbeeld voor de gezondheid zwemmer. Hiermee kan zoals Tiessen-Raaphorst (2010, p.185) zegt ingespeeld worden op de gebruikers van deze sportaccommodaties met het doel om financieel rendabel te blijven.

Geconcludeerd kan worden is dat er gemeentegrensoverschrijdende bewegingen plaatsvinden voor het gebruik van de bovenlokale zwembaden. Echter de mate waarin dit gebeurt verschilt per zwemlocatie. Sportboulevard Dordrecht heeft ten opzichte van de andere bovenlokale zwembaden het grootste verzorgingsgebied van 64,7 km en heeft daardoor een bovenregionale functie. Evenals de Tongelreep in Eindhoven heeft een bovenregionale functie met een verzorgingsgebied van 54 km. Echter kan gezegd worden dat dit zwembad ook een landelijke functie heeft, omdat het één van de grootste zwembaden van Europa is en mensen vanuit heel Nederland en zelfs vanuit het Buitenland komen. Het Hofbad in Den Haag heeft net als De Steur in Kampen een bovenlokale functie.

Ondanks de typen gebruikers die invloed hebben op de omvang van het verzorgingsgebied zijn er ook bepaalde (sociaal) geografische factoren zoals de bevolkingsdichtheid, de zwembaddichtheid en fysieke barrières die een rol spelen in de reikwijdte van het verzorgingsgebied. Bovendien zijn mede daardoor de gebruikers niet evenredig verspreid binnen het verzorgingsgebied en laten daardoor verschillende patronen zien. Stedelijke kernen in de nabijheid, de bereikbaarheid van de zwembaden doormiddel van snelwegen en barrières door verschillende wateren hebben invloed op deze patronen. Een onderscheid in verenigingsleden en recreanten laat zien dat met 26,6 km de verenigingsleden gemiddeld een grotere afstand af leggen naar een bovenlokaal zwembad dan de recreanten met een gemiddelde van 9,6 kilometer. Ondanks dit niet bij elke zwemlocatie even goed te analyseren is op basis van de GIS-kaarten.



Foto: Nationaal Platform Zwembaden | NRZ

CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

6. Conclusies en aanbevelingen

Op basis van de resultaten uit hoofdstuk 4 en hoofdstuk 5 wordt er in dit hoofdstuk antwoord gegeven op de centrale vraag van dit onderzoek: *Welke typen gebruikers van bovenlokale zwembaden zijn te onderscheiden op basis van hun motivaties en in hoeverre verklaren deze typen gebruikers de omvang en spreiding van het verzorgingsgebied?* Dit wordt gedaan door antwoord te geven op de bijbehorende deelvragen. Vervolgens worden op basis van deze bevindingen een aantal aanbevelingen gegeven. Ten slotte een kritische beschouwing en discussie.

6.1 Conclusies

6.1.1 Motivatie van zwembadgebruikers

Ondanks de neerwaartse trend in het aantal bezoeken en daling van het aantal leden van zwemverenigingen zijn de mensen die gebruik maken van een bovenlokaal zwembad gemotiveerd om te gaan zwemmen. De motivaties van zwembadgebruikers zijn op basis van de push en pull benadering achterhaald. Deze methode biedt een duidelijk kader om de verschillende motivaties te kunnen vatten.

Deelvraag 1: Welke motivatie factoren zijn van invloed op het gebruik van bovenlokale zwembaden?

De push factoren die aanleiding geven tot actie en om deel te nemen aan zwemactiviteiten in bovenlokale zwembaden zijn gezondheid & ontspanning, plezier & verkoeling, sociaal contact en extern gedrevenheid. Push factor gezondheid & ontspanning is de belangrijkste push factor onder (bovenlokale) zwembadgebruikers. Push factor extern gedrevenheid is de minst belangrijke factor. De pull factoren die mensen aantrekken om voor een bepaald zwembad te kiezen zijn de bereikbaarheid & toegankelijkheid, hygiëne & veiligheid, zwembadpersoneel, uitstraling & kwaliteit, (top)sport uitrusting en de faciliteiten. De bereikbaarheid & toegankelijkheid is de belangrijkste pull factor onder (bovenlokale) zwembadgebruikers. De push factoren 'hygiëne & veiligheid' en 'zwembadpersoneel' verschillen niet significant tussen de typen gebruikers. Deze factoren zijn dus van algemeen belang. Ongeacht het type gebruiker kan het zo zijn dat als deze twee factoren niet kwalitatief waardig zijn, men de overweging maakt om ergens anders te gaan zwemmen. Dit komt overeen met het onderzoek van Werff (2013) over bezoekers van zwembaden en wat zij belangrijk vinden bij hun zwembadbezoek en hoe tevreden zij daarover zijn. Bijna alle bezoekers vinden hygiëne in een zwembad belangrijk en een ander belangrijk aspect is het zwembadpersoneel (Werff, 2013, p.97).

Uit het onderzoek blijkt dat men dikwijls gebruik maakt van een bepaald bovenlokaal zwembad terwijl het niet het dichtstbijzijnde zwembad is. Dit betekent dat het bovenlokale zwembad een bepaalde aantrekkingskracht heeft. Hieruit kan geconcludeerd worden dat men zowel 'gepusht' als 'gepulled' worden. Pull factoren zijn belangrijk om de motivatie voor het zwemmen te beïnvloeden. Met name het 50-meterbad, dat typerend is voor bovenlokale zwembaden, wordt het meest gebruikt. Het 50-meterbad verleent zich goed voor bijvoorbeeld de topsport.

Deelvraag 2: Welke typen gebruikers zijn te onderscheiden op basis van de motivatie factoren?

Op basis van de push factoren zijn vijf typen gebruikers van bovenlokale zwembaden te onderscheiden: de sociale zwemmer, gezondheid zwemmer, gezelligheid zwemmer, de fanatieke (zwem)sporter en de extern gedreven zwemmer. De sociale zwemmer is tevens de grootste groep. Dit komt overeen met wat Hodge e.a. (2008) stellen over het verlangen naar sociale relaties als onderbouwing van het gedrag in de sport. Daarmee is het inderdaad een geldige reden om te gaan sporten/zwemmen vanwege de sociale contacten en relaties die kunnen ontstaan.

De typen gebruikers kunnen aan de hand van de zelfbeschikkingstheorie onderscheiden worden op de mate van zelfbeschikking in gedrag. Geconcludeerd kan worden dat de gezelligheid zwemmer meer mate van zelfbeschikking heeft, doordat degene meer intrinsieke motivatie heeft, dan de andere typen gebruikers. De extern gedreven zwemmer (extrinsiek gemotiveerd) heeft de minste mate van zelfbeschikking. Ondanks deze conclusie kunnen sociale factoren van invloed zijn waardoor een bepaald persoon ongemotiveerd raakt of juist

meer gemotiveerd. Meer inzicht in de mate van intrinsieke en extrinsieke motivatie binnen de typen gebruikers kan een adequater beeld opleveren.

Deelvraag 3: Welke verschillen bestaan er tussen de typen gebruikers op basis van persoonskenmerken, zwemgedrag en reisgedrag?

Op basis van persoonskenmerken verschillen de typen gebruikers niet significant van elkaar. Dit betekent dat managers van zwembaden, gemeenten en andere exploitanten van bovenlokale zwembaden zich moeten richten op deze typen gebruikers waarbij de persoonskenmerken niet of nauwelijks van belang zijn. Toch moet er in het achterhoofd worden gehouden dat ongeacht het type gebruiker de gebruikers van een bovenlokaal zwembad vrijwel hoog opgeleid zijn en financieel 'goed' bedeeld zijn. Op basis van het zwemgedrag en reisgedrag zijn er wel significante verschillen te vinden tussen de typen gebruikers. Het inspelen op bepaalde doelgroepen, maar ook het aantrekken van nieuwe doelgroepen, en daarvoor het verstrekken van de geschikte producten en diensten kan bijdragen aan het succes van het bovenlokale zwembad. Bovendien verschillende de typen gebruikers op basis van de pull factoren. De sociale zwemmer bijvoorbeeld, wordt aangetrokken tot een zwembad vanwege de (top)sport uitrusting en de faciliteiten die worden geboden (georganiseerde zwemprogramma's). Voor de gezondheid zwemmer is de uitstraling en kwaliteit ook van belang. Door hier rekening mee te houden wordt er ook ingespeeld op de wensen en behoeften van de gebruikers. Voor een volledige omschrijving van de typen gebruikers, zie paragraaf 4.5.

Als er wordt gekeken naar het vier criteria die Goossen & Boer (2008) aangeven om doelgroepen te kunnen onderscheiden blijkt dus dat onderscheid in demografische en socio-economische kenmerken minder van belang zijn bij gebruikers van zwembaden. Onderscheid in psychografische kenmerken (motivatie) en geografische kenmerken (ruimtelijk gedrag) bieden meer bruikbare informatie.

6.1.2 Reisbereidheid en verzorgingsgebieden

Het 50-meterbad is een attractief element van een bovenlokaal zwembad. Mensen zijn bereid om hiervoor verder te reizen in plaats van gebruik te maken van het dichtstbijzijnde zwembad. Afstand naar een bovenlokaal zwembad speelt een belangrijke rol in de keuze om gebruik te maken van een bepaald zwembad.

Deelvraag 4: Wat is de reisbereidheid van de typen gebruikers en wat betekent dit voor de verzorgingsgebieden van (bovenlokale) zwembaden?

Bepaalde typen gebruikers zijn bereid om verder te reizen dan het dichtstbijzijnde zwembad. In dit geval is er zoals Timmermans (1980, p.184) aangeeft sprake van ruimtelijke indifferentie in plaats van de theorie van afstandminimalisatie. De fanatieke (zwem)sporter bereid is om een afstand van 70,3 km af te leggen, gevolgd door de extern gedreven zwemmer met een afstand van 46,3 km, de sociale zwemmer 35,2 km, de gezelligheid zwemmer 28,5 km en als kleinste afstand van 28,5 km de gezondheid zwemmer. Dit betekent dat de omvang van het verzorgingsgebied wordt beïnvloed door de typen gebruikers die zich binnen de (bovenlokale) zwembaden bevinden en de faciliteiten die daardoor worden geboden. Ook betekent dit dat er een potentieel verzorgingsgebied ontstaat met een reikwijdte van ruim 70 kilometer. Op basis van gemiddelde afstanden die de typen gebruikers afleggen verschillen de gebruikers significant van elkaar. De fanatieke (zwem)sporter legt met gemiddeld 19,9 km de grootste afstand af. De gezondheidzwemmer legt met gemiddeld 6,2 km de kleinste afstand af. Opvallend is de hoge gemiddelde afstand van de extern gedreven zwemmer (16,2 kilometer). Dit heeft te maken doordat hij/zij vooral gebruik 'moet' maken van het 50-meterbad en vaak het 50-meterbad niet het dichtstbijzijnde zwembad is.

Er vinden gemeentegrensoverschrijdende bewegingen plaats voor het gebruik van de bovenlokale zwembaden. De mate waarin dit gebeurt verschilt per zwemlocatie. Sportboulevard Dordrecht heeft ten opzichte van de andere bovenlokale zwembaden het grootste verzorgingsgebied van 64,7 km en heeft daardoor een bovenregionale functie. Evenals de Tongelreep in Eindhoven heeft een bovenregionale functie met een verzorgingsgebied van 54 km. Het Hofbad in Den Haag heeft net als De Steur in Kampen een bovenlokale functie. Ondanks de typen gebruikers die invloed hebben op de omvang van het verzorgingsgebied zijn er ook

bepaalde (sociaal) geografische factoren zoals de bevolkingsdichtheid, de zwembaddichtheid en fysieke barrières die een rol spelen in de reikwijdte van het verzorgingsgebied. Bovendien zijn mede daardoor de gebruikers niet evenredig verspreid binnen het verzorgingsgebied en laten daardoor verschillende patronen zien. Stedelijke kernen in de nabijheid, de bereikbaarheid van de zwembaden, snelwegen, verschillende wateren die wel of niet fungeren als barrière, hebben invloed op deze patronen.

6.2 Aanbevelingen

Op basis van dit onderzoek kunnen er twee aanbevelingen worden gedaan.

1. *Inspelen op de typen gebruikers*

Zoals in de probleemstelling is aangegeven moeten zwembaden en zwemverenigingen gezamenlijk het zwemmen promoten om haar doelgroepen te bereiken of nieuwe doelgroepen te werven (Werff, 2013, p.241). Deze doelgroepen zijn de typen gebruikers die in dit onderzoek naar voren zijn gekomen. Het gaat hierbij om sociale zwemmers, gezondheidswemmers, de gezelligheid zwemmers en de fanatieke (zwem)sporter. Voor de extern gedreven zwemmer moet er nagedacht worden over hoe degene meer intrinsiek gemotiveerd kan raken. Managers van zwembaden, gemeenten en andere exploitanten van bovenlokale zwembaden moeten zich richten op deze typen gebruikers waarbij de persoonskenmerken niet of nauwelijks van belang zijn. Het benaderen van deze doelgroepen en daarvoor het verstrekken van de geschikte producten en diensten is zoals Konu e.a. (2011, p.1096) zegt, de sleutel tot een succesvolle bestemming. Daarbij dient rekening te worden gehouden dat de hygiëne van de kleedkamers en toiletten en de klantvriendelijkheid van het personeel zijn aspecten die naast het inspelen op de typen gebruikers mede cruciaal zijn voor een succesvolle bovenlokaal zwembad. Dit biedt kansen op zakelijk en sportief succes voor gemeenten, private partijen, sportbonden en verenigingen.

2. *Intergemeentelijke samenwerking*

Er vinden gemeentegrensoverschrijdende bewegingen plaats onder gebruikers van bovenlokale sportaccommodaties. Onder druk van de noodzaak te bezuinigen is de samenwerking tussen gemeenten een belangrijke mogelijkheid om de kwaliteit van dienstverlening voor de gebruikers te verhogen (VNG, 2013, p.7) en daarmee de sportaccommodaties in stand te kunnen houden. (Bovenlokale) zwembaden hebben soms een andere geografische functie. Het ene zwembad heeft een bovenlokale functie en het andere zwembad een regionale of landelijke functie. Dit is van invloed op het gemeentelijk sportbeleid. Het sportbeleid op basis van deze bovenlokale zwembaden en wellicht andere sportaccommodaties moet niet beperkt worden tot het gemeentelijk niveau. Tevens kan op basis van een samenwerking tussen gemeenten ingespeeld worden op de geografische spreiding en reisbereidheid van typen gebruikers. Want voor een fanatieke (zwem)sporters moet een bepaalde boodschap, om deze doelgroep aan te trekken, over een groter gebied verspreid worden dan bijvoorbeeld voor de gezondheid zwemmer. Samenwerking is een sleutelfactor voor het efficiënt lokaliseren van bepaalde sportaccommodaties en effectieve keuzes te maken voor het behouden van, slopen of verplaatsen van, in dit geval, bovenlokale zwembaden. Ook niet voor niets staat de sportterm 'samenwerking' in de top tien van de meest genoemde sporttermen in collegeprogramma's (Hoekman & Bol, 2014, p.10). Dit mag extra aandacht krijgen. Hierbij kan aansluitend gesteld worden dat niet alleen gemeenten onderling meer moeten samenwerken, maar ook de (zwem)sportverenigingen die gebruik maken van deze accommodaties in de samenwerking te betrekken. Verenigingen zijn de toekomst in de exploitatie van accommodaties.

6.3 Slotbeschouwing en discussie

In dit onderzoek zijn de huidige gebruikers van bovenlokale zwembaden geïdentificeerd aan de hand van hun motivaties. Het benaderen van deze doelgroepen en daarbij het verstrekken van de juiste faciliteiten kan succesvol zijn voor het in het in stand houden van (bovenlokale) zwembaden. Evenzeer de reisbereidheid van deze typen gebruikers en daarbij het (potentiële) verzorgingsgebied van de (bovenlokale) zwembaden kan bijdragen aan het beter situeren hiervan. Inspelen op deze typen gebruikers en meer aandacht voor intergemeentelijke samenwerking op dit gebied biedt mogelijkheden.

In tijden van gemeentelijke bezuinigingen die de sport treft, kan het behoud aan sportaccommodaties onder druk komen te staan. Zoals Werff (2013, pp.241-242) aangeeft, gaf in 2011/2013 één op de acht zwembaden aan dat ze bedreigd werden met sluiting. Hierbij is het onduidelijk hoeveel zwembaden daadwerkelijk de deuren hebben moeten sluiten. De vraag welke zwembaden behouden moeten blijven en welke moeten of kunnen sluiten blijft een actuele vraag. Hoekman e.a. (2013, p.132) geven aan dat als een zwembad met een bovenregionale of landelijke functie sluit, dat minder invloed zal hebben op de reisafstand, omdat voor de meeste mensen geldt dat een dergelijk zwembad niet het dichtstbijzijnde zwembad is. Ondanks deze aannemelijke bewering hebben (bovenlokale) zwembaden verschillende verzorgingsgebieden. Waar verwacht werd dat het verzorgingsgebied van zwembad De Steur een grotere reikwijdte zou hebben dan de andere drie zwembaden, bleek dit niet het geval. Het heeft daardoor geen bovenregionale functie, maar meer een bovenlokale functie of zelfs een lokale functie. Sluiten van dit zwembad zal betekenen dat het een aanzienlijke invloed heeft op de reisafstand, tenzij in de nabijheid een nieuw zwembad komt.

Het in stand houden van (bovenlokale) zwembaden maar ook andere sportaccommodaties is van belang voor de sportparticipatie van de maatschappij. Inspelen op bepaalde doelgroepen of het beter lokaliseren van (bovenlokale) zwembaden draagt hier aan bij. Echter is dit niet de enige uitweg en de oplossing om bepaalde zwembaden en andere sportaccommodaties in stand te houden. Veel gemeenten hebben namelijk afspraken met commerciële exploitanten over het in stand houden van het zwembad. Naast een intergemeentelijke samenwerking, als mogelijke oplossing om de infrastructuur van (bovenlokale) zwembaden beter te reguleren, zijn deze commerciële exploitanten een derde partij. Daarentegen willen gemeenten niet met volle overtuiging het beheer en de exploitatie van zwembaden uit handen geven. De maatschappelijke functie van zwembaden blijft belangrijker dan dat het voor commerciële doeleinden wordt gebruikt. Een oplossing dat van der Werff (2013, pp.241-242) schetst, is dat beheer en exploitatie onder de verantwoordelijkheid komen van bepaalde verenigingen. Ondanks verenigingen de toekomst zijn in de exploitatie van accommodaties, blijft de grootste groep zwemmers de recreanten.

Het is niet verwonderlijk dat het zwembad en beheervormen in collegeprogramma's van (kleine en middelgrote) gemeenten wordt genoemd (Hoekman & Bol, p.11). Er wordt gezocht naar oplossingen om zwembaden en andere sportaccommodaties in stand te kunnen houden. Hierbij is het ook afhankelijk van de financiering van de Nederlandse Sport. De (georganiseerde) sport, NOC*NSF en de bonden verkeren namelijk in zwaar weer, als gevolg van teruglopende Lotto-inkomsten (Sport&Strategie, 2014). Hierdoor is een Nationaal Sportdebat in het leven geroepen om na te denken over de financiering van de Nederlandse sport. M. van Bottenburg (professor sportontwikkeling, Universiteit Utrecht) stelt bijvoorbeeld, dat er naast een nieuw financieringsmodel, ook een bijbehorend organisatiemodel moet worden gekeken (Sport&Strategie, 2014). Al deze ontwikkelingen geven de nuancering aan van de sport- en accommodatie infrastructuur.

6.3.1 Beperkingen onderzoek

Ondanks het onderzoek een goed beeld geeft van de typen gebruikers en verzorgingsgebieden van bovenlokale sportaccommodaties heeft het zijn beperkingen.

Dit onderzoek richt zich op typen gebruikers van bovenlokale zwembaden en hun reisbereidheid. Voor het achterhalen van deze typen gebruikers, zijn gebruikers van 15 jaar en ouder gebruikt als operationele populatie. De meest denkbare typen gebruikers zijn achterhaald, maar er zijn ook gebruikers die jonger zijn dan 15 jaar. Deze groep gebruikers is een belangrijke doelgroep, omdat zij veelal gebruik maken van het zwembad voor bijvoorbeeld de zwemles en/of lid zijn van een zwemvereniging. Hierdoor zijn niet alle gebruikers van bovenlokale zwembaden in het onderzoek opgenomen. Leeftijdsgroepen zijn daarmee nog steeds belangrijk om rekening mee te houden of om in te spelen op bepaalde leeftijdsgroepen. Ondanks dat er geen significantie verschillen in dit onderzoek zijn gevonden tussen de persoonskenmerken en typen gebruikers.

Uiteindelijk hebben 372 respondenten aan dit onderzoek meegewerkt. Deze respondenten zijn verdeeld over vier onderzoekslocaties. Er is geprobeerd om zoveel mogelijk verschillende soorten gebruikers op te nemen in

het onderzoek. Hierdoor is op verschillende locaties, dagen en tijdstippen en geënquêteerd. De resultaten zijn daardoor afhankelijk van de periode van enquêteren. In de zomerperiode kan gelden dat er andere typen gebruikers bevinden in het zwembad of dat een bepaald type gebruiker meer vertegenwoordigd is dan in de 'reguliere' periode. Het uitvoeren van het onderzoek in de zomerperiode kan aanvullende resultaten opleveren die samengevoegd kunnen worden met de resultaten van dit onderzoek. Bovendien om wellicht meer typen gebruikers te onderscheiden en/of de gevonden typen gebruikers te verifiëren, zijn meerdere respondenten nodig. Dit komt voort uit het gegeven dat cluster 2 (extern gedreven zwemmer) een beperkt aantal waarnemingen heeft.

Daarnaast is in dit onderzoek gebruik gemaakt van factor- en cluster analyse. Ondanks deze twee statistische technieken zich goed verlenen om een marketingstrategie te kunnen bepalen, zijn de resultaten van deze analyse afhankelijk van de interpretatie van de onderzoeker. Hoewel met meerdere professionals is gesproken over de benamingen van de (push en pull) factoren en clusters, kunnen de omschrijvingen daarvan mogelijkwijs scherper geformuleerd worden.

Betreft de reisbereidheid van de typen gebruikers is gebruikt gemaakt van hemelsbrede afstanden tussen het woonadres en het adres van het zwembad. Dit heeft als gevolg dat het niet de werkelijke afstand is die men aflegt om bij het zwembad te komen. Reisbereidheid gemeten in afstanden over de weg en/of gemeten in tijdsduur levert waarschijnlijk een realistischer beeld op. Aansluitend daarop zullen de verzorgingsgebieden van de bovenlokale zwembaden niet cirkelvormig zijn. De verzorgingsgebieden zijn, gezien het patroon van de gebruikers, niet eenduidig. Dit is grotendeels afhankelijk van sociaalgeografische factoren.

6.3.2 Aanknopingspunten voor vervolgonderzoek

Dit onderzoek biedt niet alleen inzicht in de push en pull benadering gebaseerd op bovenlokale zwembaden maar ook inzicht in de combinatie met geografische factoren zoals reisbereidheid. Het is daarmee een verkennend onderzoek om de problematiek rondom het gebruik en het lokaliseren van (bovenlokale) sportaccommodaties richting te geven vanuit (sociaal) geografisch oogpunt. Voor verder onderzoek over het gebruik van bepaalde sportaccommodaties zou het waardevol zijn om de combinatie van de push en pull benadering en het ruimtelijke gedrag van de gebruikers te verfijnen. Om hiermee te beginnen is het aan te bevelen om de reisbereidheid van de gebruikers te meten in de tijd die men kwijt is om bij het zwembad of andere sportaccommodaties te komen. Een andere optie is om de afstand over de weg te meten. Dit levert een realistischer resultaat op van de reisbereidheid. Daarnaast zijn er wellicht nog andere push en pull factoren die een rol spelen in het gebruik van bovenlokale zwembaden. Een aantal factoren verdienen de aandacht om de interne betrouwbaarheid te verhogen.

Verder is dit onderzoek gebaseerd op vier bovenlokale zwembaden. Betreft de verzorgingsgebieden kan het wenselijk zijn om van alle bovenlokale zwembaden de verzorgingsgebieden in kaart te brengen. Hierdoor kunnen zogenoemde 'witte vlekken' in beeld worden gebracht. Dit kan bijdragen aan bepaalde standpunten die betrekking hebben op de sluiting, renovatie en verplaatsingen van bepaalde zwembaden. Dit geldt niet alleen voor bovenlokale zwembaden, maar alle (openbare) zwembaden. Een vergelijking tussen gebruikers en verzorgingsgebieden van bovenlokale zwembaden en lokale zwembaden is hierbij wenselijk. Ondanks een bovenlokaal zwembad, in dit onderzoek, wordt gekenmerkt door het 50-meterbad, zijn er wellicht ook zwembaden die een bovenlokale functie hebben terwijl zij niet over een 50-meterbad beschikken.

Praktisch gezien zijn er aanknopingspunten voor vervolgonderzoek die betrekking hebben op de typen gebruikers. Het zijn doelgroepen die zogenoemde gemeentegrensoverschrijdende bewegingen hebben. Gemeenten moeten nadrukkelijk samenwerken om te bepalen hoe deze doelgroepen benaderd kunnen worden en hoe de sportfaciliteiten in die gemeenten worden aangeboden.

Literatuurlijst

- Alexandris, K., Kouthouris, C., Funk, D., & Giovani, C. (2009), Segmenting winter sport tourists by motivation: The case of recreational skiers. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(5), 480-499.
- Afthinos, Y., Theodorakis, N. D., & Nassis, P. (2005), Customers' expectations of service in Greek fitness centers: Gender, age, type of sport center, and motivation differences. *Managing Service Quality*, 15(3), 245-258.
- Bodet, G. (2006), Investigating customer satisfaction in a health club context by an application of the tetraclasse model. *European Sport Management Quarterly*, 6(2), 149-165.
- Boeije, H., H. 't Hart & J. Hox (2009), *Onderzoeksmethoden*. Den Haag: Boom Lemma Uitgevers
- Boone-Heinonen, J., Casanova, K., Richardson, A. S., & Gordon-Larsen, P. (2010), Where can they play? Outdoor spaces and physical activity among adolescents in US urbanized areas. *Preventive medicine*, 51(3), 295-298.
- Breedveld, K., H. van der Poel, A. Elling (2012), *10 jaar sportonderzoek en –beleid*. Utrecht: Mulier Instituut
- Breedveld, K., & Tiessen-Raaphorst, A. (2006), *Rapportage sport*. Den Haag, Netherlands: SCP den Haag.
- Bryman, A. (2008), *Social Research Methods*. Oxford: University Press. Derde druk
- Consult Actief (2014), *Kansen NISB rondom sportaccommodaties en sportaccommodatiebeleid*. Consult Actief, Ede.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000c), The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological inquiry*, 11(4), 227-268.
- Dejonghe, T., & Van Hoof, S. (2006), *Over slapende reuzen en wakkere dwergen. De geografie van het Nederlandse betaalde voetbal* (No. urn: hdl: 123456789/341836). Katholieke Universiteit Leuven.
- Dillard, J. E., & Bates, D. L. (2011), Leisure motivation revisited: why people recreate. *Managing Leisure*, 16(4), 253-268.
- Donders, J.L.M., Luttik, J., Goossen, C.M., Veeneklaas, F.R., Vreke, J., Weijschedé, T.J. (2011), *Waar gaat dat heen?: Recreatiemotieven, landschapskwaliteit en de oudere wandelaar: achtergronddocument bij Natuurverkenning 2011*. Wageningen: Wettelijke Onderzoekstaken Natuur & Milieu, 2011 (wot-werkdocument 271) – 86p.
- Elling, A. (2013), *50-plussers en sport: motieven, belemmeringen en blessures: factsheet*.
- Field, A (2013), *Discovering statistics using IBM SPSS statics*. Sage.
- Goossen, C.M., & de Boer, T.A. (2008), *Recreatiemotieven en belevingsssferen in een recreatief landschap: literatuuronderzoek*. Alterra
- Goossens, R. & G. Roording (2006), *Sportinfrastructuur: Organisaties en Accommodaties*. In: K. Breedveld& A. Tiessen-Raaphorst(eds.), *Rapportage Sport 2006*, pp. 139–174. The Hague: Social and Cultural Planning Office.
- Hermie, T. (2013), *Voetballen in de buurt of liever wat verder met vrienden?* Universiteit Utrecht, Utrecht.
- Higham, J., & Hinch, T. (2006), Sport and tourism research: a geographic approach. *Journal of sport & tourism*, 11(1), 31-49.
- Hill, B., & Christine Green, B. (2012), Repeat participation as a function of program attractiveness, socializing opportunities, loyalty and the sportscape across three sport facility contexts. *Sport Management Review*, 15(4), 485-499.
- Hodge, K., Allen, J. B., & Smellie, L. (2008), Motivation in Masters sport: Achievement and social goals. *Psychology of Sport and Exercise*, 9(2), 157-176.

Hoekman, R. & Bol, P. van der (2014), Sport in collegeprogramma's 2014: van armoedebeleid tot zelfredzaamheid. Utrecht: Mulier Instituut.

Hoekman, R., Hoenderkamp, K. & Poel, H. van der (2013), Sportaccommodaties in beeld. Utrecht/Nieuwegein: Mulier Instituut/Arko Sports Media

Hoekman, R., F. Knol, H. van der Poel (2010), Ruimte en accommodaties voor sport. In: Tiessen-Raaphorst, A. (2010). Sport: een leven lang: rapportage sport 2010, 1568 (1262), pp. 204-218. Den Haag [etc.]: Sociaal en Cultureel Planbureau [etc.].

Hospers, G. J. (2011), Place marketing in shrinking Europe: some geographical notes. Tijdschrift voor economische en sociale geografie, 102(3), 369-375.

Kelley, S. W., & Turley, L. W. (2001), Consumer perceptions of service quality attributes at sporting events. Journal of Business Research, 54(2), 161-166.

Kim, N. S., & Chalip, L. (2004), Why travel to the FIFA World Cup? Effects of motives, background, interest, and constraints. Tourism Management, 25(6), 695-707.

Kim, S. S., Lee, C. K., & Klenosky, D. B. (2003), The influence of push and pull factors at Korean national parks. Tourism Management, 24(2), 169-180.

Koninklijke Nederlandse Zwembond (2013), Handboek Zwembaden. Nieuwegein: Koninklijke Nederlandse Zwembond (KNZB)

Konu, H., Laukkanen, T., & Komppula, R. (2011), Using ski destination choice criteria to segment Finnish ski resort customers. Tourism Management, 32(5), 1096-1105.

Kyle, G., Absher, J., Norman, W., Hammitt, W., & Jodice, L. (2007), A modified involvement scale. Leisure Studies, 26(4), 399-427.

Lam, E. T., Zhang, J. J., & Jensen, B. E. (2005), Service quality assessment scale (SQAS): An instrument for evaluating service quality of health-fitness clubs. Measurement in physical education and exercise science, 9(2), 79-111.

Luna-Arocas, R., & Li-Ping Tang, T. (2005), The use of cluster analysis to segment clients of a sport center in Spain. European Sport Management Quarterly, 5(4), 381-413.

Macintosh, E., & Doherty, A. (2007), Reframing the service environment in the fitness industry. Managing Leisure, 12(4), 273-289.

McCormack, G. R., Giles-Corti, B., Bulsara, M., & Pikora, T. J. (2006), Correlates of distances traveled to use recreational facilities for physical activity behaviors. International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity, 3(1), 18.

Oostrik, F. G. H. (2008), Als je het mij vraagt: Waarom mensen kiezen voor zelfbeschikking in de zorg. Instituut Beleid en Management Gezondheidszorg (iBMG).

Panter, J., Jones, A., & Hillsdon, M. (2008), Equity of access to physical activity facilities in an English city. Preventive medicine, 46(4), 303-307.

Park, D. B., & Yoon, Y. S. (2009), Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. Tourism management, 30(1), 99-108.

Pawlowski, T., Breuer, C., Wicker, P., & Poupaux, S. (2009), Travel time spending behaviour in recreational sports: an econometric approach with management implications. European Sport Management Quarterly, 9(3), 215-242.

Pearce, P. L., & Lee, U. I. (2005), Developing the travel career approach to tourist motivation. Journal of Travel Research, 43(3), 226-237.

- Pelletier, L. G., Rocchi, M. A., Vallerand, R. J., Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2013), Validation of the revised sport motivation scale (SMS-II). *Psychology of Sport and Exercise*, 14(3), 329-341.
- Pelletier, L. G., Fortier, M. S., Vallerand, R. J., Tuson, K. M., Briere, N. M., & Blais, M. R. (1995), Toward a new measure of intrinsic motivation, extrinsic motivation, and amotivation in sports: The Sport Motivation Scale (SMS). *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 17, 35-35.
- Robson, S., & McKenna, J. (2001), Sport and health. *Sports Development: Policy, Process, and Practice*, 126.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000a), Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American psychologist*, 55(1), 68.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000b), Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary educational psychology*, 25(1), 54-67.
- San Martin, H., & Rodríguez del Bosque, I. A. (2008), Exploring the cognitive–affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation. *Tourism Management*, 29(2), 263-277.
- Schofield, P., & Thompson, K. (2007), Visitor motivation, satisfaction and behavioural intention: the 2005 Naadam Festival, Ulaanbaatar. *International Journal of Tourism Research*, 9(5), 329-344.
- Shi, L., Cole, S., & Chancellor, H. C. (2012), Understanding leisure travel motivations of travelers with acquired mobility impairments. *Tourism Management*, 33(1), 228-231.
- Snelgrove, R., Taks, M., Chalip, L., & Green, B. C. (2008), How visitors and locals at a sport event differ in motives and identity. *Journal of Sport & Tourism*, 13(3), 165-180.
- Stuij, M., Elling, A., Abma, T. (2014), *Mensen met diabetes over sport, bewegen en ziekte: resultaten kwantitatieve studie*.
- Tiessen-Raaphorst, A. (2010), Sport: een leven lang: rapportage sport 2010 (Vol. 1568, No. 1262, p. 29). Den Haag [etc.]: Sociaal en Cultureel Planbureau [etc.].
- Timmermans, H. (1980), Functionele hiërarchie en ruimtelijk keuzegedrag van consumenten: een theoretische uiteenzetting en een empirische toepassing van een ruimtelijk preferentie model.
- Tsiotsou, R. (2006), Using visit frequency to segment ski resorts customers. *Journal of Vacation Marketing*, 12(1), 15-26.
- Tulle, E. (2008), Acting your age? Sports science and the ageing body. *Journal of aging studies*, 22(4), 340-347.
- Vallerand, R. J. (2004), Intrinsic and extrinsic motivation in sport. *Encyclopedia of applied psychology*, 2, 427-435.
- Wakefield, K. L., Blodgett, J. G., & Sloan, H. J. (1996), Measurement and management of the sportscape. *Journal of Sport Management*, 10(1).
- Warburton, D. E., Nicol, C. W., & Bredin, S. S. (2006), Health benefits of physical activity: the evidence. *Canadian medical association journal*, 174(6), 801-809.
- Werff, H. van der, Breedveld, K., Bakker, S. Kemper, P., Cotterink, M., Mourik, R. van, Henneken, T. (2013), *Zwemmen in Nederland: de zwemsport in al zijn facetten nader belicht*. Utrecht/Nieuwegein: Mulier Instituut/Arko Sports Media
- Westerbeek, H. M., & Shilbury, D. (2003), A Conceptual Model for Sport Services Marketing Research: Integrating Quality, Value and Satisfaction. *International journal of sports marketing & sponsorship*, 5(1).
- World Health Organization. (2003), *Health and development through physical activity and sport*.
- Vallerand, R. J. (2007), Intrinsic and extrinsic motivation in sport and physical activity. *Handbook of sport psychology*, 3, 59-83.

Yoon, Y., & Uysal, M. (2005), An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism management*, 26(1), 45-56.

Yoshida, M., & James, J. D. (2011), Service quality at sporting events: Is aesthetic quality a missing dimension?. *Sport Management Review*, 14(1), 13-24.

Geraadpleegde websites:

Eindhovens Dagblad (2014), Voortbestaan van zwembad De Tongelreep in Eindhoven is ongewis.

<http://www.ed.nl/regio/eindhoven/voortbestaan-van-zwembad-de-tongelreep-in-eindhoven-is-ongewis-1.4266148>

Geraadpleegd op 15 maart 2014.

NOC*NSF (2013), Samen winnen: sterke buurten met sport.

www.nocnsf.nl/cms/streambin.aspx?documentid=7302

Geraadpleegd op 28 januari 2014

Optisport (2014), Bedrijfsprofiel.

<http://www.optisport.nl/~optisport/index.php/en/bedrijfsprofiel.html>

Geraadpleegd op 7 april 2014.

Sportfondsen (2014), Over sportfondsen.

<http://www.sportfondsen.nl/Consument/Paginas/Over%20Sportfondsen.aspx>

Geraadpleegd op 7 april 2014.

Sportspace (2014), SPORTSPACE.

<http://www.sportspace.eu/about/>

Geraadpleegd op 28 januari 2014

Sport&Strategie (2014), Nationaal Sportdebat: naar een nieuw financieringsmodel voor de sport.

<http://www.sportenstrategie.nl/2014/sportmanagement/sporteconomie/nationaal-sportdebat-naar-een-nieuw-financieringsmodel-voor-de-sport/>

<http://www.sportenstrategie.nl/2014/sportmanagement/sporteconomie/nationaal-sportdebat--maarten-van-bottenburg/>

Geraadpleegd op 30 juni 2014

SRO (2014), SRO is maatschappelijk partner van gemeenten.

<http://www.sro.nl/>

Geraadpleegd op 7 april 2014.

VNG (2013), Intergemeentelijke samenwerking toegepast.

<https://www.vng.nl/files/vng/publicaties/2013/20131029-intergemeentelijk-samen.pdf>

Geraadpleegd op 28 maart 2014

Bijlagen

Bijlage I: Dataverzameling: enquête

Bijlage II: De enquête

Bijlage III: Codeboek SPSS invoer

Bijlage IV: Operationalisering constructen

Bijlage V: Beschrijvende statistiek per zwembad

Bijlage VI: Verschillen tussen clusters

Bijlage VII: Verzorgingsgebieden bovenlokale zwembaden (75^e percentiel)

Bijlage I: Dataverzameling: enquête

Hieronder het schema betreft de dagen waar en wanneer er enquêtes zijn afgenomen.

DATUM	LOCATIE	TIJDSTIP	PROGRAMMA
Maandag 9 juni (Pinksteren)			
Dinsdag 10 juni	Enquêtes afnemen op kantoor (proef) + printen van enquêtes.		
Woensdag 11 juni	Enquêtes afnemen op kantoor (proef) + printen van enquêtes.		
Donderdag 12 juni	Tongelreep Eindhoven	09.00 – 21:00	Recreatie, zwemles, PSV & watervrienden (verenigingen), KNZB...
Vrijdag 13 juni	Tongelreep Eindhoven	08:30 – 20:00	NK schoonspringen, reuma les, doelgroepzwemmen, zwemles, recreatie, PSV...
Zaterdag 14 juni			
Zondag 15 juni	Hofbad Den Haag	08:30 – 17:00	Vooral recreatie
Maandag 16 juni	Hofbad Den Haag	12.00 – 22:00	Vooral zwemsportverenigingen
Dinsdag 17 juni			
Woensdag 18 juni	De Steur Kampen	09:00 – 18:00	Recreatie 50-meterbad, banenzwemmen, op en oma zwemmen, kindermiddag, Delta Steur
Donderdag 19 juni	De Steur Kampen	08:30 – 21:00	Zwangerschapzwemmen, MBVO, Club Aqua Bootcamp, doelgroepzwemmen
Vrijdag 20 juni	Sportboulevard Dordrecht	08:30 – 22:00	Recreatief zwemmen en zwemlessen
Zaterdag 21 juni			
Zondag 22 juni	Sportboulevard Dordrecht	09:30 – 17:00	Recreatief zwemmen en onderwaterhockey toernooi

Bijlage II: De enquête

Zie volgende pagina.

Enquête 'het gebruik van zwembaden'

UNIVERSITEIT
UTRECHT



NISB Nederlands Instituut
voor Sport & Bewegen

Beste meneer/mevrouw,

Hartelijk dank voor uw medewerking aan deze enquête. Voor mijn afstuderen aan de Universiteit Utrecht (opleiding Stadsgeografie) voer ik een onderzoek uit in opdracht van het Nederlands Instituut Sport en Bewegen (NISB). Het onderzoek gaat in op het gebruik van zwembaden.

Ten eerste zullen een aantal vragen gesteld worden over het bezoek aan het zwembad. Daarna volgt een aantal vragen over uw motivatie om te gaan zwemmen en uw mening over het zwembad. De vragenlijst eindigt met enkele algemene vragen. Het invullen van de enquête zal ongeveer vijf tot tien minuten van uw tijd in beslag nemen. U zult volledig anoniem blijven en de gegevens zullen vertrouwelijk behandeld worden.

Mede namens NISB wil ik u hartelijk danken voor uw medewerking.

Met vriendelijke groet,

Marik Waterman
marik.waterman@nisb.nl

BEZOEK ZWEMBAD

Hieronder volgt een aantal vragen met betrekking tot uw bezoek aan het zwembad.

1. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode?

... ..

2. Hoeveel keer heeft u in de afgelopen twaalf maanden in dit zwembad gezwommen? Indien u het niet precies weet, geeft u dan een zo nauwkeurig mogelijke schatting. Uw huidig bezoek kunt u als één keer beschouwen.

..... keer

3. Wat is/zijn uw hoofdreden(en) voor het bezoek aan dit zwembad? Meerdere antwoorden mogelijk.

- (Trainen voor) wedstrijdzwemmen
- (Trainen voor) waterpolo
- (Trainen voor) synchroonzwemmen
- (Trainen voor) schoonspringen
- (Trainen voor) onderwaterhockey
- Onder water duiken (met luchtflessen)
- Aquajoggen, aquafitness, aquaspinning, zwangerschapzwemmen of andere oefenvorm
- Baantjes zwemmen (recreatief)
- Mee zwemmen als ouder/begeleider van kinderen
- Spelen in en rond het water
- Genieten van het warme water (bijvoorbeeld in de whirlpool/hot tub)
- Anders, namelijk

4. Van welk(e) zwemfaciliteit(en) maakt u het meest gebruik? Maximaal twee antwoorden mogelijk.

- 50-meterbad
- 25-meterbad
- Recreatiebad/golfslagbad
- Instructiebad/doelgroepenbad
- Kleuterbad
- Waterglijbaan
- Springplank
- Duiktoren
- Anders, namelijk

- 5. Bent u lid van een zwemsportvereniging?** (zwemmen, schoonspringen, waterpolo, etc.)
- Ja
 - Nee
- 6. Neemt u deel aan zwemsportwedstrijden?** (wedstrijdzwemmen, waterpolo etc.) Meerdere antwoorden mogelijk.
- Ja, onderlinge wedstrijden met vrienden, familie, kennissen
 - Ja, lokale wedstrijden (georganiseerd door een vereniging)
 - Ja, regionale wedstrijden (bijv. regiokampioenschappen)
 - ja, nationale wedstrijden (bijv. nationale zwemcompetitie of Nederlandse kampioenschappen)
 - ja, internationale wedstrijden
 - Nee
- 7. Wat is het meest op u van toepassing?** Eén antwoord mogelijk.
- Zwemsport (zwemmen, waterpolo etc.) is mijn enige sport
 - Naast een vorm van zwemsport, beoefen ik ook nog een andere sport
 - Ik beoefen geen vorm van zwemsport, ik beoefen een andere sport
 - Ik beoefen geen sport
- 8. In welk gezelschap bent u naar dit zwembad gekomen?** Eén antwoord mogelijk.
- Alleen
 - Partner, vriend of vriendin
 - Gezin, ouders of familie
 - Vrienden, kennissen of collega's
 - Groepsverband met begeleider
 - Anders, namelijk
- 9. Met welk vervoermiddel bent u naar dit zwembad gekomen?** Eén antwoord mogelijk. Wanneer u meer dan één vervoermiddel gebruikt, kiest u dan het vervoermiddel waarmee u de langste afstand overbrugt.
- Lopend
 - Fiets
 - Brommer/scooter
 - Auto/motor
 - Openbaar vervoer
 - Anders
- 10. Is dit het dichtstbijzijnde zwembad ten opzichte van uw woning?**
- Ja
 - Nee
 - Weet ik niet
- 11. Maakt u regelmatig gebruik van andere zwembaden?**
- Ja
 - Nee

(Ga verder op de volgende pagina)

SPORT – EN RECREATIEMOTIVATIE

Hieronder volgt een aantal vragen betreft uw motivatie om te gaan zwemmen.

12. Waarom gaat u zwemmen? Geef per uitspraak aan in welke mate u het eens of oneens bent.
Omdat...

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet mee eens/niet mee oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
Sport					
ik meer wil leren over deze sport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ik mezelf wil verbeteren in deze sport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ik me wil meten met anderen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ik een slecht gevoel over mezelf zou hebben als ik niet de tijd zou nemen om te sporten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sporten zorgt voor afleiding in mijn dagelijkse leven	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
bepaalde mensen teleurgesteld in mij zullen zijn als ik niet ga sporten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recreatie					
ik iets nieuws wil proberen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zwemmen één van de meest plezierige dingen is die ik doe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ik een hoge prioriteit geef aan zwemmen ten opzicht van andere activiteiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zwemmen voor mij een uitdaging is	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zwemmen een avontuur is	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zwemmen verkoelend en verfrissend is	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ik mijzelf kan zijn tijdens het zwemmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ik het individueel kan doen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sociaal					
het voor mij mogelijk maakt om nieuwe mensen te ontmoeten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
het voor mij mogelijk maakt om mensen te ontmoeten met dezelfde interesses	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zwemmen een activiteit is die ik graag met mijn vrienden, familie en/of kinderen doe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gezondheid					
ik een beter uithoudingsvermogen/conditie krijg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik wil afvallen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ik mijn spieren en gewrichten daarmee kan versterken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik dan fysiek kan ontspannen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik dan mentaal kan ontspannen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
regelmatig sporten mij structuur geeft in het leven	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Waarom gaat u zwemmen in dit zwembad? Geef per uitspraak aan in welke mate u het eens of oneens bent.
Vanwege...

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet mee eens/niet mee oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
Algemeen					
de goede kwaliteit-prijs verhouding	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de beschikbare faciliteiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de sfeer in het zwembad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de moderne uitstraling van het zwembad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de temperatuur van het zwemwater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de zwemsportverenigingen die gebruik maken van dit zwembad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zwembadpersoneel					
de beschikbaarheid van het zwembadpersoneel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de klantvriendelijkheid van het personeel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de kennis en vaardigheden van het personeel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Faciliteiten					
de beschikbaarheid van het 50-meterbad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
het golfslagbad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
het kleuterbad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de beschikbaarheid van een glijbaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de beschikbaarheid van een duiktoren en/of springplank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de beschikbaarheid van diverse hulpmiddelen (digitale klokken, startblokken, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de beschikbaarheid van speelmateriaal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de beschikbaarheid van een sauna, stoombad of zonnebank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de verschillende georganiseerde zwemprogramma's (aquafitness etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de verschillende lokale/nationale/internationale evenementen die worden georganiseerd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de aangename horeca/sportkantine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hygiëne en veiligheid					
de goede hygiëne van de kleedkamers en toiletten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
het goede onderhoud van het zwembad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de veiligheidsmaatregelen (zoals diepte aanduiding)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
het veilige gevoel door toezicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bereikbaarheid en toegankelijkheid					
de bereikbaarheid van het zwembad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de (gunstige) openingstijden van het zwembad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de overzichtelijkheid van verschillende ruimtes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
voldoende parkeergelegenheden/stallingplaatsen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de rust in het zwembad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ALGEMENE VRAGEN

Ten slotte een aantal algemene vragen.

14. Wat is uw geslacht?

- Man
- Vrouw

15. Wat is uw leeftijd?

..... jaar

16. Wat is uw dagelijkse hoofdactiviteit? Eén antwoord mogelijk.

- Fulltime werkend (35 uur of meer per week)
- Parttime werkend
- Huishoudelijk werk
- School/studie
- Werkzoekende/arbeidsongeschikt
- Anders

17. Welke huishoudensituatie is (het meest) op u van toepassing? Eén antwoord mogelijk.

- Alleenstaand
- Twee volwassenen, geen (thuiswonende) kinderen
- Twee volwassenen met thuiswonend(e) kind(eren)
- Één ouder met thuiswonend(e) kind(eren)
- Anders

18. Wat is uw huidige of hoogst voltooide opleiding? Eén antwoord mogelijk.

- Geen
- Lager onderwijs, basisonderwijs, speciaal onderwijs
- Lbo, vbo, vmbo basis- of kaderberoepsgerichte leerweg
- Mavo, vmbo theoretische of gemengde leerweg, (m)ulo, 3-jarige hbs
- Havo, vwo, mms, hbs,
- Mbo (mts/uts)
- Hbo (hts, heao)
- Universiteit

19. Wat is het beste van toepassing op het inkomen van het gezin? Eén antwoord mogelijk.

- Beneden modaal (lager dan € 22.700 bruto/jaar)
- Gelijk aan modaal (tussen € 22.700 en € 27.300 bruto/jaar)
- Boven modaal (hoger dan € 27.300 bruto/jaar)
- Wil niet zeggen/weet niet

Dit is het einde van de enquête. Wederom hartelijk dank voor uw deelname!

In te vullen door enquêteur.

Naam zwembad	
Enquêtenummer	
Locatie (ingang, restaurant ...)	
Datum	
Tijdstip	
Indien aangeven of er in de tijd van enquête afname een bepaalde vorm van doelgroepzwemmen bezig was of voornamelijk 'vrij' werd gezwommen.	

Bijlage III: Codeboek SPSS invoer

Hieronder het codeboek waarmee het SPSS bestand is opgemaakt en waarmee de ingevulde enquêtes ingevoerd zijn in SPSS.

= nummer enquêtevraag
 Variabele naam = verkorte naam variabele (in SPSS)
 Label = omschrijving variabele
 Values = omschrijving waardes

#	Variabele naam	Label	Values
0	Enqnr	Enquêtenummer	(numeriek)
0	Locatie	Zwembadlocatie	1 = Tongelreep 2 = Hofbad 3 = De Steur 4 = Sportboulevard
1	Pc4	Viercijferig postcode	(numeriek)
2	Keer_gezwom	Aantal keer in dit zwembad gezwommen	(numeriek)
3	Hoofdred_bezoek_1	Hoofdreden wedstrijdzwemmen	0 = Niet de reden 1 = Wel de reden 99 = Missing
3	Hoofdred_bezoek_2	Hoofdreden waterpolo	
3	Hoofdred_bezoek_3	Hoofdreden synchroonzwemmen	
3	Hoofdred_bezoek_4	Hoofdreden schoonspringen	
3	Hoofdred_bezoek_5	Hoofdreden onderwaterhockey	
3	Hoofdred_bezoek_6	Hoofdreden onder water duiken	
3	Hoofdred_bezoek_7	Hoofdreden oefenvormen	
3	Hoofdred_bezoek_8	Hoofdreden baantjes zwemmen (recreatief)	
3	Hoofdred_bezoek_9	Hoofdreden mee zwemmen	
3	Hoofdred_bezoek_10	Hoofdreden spelen in en rond water	
3	Hoofdred_bezoek_11	Hoofdreden genieten warme water	
3	Hoofdred_bezoek_12	Hoofdreden school	
3	Hoofdred_bezoek_13	Hoofdreden anders	0 = Niet de reden 1 = Anders 99 = Missing
4	Gebruik_zwemfaciliteit_1	Meest gebruik van 50-meterbad	0 = Gebruik niet het meest 1 = Maak meest gebruik van 99 = Missing
4	Gebruik_zwemfaciliteit_2	Meest gebruik van 25-meterbad	
4	Gebruik_zwemfaciliteit_3	Meest gebruik van recreatiebad/golfslagbad	
4	Gebruik_zwemfaciliteit_4	Meest gebruik van instructiebad/doelgroepenbad	
4	Gebruik_zwemfaciliteit_5	Meest gebruik van kleuterbad	
4	Gebruik_zwemfaciliteit_6	Meest gebruik van waterglijbaan	
4	Gebruik_zwemfaciliteit_7	Meest gebruik van springplank	
4	Gebruik_zwemfaciliteit_8	Meest gebruik van duiktoren	
4	Gebruik_zwemfaciliteit_9	Meest gebruik van iets anders	0 = Gebruik niet het meest 1 = Anders 99 = Missing
5	Lid_zwemver	Lid van zwemvereniging	1 = Ja 2 = Nee 99 = Missing
6	Deelname_wedstr_1	Deelname aan onderlinge wedstrijden	0 = Nee 1 = Ja, onderlinge wedstrijden 99 = Missing
6	Deelname_wedstr_2	Deelname aan lokale wedstrijden	0 = Nee 1 = Ja, lokale wedstrijden

			99 = Missing
6	Deelname_wedstr_3	Deelname aan regionale wedstrijden	0 = Nee 1 = Ja, regionale wedstrijden 99 = Missing
6	Deelname_wedstr_4	Deelname aan nationale wedstrijden	0 = Nee 1 = Ja, nationale wedstrijden 99 = Missing
6	Deelname_wedstr_5	Deelname aan internationale wedstrijden	0 = Nee 1 = Ja, internationale wedstrijden 99 = Missing
6	Deelname_wedstr_6	Geen deelname aan zwemsportwedstrijden	0 = Wel deelname aan 1 = Geen deelname aan 99 = Missing
7	Sporter_welniet	Sporter of niet	1 = Zwemsport enige sport 2 = Naast zwemsport nog ander sport 3 = Beoefen ander sport 4 = Beoefen geen sport 99 = Missing
8	Gezelschap	Gezelschap naar zwembad	1 = Alleen 2 = Partner, vriend of vriendin 3 = Gezin, ouders of familie 4 = Vrienden, kennissen of collega's 5 = Groepsverband met begeleider 6 = Anders 7 = Teamgenoten/klasgenoten * 99 = Missing
9	Vervoermiddel	Vervoermiddel naar zwembad	1 = Lopend 2 = Fiets 3 = Brommer/scooter 4 = Auto/motor 5 = Openbaar vervoer 6 = Anders 99 = Missing
10	Dichtstbijzijnde_zw	Dichtstbijzijnd zwembad	1 = Ja 2 = Nee 3 = Weet ik niet 99 = Missing
11	Gebruik_anderzw	Regelmatig gebruik ander zwembad	1 = Ja 2 = Nee 99 = Missing
12	Wa_zw_sp_leren	Leren over deze sport	1 = Helemaal mee oneens 2 = Mee oneens 3 = Niet mee eens/niet mee oneens 4 = Mee eens 5 = Helemaal mee eens 99 = Missing
12	Wa_zw_sp_verbet	Verbeteren in deze sport	
12	Wa_zw_sp_meten	Metten met anderen	
12	Wa_zw_sp_gevoel	Slecht gevoel over mezelf	
12	Wa_zw_sp_afl	Afleiding in dagelijks leven	
12	Wa_zw_sp_teleur	Mensen teleurgesteld	
12	Wa_zw_recr_nieuws	Nieuws proberen	
12	Wa_zw_recr_plezier	Meeste plezierige dingen	
12	Wa_zw_recr_prio	Hoge prioriteit	
12	Wa_zw_recr_uitdaging	Uitdaging	
12	Wa_zw_recr_avont	Avontuur	
12	Wa_zw_recr_verkoel	Verkoelend en verfrissend	
12	Wa_zw_recr_mezelf	Mezelf kan zijn	
12	Wa_zw_recr_indivi	Individueel	
12	Wa_zw_soc_nieuw	Nieuwe mensen ontmoeten	
12	Wa_zw_soc_interes	Mensen met dezelfde interesses	
12	Wa_zw_soc_vrienden	Graag met vrienden/familie/kinderen	
12	Wa_zw_gez_outhou	Uithoudingsvermogen/conditie	

12	Wa_zw_gez_afval	Afvallen	
12	Wa_zw_gez_spier	Spiere en gewrichten versterken	
12	Wa_zw_gez_fysiek	Fysiek ontspannen	
12	Wa_zw_gez_mentaal	Mentaal ontspannen	
12	Wa_zw_gez_struct	Structuur in het leven	
13	Wa_bad_alg_kwali	Kwaliteit-prijs verhouding	1 = Helemaal mee oneens 2 = Mee oneens 3 = Niet mee eens/niet mee oneens 4 = Mee eens 5 = Helemaal mee eens 99 = Missing
13	Wa_bad_alg_fac	Beschikbare faciliteiten	
13	Wa_bad_alg_sfeer	Sfeer	
13	Wa_bad_alg_uitstr	Moderne uitstraling	
13	Wa_bad_alg_temp	Temperatuur water	
13	Wa_bad_alg_ver	Zwemsportverenigingen	
13	Wa_bad_pers_beschik	Beschikbaarheid personeel	
13	Wa_bad_pers_klantvr	Klantvriendelijkheid personeel	
13	Wa_bad_pers_kennis	Kennis en vaardigheden personeel	
13	Wa_bad_fac_50	50-meterbad	
13	Wa_bad_fac_golf	Golfslagbad	
13	Wa_bad_fac_kleuterb	Kleuterbad	
13	Wa_bad_fac_glij	Glijbaan	
13	Wa_bad_fac_duik	Duiktoren en/of springplank	
13	Wa_bad_fac_hulpmid	Diverse hulpmiddelen	
13	Wa_bad_fac_speel	Speelmateriaal	
13	Wa_bad_fac_sauna	Sauna, stoombad of zonnebank	
13	Wa_bad_fac_progr	Georganiseerde zwemprogramma's	
13	Wa_bad_fac_evenementen	Evenementen	
13	Wa_bad_fac_horeca	Horeca/sportkantine	
13	Wa_bad_hyg_kleedk	Hygiëne kleedkamers en toiletten	
13	Wa_bad_hyg_onderh	Onderhoud zwembad	
13	Wa_bad_hyg_veiligh	Veiligheidsmaatregelen	
13	Wa_bad_hyg_toezicht	Toezicht	
13	Wa_bad_bereik_bereik	Bereikbaarheid	
13	Wa_bad_bereik_opening	Openingstijden	
13	Wa_bad_bereik_overzicht	Overzichtelijkheid	
13	Wa_bad_bereik_parkeer	Parkeergelegenheden/stallingplaatsen	
13	Wa_bad_bereik_rust	Rust in het zwembad	
14	Geslacht	Geslacht	1 = Man 2 = Vrouw 99 = Missing
15	Leeftijd	Leeftijd	(numeriek)
16	Hoofdactiviteit	Dagelijkse hoofdactiviteit	1 = Fulltime werkend 2 = Parttime werkend 3 = Huishoudelijk werk 4 = School/studie 5 = Werkzoekende/arbeidsongeschikt 6 = Anders 99 = Missing
17	Huishouden	Huishoudensituatie	1 = Alleenstaand 2 = Twee volwassenen, geen (thuiswonende) kinderen 3 = Twee volwassenen met thuiswonend(e) kind(eren) 4 = Eén ouder met thuiswonend(e) kind(eren) 5 = Anders 99 = Missing
18	Opleiding	Opleiding	1 = Geen 2 = Lager onderwijs, basisonderwijs 3 = Lbo, vbo, vmbo basis/kader 4 = Mavo, vmbo theoretisch/gemengd

			5 = Havo, vwo 6 = Mbo 7 = Hbo 8 = Universiteit 99 = Missing
19	Inkomen	Gezinsinkomen	1 = Beneden modaal 2 = Gelijk aan modaal 3 = Boven modaal 4 = Wil niet zeggen/weet niet 99 = Missing
0	Afstand	Afstand tot zwembad	(numeriek)

* Item bij enquêtenummer 8 toegevoegd

Bijlage IV: Operationalisering constructen

Push factoren	Aantal items	Items
Sport	6	Omdat ik meer wil leren over deze sport, omdat ik mezelf wil verbeteren in deze sport, ik me wil meten met anderen, ik een slecht gevoel over mezelf zou hebben als ik niet de tijd zou nemen om te sporten, sporten zorgt voor afleiding in mijn dagelijkse leven, bepaalde mensen teleurgesteld in mij zullen zijn als ik niet ga sporten.
Recreatie	8	Ik iets nieuws wil proberen, zwemmen één van de meest plezierige dingen is die ik doe, ik een hoge prioriteit geef aan zwemmen ten opzicht van andere activiteiten, zwemmen voor mij een uitdaging is, zwemmen een avontuur is, zwemmen verkoelend en verfrissend is, ik mijzelf kan zijn tijdens het zwemmen en ik het individueel kan doen.
Gezondheid	6	Ik een beter uithoudingsvermogen/conditie krijg, Ik wil afvallen, ik mijn spieren en gewrichten, daarmee kan versterken, Ik dan fysiek kan ontspannen, Ik dan mentaal kan ontspannen, regelmatig sporten mij structuur geeft in het leven.
Sociaal	3	Het voor mij mogelijk maakt om nieuwe mensen te ontmoeten, het voor mij mogelijk maakt om mensen te ontmoeten met dezelfde interesses, zwemmen een activiteit is die ik graag met mijn vrienden, familie en/of kinderen doe.

Pull factoren	Aantal items	Items
Algemeen	6	Omdat ik meer wil leren over deze sport, omdat ik mezelf wil verbeteren in deze sport, ik me wil meten met anderen, ik een slecht gevoel over mezelf zou hebben als ik niet de tijd zou nemen om te sporten, sporten zorgt voor afleiding in mijn dagelijkse leven, bepaalde mensen teleurgesteld in mij zullen zijn als ik niet ga sporten.
Zwembad personeel	3	Ik iets nieuws wil proberen, zwemmen één van de meest plezierige dingen is die ik doe, ik een hoge prioriteit geef aan zwemmen ten opzicht van andere activiteiten, zwemmen voor mij een uitdaging is, zwemmen een avontuur is, zwemmen verkoelend en verfrissend is, ik mijzelf kan zijn tijdens het zwemmen en ik het individueel kan doen.
Faciliteiten	11	Ik een beter uithoudingsvermogen/conditie krijg, Ik wil afvallen, ik mijn spieren en gewrichten, daarmee kan versterken, Ik dan fysiek kan ontspannen, Ik dan mentaal kan ontspannen, regelmatig sporten mij structuur geeft in het leven.
Hygiëne en veiligheid	4	Het voor mij mogelijk maakt om nieuwe mensen te ontmoeten, het voor mij mogelijk maakt om mensen te ontmoeten met dezelfde interesses, zwemmen een activiteit is die ik graag met mijn vrienden, familie en/of kinderen doe.
Bereikbaarheid & toegankelijkheid	5	De bereikbaarheid van het zwembad, de (gunstige) openingstijden van het zwembad, de overzichtelijkheid van verschillende ruimtes, voldoende parkeergelegenheden/stallingplaatsen, de rust in het zwembad.

Bijlage V: Beschrijvende statistiek per zwembad

Geslacht				
	Tongelreep (N=95)	Hofbad (N=101)	Steur (N=89)	Sportboulevard (N=83)
	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)
Man	51 (53,7)	63 (62,4)	37 (41,6)	53 (63,9)
Vrouw	44 (46,3)	38 (37,6)	52 (58,4)	30 (36,1)

Dagelijkse hoofdactiviteit				
	Tongelreep (N=95)	Hofbad	Steur	Sportboulevard
	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)
Fulltime werkend	23 (24,2)	46 (46)	23 (25,8)	43 (50,6)
Parttime werkend	17 (17,9)	10 (10)	21 (23,6)	19 (22,4)
Huishoudelijk werk	3 (3,2)	0 (0)	14 (15,7)	2 (2,4)
School/studie	30 (31,6)	33 (33)	12 (13,5)	13 (15,3)
Werkzoekende/ arbeidsongeschikt	6 (6,3)	7 (7)	5 (5,6)	4 (4,7)
Anders	16 (16,8)	4 (4)	14 (15,7)	4 (4,7)

Huishoudensituatie				
	Tongelreep (N=95)	Hofbad	Steur	Sportboulevard
	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)
Alleenstaand	18 (18,9)	17 (16,8)	18 (20,2)	14 (16,5)
Twee volwassenen, geen kind(eren)	25 (26,3)	20 (19,8)	28 (31,5)	13 (15,3)
Twee volwassenen met kind(eren)	36 (37,9)	46 (45,5)	35 (39,3)	49 (57,6)
Eén ouder met kind(eren)	7 (7,4)	9 (8,9)	3 (3,4)	6 (7,1)
Anders	9 (9,5)	9 (8,9)	5 (5,6)	3 (3,5)

Opleiding				
	Tongelreep (N=95)	Hofbad (N=101)	Steur (N=89)	Sportboulevard (N=85)
	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)
Geen	1 (1,1)	2 (2,0)	0 (0,0)	1 (1,2)
Lager onderwijs, basisonderwijs	1 (1,1)	4 (4,0)	4 (4,5)	0 (0,0)
Lbo, vbo, vmbo basis/kader	5 (5,3)	5 (5,0)	15 (16,9)	1 (1,2)
Mavo, vmbo theoretisch/gemend	8 (8,4)	8 (7,9)	7 (7,9)	8 (9,4)
Havo, vwo	17 (17,9)	16 (15,8)	9 (10,1)	6 (7,1)
Mbo	16 (16,8)	21 (20,8)	20 (22,5)	14 (16,5)
Hbo	37 (38,9)	20 (19,8)	29 (32,6)	44 (51,8)
Universiteit	10 (10,5)	25 (24,8)	5 (5,6)	11 (12,9)

Gezinsinkomen				
	Tongelreep (N=95)	Hofbad	Steur (N=88)	Sportboulevard (N=85)
	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)
Beneden modaal	15 (15,8)	10 (9,9)	17 (19,3)	6 (7,1)
Gelijk aan modaal	14 (14,7)	11 (10,9)	12 (13,6)	11 (12,9)
Boven modaal	29 (30,5)	44 (43,6)	23 (26,1)	41 (48,2)
Wil niet zeggen/weet niet	37 (38,9)	36 (35,6)	36 (40,9)	27 (31,8)

Leeftijd	Tongelreep (N=95)	Hofbad (N=101)	Steur (N=89)	Sportboulevard (N=85)
Gemiddelde	38,6	33,2	42,8	35,7
Mediaan	35	32	34	36
Min	16	12	14	14
Max	72	69	88	69

Zwemgedrag

Hoofdreden bezoek

	Tongelreep (N=96)	Hofbad (N=102)	Steur (N=89)	Sportboulevard (N=85)
	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)
Wedstrijdzwemmen	5 (5,2)	26 (25,5)	17 (19,1)	5 (5,9)
Waterpolo	2 (2,1)	13 (12,7)	0 (0,0)	19 (22,4)
Synchroonzwemmen	1 (1,0)	1 (1,0)	0 (0,0)	0 (0,0)
Schoonspringen	2 (2,1)	0 (0,0)	0 (0,0)	1 (1,2)
Onderwaterhockey	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	21 (24,7)
Onder water duiken	2 (2,1)	0 (0,0)	0 (0,0)	1 (1,2)
Oefenvormen	9 (9,4)	3 (2,9)	12 (13,5)	3 (3,5)
Baantjes zwemmen (recreatief)	38 (39,6)	40 (39,2)	49 (55,1)	13 (15,3)
Mee zwemmen	12 (12,5)	11 (10,8)	21 (23,6)	33 (38,8)
Spelen in en rond water	20 (20,8)	15 (14,7)	6 (6,7)	7 (8,2)
Genieten van warme water	14 (14,6)	11 (10,8)	11 (12,4)	2 (2,4)
School	17 (17,7)	1 (1,0)	0 (0,0)	0 (0,0)
Anders	16 (16,7)	11 (10,8)	10 (11,2)	5 (5,9)

Meest gebruik van faciliteit

	Tongelreep (N=96)	Hofbad (N=102)	Steur (N=89)	Sportboulevard (N=85)
	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)
50-meterbad	42 (43,8)	76 (74,5)	64 (71,9)	35 (41,2)
25-meterbad	23 (24)	31 (30,4)	14 (15,7)	30 (35,3)
Recreatiebad/ golflslagbad	27 (28,1)	22 (21,6)	19 (21,3)	20 (23,5)
Instructiebad/ Doelgroepenbad	12 (12,5)	8 (7,8)	17 (19,1)	19 (22,4)
Kleuterbad	2 (2,1)	2 (2,0)	75 (14)	11 (12,9)
Waterglijbaan	12 (12,5)	10 (9,8)	0 (0,0)	3 (3,5)
Springplank	3 (3,1)	2 (2,0)	1 (1,1)	0 (0,0)
Duiktoren	2 (2,1)	1 (1,0)	0 (0,0)	0 (0,0)
Anders	8 (8,3)	1 (1,0)	3 (3,4)	2 (2,4)

Lid zwemvereniging

	Tongelreep (N=96)	Hofbad (N=102)	Steur (N=89)	Sportboulevard (N=85)
	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)
Ja	10 (10,4)	44 (43,1)	21 (23,6)	45 (52,9)
Nee	86 (89,6)	58 (56,9)	68 (76,4)	40 (47,1)

Deelname aan wedstrijden

	Tongelreep (N=95)	Hofbad (N=101)	Steur (N=89)	Sportboulevard (N=85)
	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)
Onderlinge wedstrijden	3 (3,1)	7 (6,9)	2 (2,2)	11 (12,9)
Lokale wedstrijden	3 (3,1)	13 (12,7)	12 (13,5)	19 (22,4)
Regionale wedstrijden	3 (3,1)	17 (16,7)	10 (11,2)	19 (22,4)
Nationale wedstrijden	4 (4,2)	22 (21,6)	7 (7,9)	21 (24,7)
Internationale wedstrijden	4 (4,2)	9 (8,8)	3 (3,4)	12 (14,1)
Geen deelname aan wedstrijden	88 (91,7)	68 (66,7)	65 (73,0)	48 (56,5)

Sporter wel/niet

	Tongelreep (N=95)	Hofbad (N=101)	Steur (N=89)	Sportboulevard (N=85)
	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)
Zwemsport enige sport	15 (15,8)	34 (33,3)	25 (28,1)	35 (41,2)
Naast zwemsport nog ander sport	23 (24,2)	34 (33,3)	20 (22,5)	16 (18,8)
Beoefen ander sport	36 (37,9)	21 (20,6)	24 (27,0)	25 (29,4)
Beoefen geen sport	21 (22,1)	13 (12,7)	20 (22,5)	9 (10,6)

Aantal keer gezwommen

	Tongelreep (N=95)	Hofbad (N=101)	Steur (N=89)	Sportboulevard (N=85)
	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)
Gemiddelde	43,36	101,76	75,94	46,91
Mediaan	20	23,5	45	20
Min	1	1	1	1
Max	480	1000	300	200

Reisgedrag

Gezelschap

	Tongelreep (N=96)	Hofbad (N=102)	Steur (N=89)	Sportboulevard (N=85)
	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)
Alleen	23 (24)	26 (25,5)	29 (32,6)	13 (15,3)
Partner, vriend of vriendin	21 (21,9)	23 (22,5)	15 (16,9)	11 (12,9)
Gezin, ouders of familie	8 (8,3)	36 (35,3)	27 (30,3)	42 (49,4)
Vrienden, kennissen of collega's	16 (16,7)	12 (11,8)	13 (14,6)	10 (11,8)
Groepsverband met begeleider	13 (13,5)	3 (2,9)	3 (3,4)	4 (4,7)
Teamgenoten/ klasgenoten	9 (9,4)	2 (2,0)	1 (1,1)	5 (5,9)
Anders	6 (6,3)	0 (0,0)	1 (1,1)	0 (0,0)

Vervoermiddel

	Tongelreep (N=96)	Hofbad (N=102)	Steur (N=89)	Sportboulevard (N=85)
	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)
Lopend	12 (12,5)	2 (2,0)	9 (10,1)	4 (4,7)
Fiets	35 (36,5)	30 (29,4)	40 (44,9)	27 (31,8)
Brommer/scooter	1 (1,0)	2 (2,0)	1 (1,1)	1 (1,2)
Auto/motor	41 (42,7)	64 (62,7)	38 (42,7)	51 (60,0)
Openbaar vervoer	6 (6,3)	4 (3,9)	0 (0,0)	2 (2,4)
Anders	1 (1,0)	0 (0,0)	1 (1,1)	0 (0,0)

Dichtstbijzijnd zwembad

	Tongelreep (N=96)	Hofbad (N=102)	Steur (N=89)	Sportboulevard (N=85)
	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)
Ja	37 (38,5)	33 (32,4)	62 (69,7)	42 (49,4)
Nee	52 (54,2)	64 (62,7)	24 (27)	43 (50,6)
Weet ik niet	7 (7,3)	5 (4,9)	3 (3,4)	0 (0,0)

Gebruik ander zwembad

	Tongelreep (N=96)	Hofbad (N=102)	Steur (N=89)	Sportboulevard (N=85)
	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)	Frequentie (%)
Ja	25 (26,0)	45 (44,1)	29 (32,6)	41 (48,2)
Nee	71 (74,0)	57 (55,9)	60 (67,4)	43 (50,6)

Bijlage VI: Verschillen tussen clusters

Persoonskenmerken	Cluster 1 Individualistische gezondheidszoeker <i>Frequentie (%)</i>	Cluster 2 Passieve zwemmer <i>Frequentie (%)</i>	Cluster 3 Gezelligheid zwemmer <i>Frequentie (%)</i>	Cluster 4 Fanatieke sporter <i>Frequentie (%)</i>	Cluster 5 Sociale zwemmer <i>Frequentie (%)</i>
Geslacht $\chi^2 (4) = 1.965, p = 0,742$					
Man	52 (51,5)	14 (56)	28 (56)	31 (63,3)	65 (53,7)
Vrouw	49 (48,5)	11 (44)	22 (44)	18 (36,7)	56 (46,3)
Dagelijkse hoofdactiviteit $\chi^2 (20) = 28.503, p = 0,098$					
Fulltime werkend	30 (29,7)	10 (40)	23 (46)	21 (42,9)	42 (34,1)
Parttime werkend	31 (30,7)	5 (20)	8 (16)	5 (10,2)	17 (13,8)
Huishoudelijk werk	4 (4)	0 (0)	2 (4)	3 (6,1)	7 (5,7)
School/studie	21 (20,8)	8 (32)	8 (16)	12 (24,5)	34 (27,6)
Werkzoekende/ arbeidsongeschikt	8 (7,9)	0 (0)	4 (8)	0 (0)	8 (6,5)
Anders	7 (6,9)	2 (8)	5 (10)	8 (16,3)	15 (12,2)
Huishoudensituatie $\chi^2 (26) = 18.155, p = 0,315$					
Alleenstaand	21 (20,8)	4 (16)	4 (8)	10 (20,4)	25 (20,3)
Twee volwassenen, geen kind(eren)	27 (26,7)	6 (24)	7 (14)	11 (22,4)	28 (22,8)
Twee volwassenen met kind(eren)	41 (40,6)	11 (44)	32 (64)	19 (38,8)	53 (43,1)
Eén ouder met kind(eren)	4 (4)	2 (8)	6 (12)	3 (6,1)	9 (7,3)
Anders	8 (7,9)	2 (8)	1 (2)	6 (12,2)	8 (6,5)
Opleiding $\chi^2 (28) = 46.718, p = 0,015$					
Geen	0 (0)	1 (4)	0 (0)	0 (0)	3 (2,4)
Lager onderwijs, basisonderwijs	1 (1)	0 (0)	2 (4)	0 (0)	5 (4,1)
Lbo, vbo, vmbo basis/kader	3 (3)	2 (8)	4 (8)	4 (8,2)	7 (5,7)
Mavo, vmbo theoretisch/gemengd	9 (8,9)	1 (4)	3 (6)	3 (6,1)	15 (12,2)
Havo, vwo	18 (17,8)	5 (20)	1 (2)	7 (14,3)	14 (11,4)
Mbo	17 (16,8)	9 (36)	9 (18)	7 (14,3)	25 (20,3)
Hbo	33 (32,7)	4 (16)	29 (58)	19 (38,8)	41 (33,3)
Universiteit	20 (19,8)	3 (12)	2 (4)	9 (18,4)	13 (10,6)
Gezinsinkomen $\chi^2 (12) = 22.113, p = 0,036$					
Beneden modaal	13 (12,9)	5 (20)	8 (16)	5 (10,2)	13 (10,7)
Gelijk aan modaal	13 (12,9)	3 (12)	10 (20)	0 (0)	21 (17,2)
Boven modaal	46 (45,5)	5 (20)	18 (36)	22 (44,9)	39 (32)
Wil niet zeggen/weet niet	29 (28,7)	12 (48)	14 (28)	22 (44,9)	49 (40,2)

Zwemgedrag	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5
	Individualistische gezondheidszoeker	Passieve zwemmer	Gezelligheid zwemmer	Fanatieke sporter	Sociale zwemmer
	<i>Frequentie (%)</i>	<i>Frequentie (%)</i>	<i>Frequentie (%)</i>	<i>Frequentie (%)</i>	<i>Frequentie (%)</i>
Hoofdreden bezoek (wel de reden)					
Wedstrijdzwemmen	16 (15,8)	4 (16)	3 (0)	4 (8,2)	22 (17,9)
Waterpolo*	6 (5,9)	0 (0)	1 (2)	10 (20,4)	16 (13)
Synchroonzwemmen	0 (0)	1 (4)	0 (0)	(0)	1 (0,8)
Schoonspringen	1 (1)	0 (0)	0 (0)	1 (2)	1 (0,8)
Onderwaterhockey*	2 (2)	0 (0)	0 (0)	9 (18,4)	9 (7,3)
Onder water duiken	0 (0)	0 (0)	2 (4)	0 (0)	1 (0,8)
Oefenvormen (aquafitness etc.)	8 (7,9)	0 (0)	3 (6)	4 (8,2)	8 (6,5)
Baantjes zwemmen ** (recreatief)	58 (57,4)	10 (40)	9 (18)	11 (22,4)	43 (35)
Mee zwemmen **	18 (17,8)	5 (20)	26 (52)	5 (10,2)	20 (16,3)
Spelen in en rond water **	7 (6,9)	3 (12)	18 (36)	1 (2)	15 (12,2)
Genieten van warme water	11 (10,9)	3 (12)	8 (16)	3 (6,1)	11 (8,9)
School *	1 (1)	4 (16)	1 (2)	2 (4,1)	9 (7,3)
Anders	13 (12,9)	1 (4)	3 (6)	10 (20,4)	12 (9,8)
Meest gebruik van faciliteit					
50-meterbad **	72 (71,3)	17 (68)	11 (22)	33 (67,3)	70 (56,9)
25-meterbad	25 (24,8)	7 (28)	7 (14)	13 (26,5)	39 (31,7)
Recreatiebad/ golflslagbad **	20 (19,8)	2 (8)	31 (62)	3 (6,1)	26 (21,1)
Instructiebad/ doelgroepenbad	8 (7,9)	3 (12)	13 (26)	9 (18,4)	19 (15,4)
Kleuterbad*	5 (5)	2 (8)	10 (20)	2 (4,1)	10 (8,1)
Waterglijbaan*	8 (7,9)	2 (8)	8 (16)	0 (0)	5 (4,1)
Springplank	1 (1)	1 (4)	2 (4)	0 (0)	2 (1,6)
Duiktoren	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0,8)
Lid zwemvereniging $\chi^2 (12) = 30.089, p < 0,01$					
Ja	26 (25,7)	5 (20)	5 (10)	26 (53,1)	52 (42,3)
Nee	75 (74,3)	20 (80)	45 (90)	23 (46,9)	71 (57,7)
Deelname aan wedstrijden $\chi^2 (12) = 22.113, p = 0,036$					
Onderlinge wedstrijden*	4 (4)	1 (4)	1 (2)	9 (18,8)	7 (5,7)
Lokale wedstrijden	10 (9,9)	4 (16)	2(4)	9 (18,8)	21 (17,1)
Regionale wedstrijden**	9 (8,9)	3 (12)	3 (6)	12 (25)	20 (16,3)
Nationale wedstrijden**	11 (10,9)	1 (4)	1 (2)	17 (35,4)	24 (19,5)
Internationale wedstrijden	7 (6,9)	0 (0)	2 (4,0)	7 (14,6)	12 (9,8)
Geen deelname aan ** wedstrijden	79 (78,2)	20 (80)	46 (92)	24 (50)	79 (64,2)
Sporter wel/niet $\chi^2 (12) = 54.588, p < 0,01$					
Zwemsport enige sport	33 (32,7)	5 (20)	7 (14)	18 (36,7)	42 (34,4)
Naast zwemsport nog ander sport	35 (34,7)	5 (20)	1 (2)	17 (34,7)	28 (23)
Beoefen ander sport	22 (21,8)	9 (36)	20 (40)	10 (20,4)	33 (27)
Beoefen geen sport	11 (10,9)	6 (24)	22 (44)	4 (8,2)	19 (15,6)
Aantal keer gezwommen $\chi^2 (12) = 54.588, p < 0,01$					
Eerste keer	8 (7,9)	1 (4)	8 (16)	4 (8,2)	7 (5,7)
Tot één keer per maand	23 (22,8)	9 (36)	26 (52)	14 (28,6)	27 (22)
Tot één keer per week	36 (35,6)	9 (36)	10 (20)	17 (34,7)	45 (36,6)
Tot drie keer per week	22 (21,8)	5 (20)	3 (6)	8 (16,3)	20 (16,3)
Drie keer of meer per week	12 (11,9)	1 (4)	3 (6)	6 (12,2)	24 (19,5)

* Statistisch significant, maar niet aan voorwaarden voldaan

** Statistisch significant wel aan voorwaarden voldaan

Reisgedrag	Cluster 1 Individualistische gezondheidszoeker	Cluster 2 Passieve zwemmer	Cluster 3 Gezelligheid zwemmer	Cluster 4 Fanatieke sporter	Cluster 5 Sociale zwemmer
	<i>Frequentie (%)</i>	<i>Frequentie (%)</i>	<i>Frequentie (%)</i>	<i>Frequentie (%)</i>	<i>Frequentie (%)</i>
Gezelschap $\chi^2 (20) = 68.856, p < 0,01$					
Alleen	38 (37,6)	7 (28)	4 (8)	14 (28,6)	22 (17,9)
Partner, vriend of vriendin	26 (25,7)	3 (12)	6 (12)	4 (8,2)	24 (19,5)
Gezin, ouders of familie	26 (25,7)	7 (28)	27 (54)	13 (26,5)	35 (28,5)
Vrienden, kennissen of collega's	6 (5,9)	2 (8)	11 (22)	11 (22,4)	15 (12,2)
Anders	5 (5)	6 (24)	2 (4)	7 (14,3)	27 (22)
Vervoermiddel $\chi^2 (20) = 17.625, p = 0,612$					
Lopend	3 (3)	3 (12)	4 (8)	5 (10,2)	11 (8,9)
Fiets	41 (40,6)	5 (20)	19 (38)	15 (30,6)	42 (43,1)
Brommer/scooter	1 (1)	1 (1)	1 (2)	0 (0)	1 (0,8)
Auto/motor	52 (51,5)	15 (60)	26 (52)	27 (55,1)	62 (50,4)
Openbaar vervoer	3 (3)	1 (4)	0 (0)	1 (2)	7 (5,7)
Anders	1 (1)	0 (0)	0 (0)	1 (2)	0 (0)
Dichtstbijzijnd zwembad $\chi^2 (8) = 19.191, p = 0,014$					
Ja	52 (51,5)	9 (36)	25 (50)	19 (38,3)	56 (45,4)
Nee	46 (45,5)	14 (56)	19 (38)	30 (61,2)	65 (52,8)
Weet ik niet	3 (3)	2 (8)	6 (12)	0 (0)	2 (1,6)
Gebruik ander zwembad $\chi^2 (4) = 6.385, p = 0,172$					
Ja	31 (30,7)	7 (28)	20 (40)	19 (38,8)	56 (45,4)
Nee	70 (69,3)	18 (72)	30 (60)	30 (61,2)	67 (54,5)

*Significant, maar niet aan de voorwaarden voldaan

Bijlage VII: Verzorgingsgebieden bovenlokale zwembaden (75^e percentiel)



Zwarte stippen: 10 overige bovenlokale zwembaden (1:1.500.000)