

Sportief (en) innovatief in een veranderende samenleving

Een verkennende analyse van good practices als inspiratie voor de clubsport van de toekomst

Jeroen Scheerder
Elien Claes
Bart Vanreusel

2014

Onderzoek in opdracht van



Sportief (en) innovatief in een veranderende samenleving

Een verkennende analyse van good
practices als inspiratie voor de clubsport
van de toekomst

Jeroen Scheerder
Elien Claes
Bart Vanreusel

2014

Onderzoek in opdracht van



Beleid & Management in Sport (BMS)

BMS-Rapport 22

Sportief (en) innovatief in een veranderende samenleving

Een verkennende analyse van good practices als inspiratie voor de clubsport van de toekomst

Jeroen Scheerder

Elien Claes

Bart Vanreusel

ISBN 978-94-92134-14-1

Dit is het tweeëntwintigste nummer in de reeks van BMS-rapporten.

De BMS-rapporten willen een bijdrage leveren aan het sociaalwetenschappelijke onderzoek naar beleid en management met betrekking tot sport en fysieke activiteit. Deze publicaties zijn een product van de Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid van de KU Leuven.

De BMS-rapporten kunnen mits registratie gratis gedownload worden via www.faber.kuleuven.be/BMS.

Reekseditors: Prof. dr. J. Scheerder, dr. S. Vos, drs. J. Meganck & drs. E. Thibaut

Verantwoordelijke uitgever: Prof. dr. J. Scheerder

Technische ondersteuning: Dhr. J. Feys

Reproductie: KU Leuven

© 2014 J. Scheerder, Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid, Faculteit Bewegings- & Revalidatiewetenschappen, KU Leuven
Tervuursevest 101, 3001 Leuven (Heverlee)

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, gereproduceerd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, internet of op welke andere wijze ook, zonder voorafgaandelijke schriftelijke toestemming van de uitgever.

Alle rechten voorbehouden.

D/2014/KU Leuven – Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid

REEDS VERSCHENEN BMS-RAPPORTEN

Nr. 1

Scheerder, J. & Vos, S., m.m.v. Pluym, K. (2009). *Sportbeleidsplanning in Vlaanderen. Een inhoudelijke en financiële analyse* (Beleid & Management in Sport 1). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.

Nr. 2

Vos, S. & Scheerder, J. (2009). *'t Stad sport. Onderzoek naar de sportdeelname en sportbehoeften in de stad Antwerpen* (Beleid & Management in Sport 2). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.

Nr. 3

Scheerder, J. & Vos, S., m.m.v. Breesch, D., Lagae, W. & Van Hoecke, J. (2010). *De fitnesssector in beeld. Basisrapportering over het Vlaamse Fitness Panel 2009 (VFP09)* (Beleid & Management in Sport 3). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.

Nr. 4

Scheerder, J. & Vos, S., m.m.v. Breesch, D., Késenne, S., Van Hoecke, J. & Vanreusel, B. (2010). *Sportclubs in beeld. Basisrapportering over het Vlaamse Sportclub Panel 2009 (VSP09)* (Beleid & Management in Sport 4). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.

Nr. 5

Scheerder, J., Breesch, D., Pabian, S. & Vos, S. (2010). *Balanceren in een grijze zone. Een verkennende studie van de semi-agorale arbeid in de sport* (Beleid & Management in Sport 5). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.

Nr. 6

Vos, S. & Scheerder, J. (2011). *Opleidings- en competentiebeleid in de Vlaamse fitnesssector. Sleutel tot succes?* (Beleid & Management in Sport 6). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.

Nr. 7

Scheerder, J. & Seghers, J. (2011). *Jongeren in beweging. Over bewegingsbeleid, sportparticipatie en fysieke activiteit bij schoolgaande jongeren in Vlaanderen* (Beleid & Management in Sport 7). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.

Nr. 8

Scheerder, J., Thibaut, E., Pauwels, G., Vandermeerschen, H. & Vos, S. (2011). *Sport in clubverband (Deel 1). Een analyse van de clubgeorganiseerde sport in Vlaanderen* (Beleid & Management in Sport 8). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.

Nr. 9

Scheerder, J., Thibaut, E., Pauwels, G., Vandermeerschen, H., Winand, M. & Vos, S. (2012). *Sport in clubverband (Deel 2). Uitdagingen voor de clubgeorganiseerde sport* (Beleid & Management in Sport 9). Leuven: KU Leuven/Onderzoekscentrum voor Sportbeleid & Sportmanagement.

Nr. 10

Scheerder, J., Vandermeersch, H., Van Tuyckom, C., Hoekman, R., Breedveld, K. & Vos, S. (2011). *Understanding the game: sport participation in Europe. Facts, reflections and recommendations* (Sport Policy & Management 10). Leuven: KU Leuven/Research Unit of Social Kinesiology & Sport Management.

Nr. 11

Winand, M., Scheerder, J., Vos, S. & Zintz, T. (2011). *Attitude, changement et innovation. Les fédérations sportives communautaires de Belgique* (Gestion & Management du Sport 11). Leuven/Louvain-la-Neuve: KU Leuven/ Afdeling Sociale Kinesologie & Sportmanagement Research Unit of Social Kinesiology & Sport Management et Université catholique de Louvain / Chaire Olympique Henri de Baillet Latour et Jacques Rogge en Management des Organisations Sportives.

Nr. 12

Seghers, J., Scheerder, J., Boen, F., Thibaut, E. & Meganck, J. (2012). *Medisch en ethisch verantwoord sporten. Het promoten van fysiek, psychisch en sociaal welbevinden van jongeren in Vlaamse jeugdsportclubs* (Beleid & Management in Sport 12). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Humane Kinesiologie.

Nr. 13

Seghers, J., Scheerder, J., Boen, F., Thibaut, E. & Meganck, J. (2012). *Medisch en ethisch verantwoord sporten. Praktijkvoorbeelden in Vlaamse Jeugdsportclubs* (Beleid & Management in Sport 13). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Humane Kinesiologie.

Nr. 14

Vos, S. & Scheerder, J. (2012). *Haven voor sportclubs? Analyse van de clubgeorganiseerde sport in de stad Antwerpen* (Beleid & Management in Sport 14). Leuven: KU Leuven/Onderzoekscentrum voor Sportbeleid & Sportmanagement.

Nr. 15

Geeraert, A., Bruyninckx, H. & Scheerder, J. (2012). *The historic treble in football. The legal, political and economic driving forces behind football's transformation* (Sport Policy & Management 15). Leuven: KU Leuven/Policy in Sport & Physical Activity Research Group.

Nr. 16

Arts, M., Lesage, D., Bruyninckx, H. & Scheerder, J. (2013). *Sport for Development and Peace. The role of the International Olympic Committee* (Sport Policy & Management 16). Leuven: KU Leuven/Policy in Sport & Physical Activity Research Group.

Nr. 17

Derom, I., VanWynsberghe, R. & Scheerder, J. (2013). *Who participates now and in the future? A case study of the Tour of Flanders Cyclo* (Sport Policy & Management 17). Leuven: KU Leuven/Policy in Sport & Physical Activity Research Group.

Nr. 18

de Carvalho, M., Scheerder, J., Boen, F. & Sarmento J. P. (2013). *What brings people into the soccer stadium? (Part 1) The case of Belgium from a marketing perspective* (Sport Policy & Management 18). Leuven: KU Leuven/Policy in Sport & Physical Activity Research Group.

Nr. 19

de Carvalho, M., Scheerder, J., Boen, F. & Sarmento J. P. (2014). *What brings people into the soccer stadium? (Part 2) The case of Portugal from a marketing perspective* (Sport Policy & Management 18). Leuven: KU Leuven/Policy in Sport & Physical Activity Research Group.

Nr. 20

Scheerder, J., Borgers, J., Vanreusel, B. & Vos, S. (2014). *Geen loopcultuur zonder lichte loopinfrastructuur? Een studie naar het aanbod en gebruik van Finse pistes in Vlaanderen* (Beleid & Management in Sport 20). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 21

Scheerder, J., Vos, S., Vandermeerschen, H. & van Poppel, M. (2014). *Sportdiensten in beeld Basisrapportering over het Vlaamse Sportdienst Panel 1.0 (VSDP1.0)* (Beleid & Management in Sport 21). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 22

Scheerder, J., Claes, E. & Vanreusel, B. (2014). *Sportief (en) innovatief in een veranderende samenleving. Een verkennende analyse van good practices als inspiratie voor de clubsport van de toekomst* (Beleid & Management in Sport 22). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

INHOUDSTAFEL

Inhoudstafel	vii
Woord vooraf	ix
Hoofdstuk 1 Trends in de samenleving en de sport	11
1. <i>Sociale, culturele en economische veranderingen</i>	12
2. <i>'Beweging' in het sportlandschap</i>	27
Hoofdstuk 2 Onderzoeksofzet en -benadering	41
1. <i>Doelstelling</i>	41
2. <i>Materiaal en methode</i>	41
Hoofdstuk 3 Veranderingen in vraag en aanbod in de sport- en bewegingssector	45
1. <i>Verschuivingen in de vraag</i>	45
2. <i>Verschuivingen in het aanbod</i>	81
Hoofdstuk 4 Nieuwe uitdagingen en kansen voor de sport- en bewegingssector	99
1. <i>Uitdagingen voor de sport- en bewegingssector</i>	99
2. <i>Innovatie als kans voor de sport- en bewegingssector</i>	113
3. <i>Naar een sportclub versie 2.0?</i>	127
Hoofdstuk 5 Een overzicht van praktijkvoorbeelden	131
1. <i>Innovatieve sportprogramma's</i>	133
2. <i>Innovatieve sportaccommodaties</i>	148
3. <i>Innovatieve sportevenementen</i>	152
Hoofdstuk 6 Analyse van good practices	157
1. <i>Case I FitClass</i>	160
2. <i>Case II We are freerunning</i>	167
3. <i>Case III The Belgian Homeless Cup</i>	174
4. <i>Case IV Mon Ventoux</i>	182
5. <i>Case V Fit@Torfs</i>	190
6. <i>Case VI Iedereen Krolft!</i>	196
7. <i>Case VII Fithandbal</i>	203
Hoofdstuk 7 Exploratief interpretatiekader	211
1. <i>Kenmerken van innovatie</i>	211
2. <i>Uitgebreid conceptueel model met betrekking tot innovatie in de sport</i>	214

Hoofdstuk 8 Beleidsaanbevelingen	219
1. <i>Tendensen</i>	219
2. <i>Sportclubs</i>	220
3. <i>Overheden</i>	221
4. <i>Leden en lidmaatschap</i>	221
5. <i>Partners</i>	222
Bibliografische referentielijst	223
Over de auteurs	237

WOORD VOORAF

In het voorliggend onderzoeksrapport staan de veranderingen en uitdagingen waar de sport- en bewegingssector vandaag mee geconfronteerd wordt centraal. De aandacht gaat in het bijzonder naar sportclubs. Deze studie werd uitgevoerd door de Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid van de KU Leuven in opdracht van *Sporta-federatie*.

Sport ontsnapt niet aan verschuivingen die zich in de samenleving voordoen. Bijgevolg is ook de positie van de georganiseerde sport in het algemeen – en van sportclubs in het bijzonder – aan verandering onderhevig. Heel wat van deze ontwikkelingen kunnen als kansen beschouwd worden. Met deze publicatie willen we een houvast en een bron van inspiratie bieden voor vernieuwend denken en handelen in de sector van het sportverenigingsleven binnen een veranderende samenleving.

In het eerste, inleidende hoofdstuk wordt de veranderende samenleving geschetst. We bieden een overzicht van maatschappelijke trends en de impact hiervan op de sport- en bewegingssector. Daarnaast worden specifieke veranderingen in het sportlandschap belicht.

In hoofdstuk twee wordt toelichting gegeven bij het opzet van de studie en de onderzoeksbenadering. Meer bepaald worden de onderzoeksdoelstellingen verwoord, worden de toegepaste onderzoeksmethoden toegelicht en geven we een overzicht van het gehanteerde bronnenmateriaal.

Hoofdstuk 3 geeft een beeld van de veranderingen in vraag en aanbod in de sport- en bewegingssector. Verschuivingen in de ‘vraag’ worden geduid aan de hand van beschikbare sportparticipatiegegevens. Voor de wijzigingen in het aanbod beschrijven we de troeven van de sportclub en plaatsen deze vervolgens tegenover de nieuwe sport- en bewegingsbehoeften. Hierbij wordt eveneens de invloed en impact van andere sportaanbieders geduid.

Hoofdstuk 4 staat stil bij de uitdagingen en kansen voor de sport- en bewegingssector die voortkomen uit de verschuivingen in vraag en aanbod. Daarbij ligt de focus op de sportclubs. In eerste instantie wordt het spanningsveld in het sportlandschap beschreven aan de hand van een model waarbij een traditionele tegenover een nieuwe ontwikkelingslijn geplaatst wordt. Vervolgens halen we vier grote uitdagingen aan voor de clubgeorganiseerde sportsector, waarna we een blik werpen op de toekomst. In het tweede luik van dit hoofdstuk focussen we op innovatie als een kans

voor de sport- en bewegingssector. We belichten het begrip innovatie en plaatsen dit in een maatschappelijke context. Vervolgens ondernemen we een poging om een conceptueel kader omtrent sport en innovatie voor te stellen.

Een brug tussen theorie en praktijk wordt gelegd in hoofdstuk 5. Hier passeren innoverende sportprojecten de revue. Het gaat om projecten die vanuit de overheid, het middenveld en/of de markt aangestuurd worden en waarbij innovatie, creativiteit en/of duurzaamheid centraal staan.

In hoofdstuk 6 worden zeven specifieke *good practices* in detail bestudeerd. Meer bepaald gaat het hier om cases die op het vlak van producten/diensten, organisatie en/of doelgroepen toonaangevend zijn door hun vernieuwend denken en handelen in de sport.

In het zevende hoofdstuk wordt een kader aangereikt waar de clubgeorganiseerde sport zich op kan baseren om antwoorden te bieden aan de uitdagingen voor een fris, vernieuwend en toekomstgericht beleid.

In hoofdstuk 8 sluiten we ten slotte af met het formuleren van beleidsaanbevelingen. Deze aanbevelingen geven een gevatte oplijsting van mogelijke aanknopingspunten voor de sector van de clubgeorganiseerde sport.

HOOFDSTUK 1

TRENDS IN DE SAMENLEVING EN DE SPORT

Onze samenleving is voortdurend in beweging, en dit zowel letterlijk als figuurlijk. Letterlijk: bijna twee derde van de Vlamingen (12- tot en met 75-jarigen) doet actief aan sport (Scheerder e.a., 2013). Bovendien zijn er heel wat mensen in zeer uiteenlopende hoedanigheden betrokken bij het sportgebeuren. Niet alleen als deelnemer beoefenen, maar ook als toeschouwer, vrijwilliger, manager, onderzoeker, ... bekijken, beleven, besturen en/of bestuderen mensen sport.

Maar onze samenleving is natuurlijk ook continu figuurlijk in beweging. Verandering is eigen aan een samenleving. Zonder die dynamiek kan er nauwelijks sprake zijn van een samenleving. Verschuivingen in een samenleving zijn een universeel maar variabel gegeven. Deze verschuivingen hebben ook een impact op de sport en andere vormen van bewegingscultuur. Sport, en bij uitbreiding fysieke activiteit en beweging, zijn in de afgelopen decennia opgeschoven van een maatschappelijk randverschijnsel naar het centrum van de samenleving: sport en bewegen zijn van een eerder uitzonderlijke activiteit van enkelen naar een quasi alledaagse bezigheid van velen geëvolueerd. Sport is geen eiland in, maar een volwaardig onderdeel van de samenleving. Het is een wezenlijk deel van de dagelijkse leefwereld geworden. Ontwikkelingen en trends die zich op cultureel, economisch en sociaal vlak voordoen, worden weerspiegeld of vaak zelfs uitvergroot in en door sport. In deze context sprak Crum (1991) reeds bij aanvang van de jaren negentig over de 'vermaatschappelijking van de sport'. Daarnaast is sport op haar beurt binnengedrongen in tal van andere domeinen, denk maar aan onderwijs, gezondheidszorg, welzijnswerk, armoedebestrijding, tewerkstelling, economie, ruimtelijke ordening, toerisme, etc. Deze tweede beweging wordt door Crum (1991) geduid als 'de versporting van de maatschappij'. Door de nauwe band tussen sport en samenleving laten maatschappelijke verschuivingen zich bijgevolg ook voelen in de sportsector (Scheerder & Vanreusel, 2006; Scheerder & Van Bottenburg, 2010). Ontwikkelingen en trends die zich op demografisch, economisch, sociaal, cultureel, technologisch en politiek vlak voordoen, worden weerspiegeld in sport en andere vormen van bewegingscultuur.

In dit eerste hoofdstuk bieden we een overzicht van maatschappelijke trends en verschuivingen die relevant zijn voor het domein van sport en de actieve deelname aan sport in het bijzonder. We

maken een onderscheid tussen socio-demografische, socio-culturele en socio-economische verschuivingen. Vervolgens belichten we een aantal verschuivingen in de sport- en bewegingssector.

1. Sociale, culturele en economische veranderingen

Zonder hierbij volledig te willen zijn, wordt in dit deel een overzicht geboden van een aantal opvallende maatschappelijke trends en verschuivingen, die ook relevant zijn voor het domein van sport en de actieve deelname aan sport in het bijzonder. Verschuivingen kunnen waargenomen worden op socio-demografisch, socio-cultureel en socio-economisch vlak. Op socio-demografisch vlak worden vier verschuivingen belicht die een impact kunnen hebben op sport, met name de vergrijzing, de ontgroening, de verkleuring en de verstedelijking van de samenleving. Vervolgens gaan we dieper in op zes socio-culturele verschuivingen: (i) globalisering/lokalisering, (ii) informatisering, (iii) detraditionalisering, (iv) commercialisering, (v) individualisering en (vi) medicalisering. Ten slotte zoomen we in op socio-economische verschuivingen waarbij onder andere de impact van de financiële crisis wordt belicht.

Hoewel de sportsector geen of weinig controle uitoefent over deze verschuivingen en trends, is het wel nodig dat sportorganisaties zich van deze evoluties bewust zijn en er een goed begrip van hebben. Dit om er op een zo adequaat mogelijke manier op in te spelen en de kansen die eraan verbonden zijn maximaal te benutten.

1.1 Socio-demografische verschuivingen

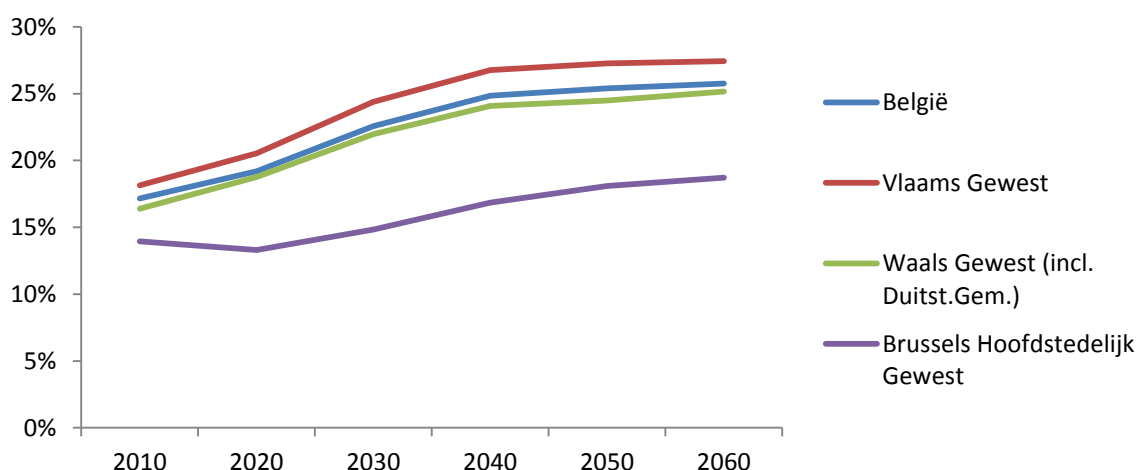
Om te beginnen gaan we in op enkele socio-demografische ontwikkelingen. Deze hebben een invloed op zowel de vraag als het aanbod in het sportlandschap. Achtereenvolgens lichten we het proces van vergrijzing, ontgroening, verkleuring en verstedelijking toe en gaan we na wat de mogelijke impact is voor sport, beleid en participatie.

1.1.1 Vergrijzing

België bevindt zich, net zoals de meeste ontwikkelde landen, volop in een demografische overgangsfase, gekenmerkt door een lagere vruchtbaarheidsgraad gepaard gaande met een aanzienlijke verhoging van de levensverwachting. De demografische vooruitzichten maken gewag van een aangroei van de Belgische bevolking van 10,9 miljoen in 2010 tot 11,8 miljoen in 2020, 12,3 miljoen in 2030 en bijna 13,6 miljoen in 2060. Naast deze toename wijzen de demografische vooruitzichten vooral op een verschuiving van de concentratie van de bevolking naar de oudere leeftijdscategorieën (Belfius, 2012). De vergrijzing, wat wordt omschreven als de toename van het

relatieve aandeel van 65-plussers in de bevolking (Dooghe, 1995; Versonnen & Bogaert, 2008), is te wijten aan de hogere welvaart en innovaties in de preventieve gezondheidszorg en de geneeskunde. De bevolking van 65 jaar en ouder, die momenteel 17,9 procent van de totale bevolking van België vertegenwoordigt, zou blijven aangroeien tot een kwart van de bevolking in 2060. De vergrijzing van de bevolking is ook deels een verzilvering, want ook de leeftijdscategorie van 85 jaar en ouder zal een groei kennen. Hoewel deze momenteel maar 2,2 procent van de bevolking vertegenwoordigt, zullen er tegen 2060 in België meer dan 750 000 mensen van 85 jaar en ouder zijn, dat is 5,6 procent van de totale bevolking. Zoals blijkt uit figuur 1.1 kent Vlaanderen een meer uitgesproken vergrijzing, de bevolking van 65 jaar en ouder zal toenemen tot 27,4 procent tegen 2060 (tegenover 25,8 procent nationaal). Ook de verzilvering (85+) zal een grotere stijging kennen in Vlaanderen, tot 6,1 procent van de bevolking in 2060 (tegenover 5,6 procent nationaal) (zie tabel 1.1).

Figuur 1.1 Vergrijzing. Verwachte evolutie van de bevolking van 65 jaar en ouder voor België en per gewest, 2010-2060



Bron: eigen verwerking o.b.v. Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie (ADSEI) en het Federaal Planbureau (FPB) (2014)

Tabel 1.1 Verzilvering. Verwachte evolutie van de bevolking van 85 jaar en ouder, 2010-2060

		2010	2020	2030	2040	2050	2060
België	Bevolking	235 421	323 861	358 286	519 962	687 786	750 318
	% totale bevolking	2,2 %	2,8 %	2,9 %	4,1 %	5,3 %	5,6 %
Vlaanderen	Bevolking	134 981	199 802	230 674	326 458	438 864	469 793
	% totale bevolking	2,2 %	3,0 %	3,3 %	4,5 %	5,9 %	6,1 %

Bron: eigen verwerking o.b.v. Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie (ADSEI) en het Federaal Planbureau (FPB) (2014)

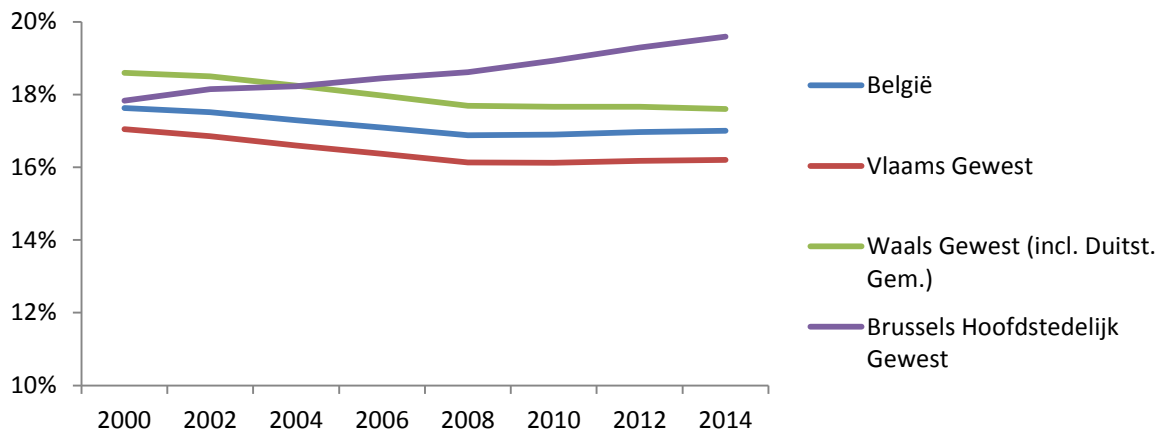
Naast de toename van het aandeel ouderen, is het echter ook van belang om rekening te houden met het veranderende profiel van deze groep (Houben e.a., 2004; Schnabel, 2006). De nieuwe

generatie ouderen wenst hun oude dag ook op een (sport)actieve manier in te vullen, daar zij in een meer gedemocratiseerde vrijetijds- en sportcultuur opgegroeid zijn (Scheerder, 2006a). Uit onderzoek van Scheerder e.a. (2011a) blijkt dat in Vlaanderen 55,4 procent van de 55-plussers reeds aan sport doet. Recreatieve sport- en bewegingsvormen, zoals recreatief fietsen, recreatief wandelen en petanque, zijn veruit het meest populair. Daarnaast heeft ruim tien procent van de sportinactieve respondenten de intentie om in de toekomst met actieve sportparticipatie van start te gaan. Bovendien geeft een kwart van de sportactieve 55-plussers aan om nog meer aan sport te willen doen. Dit is een indicatie dat de groep van ouderen mogelijk een interessant groeisegment zou kunnen betekenen voor sportclubs in Vlaanderen, met onder andere een op maat gemaakt aanbod voor senioren zou hier op in gespeeld kunnen worden. Dit hangt uiteraard af van meerdere factoren, zoals het belevingsklimaat van sportclubs en de mate waarin deze open staan voor ouderen (zie Vonck e.a., 2010). Gezondheid, plezier, sociale contacten en mentaal welzijn worden naar voor geschoven als de voornaamste motieven om aan sport te doen. Weersomstandigheden, tijdsgebrek, mobiliteit en gezondheidsmotieven kunnen hinderpalen vormen voor sportdeelname.

1.1.2 Ontgroening

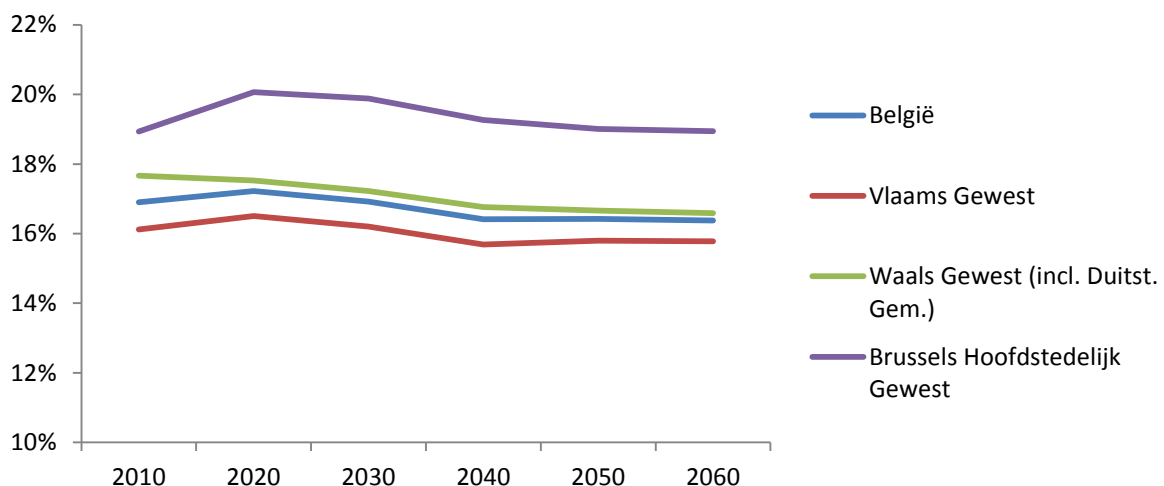
Vergrijzing gaat gepaard met ontgroening. De term ontgroening verwijst naar de afname van het relatieve aandeel min twintigjarigen in de totale bevolking. In het Vlaamse Gewest daalde het aandeel min twintigjarigen tussen 1990 en 2005 van 24,4 procent naar 22,2 procent (Pelfrene, 2009). Er werd verwacht dat deze daling zich verder zou doorzetten. Maar de ontgroening van Vlaanderen lijkt gestopt in de zin dat het aandeel van 0- tot 14-jarigen in de bevolking niet langer daalt, maar veeleer stagneert rond de zestien procent. Niettemin blijkt uit figuur 1.2 dat het Vlaamse Gewest de meest ontgroende regio van België blijft (Vrind, 2013). Bevolkingsvooruitzichten voorspellen dat na de stagnatie van het aandeel 0- tot 14-jarigen, de ontgroening zich zal verder zetten vanaf 2020 (zie figuur 1.3).

Figuur 1.2 Ontgroening. Evolutie van het aandeel 0- tot 14-jarigen in de bevolking voor België en per gewest, 2000-2014



Bron: eigen verwerking o.b.v. Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie (ADSEI) en het Federaal Planbureau (FPB) (2014)

Figuur 1.3 Ontgroening. Verwachte evolutie van het aandeel 0- tot 14-jarigen in de bevolking voor België en per gewest, voorspelling 2010-2060



Bron: eigen verwerking o.b.v. Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie (ADSEI) en het Federaal Planbureau (FPB) (2014)

Bijgevolg zal de huidige generatie jongeren langer moeten werken om de pensioenlast van de overheid en de voorzieningen voor het grotere aantal ouderen te kunnen blijven aanbieden. Dit kan nefaste gevolgen hebben voor het bereik van jongeren in het huidige sportaanbod, aangezien dit voor deze jongeren een grotere onzekerheid, tijds- en arbeidsdruk met zich mee kan brengen (Scheerder e.a. 2011b). Tijdens de kostbare vrijetijd die overblijft, doen zich bovendien steeds meer alternatieven voor: E-book, smartphones en laptops, wellnesscentra, etc. Omdat meer dan een derde van de totale groep van clubsporters jongeren zijn (Scheerder 2007), blijft dit een belangrijke doelgroep voor de clubgeorganiseerde sport. Jeugdsport is en blijft een pijler van het sportbeleid.

Het ontgroeningsproces in combinatie met de vergrijzing impliceert dat sportclubs zich best niet enkel naar jongeren richten, maar ook oog hebben voor onder meer het groeiende seniorensegment. Sportclubs kunnen de ontgroening niet tegenhouden en de vaststelling van het ontgroeningsproces impliceert ook geenszins dat sportclubs niet op jongeren mogen inzetten. Het is daarentegen wel van belang dat sportclubs die hun werking op jongeren richten zich van de ontgroening bewust zijn.

1.1.3 Verkleuring

De internationale immigratie in België steeg de laatste jaren sterk van 89 056 personen in 2000 over 137 699 in 2006 naar 166 479 in 2009. Deze zou volgens experts nog enkele jaren licht toenemen en in 2014 een maximum bereiken van ongeveer 176 000 personen. Daarna zou de Belgische internationale immigratie fluctueren in functie van de relatieve economische attractiviteit van België (FPB & ADSEI, 2011). In het Vlaams Gewest is het aandeel personen van andere etnisch-culturele afkomst in de voorbije decennia in sterk stijgende lijn geëvolueerd (SVR, 2014). Dit impliceert dat de totale groep van mensen met een andere etnisch-culturele afkomst – overigens een heel diverse groep – steeds talrijker vertegenwoordigd wordt in de samenleving. Zeven procent van de inwoners van Vlaanderen zijn van andere etnisch-culturele afkomst of personen met een niet-Belgische nationaliteit (Vrind, 2013).

De Belgische selectie voor het wereldkampioenschap voetbal in Brazilië 2014 weerspiegelt meer dan ooit de nieuwe diverse maatschappij. Sportaanbieders en beleidsmakers moeten zich van deze *verkleuring* bewust zijn en hierop kunnen inspelen. Dit zowel vanuit maatschappelijk oogpunt (denken we maar aan de algemene volksgezondheid, de inburgering of de socialisatie van deze nieuwkomers), als vanuit het perspectief van het sportbeleid en sportorganisaties. Twee waarnemingen kunnen worden vastgesteld met betrekking tot de (georganiseerde) sportdeelname door de aanwezigheid van grote groepen mensen met een andere etnisch-culturele afkomst (Van der Poel, 2007). Het bereiken van deze groep met het huidige actieve sportaanbod vormt een uitdaging, want de (club)sportdeelname van deze mensen ligt lager dan het gemiddelde voor de Vlaamse bevolking (Scheerder & Vanreusel, 2011). Daarenboven ligt voornamelijk de sportdeelname van meisjes en vrouwen van een andere etnisch-culturele afkomst een stuk lager. Zij worden vaak met een aantal specifieke hindernissen geconfronteerd. Hetzelfde geldt voor de oudere generaties (Breedveld, 2006; Elling & Knoppers, 2005).

Het proces van verkleuring is een grote uitdaging voor het sportbeleid. Wil men het sportaanbod voor zoveel mogelijk mensen toegankelijk stellen, dient het sportaanbod op een afdoende manier gedifferentieerd te worden in functie van de noden van nieuwe doelgroepen. De toegenomen aandacht voor doelgroepen vormt één van de pijlers van het huidige sportbeleid (Vlaamse overheid

2009; Vlaamse overheid, 2013) en het vernieuwde participatiedecreet (Vlaamse overheid, 2014). Voor zowel mannen als vrouwen met een andere etnisch-culturele afkomst zouden ook financiële belemmeringen een rol kunnen spelen, daar velen zich in de lagere socio-economische groepen van de bevolking bevinden (Elling & De Knop, 2006).

1.1.4 Verstedelijking

Een vierde demografische verschuiving betreft de *verstedelijking*. Economische, sociale en culturele activiteiten worden steeds meer geclusterd in verstedelijkte gebieden, bijgevolg blijft men meer in de stadskern of agglomeratie wonen, dicht bij voorzieningen en werkgelegenheid (Groth & Corijn, 2005; Van der Poel, 2007). Tabel 1.2 geeft een overzicht van de bevolkingsaantallen in 2012 en de evolutie van 2002 tot 2012. Hieruit blijkt dat één op vier Vlaamse inwoners in een grootstad of een centrumstad woont, dit komt overeen met bijna 1,6 miljoen mensen. Vier op tien inwoners wonen op het platteland of in het overgangsgebied. De bevolkingsdichtheid is het hoogst in de zogenaamde Vlaamse ruit, het kerngebied tussen Antwerpen, Leuven, Brussel en Gent. In grootsteden, het strategisch gebied rond Brussel of de Vlaamse rand en in de provinciesteden is de bevolkingsomvang de afgelopen jaren het sterkst toegenomen. De afgelopen tien jaar is de bevolking in de grootsteden met meer dan tien procent gestegen. Voor Vlaanderen bedraagt deze stijging zes procent. Opmerkelijk is de toename van de bevolking in het Brusselse Hoofdstedelijk Gewest met meer dan vijftien procent (Vrind, 2013). Vlaanderen op zich is in toenemende mate een verstedelijkte regio aan het worden.

Tabel 1.2 Bevolkingsaantallen 2012, de evolutie van 2002 tot 2012 en de bevolkingsdichtheid

	2012	Evolutie 2002-2012 (%)	Inwoners/km ²
Grootsteden	750 846	11,2	2 082
Centrumsteden	837 637	5,4	990
Grootstedelijke rand	285 329	4,0	904
Regionaal stedelijk gebied	369 419	4,8	468
Vlaams strategisch gebied rond Brussel	269 867	6,9	988
Structuurondersteunend kleinstedelijk gebied	683 260	6,1	486
Provinciaal kleinstedelijk gebied	656 400	6,9	380
Overgangsgebied	1 496 981	5,7	435
Platteland	1 001 026	5,4	229
Vlaams Gewest	6 350 765	6,3	470
Brussels Gewest	1 138 854	16,4	7 074

Bron: Vrind (2013)

Het Vlaams Gewest wordt eveneens gekenmerkt door een aanhoudend overschot op de migratiebalans. In de groot- en centrumsteden weegt het migratiesaldo het zwaarst door op de groei

van de bevolking, voornamelijk door buitenlandse immigratie. De grootste bevolkingsgroei in Vlaanderen doet zich voor op amper een tiende van de oppervlakte, met name het meest verstedelijkte. Samen met de toename van het aantal inwoners duiken verschillende demografische tendensen gelijktijdig en meer uitgesproken op in de (groot)steden: naast vergrijzing en verzilvering, zetten vooral verkleuring en ontgroening zich sterker door in de (groot)steden dan elders in Vlaanderen (Vrind, 2013).

Als gevolg van de verstedelijking werden voornamelijk 'harde functies', zoals woningen, kantoorgebieden en wegen, in de stad gecentraliseerd. Hierdoor werden meer recreatieve functies naar de rand van de stad gedwongen. Volgens Van der Poel (2007) kan deze verplaatsing invloed hebben op de sportdeelnamecijfers, aangezien hierdoor de afstand tot sportvoorzieningen groter werd. Doordat in de stad mensen van diverse achtergronden samenkomen, biedt de stad interessante aanknopingspunten voor tal van vormen van cultuurparticipatie en -vernieuwing (Boudry e.a., 2003; Van der Poel, 2007). Onder ander nieuwe, lichte gemeenschappen kunnen gevormd worden in de stad door het vluchtige en meervoudige karakter van de ontmoetingen die hier plaatsvinden (Soenen, 2006). Het sociale en ongebonden karakter van deze ontmoetingen kan bevorderlijk zijn voor de stimulatie van sportparticipatie. Hiervoor dienen echter de nodige voorzieningen getroffen te worden, zo trachten steden steeds meer publieke 'collectieve' ruimtes, de straat, een plein, een park, ter beschikking te stellen voor sport en vrijetijd met als doel de recreatieve functies weer in de stad te brengen (Boudry e.a., 2003, Soenen, 2006). Parken en speelpleintjes in de stad zijn hiervan de meest gekende voorbeelden, maar bijvoorbeeld ook een parcours van fitnessoefeningen dat doorheen de stad afgewerkt kan worden. Ook de sport free running wordt in een stedelijk omgeving beoefend.

De vraag kan gesteld worden of sportclubs voldoende inspelen op deze trend van verstedelijking. Clubs kampen vaak met een tekort aan sportinfrastructuur. Maar benutten zij de beschikbare publieke en verstedelijkte ruimte voldoende?

1.2 Socio-culturele verschuivingen

Naast veranderingen in de samenstelling van de bevolking laten ook socio-culturele verschuivingen zich voelen tot in de sportsector. Op gebied van sportvoorzieningen, sportaanbod en sportparticipatiebehoeften worden veranderingen waargenomen. Zes socio-culturele ontwikkelingen worden toegelicht waarbij ook een link gelegd wordt naar de sportwereld.

1.2.1 Globalisering en lokalisering

‘De wereld is een dorp geworden’. Traditionele grenzen blijken te vervagen en verliezen steeds meer betekenis in de economie, technologie, wetenschap, cultuur, toerisme, media, etc. Grenzen tussen landen en continenten worden vandaag bijna uitsluitend gehanteerd voor geopolitieke kwesties. Er is een toegenomen wederzijdse afhankelijkheid tussen de verschillende continenten, staten en gebieden en afstanden lijken steeds minder relevant te worden. Deze evolutie is onderdeel van het bredere proces dat we kennen onder de noemer ‘globalisering’.

Ook de bewegingscultuur volgt deze globaliseringstendens. ‘Verwestersing’, homogenisering en standaardisering van de sportcontext zijn gevolgen van invloeden van globalisering op de sport (Dejonghe, 2004; Van Bottenburg, 2001). Door standaardisering kunnen sporten overal ter wereld op dezelfde manier begrepen en beoefend worden (Van Bottenburg, 2001; 2004). We kunnen spreken van een ‘wereldsportcultuur’ door de internationale uniformisering van reglementen (Scheerder e.a., 2011b). Zelfs tijdens nationale wedstrijden houdt men er over de hele wereld vaak dezelfde reglementering op na. Dit heeft dan ook gevolgen voor de sportclubs en sportfederaties. Zij moeten zich aanpassen aan de internationaal bepaalde reglementen.

Ook innovaties worden als gevolg van de globalisering snel verspreid, nieuwe tendensen worden vlug opgepikt over heel de wereld. Vanuit verschillende regio's in de wereld waaien sporten over en winnen deze elders snel aan populariteit (Bale & Maguire, 1994; Guttman, 1994; Van Bottenburg, 2001; 2004). Zo zijn er de vechtsporten die hun oorsprong hebben in Oosterse landen, maar nu ook op een intensieve manier bij ons beoefend worden en volwaardig deel uitmaken van het Olympische programma. Ook de groei van het marathontoerisme (Scheerder & Boen, 2009), de Zuid-Noord migratie van topvoetballers (Poli, 2010), de multinationale impact van bedrijven als Adidas en Nike, en de mondiale belangstelling voor grote internationale evenementen met een groeiende kijkdichtheid zijn voorbeelden van een geglobaliseerde sportwereld. Vandaag de dag hebben we een sterke graad van globalisering op het vlak van sport bereikt, en zijn tal van sportvormen over de hele wereld gekend en gehomogeniseerd. Dit heeft een invloed op de werking van sportfederaties en sportclubs, zij moeten niet alleen rekening houden met actoren binnen de eigen landsgrenzen, maar ondervinden ook invloed van tal van actoren van ver daarbuiten (Scheerder e.a., 2011b).

Als reactie op dit proces van globalisering kan er ook gesproken worden van lokalisering. Lokale gemeenschappen blijven nog steeds erg zichtbaar in het mondiale landschap, door de taaiheid van culturen en het streven naar regionale politiek autonomie (Pinxten, 1994; Wilterdink e.a., 1996). Voor de sport wordt dit eveneens weerspiegeld in het gedrag van sportparticipanten op lokaal niveau. De sportclub zorgt voor een uitdrukking van de lokale verbondenheid. Een voorbeeld hiervan

is de keuze van spelers en clubs om deel te nemen aan lokale kleinschalige sportontmoetingen in plaats van internationaal gerichte toernooien (De Knop & Scheerder, 2006). Andere voorbeelden zijn afgeleiden van lokale volkssporten, zoals krulbol of liggende wip.

1.2.2 Informatisering en digitalisering

De technologische evolutie die een boost gaf aan de informatisering, digitalisering en mediatisering heeft ongetwijfeld bijgedragen aan de ontwikkeling van een geglobaliseerde maatschappij (Scheerder e.a., 2013). De hedendaagse samenleving wordt vaak omschreven door concepten als 'kennismaatschappij' (o.a. Pelleriaux, 2001), 'informatiemaatschappij' (o.a. Mackay, 2001) of 'netwerkmaatschappij' (o.a. Castells, 1996; Van Dijk, 2001). Deze hebben als gemeenschappelijk kenmerk dat ze de sport dichterbij de (non-)participant kunnen brengen. Aangezien men onmiddellijk vanachter het scherm over heel wat informatie kan beschikken, kan dit zowel voor de actieve als voor passieve sportbeoefening een stimulans betekenen (Scheerder e.a., 2011b). Via tal van technologieën dringt informatie onze huiskamers binnen, waardoor een inschrijvingsdocument, kennis over spelregels, technieken of trainingsschema's en informatie over wedstrijden of spelers binnen handbereik zijn.

Bijgevolg is de (al dan niet actieve) sportbeoefenaar, niet noodzakelijk meer aangewezen op een trainer in een sportclub of een bezoek aan een expert om sportkennis te verzamelen. Zo kan men, bijvoorbeeld via een podcast Start to Run trainingsschema's op zelfstandige basis afwerken of op Youtube filmpjes bekijken die voor iedere sport de juiste technieken of krachtoefeningen demonstreren. Door de technologie die nu voor handen is, gaan veel sportbeoefenaars een soort competitie met zichzelf aan. De data van hartslagmeters laten toe te zien welke vooruitgang je boekt en hoeveel vooruitgang je nog moet maken. Door een eenvoudige druk op de knop, kan je bovendien je prestaties delen met je vrienden op Facebook of je volgers op Twitter.

We worden beïnvloed door massacommunicatie via verschillende vormen van media en sociale (online) netwerken. Via tal van elektronische communicatiemogelijkheden worden bovendien makkelijker virtuele gemeenschappen gevormd. Bij dit type van groepering zijn mensen niet gebonden zijn aan aspecten van tijd, locatie of voorzieningen, buiten de mensen en media waar ze op eigen initiatief mee in contact treden (Duyvendak & Hurenkamp, 2004; Van Dijk, 2001). Deze virtuele gemeenschappen bestaan ook onder sportbeoefenaars, in de vorm van lichte sportgemeenschappen (Scheerder & Van Bottenburg, 2010). Sportbeoefenaars treden met elkaar in contact zonder zich daarvoor te moeten verplaatsen, op het moment waarop ze daar behoefte aan hebben, en zo intensief als men zelf wil. Hierbij staan de onmiddellijkheid en ongebondenheid van sportbeoefening centraal staan. Via dergelijke nieuwe organisatievormen zijn enerzijds steeds meer

mensen actief (Scheerder & Vos, 2011a), maar anderzijds kan deze lichtere vorm van binding ook meer vluchtigheid en tijdelijkheid betreffende actieve sportbeoefening met zich meebrengen (Scheerder e.a., 2013).

Als gevolg van de hierboven beschreven evolutie zijn sportclubs in zeker zin hun monopoliepositie kwijtgeraakt. Waar de sportclub gold als uitwisselingsplaats van sportkennis bij uitstek, kunnen sportbeoefenaars nu ook op andere manieren samen sporten, hun ervaringen uitwisselen, etc. Hiertegenover kan men zich de vraag stellen of mensen niet op zoek zullen gaan naar direct menselijk contact, als tegenreactie op de digitaliserings- en informatiseringstrend. Dit kan als extra kans voor de sportclub beschouwd worden: 'de sportclub als lijfelijke ontmoetingsplaats'.

1.2.3 Detraditionalisering

Invloeden van overal ter wereld hebben gezorgd voor een *diversificatie* en *detraditionalisering* van het sportlandschap, wat op zijn beurt voor een *hybridisering* en een *versplintering* van onder meer het sportparticipatiegedrag heeft gezorgd (Borgers e.a., 2013; Moens & Scheerder, 2004; Scheerder e.a., 2005). De diversificatie van het sportlandschap duidt op een vertakking en versplintering van traditionele wijzen van sportbeoefening naar een breder spectrum van mogelijkheden om sport te beoefenen. Zo vindt sport vandaag niet meer uitsluitend plaats binnen de contouren van de sportclub, maar zijn er thans verschillende vormen en settings voor sportbeoefening te onderscheiden. Hierbij aansluitend kan men spreken van een 'detraditionaliseringsfenomeen' van sportparticipatiestijlen (Borgers e.a., 2013; Moens & Scheerder, 2004; Smits & Elchardus, 2004). Dit impliceert dat de deelname aan het sociale leven (waaronder sportparticipatie) tegenwoordig minder bepaald wordt door traditionele, sociaal verankerde gewoonten. Een gevolg hiervan is dat sport in steeds minder traditionele en formele contexten beoefend wordt, een trend die door Green (2002) beschreven wordt als *informalisering*.

Een ander kenmerk dat het hedendaagse sportlandschap typeert is het *eclecticisme* of de *fragmentatie* van activiteiten. In de eigenheid van dit tijdperk waarin mensen blijkbaar moeilijk keuzes kunnen maken, mag de stijgende populariteit van bijvoorbeeld triatlon, dat in se uit de samensmelting van drie traditionele sportvormen ontstaan is, niet verbazen. De daaropvolgende fragmentatie en differentiatie naar aanverwante vormen (bijvoorbeeld duatlon, skiatlon, etc.) is kenmerkend (Van Aken, 1997). Deze differentiatie van het sportlandschap brengt tevens met zich mee dat er steeds meer geraakt wordt aan de traditionele grenzen tussen sporten. Dit heeft geleidelijk bijgedragen aan de ontwikkeling van een breder spectrum van *genormeerde* sporten. Door deze tendens winnen ook, oorspronkelijk als afwijkend gepercipieerde sporten (bijvoorbeeld snowboarden, skaten, parkoeren) aan erkenning en populariteit (Beckers & Van der Poel, 1992).

1.2.4 Commercialisering

Een belangrijk element in de globalisering is ongetwijfeld de commercialisering van goederen en diensten. Ook sport kan steeds meer als een economisch product gezien worden. Dit heeft er voor gezorgd dat het sportlandschap steeds meer in termen van 'vraag en aanbod' gedefinieerd kan worden (Moore, 2007).

In Vlaanderen is de markt geleidelijk op de voorgrond getreden als aanbieder van sportactiviteiten, bepaalde sporttakken, zoals fitness en squash, worden bijna uitsluitend door de privésector georganiseerd. De grote sterkte van de commerciële markt – in vergelijking met de twee andere grote aanbieders, met name de overheid en het middenveld – is dat de markt er zeer goed in slaagt om in te spelen op de behoeften van (potentiële) sportbeoefenaars, en om nieuwe trends binnen te brengen (Scheerder e.a., 2011b). Het aanbod wordt hierbij aantrekkelijk gemaakt door het vooropstellen van waarden zoals fun, avontuur, sensatie, zelfontplooiing en gezondheidsstreven (Scheerder, 2000; 2006b). Net als andere aantrekkelijke koopwaren wordt dit aan de sportbeoefenaar (de consument) voorgeschoteld aan gedifferentieerde tarieven, abonnementsformules, etc. Hierdoor wordt tegemoet gekomen aan de behoefte aan flexibiliteit – kunnen kiezen wanneer je aan sport doet, en liefst *on the spot* kunnen beslissen –, aan het streven naar het ideale lichaam en aan het verlangen om telkens weer de eigen grenzen te verleggen. Voorbeelden zijn legio, gaande van zumba, over de vele commerciële loopevenementen, tot subtropische zwembaden en *body work-outs* in fitnesscentra.

Het is dus voornamelijk de commerciële markt die inspeelt op specifieke hedendaagse of nieuwe behoeften van de (potentiële) sportconsumenten. Maar het is aan de clubgeorganiseerde sport om mee op de kar te springen, en ook nieuwe sporten – of sporten die een heropleving kennen – en nieuwe organisatievormen te integreren in hun aanbod, en rekening te houden met nieuwe behoeften (Scheerder e.a., 2011b).

De commercialisering is ook duidelijk aanwezig in het aanbod van sportgoederen. De verkoop van sportkleding, sportschoenen en sportmateriaal is een markt die de laatste decennia erg is gegroeid (Van Bottenburg, 2005). De commercialisering kan eveneens geïllustreerd worden door de stijging in bedragen die worden neergeteld voor de radio- en televisierechten van sportwedstrijden (Van Bottenburg, 2006).

1.2.5 Individualisering

Steeds meer informele en individugeoriënteerde vormen van sport en beweging doen hun intrede in het sportlandschap. Individualisering kent verschillende interpretaties of invullingen en wordt soms misbegrepen (zie De Beer, 2004). Individualisering mag niet gereduceerd of gelijkgesteld worden aan

individualisme, want het gaat niet om een toenemende aandacht voor het eigenbelang. Beck (1992) stelt dat het individu een basiseenheid in deze maatschappij geworden is, dat steeds meer met verschillende keuzes geconfronteerd wordt en geacht wordt beslissingen te maken. Individuen zijn minder gebonden aan voorgeschreven vormen van sociale bindingen en engagementen dan vroeger en de verantwoordelijkheid komt meer bij het individu te liggen. Dit wil echter niet zeggen dat men nu alles 'alleen' gaat doen: de 'vaststaande' of traditionele verbintenissen worden vervangen door een nieuw type, met name verbintenissen die men zelf verkiest aan te gaan (Beck, 1992).

De individualisering heeft dan ook duidelijke gevolgen voor de sport. Het ontstaan van 'lichte gemeenschappen' weerspiegelt de individualiseringstrend in het verenigingsleven. Dit zijn groepen waar men als individu zonder ernstige gevolgen van los kan komen en worden gekenmerkt door lossere en/of flexibelere banden, in vergelijking met traditionele verenigingen (Duyvendak & Hurenkamp, 2004). Zulke lichte gemeenschappen ontstaan ook in de sportsector, en hun succes neemt toe (zie o.a. Scheerder & Vanreusel, 2009; Scheerder, Lagae & Boen, 2011).

Het ontstaan en succes van deze lichte sportgemeenschappen is geen toeval, deze lijken immers tegemoet te komen aan een aantal 'nieuwe' behoeften. Ze bieden de mogelijkheid om zelfgekozen verbintenissen aan te gaan, die nadien ook weer kunnen worden verbroken. In vergelijking met sportclubs is het lidmaatschap van lichte sportgemeenschappen gemakkelijker op te zeggen en flexibeler van aard. Het engagement hoeft niet groot of van lange duur te zijn. Individuen kunnen zo kiezen voor 'op maat gemaakte' sportieve evenementen (Scheerder e.a., 2011b).

De individualiseringstrend beïnvloedt (potentiële) sporters niet alleen in hun keuze voor een formeel lidmaatschap van een club, maar ook in hun mogelijk engagement als vrijwilliger. Sportclubs dienen dit voor ogen te houden, daar zij in grote mate op vrijwilligers steunen voor hun werking. Ook wat vrijwilligerswerk betreft, geldt immers dat men dit autonoom wil organiseren en vormgeven, in functie van de eigen mogelijkheden en interesses, en afhankelijk van de levensfase waarin men zich bevindt. Het wijzigend engagement van de vrijwilliger is niet enkel een kwestie van bereidheid, maar ook van beschikbaarheid en ervaren beperkingen. Dit laatste is het gevolg van het steeds brozere en minder voorspelbare karakter van de (geïndividualiseerde) levensloop (Hustinx, 2009; Hustinx & Lammertyn, 2003)

Voor sportclubs –en federaties is kennis over de hierboven geschetste trends wenselijk om adequaat in te kunnen spelen op behoeften uit de samenleving en voldoende leden te (blijven) bereiken. Sportclubs staan in feite voor de keuze al of niet in te spelen op 'nieuwe' verwachtingen van sportparticipanten, zoals flexibiliteit en laagdrempeligheid. Zo beschikken sportclubs wellicht over een groter groeipotentieel indien ze zich (eveneens) openstellen voor de vele sporters die de

voorkeur geven aan een ‘lichtere’ vorm van engagement. Uit onderzoek blijkt immers enerzijds een grotere toename van het aantal sportactieven, en anderzijds een stagnatie (volwassenen) of lichte daling (jongeren) van het aantal clubsporters (Scheerder, 2007). Hoewel het aantal lidmaatschappen van sportclubs nog steeds vrij hoog ligt, kunnen we stellen dat sportclubs niet volledig meegenieten van de tweede recreatiesportgolf (zie Scheerder, 2007). Het is immers vooral de niet-georganiseerde en andersgeorganiseerde sport die verantwoordelijk zijn voor recente stijgingen in sportparticipatie (Scheerder & Vos, 2011a; Scheerder e.a., 2011b). Een van de vele mogelijke pistes voor sportclubs om in te spelen op nieuwe tendensen zoals het toegenomen zapedrag van de actieve sporter of de keuze van sporters om minder ‘zware’ engagements aan te gaan, is het kiezen voor flexibele lidmaatschapsformules. Zo zou bijvoorbeeld met beurtenkaarten kunnen gewerkt worden voor mensen die zelf willen beslissen over de dienstverlening die ze willen benutten (al dan niet op een moment naar keuze) of zou gedifferentieerd kunnen worden in lidgelden in functie van het engagement dat men wenst op te nemen in een sportclub. Zo zouden leden die mee helpen in de club (bijvoorbeeld in de kantine, op eetdagen, etc.) eventueel een lagere contributie kunnen betalen dan sporters die enkel willen sporten en geen bijkomende engagements wensen op te nemen.

1.2.6 Medicalisering

In algemene termen wordt het begrip *medicalisering* omschreven als “*het proces waarbij het menselijk bestaan steeds meer wordt geplaatst in het perspectief van gezondheid en ziekte*” (Boot & Klinkert, 2002: 306). Medische kennis, ziekte en gezondheid komen steeds centraler te staan en de (bio-)medische wetenschap interfereert steeds meer met andere maatschappelijke domeinen, waaronder ook sport.

Het proces van medicalisering omvat zowel een culturele als een structurele component. De *culturele* dimensie betreft het toegenomen belang van ‘gezondheid’ als waarde in de maatschappij. Vanuit dit perspectief wordt sport als ‘goed’ beschouwd, omdat het gebruikt kan worden als een instrument om een optimaal fysiek welzijn en een goede gezondheid na te streven. Een voorbeeld vinden we in de marketing voor voedingsproducten. Een voedingsmiddel als ‘gezond’ omschrijven is een frequent gebruikte marketingstrategie om een product te promoten. Op voedingsproducten staat aangegeven dat ze ‘omega 3’ bevatten, cholesterolverlagend werken, verrijkt zijn met vitamines, etc. ‘Gezond’ of ‘cholesterolverlagend’ worden dus vaak als synoniem gebruikt voor ‘goed’. De toename in sportparticipatie de laatste decennia (Scheerder, 2007; Scheerder & Vos, 2011a), kan mede verklaard worden door een verhoogd maatschappelijk bewustzijn hiervan. Mensen houden zich niet alleen steeds meer bezig met gezondheid (Stapel & Keukens, 2009), maar het lijkt bijna een individuele plicht geworden om je lichaam te verzorgen om er mooi en gezond uit te zien (Laermans, 1993; Vanreusel & Scheerder, 2000). Sport dient hiervoor steeds meer als instrument. De culturele

component van medicalisering uit zich ook in sportvoorkeuren. Zo bleek uit recent sportparticipatieonderzoek reeds dat de top vijf van sporten bij 14- tot en met 85-jarigen in Vlaanderen uit sportief fietsen, sportief wandelen, loopsport, zwemmen en fitness bestaat (Scheerder e.a., 2011c). Hierbij valt meteen op dat dit allemaal individuele sporten zijn, die vaak omwille van hun gezondheidsbevorderend effect beoefend worden.

De *structurele* component van medicalisering duidt op de machtspositie van de geneeskunde en medische professionals (Boot & Klinkert, 2002). Steeds meer worden problemen benaderd vanuit een ‘medisch’ perspectief, waardoor ook het zeggenschap van artsen en andere medische professionals toeneemt. Ook hier zijn de voorbeelden legio. Terwijl opvallend druk gedrag van een kind vroeger als een opvoedingsprobleem werd beschouwd, wordt dit nu als een medisch probleem gediagnosticeerd, en heeft het kind ‘ADHD’, eerder dan ‘moeilijk’ opvoedbaar te zijn. Deze component van medicalisering is ook duidelijk vertegenwoordigd in de sport. Artsen spelen een belangrijke rol in de (top)sport, en medische kennis oefent een grote invloed uit op de sportwereld. Een eerste voorbeeld hiervan zijn de vele medische tests die een (top)sporter kan ondergaan, om zijn/haar training te optimaliseren. Isokinetische krachtanalyses, inspanningstests of het meten van de lichaamssamenstelling geven steeds meer mogelijkheden om sportprestaties in een latere fase te optimaliseren. Hypoxie- en acclimatisatietraining is een ander voorbeeld waar sport, medische en ook wel fysische kennis elkaar kruisen. Ook het veelvuldig gebruik en de opsporing van voedingssupplementen doping, bloeddoping of andere prestatieverbeterende middelen zijn andere voorbeelden van de structurele dimensie van medicalisering binnen de sport. Naast deze verfijnde technieken die vaak op topniveau gebruikt worden, is deze component ook steeds meer in de breedtesport aanwezig. Het gebruik van hartslagmeters bij recreatiesporters of het afleggen van inspanningstests om het beste trainingsschema te bepalen zijn hier slechts enkele voorbeelden van. In feite is deze evolutie nauw verwant met de hierboven beschreven ontwikkeling tot informatisering. Beide dimensies van medicalisering – de culturele en de structurele dimensie – zijn vrij nauw met elkaar verweven. Een belangrijk motief om te sporten is gezond blijven. Of die interesse ook blijft als de medische industrie een technisch middel, zoals een pil, uitvindt tegen obesitas of suikerziekte, valt te bezien. Ofwel: de sport mag zich in een stijgende populariteit verheugen, maar vanzelfsprekend wordt die populariteit nooit (Tiessen-Raaphorst e.a., 2010).

Het gezondheidsethos vormt een opportuniteit voor de sportclubs –en federaties: het geloof in het belang van gezondheid, in combinatie met de overtuiging dat sporten een gunstig effect heeft op de gezondheid, zet mensen aan tot sporten. Maar aangezien in de eerste plaats individuele conditiesporten en fitness in de lift blijken te zitten, kan diezelfde evolutie ook als bedreiging worden beschouwd. Het zijn bij uitstek sporten waarvoor men niet noodzakelijk beroep op een club dient te

doen. Recreatief fietsen of wandelen, lopen en zwemmen doet men vaak alleen, met anderen uit de directe sociale omgeving of in lichte sportgemeenschappen. Ook uit het aanbod van loopevenementen blijkt dat de commerciële sector handig inspeelt op de behoeften van de sportparticipanten naar een gezond en/of mooi lichaam (Scheerder e.a., 2011b). Het is aan de sportclub om mee te gaan in deze medicaliseringstendens en het aanbod af te stellen op de vraag en de nieuwe behoeften.

1.3 Socio-economische verschuivingen

60 procent van de bevolking in België beoefent een beroep met betrekking tot kennis en diensten. 40 procent verricht handenarbeid. Enkele decennia geleden was deze verhouding nog omgekeerd. Hier zit mogelijks een verklaring van de trend naar het individuele sporten. Een baan waarbij handenarbeid verricht wordt omvat meestal een werkdag die een duidelijk en vast schema heeft, van nine to five. Werknemers in de kennis- en dienstensector hebben veel meer glijdende uren, een fluctuerende agenda of afspraken die op het laatste moment afgebeld of verplaatst kunnen worden. Kortom: er is minder gemeenschappelijke tijd om in groepsverband of in een club aan sport te doen omdat het te moeilijk is geworden om de agenda's op elkaar af te stemmen. Hiernaast blijkt dat de tijdsbesteding die mensen erop nahouden, varieert doorheen de tijd. Een onderzoek naar de tijdsbestedingspatronen van Vlamingen waarbij de tijdsbesteding in 1999 en 2004 met elkaar werd vergeleken, heeft uitgewezen dat de vrije tijd van vrouwen tussen 1999 en 2004 duidelijk was toegenomen (Glorieux e.a., 2005). Bij mannen, die overigens in 2004 nog steeds opvallend meer vrije tijd hadden dan vrouwen, was dit echter niet het geval. Als we specifiek naar de tijd besteed aan sport kijken, is daarentegen zowel bij mannen als bij vrouwen een stijging waarneembaar tussen 1999 en 2004 (Glorieux e.a., 2005).

De grootste economische verschuiving is terug te vinden in de wereldwijde *bankencrisis* waar we vanaf eind 2008 en begin 2009 mee geconfronteerd werden als gevolg van de ineenstorting van de Amerikaanse huizenmarkt. Om een ineenstorting van het financiële systeem te vermijden, zagen heel wat Europese overheden zich genoodzaakt hun banken te redden waardoor overheidsschulden zich opstapelden. Ook in België nam de staatsschuld sterk toe door de redding van verschillende banken. De twijfel en onzekerheid waarmee de *schulden crisis* bestreden werd door de Europese beleidsmakers, deed het vertrouwen in de euro geen goed. De geloofwaardigheid van de eenheidsmunt en de eurozone als geheel kwamen in 2012 onder druk te staan, vanaf dan is er sprake van de *eurocrisis*. Deze onzekerheid remt consumptie en investeringen af, met negatieve gevolgen voor de groei van de economie (Vrind, 2013).

Anno 2014 is de recessie in België nog steeds niet uit beeld en zijn de gevolgen ervan in tal van sectoren zichtbaar. Besparing staat centraal in de Vlaamse en federale regeringsonderhandelingen in 2014. Ook de sport blijft hier niet van gevrijwaard. Zo zullen sportfederaties zich efficiënter moeten gaan organiseren met minder overheidssteun en meer doelgericht werken. Bovendien wordt er gestreefd naar een rationalisatie in het federatielandschap en een resultaatsgerichte financiering (Vlaamse Regering, 2014). Ook op lokaal niveau wordt er gesnoeid, de gemeenten happen naar adem. De besparingsdrift van de Vlaamse gemeenten treft ook de sportsector (ISB, 2014a). Door de bankencrisis komen gemeenten geld te kort. Daarbij komen nu ook de zachte sectoren in het vizier. Zo moeten niet alleen, bibliotheken, maar ook sporthallen en zwembaden de deuren sluiten. Ook wordt gemeentelijk sportpersoneel dat vertrekt vaak niet meer vervangen. Door de financieel moeilijke tijden gaan gemeenten nog meer nadenken over hun kerntaken en hun resultaatsgericht/outputgericht beleid op vlak van beheer van sportinfrastructuur, verzelfstandiging (autonoom gemeentebedrijven) en samenwerking met de private sector (publiek-private samenwerking) (Ecolife, ISB & BOS+, 2014). Besparingen op lokaal niveau worden verder uitgediept in hoofdstuk 3.

Zoals hierboven geïllustreerd hebben de verschillende maatschappelijke trends een impact op de sport- en bewegingssector. Hoewel de sportsector hier geen vat op heeft, kan hier wel op ingespeeld worden en voordeel uit gehaald worden. In volgend deel gaan we na welke bewegingen deze trends veroorzaken in het sportlandschap.

2. ‘Beweging’ in het sportlandschap

Uit het voorgaande mag blijken dat er heel wat maatschappelijke ontwikkelingen zijn waar de sport zich onmogelijk aan kan onttrekken. Ook de manier waarop sport georganiseerd en aangeboden wordt, is daaraan onderhevig. Een veelheid aan maatschappelijke krachten hebben het sportlandschap grondig veranderd gedurende de laatste decennia. In dit deel zoomen we in op de versporting en ontsporting van de sport en het effect van deze ontwikkeling op patronen van sportdeelname (a.d.h.v. het driekrachtenveld van de sport). Tot slot belichten we sport als een meervoudig concept.

2.1 Versporting en ontsporting van de sport

Sport is meer dan ooit een meervoudig concept geworden. De perceptie van sportdeelname is sterk gewijzigd de voorbije decennia. Medio vorige eeuw was sportdeelname nog uitzonderlijk gedrag, sport werd voornamelijk beoefend door jonge mannen. Doorheen de tijd is de perceptie gewijzigd, sportdeelname is doorgegroeid naar aanvaard gedrag, over alledaags gedrag, tot sportdeelname als normatief gedrag. Daar waar sport voorheen een uniform en eenduidig gegeven was, gekenmerkt door competitie, in de club, voor jonge mannen, met hoge socio-economische status, is het nu een veelvoudige en veelvormige werkelijkheid geworden. Veelvoudig qua participanten, qua consumenten, qua diensten en qua goederen; veelvormig qua gebruikerskenmerken, qua organisatorische context, qua niveau van beoefening, qua betekenis en qua effect. Bijgevolg is het actieveld dan ook sterk uitgedeid, zowel wat de vraag als het aanbod betreft. Aan het begin van de jaren negentig heeft Crum (1991) deze de hedendaagse veelvoudigheid en veelvormigheid van de sportieve bewegingscultuur geduid aan de hand van twee ontwikkelingslijnen, i.c. de *versporting van de sport* enerzijds en de *ontsporting van de sport* anderzijds. Crum (1991: 3) ziet deze processen als twee gezichten van de eerder aangehaalde 'versporting van de samenleving'. Onder impuls van processen als mediatisering, professionalisering en verwetenschappelijking wordt de citius-altius-fortius-oriëntatie van de meritocratische sport steeds radicaler doorgezet. Deze lijn van *versporting van sport* werd gekenmerkt door competitie, wedijver, concurrentie, exclusie, volharding, discipline, verenigingsgebondenheid, ... De versportte sport zien we dan ook voornamelijk vertegenwoordigd door de prestatie- en topsport. Langs de andere kant erkent Crum dat de *ontsporting van de sport* zich afzet tegen de kenmerkende waarden van de traditionele sport. Meer bepaald is dit een reactie op de doorgedreven specialisatie en over-institutionalisering in de sport. De ontsportte sport vormt een alternatief voor de gestandaardiseerde sport en wordt vertegenwoordigd door de participatiesport. Kenmerken als pret, beleving, inclusie, gezondheid en avontuur horen hier thuis. Processen als commercialisering, informalisering en instrumentalisering liggen aan de grondslag van deze ontwikkeling.

In tabel 1.3 worden een aantal sleutelkenmerken opgesomd die typerend zijn voor de hiervoor beschreven dichotome ontwikkelingslijnen. De karakteristieken in de linker kolom zijn kenmerkend voor de traditionele sport en vormen het draagvlak van de trend tot versporting, terwijl de kenmerken in de rechterkolom de vernieuwende bewegingscultuur typeren en aldus de trend tot ontsporting schragen. Belangrijk is dat het hier niet gaat om een opeenvolging van de ene ontwikkelingslijn door de andere. Het gaat om een parallelle evolutie. Beide ontwikkelingslijnen komen tegelijkertijd voor.

Tabel 1.3 *Basiskenmerken van de traditionele sport en de trend tot versporting versus basiskenmerken van de vernieuwende bewegingscultuur en de trend tot ontsporting*

Traditionele sport Versportingslijn	Vernieuwende bewegingscultuur Ontsportingslijn
Nuttig	Ludiek
Gebonden	Flexibel
Ascese	Hedonisme
Energie	Esthetiek
Uniform	Pluriform
Duurzaam	Vluchtig
Prestatie	Participatie
Bekampen	Beleven
Exclusief	Inclusief
Monocultuur	Multicultuur
Specificiteit	Diversiteit
Verdieping	Verbreding
Specialisatie	Fragmentarisatie
Product	Proces
Rationeel	Emotioneel
Reëel	Virtueel
Institutes	Individuen
Socialisatie	Identificatie
Formeel	Informeel
Hiërarchie	Zelfbeschikking
Top-down	Bottom-up
Gemeten beweging	Beleefde beweging
Techno	Eco
Objectieve prestatie	Subjectieve pret
Piramidale organisatie	Netwerkorganisatie
Gestandaardiseerde omgeving	Variabele omgeving

Bron: Scheerder & Vandermeerschen (2013) op basis van Crum (1991), Loret (1995), Vanreusel (1998) en Vanreusel & Scheerder (2000)

De uitkristallisatie van het klassieke sportconcept in een mozaïek van sport- en bewegingsvormen is het gevolg van diverse ontwikkelingen. Onder meer de volgende maatschappelijke veranderingen liggen aan de basis van deze evolutie (Scheerder & Vanreusel, 2006a, 2009): (i) het toegenomen belang van ontspanning en ontmoeting via sport, van beweging én beleving, (ii) het toegenomen belang van individuele fitheid en gezondheid, (iii) het toegenomen belang van zelforganisatie en persoonlijke tijdsplanning, (iv) de rol van specifieke bevolkingsgroepen, waaronder vrouwen, ouderen, personen met een handicap en mensen van een andere etnisch-culturele afkomst, en (v) de rol van commercialisering, mediatisering en professionalisering in de sport. De subjectieve, individuele sportbeleving is een evenwaardige tegenhanger geworden van de objectieve, meetbare en vergelijkbare sportprestatie. Traditionele hiërarchische sportorganisaties zoals bonden en clubs moeten het opnemen tegen persoonlijke netwerken en zelforganisatie. Zoals hierboven reeds gesteld is de betekenis van sport in allerlei opzichten enorm toegenomen. Verschuivingen in het

sportlandschap en de ‘versporting’ van de samenleving hebben geleid tot een groeiende professionalisering in het beroepsdomein sport. De sport is steeds meer een business geworden, nieuwe vormen van sportgerelateerde producten en diensten volgen elkaar in snel tempo op. Ook traditionele sportclubs, en –federaties bieden producten, diensten en producten aan die van economische aard zijn. Ondernemers achter evenementenorganisaties, fitnesscentra, bureaus voor sporttoerisme en binnen de media- en entertainmentsector hebben de sport al jaren geleden ontdekt als aantrekkelijke bron van inkomsten en als ‘kanaal’ om een groot publiek te bereiken. Dit brengt eveneens verandering van de organisaties in de sportsector mee. Nieuwere, ‘moderne’ organisatie met hun eigen structuur ontstaan, naast de meer ‘traditionele’ organisaties in de sport. De moderne organisatie is toegankelijker, veelzijdiger en kan beter op veranderingen reageren (Beech & Chadwick, 2008). Tabel 1.4 geeft een overzicht van kenmerken van een traditionele organisatie in de ‘oude’ sportwereld tegenover een nieuwe organisatie in de ‘nieuwe’ sportindustrie. Ook hier gaat het om een parallel voorkomen van beide organisaties.

Tabel 1.4 *De traditionele organisatie in de ‘oude’ sportwereld tegenover de nieuwe organisatie in de ‘nieuwe’ sportindustrie*

Traditionele organisatie in ‘oude’ sportwereld	Nieuwe organisatie in ‘nieuwe’ sportindustrie: sport als business
‘Enge’ definitie van sport	‘Ruime’ definitie van sport
Club, bond	Onderneming, bedrijfstak
Stabiel	Dynamisch
Star	Flexibel
Taakgericht	Gericht op vaardigheden
Sportieve belangen	Commerciële belangen
Taken bepaald door functie	Taken bepaald door prioriteit
Democratische regels	Economische wetten
Kostendekkende begroting	Beoogde winstmarge
Gericht op het individu	Teamgericht
Vrijwillig bestuur	Professioneel management
Vaste aanstellingen	Tijdelijke aanstelling
Gericht op opdrachten	Gericht op betrokkenheid
Managers nemen beslissingen	Werknemers dragen bij aan beslissingsproces
Gericht op voorschriften	Klantgericht
Relatief homogeen personeelsbestand	Heterogeen personeelsbestand
Werkdagen van negen tot vijf	Flexibele werktijden
Hiërarchische relaties	Uitgebreide (netwerk)relaties
Werken op kantoor, op specifieke tijden	Plaats en tijd van werken onbepaald
Lokale gemeenschap	Wereldwijde markt
Sportassociatie	Sportonderneming
Uniform sportspecifiek domein als accommodatie	Veelvormig sport-/vrijtijdscomplex
Leden, donateurs	Aandeelhouders en belanghebbenden

Bron: eigen verwerking op basis van Robbins en Coulter (2003) en Broeke (2002)

Steeds vaker kiest de nieuwe sportbeoefenaar niet-gestandaardiseerde sportomgevingen, zoals de natuur of de openbare weg, hier kan aan sport gedaan worden wanneer men maar wil. Verschillende auteurs (De Meyer, 2003; Duyvendak en Hurenkamp, 2004; Soenen, 2006, 2009) geven aan dat 'zware' sociale verbanden in de huidige tijd als beklemming worden ervaren door participanten en consumenten en worden steeds meer vermeden. Dit brengt ons tot een derde dichotome ontwikkelingslijn. Korte en informele ontmoetingen winnen aan belang en vinden plaats in zogenaamde 'lichte gemeenschappen' (Duyvendak en Hurenkamp, 2004). Deze worden gekenmerkt door vluchtigere, lossere en/of flexibelere onderlinge bindingen tussen leden van de organisatie dan in de traditionele vereniging het geval is. Hiertegenover staat de 'gulzige' of 'totale' instituties of organisaties die een sterke identificatie vragen en die het handelen van hun leden, zowel binnen als buiten de grenzen van de organisatie, normatief trachten te controleren (Coser, 1974; Goffman, 1961). Kenmerkend aan lidmaatschap bij gulzige instituties zijn de wederzijdse verwachtingen en de sterk omvattende socialisatie van de leden. Lidmaatschap van een lichte gemeenschap, daarentegen, is gemakkelijk op te zeggen en verplicht de leden nauwelijks, of toch in mindere mate, tot het leveren van een intensieve of langdurige bijdrage aan het betreffende sociale verband (Duyvendak en Hurenkamp, 2004). Tegenwoordig lijken mensen zware verbanden te willen vermijden en opteren ze voor tijdelijke en inwisselbare settings. Men wil niet meer opgeslorpt worden door instituties die veel tijd en engagement vergen (Scheerder & Van Bottenburg, 2010). Tabel 1.5 geeft een overzicht van sociale, organisatorisch, temporele en ruimtelijke kenmerken van gulzige instituties tegenover deze van lichte gemeenschappen.

Tabel 1.5 *Sociale, organisatorische, temporele en ruimtelijke kenmerken van gulzige/totale instituties versus lichte gemeenschappen*

Gulzige/totale instituties	Lichte gemeenschappen
Formeel	Informeel
Langdurig	Kort/tijdelijk
Tijdsintensief	Tijdsflexibel
Vast en gebonden	Vluchtig en los
Sterke binding (loyaliteit)	Zwakke binding
Opvallend zichtbaar	Minder zichtbaar
Sterke sociale controle	Makkelijk op te zeggen
Sterke socialisatie	Zwakke identificatie
Hoge, wederzijdse verwachtingen	Lage verwachtingen
Enkelvoudig lidmaatschap	Meervoudige bindingen mogelijk
Lokaal en intern georiënteerd, 'nabij'	Niet noodzakelijk lokaal, wel vanuit basis
Dichtheid van netwerken	Openheid van netwerken
	Ook virtueel

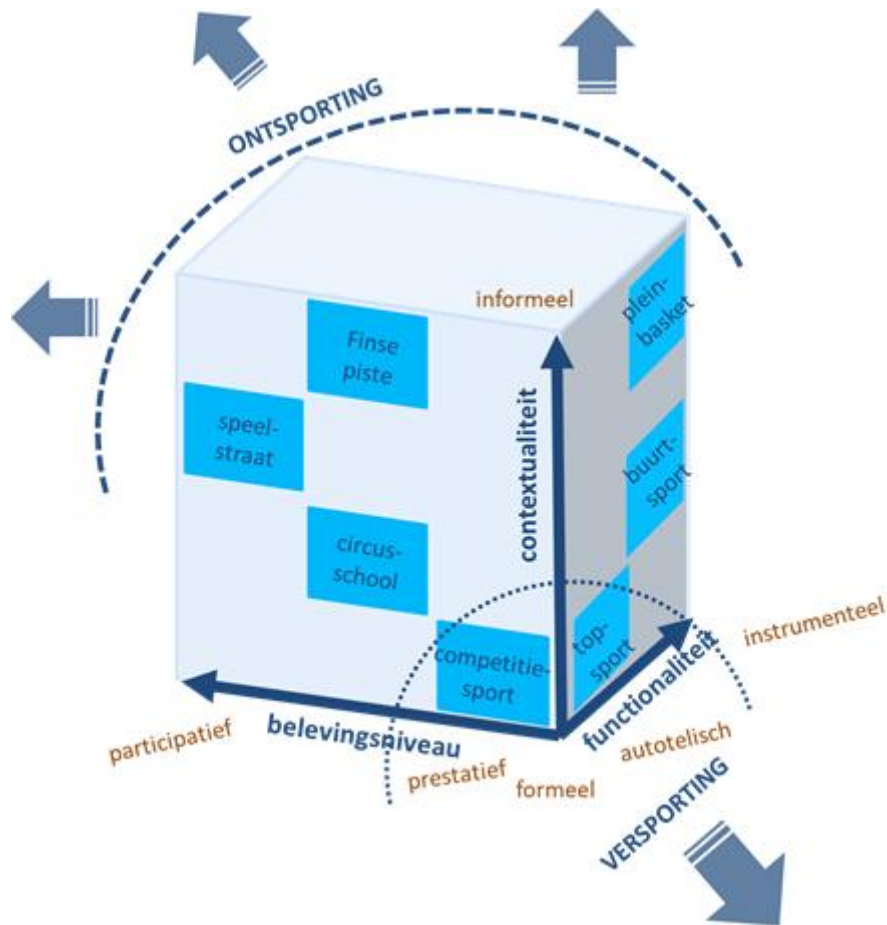
Bron: eigen verwerking op basis van Coser (1974), Goffman (1961) en Duyvendak & Hurenkamp (2004)

2.2 Driekrachtenveld van de sport

Uit het voorgaande mag blijken dat sport en andere bewegingsvormen zowel op inhoudelijk, vormelijk als functioneel vlak aan heel wat veranderingen onderhevig zijn. Op verschillende dimensies werken er als het ware maatschappelijke krachten in op de sport. In figuur 1.4 geven we het zogenaamde driekrachtenveld van de sport weer. In dit veld onderscheiden we drie assen, met name (i) de as van het belevingsniveau (x-as), (ii) de as van de contextualiteit (y-as), en (iii) de as van de functionaliteit/intentionaliteit (z-as).

Op de x-as bevindt zich de lijn van *prestatief* versus *participatief*. Meer prestatief refereert aan een trend tot verdieping en specialisatie, en/of aan het intensieve, disciplinerende en/of 'zelfdoen'-karakter van de sportdeelname (competitiedrang, doorgedreven training, recordnastreving, ...), terwijl meer participatief verwijst naar verbreding en diversificatie, en/of naar het ontspannende, verleukende en/of 'meedoen'-karakter van de sportdeelname (gezelligheid, pret, ontsnapping, ...). De y-as omvat de lijn van *formeel* versus *informeel*. Meer formeel impliceert institutionalisering en vertechnisering qua sportbeoefening (clubgebondenheid, wedstrijdreglementen, ranglijsten, ...); meer informeel betekent een detraditionalisering en decontextualisering qua sportbeoefening (los verband, vluchtige tijdsbesteding, flexibiliteit, ...). Op de z-as maken we een onderscheid tussen *autotelisch* versus *instrumenteel*. Hoe meer autotelisch, hoe meer sportintrinsieke waarden (fairness, respect, kansengelijkheid, ...) domineren en hoe meer activiteitsgericht en intentioneel de invulling van sport; hoe meer instrumenteel, hoe meer sportextrinsieke waarden (gezondheid, vorming, sociale cohesie, ...) primeren en hoe meer utilitair en ook procesgericht de invulling van sport.

Figuur 1.4 Het driekrachtenveld van de sport: belevingsniveau, contextualiteit en functionaliteit



Bron: Scheerder & Vos (2014: 145)

De krachten die inwerken op sport gaan in twee richtingen. Enerzijds is er sprake van een 'convergerende beweging'. Deze ontwikkeling steunt op processen van intensifiëring, formalisering en intentionalisering, door Crum (1991) krachtig als de lijn van de versporting aangeduid (supra). De aanbodgestuurde, activiteitsgeoriënteerde, sectorale en exclusieve sport staat hier centraal. Anderzijds zien we een 'divergerende beweging'. Deze evolutie wordt geschaagd door processen van diversificatie, detraditionalisering en instrumentalisering, door Crum (1991) gevat als de ontsportingslijn omschreven (supra). Hier treedt de vraaggestuurde, doelgroepgerichte, categoriale en inclusieve sport op de voorgrond. De convergerende, centripetale krachten lijken de sport in handen van de private sector te duwen, met name particuliere, op de eerste plaats non-profit sportorganisaties (sportfederaties en sportclubs), of nog: de traditionele sportsector. Op basis van de divergerende, centrifugale krachten daarentegen lijkt de sport meer en meer in handen van ofwel de publieke dan wel de commerciële sector te komen, met name de overheid enerzijds en for-profit (sport)organisaties anderzijds. Zoals echter reeds eerder gesuggereerd, hoeven de convergerende en

divergerende bewegingen elkaar niet uit te sluiten maar kunnen ze elkaar aanvullen en versterken. Verscheidenheid in eenheid of eenheid in verscheidenheid?

2.3 Sport in meervoud

Tot op heden werd reeds meermaals verwezen naar 'sport- en bewegingscultuur' zonder evenwel aan te geven hoe ver dit bewegingsterrein thans uitdeint, en vandaag nog onder de noemer van 'sport' geplaatst kan worden. In wat volgt pogen we hieraan tegemoet te komen.

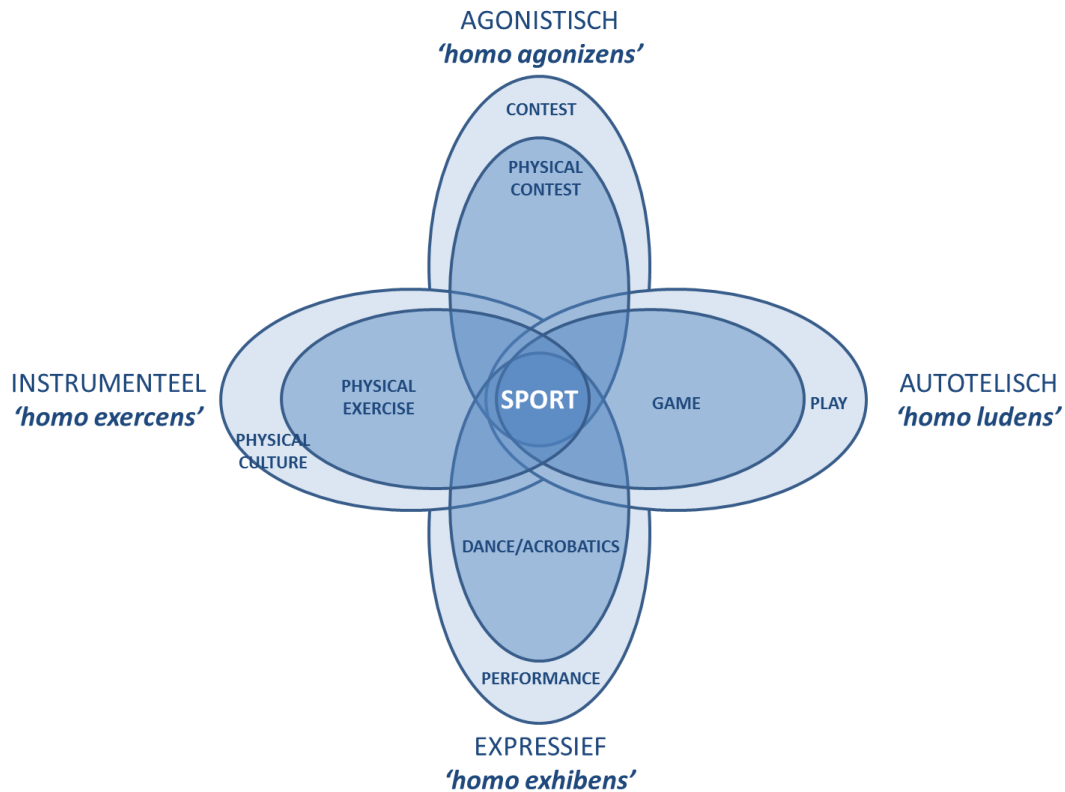
2.3.1 Bewegingscultuur: speelveld van de *homo movens*

Tot en met de jaren zestig kon het speelveld van de bewegende mens (*homo movens*) nog eenduidig in drie componenten worden ingedeeld, met name: (i) de soms eeuwenoude, vaak nog in stamcafés beoefende volkssporten, denken we maar aan boogschieten, kaatsen en diverse bolspelen, (ii) het turnen dat haar beoefenaars letterlijk en figuurlijk inlijfde in de ideologie van de katholieke, liberale of socialistische zuil, en (iii) de moderne sporten die uit het Verenigd Koninkrijk geïmporteerd werden (Renson, 2006: 530). Zoals reeds aangetoond heeft het sportlandschap gedurende de voorbije decennia een proces van differentiatie en diversificatie ondergaan. Heel wat 'nieuwe' bewegingsactiviteiten verschenen op de sportscène en beantwoordden niet echt meer aan de intussen klassieke definitie van sport, in die mate dat de term 'bewegingscultuur' thans beter de lading dekt dan 'sport' (Scheerder, 2004; 2007). Het sportveld uitbreiden met enkele 'oefenvelden' lijkt niet meer te volstaan. In de plaats wordt het sportveld onderdeel van een grotere 'bewegingsruimte'.

Om enige houvast te krijgen op de hedendaagse bewegingsruimte hanteren Renson en Meulders (2005) een viervoudige diagrammenstructuur waarin de verschillende dimensies van de bewegende mens schematisch in kaart worden gebracht (zie figuur 1.5). Meer bepaald telt deze bewegingsruimte vier dimensies, namelijk: (i) een autotelische dimensie, (ii) een agonistische dimensie, (iii) een instrumentele dimensie, en (iv) een expressieve dimensie. Conform deze dimensies kunnen vier grote velden onderscheiden worden, met name: (i) het spel (*play*), (ii) de wedstrijd (*contest*), (iii) de lichaamscultuur (*physical culture*), en (iv) de opvoering (*performance*). Binnen deze grote velden kunnen vier subvelden onderscheiden worden die duidelijk refereren aan het bewegingsaspect. Het gaat hier respectievelijk om: (i) de kamp (*game*), (ii) de fysieke wedstrijd (*physical contest*), (iii) de lichaams oefening (*physical exercise*), en (iv) de dans/acrobatiek (*dance/acrobatics*). Door deze vier subvelden met elkaar te laten interageren, ontstaat als het ware een vijfde subveld, dat van de sport. Of anders geformuleerd: het subveld van de sport combineert

elementen van zowel kamp, fysieke wedstrijd, lichaamsoefening als dans/acrobatiek. Dit hoeft evenwel nog niet te betekenen dat elke sport over ieder van deze elementen beschikt.

Figuur 1.5 Het speelveld van de *homo movens*: de vier dimensies van de bewegingscultuur



Bron: Renson & Meulders (2005: 1)

Sport bekleedt in deze schematische voorstelling een centrale positie. Dit impliceert dat bewegingscultuur ruimer is dan sport en dat sport als een bewegingsculturele specificatie kan worden beschouwd. Door te spelen, zich te meten, te oefenen en op te treden ontdekken mensen hun fysieke, mentale, sociale en ruimtelijke beperkingen en via sport pogen zij deze te verleggen (cfr. Renson, 1998).

Het speelveld van de *homo movens* wordt dus niet (langer) alleen bespeeld door de sportende mens. Hij of zij heeft gezelschap van de kampende en bij uitbreiding spelende mens (*homo ludens*), de strijdende en bij uitbreiding zich metende mens (*homo agonizens*), de trainende en bij uitbreiding oefenende mens (*homo exercens*), en de dansende en acrobatiserende en bij uitbreiding optredende mens (*homo exhibens*). De verschillende 'extensies' worden niet tot de bewegingscultuur *in se* gerekend. Echter, dan nog blijft er voldoende 'bewegingsruimte' over om naast sport andere vormen van bewegingscultuur tot hun recht te laten komen. Zo kunnen we naast eerder traditionele en formele vormen en belevingen van sport zoals gymnastiek, voetbal, een zwembad, een sportclub,

wedstrijdreglementen, een scheidsrechter, een trainer, etc., nu ook meer innovatieve en informele bewegingsexpressies en -ervaringen waaronder skaten, kitesurfen, circusvaardigheden, straatsport, een speleobox, een indoorklimmuur, dansrages, etc. een plaats geven in het sport- en bewegingslandschap. Daarmee zijn de (voorlopige) grenzen van de actuele bewegingscultuur afgebakend. Echter, waar sport eindigt en andere vormen van bewegingscultuur beginnen, blijft een enigszins diffuus gegeven. Maar zoals reeds eerder gesteld is sport een sociaal-cultureel construct, met als gevolg dat het definiëren van wat sport is in sterke mate afhankelijk is van wie de definitie opstelt en van het doel dat men met een bepaalde definitie wil bereiken.

2.3.2 Vier waardevelen van de bewegingscultuur

De eenduidigheid van sport heeft plaats gemaakt voor een groeiende stroom van nieuwe bewegingsculturele expressies, zoveel is inmiddels duidelijk. Ook bewegingsculturele mengvormen en *crosslinks* deden hun intrede. Deze diversifiëring en hybridisering van de sport is tegelijkertijd de motor én het product van culturele veranderingsprocessen in de sport (Vanreusel & Scheerder, 2000: 75). Het zijn juist deze processen die ervoor zorgen dat het sport- en bewegingslandschap continu hertekend wordt, actueel blijft, alsook een bevoorrechte plaats bekleedt in onze samenleving.

Zolang de sportcultuur echter eenduidig was, waren de heersende normen en waarden binnen die sportcultuur dat ook (Vanreusel, 1998: 129-130). Tot diep in de 20^{ste} eeuw ging het in de sport om presteren. Sport impliceerde lange tijd op de eerste plaats het neerzetten van een fysieke prestatie. Daarnaast werd sport – bijvoorbeeld in het vak lichamelijke opvoeding – als opvoedingsmiddel ingezet. In dit geval ging het om vormen en opvoeden via sport. Uniformiteit was zowel bij het prestatie- als vormingsaspect een duidelijk kenmerk, van participatie tot organisatie, van beleving tot sturing. Maar parallel aan de diversificatie en fragmentarisatie van de sport was ook sprake van nieuwe waarden en normen, in die mate dat waardeveelheid, maar ook waardevermenging en zelfs waardevaagheid nieuwe kenmerken van het sport- en bewegingslandschap zouden worden. Nieuwe sportvormen geven aldus aanleiding tot nieuwe sportnormen. Volgens de Vlaamse sportsocioloog Bart Vanreusel (2001: 78) zou naast ‘waardevolle’ sport voortaan ook sprake zijn van ‘waardeholle’ sport.

Naast ‘presteren’ en ‘vormen’ eisen nu ook waarden als ‘produceren’ en ‘vermaken’ een steeds prominentere plaats op in de sport- en bewegingssector (Vanreusel, 1998: 130). Van *entrainment* (lichamelijk oefenen, trainen) tot *entertainment* (onderhouden, amuseren), en vice versa. De waardeontwikkeling en mogelijk waardeverschuiving die zich hier voordoet, loopt parallel met de opkomst van de zogenaamde beleveniseconomie waarin belevenissen – en dus niet alleen meer basisproducten, goederen en diensten – de basis vormen van economische activiteit (Pine & Gilmore,

1999). Op basis van de bevindingen uit het onderzoeksrapport van Vanreusel en Scheerder (2000: 75-77) geven we onderstaand toelichting bij de vier dominante waardevelen die het sport- en bewegingslandschap momenteel domineren, i.c. 'presteren', 'vormen', 'produceren' en 'vermaken'.

Presteren

Met presteren wordt verwezen naar traditionele competitiesportvormen met een hiërarchische opbouw in teams, clubs, federaties, bonden en sporttakoverschrijdende koepelstructuren. Meer bepaald gaat het hier om strakke, gestandaardiseerde sportvormen waarin doelgericht bewogen wordt: de tegenstrever bekampen en overwinnen. Onder supervisie van experts als trainers, coaches, voorzitters, scheidsrechters, etc. domineert hier het proces van trainen, selecteren en presteren. Deze sportvorm wordt vandaag evenwel nog slechts door een minderheid van het totale sportpubliek beoefend. Dat neemt niet weg dat dit waardeveld nog steeds als waardevol geldt en ook in de toekomst bepalend zal blijven, overigens niet alleen in de clubgeorganiseerde sport.

Vormen

Naast het presteren als doel op zich, worden sport en beweging reeds geruime tijd ook aangewend als vormingsinstrument. Hier liggen de beoogde waarden vervat in het leer- en socialisatieproces zoals dit in het onderwijscurriculum, met name in de bewegingsopvoeding en de lichamelijke opvoeding, aan bod komt. Buiten deze klassieke opvoedingskanalen worden sport en beweging nu eveneens als tool gehanteerd in heel wat emancipatie- en integratieprogramma's en dit voor steeds meer en zeer diverse doelgroepen. In sectoren als preventieve gezondheidszorg, welzijnswerk, detentiewezen, sociaal-cultureel werk, jeugdwerk, buurtwerk, grotestedenbeleid, sociale economie, ..., kortom in het brede socio-culturele en socio-economische werk- en beleidsveld van vorming, remediëring en hulpverlening worden sport en andere vormen van bewegingscultuur steeds meer als een waardevolle, maatschappelijke hefboom ingezet. Het staat buiten kijf dat ook in de toekomst het belang van en de belangstelling voor sport en beweging als vormingsinstrument zullen blijven bestaan en nog verder toenemen. Tegelijkertijd ligt hier ook een stevige uitdaging voor de sport- en bewegingssector, bijvoorbeeld om in samenwerking met andere beleidssectoren een verantwoord sport- en bewegingsbeleid te ontwikkelen.

Produceren

Niet alleen vanuit educatief perspectief zijn sport en beweging gegeerd. Gedurende de voorbije decennia is sport ook een duidelijke economische factor geworden. Sport en fysieke activiteit vormen dan ook een interessant product voor steeds meer mensen, lees: verkopers en kopers, producenten en consumenten. Produceren en consumeren laten zich duidelijk onderscheiden van de twee voorgaande waardevelen. Waar 'presteren' en 'vormen' tot op heden in sterke mate in

handen zijn van respectievelijk het maatschappelijke middenveld (het geheel van sportfederaties en sportclubs) en de overheid (niet alleen lokale en bovenlokale sportdiensten, maar ook overheidsdiensten als welzijns-, jeugd-, ouderen-, grootsteden- of sociaal beleid) treffen we ‘produceren’ en ‘consumeren’ vooral aan op de vrije markt. Commerciële sport en beweging worden aangeboden door spelers als fitnesscentra, sportevenementenbureau’s, beheerders van subtropische zwembaden, overdekte skipistes, indoorklimmuren, bowling centers, karting racecircuits, etc., kortom aanbieders die zich voornamelijk buiten de structuur van de clubgeorganiseerde sport en de overheid bevinden. Vandaar dat regulering – bijvoorbeeld in de vorm van kwaliteitszorg – een nog belangrijkere overheidstaak zal worden, zeker wanneer het commerciële aanbod goederen en diensten voortbrengt waarbij de gezondheid en/of de vorming van burgers centraal staan.

Entertainen

Naast ‘presteren’, ‘vormen’ en ‘produceren’ kan aan sport en andere vormen van bewegingscultuur ook een vermakende functie worden toegekend. Dat is op zich niet nieuw, maar ook niet evident. Hoewel vermaak en amusement – zeker via sport – vandaag alledaags zijn, wordt ‘entertainen’ nog gemakkelijk als triviaal afgedaan wanneer het op waardebeleving aankomt. In een samenleving waarin spektakel, belevenis, plezier en vertier een onmiskenbare positie verworven hebben, kan de rol van sport niet ontkend worden. Topsport is een opvallend voorbeeld van sport als schouwspel. Maar ook minder passieve sportmodi – althans vanuit het perspectief van de gebruiker – bieden spektakel- en amusementswaarde, denken we maar aan de talrijke sportevenementen waarin heel wat mensen al lopend, fietsend, dansend of zwemmend figureren. Het is opmerkelijk dat zowel het maatschappelijke middenveld, de overheid als de markt zich steeds meer met de beleveniswaarde van sport inlaten. Toch is ook hier een belangrijke, kritische rol weggelegd voor het overheidsbeleid, en dit zowel wat het reguleren (bijvoorbeeld het toezien op kwaliteit) als het promoten (bijvoorbeeld het zelf organiseren van een sportevenement) betreft. Het is in ieder geval duidelijk dat de entertainende rol van sport zich in de toekomst nog sterker zal profileren.

Waarden als ‘presteren’, ‘vormen’, ‘produceren’ en ‘vermaken’ worden in sterke mate vertegenwoordigd door respectievelijk de volgende sectoren: (i) de *clubgeorganiseerde sport* waar prestatie en competitie primeren, (ii) de *sport- en bewegingseducatie* waar de vorming via sport en beweging centraal staat, (iii) de *sportindustrie* waar het om de productie en consumptie van sportgoederen en sportdiensten gaat, en (iv) het *sportentertainment* waar de creatie van spektakel en belevenissen via sport wordt nagestreefd. Het is niet omdat deze waardeoriënteringen, en de sectoren waarin ze sterk tot uiting komen, hier afzonderlijk worden voorgesteld dat zij in werkelijkheid niet met elkaar in contact komen. Integendeel, er is niet alleen sprake van nieuwe

sport- en bewegingsvormen, meer en meer stellen we ook vast dat er mengvormen optreden tussen de verschillende waarden, normen en ook instituties. Heel wat bewegingsculturele expressies vertonen zelfs kenmerken van elk van de vier waardeoriëntaties. Presteren, vormen, produceren en vermaken kunnen hand in hand gaan, maar worden waar wenselijk ook best van elkaar gescheiden. Zo behoedt de competitiesport zich best voor 'verleuking' of 'ridicularisering' van haar aanbod wil zij prestatiesporters aanspreken, is in het vak lichamelijke opvoeding weinig plaats voor bewegingsvermaak, zal de commerciële recreatiesport weinig voordeel halen uit het promoten van prestatiemotieven, en gaat het bij sportentertainment niet zozeer om het louter produceren van diensten doch ligt de meerwaarde hier juist in het creëren van een bijzondere ervaring.

De innoverende kracht van sport bevindt zich in deze vier categorieën en hun mengvormen. Nieuwe vormen van presteren, vormen, produceren en entertainen en nieuwe verbindingen tussen deze vier vormen bieden nieuwe mogelijkheden voor vraag en aanbod in de sport- en bewegingssector.

HOOFDSTUK 2

ONDERZOEKSOPZET EN -BENADERING

1. Doelstelling

Het inleidende hoofdstuk toont aan dat de samenleving en het Vlaamse sportlandschap in beweging is. Heel wat ontwikkelingen kunnen als kansen aanzien worden. In het vervolg van dit rapport onderzoeken we welke verschuivingen zich hebben voorgedaan in vraag en aanbod in de sport- en bewegingssector en welke uitdagingen hier uit voortkomen. We gaan hoe de clubgeorganiseerde sport zo adequaat mogelijk kan inspelen op de kansen die hieraan verbonden zijn.

Daarnaast willen we met dit rapport een brug slaan tussen theorie en praktijk. Er wordt een overzicht van innovatieve praktijkvoorbeelden aangeboden. Op deze manier wordt getracht om een inspirerend kader aan te reiken waar de clubgeorganiseerde sport zich op kan baseren om op een constructieve manier een antwoord te bieden aan de uitdagingen die steeds meer aan deze sector worden voorgelegd. Op basis hiervan worden beleidssuggesties geformuleerd.

2. Materiaal en methode

Om de onderzoeksdoelstellingen te bereiken, werd een tweeledig onderzoek gevoerd.

Voor het onderzoek naar de verschuivingen in vraag en aanbod in de sport- en bewegingssector (hoofdstuk 3) en de nieuwe uitdagingen en kansen voor de sport- en bewegingssector (hoofdstuk 4) werd deels beroep gedaan op voorgaande studies en werden data afkomstig van verschillende bronnen samengebracht. Deze hoofdstukken werden vervolledigd op basis van eigen inductief en exploratief onderzoek. Tabel 2.1 geeft een overzicht van de studies en de belangrijkste bronnen die in hoofdstuk 3 en 4 werden gehanteerd.

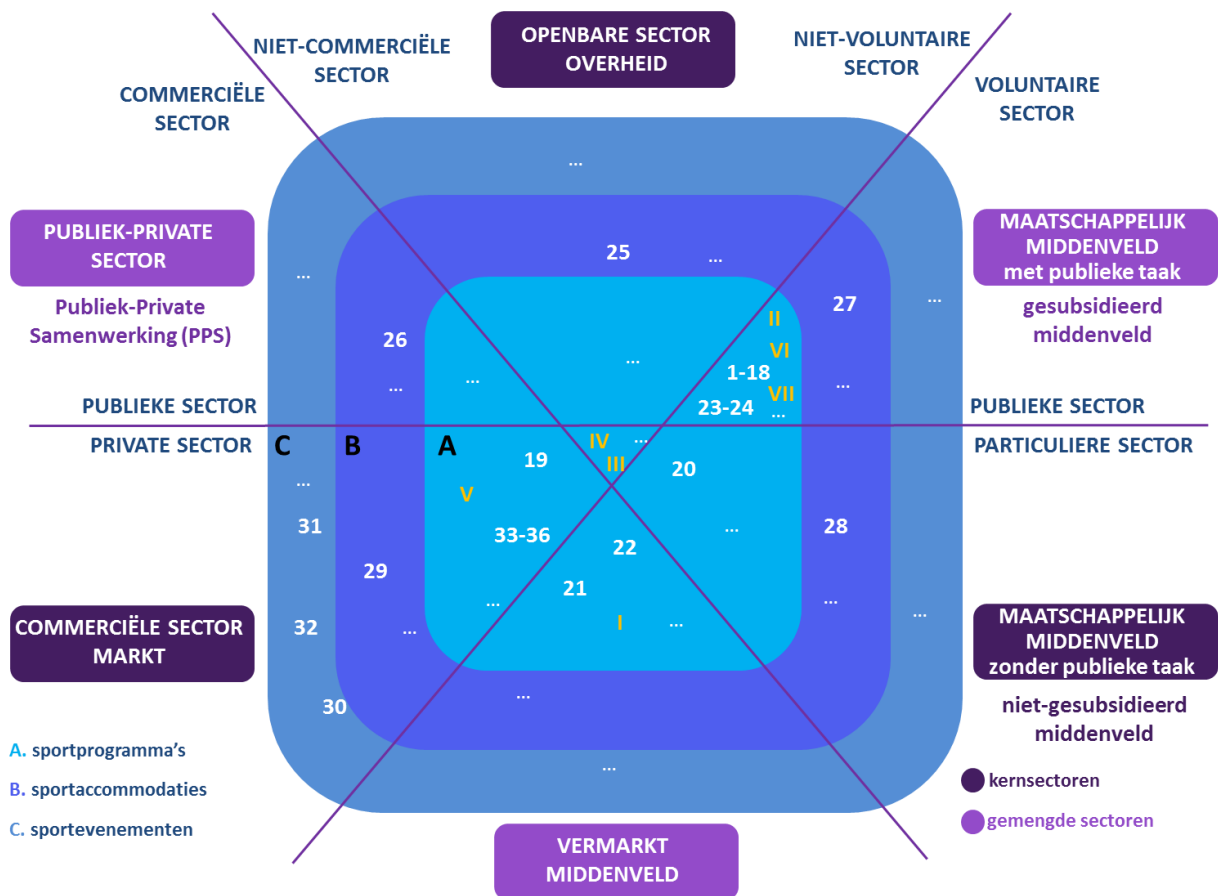
Tabel 2.1 *Overzicht van bronnen die gehanteerd worden in hoofdstukken 3 en 4*

Bron	Referentie	Onderzoeksmateriaal
Vlaanderen Sport!	Scheerder e.a. (2013)	(Club)sportbeoefening in tijdspectief
MBS 4	Scheerder & Vandermeerschen (2013)	Conceptueel kader
BMS 4	Scheerder en Vos (2010)	Sportclubs en samenwerkingsverbanden
BMS 8	Scheerder e.a. (2011b)	Tijdstrends in het clubsportaanbod
BMS 9	Scheerder e.a. (2012)	Innovatie in de clubsport en conceptueel kader

In hoofdstuk 5 en 6 leggen we de brug tussen theorie en praktijk op basis van exploratief onderzoek. Zonder hierbij volledigheid na te streven, bieden we in hoofdstuk 5 een overzicht van praktijkvoorbeelden die karakteristieken van innovatie, creativiteit en/of duurzaamheid omvatten. In hoofdstuk 6 gaan we een stap verder. Hier worden zeven good practices aan een inhoudsanalyse onderworpen. De aangehaalde voorbeelden uit beide hoofdstukken kunnen als inspiratie dienen voor huidige en toekomstige aanbieders in de (club)sport.

Voor de selectie van de praktijkvoorbeelden en good practices werd gezocht naar projecten vanuit de drie hoofdsectoren (overheid, middenveld, markt) en vanuit de gemengde sectoren (de publiek-private sector, het gesubsidieerd middenveld, en het vermarkt middenveld) (zie hoofdstuk 3 voor meer uitleg). Voor elk van deze sectoren kunnen voorbeelden gegeven worden met betrekking tot sportprogramma's (laag A), sportaccommodaties (laag B) en sportevenementen (laag C). Scheerder en Vos (2014: 101) hebben het oorspronkelijke model van de profitsectoren in de sport uitgebreid tot het zogenaamde multi-actormodel. Dit model werd verwerkt in functie van voorliggend onderzoek en wordt in figuur 2.1 schematisch voorgesteld. In dit schema worden zowel de praktijkvoorbeelden uit hoofdstuk 5 (witte kleur), als de good practices uit hoofdstuk 6 (oranje kleur) gesitueerd. Voor meer informatie over de situering en inhoud van de voorbeelden verwijzen we naar de betreffende hoofdstukken.

Figuur 2.1. Situering van praktijkvoorbeelden (wit) en good practices (oranje) in het bewerkte multi-actormodel



Noot 1: 1. Multimove 2. Dynamo-project 3. Sport in Grootsteden 4. Brede School 5. FitFree 6. sChOOL-jitsu 7. King Pong 8. 3X3 Basket 9. Elke club telt! 10. Ecosportief 11. Football Foundation 12. Football Kick-Off (F+F) 13. Gezond scoort! (F+F) 14. Football Memories 15. Good Gym 16. Judo 55+ 17. Gezond groeien in de koers 18. Gizi 19. Sport Light 20. Buurtsport 21. Speed badminton 22. Start to Run 23. We App To move 24. Let's Go Urban 25. Finse piste 26. Fit-o-city 27. Sporthal van de toekomst 28. KaBOOM! 29. Cablean Sportveld 30. DVV Running Tour (Golazo) 31. Bpost bank Cycling Tour (Golazo) 32. Sport-Events 33. Spinning 34. Zumba 35. Pilates 36. Les Mills

Noot 2: I. FitClass II. We are freerunning III. Belgian Homeless Cup IV. Mon Ventoux V. Fit@Torfs VI. Iedereen Krolft! VII. Fithandbal

Bron: eigen verwerking op basis van Scheerder & Vos (2014: 101)

Zoals blijkt uit bovenstaande situering bevindt een groot deel van de voorbeelden zich in de gemengde sector van het maatschappelijk middenveld met publieke taak. Hierbij willen we benadrukken dat we geen representativiteit en volledigheid nagestreefd hebben. Er werd bewust gekozen om meerdere initiatieven op te nemen waarbij de overheid betrokken is als stimulator. In Vlaanderen is de overheid sterk aanwezig en actief in het sportlandschap. Hieruit mag blijken dat de

overheid een essentiële rol kan vervullen als motor om aanbieders in de sportsector tot vernieuwing aan te zetten. In een tijd van recessie is dit wellicht geen onbelangrijk gegeven.

Gebaseerd op de literatuur en de praktijkvoorbeelden, willen we in het zevende en laatste hoofdstuk een kader aanbieden, bestaande uit dimensies die toegeschreven kunnen worden aan innovatie. Op basis hiervan sluiten we af met beleidssuggesties.

HOOFDSTUK 3

VERANDERINGEN IN VRAAG EN AANBOD IN DE SPORT- EN BEWEGINGSSECTOR

Met de hierboven omschreven ontwikkelingen in het achterhoofd, kan gesteld worden dat het sportlandschap continue in volle ontwikkeling is. Terwijl sport in de eerste helft van de vorige eeuw bijna uitsluitend weggelegd leek voor jonge, bewegingscompetente mannen uit de hogere sociale klassen, is sport vandaag heel wat toegankelijker geworden. Sport is uitgegroeid tot een breed maatschappelijk fenomeen dat nog moeilijk weg te denken is uit onze hedendaagse samenleving. Een gevolg van deze ‘versporting van de maatschappij’ en van de verschuivingen beschreven in de eerste twee hoofdstukken, is het ontstaan van een grote verscheidenheid aan vormen van sportbeoefening, variërend van sportdeelname voor de gezelligheid en de ontspanning tot de doorgedreven competitie- en topsport. De ‘vraagzijde’ van sport is dus uitgebreider, maar tegelijk ook complexer geworden, een fenomeen dat zich ook laat voelen in de clubgeorganiseerde sportsector. Niet alleen het profiel van de participanten is meer verscheiden dan vroeger, ook het sportaanbod zelf – en de actoren die hiervoor instaan – is danig geëvolueerd. Naast de overheid en het maatschappelijke middenveld is ook de commerciële markt een belangrijke aanbieder geworden (Scheerder e.a., 2011b).

In dit hoofdstuk bespreken we respectievelijk de verschuivingen in de vraag en het aanbod in de sport- en bewegingssector. Verschuivingen in de vraag worden geduid aan de hand van sportparticipatiecijfers. Voor de verschuiving in het aanbod zoomen we om te beginnen in op de traditionele troeven van de sportclub en zetten deze vervolgens tegenover de nieuwe behoeften. Ook de invloed en impact van andere sportaanbieders worden beschreven.

1. Verschuivingen in de vraag

Het opzet van dit deel is om de evolutie van de actieve sportbeoefening van kinderen, jongeren en volwassenen in Vlaanderen in kaart te brengen. Deze participatiecijfers weerspiegelen de verschuivingen die zich voordoen in de vraag naar sport en beweging.

1.1 Evolutie van sportparticipatiestijlen

Intussen is duidelijk geworden dat het evenwicht tussen de verschillende vormen van sportbeoefening kan variëren doorheen de tijd. Zo heeft de participatiesport de laatste decennia duidelijk aan belang gewonnen. Dit mag blijken uit onderzoek naar sportparticipatiestijlen (Borgers e.a., 2013; Scheerder e.a., 2005; 2011b: 25-29). Figuren 3.1 en 3.2 geven de evolutie van sportparticipatiestijlen in Vlaanderen weer sinds de jaren zeventig tot op heden, en dit respectievelijk voor mannen en voor vrouwen.

Een eerste markante vaststelling is de ononderbroken aanwezigheid van de traditionele (competitieve) stijl, zowel bij mannen als bij vrouwen. Deze stijl groepeerde enerzijds de clubgebonden balsporten, zoals voetbal, basketbal en handbal, en anderzijds sporten die traditioneel deel uitmaken/uitmaakten van het schoolcurriculum, waaronder turnen en zwemmen. Deze cluster situeert zich eerder aan de prestatiezijde van het continuüm, en is sinds het begin van de jaren zeventig tot op vandaag ononderbroken aanwezig.

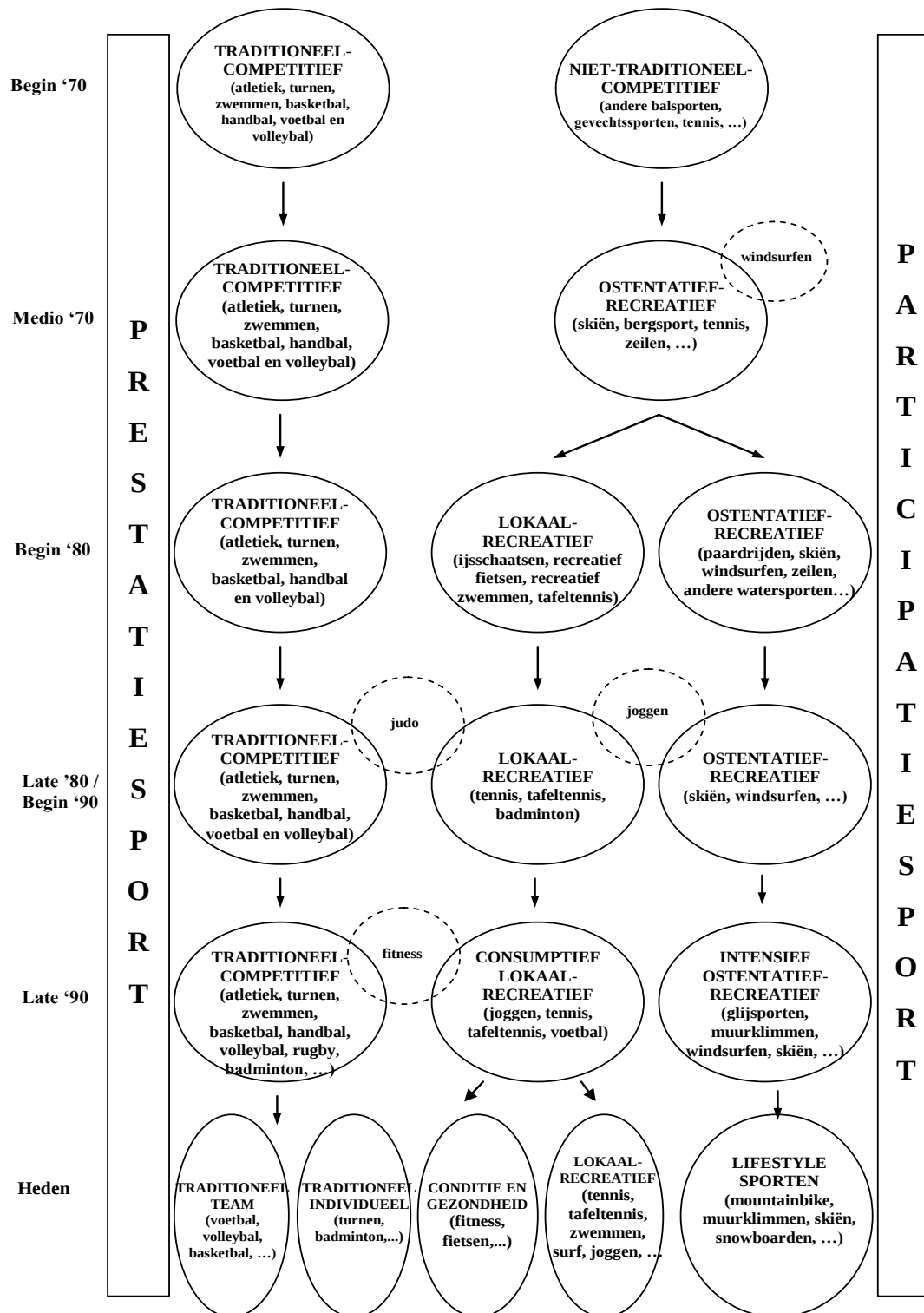
Bij mannen is er in de jaren zeventig naast de traditionele, vaak clubgebonden sport ook reeds sprake van een niet-traditionele variant (zie figuur 3.1), met onder meer andere dan de hierboven vermelde balsporten, gevechtssporten, tennis, enzovoort. Hier herkent men in feite het embryonale stadium van de recreatieve sportbeoefening, dat zich aan de zijde van de participatiesport situeert (Scheerder, 2007). Terwijl de traditionele sportstijl als een constante doorheen de tijd kan worden beschouwd, kende de niet-traditionele stijl een eigen, 'diversifiërende' ontwikkeling. Zo is deze stijl vanaf halfweg de jaren zeventig geëvolueerd tot een ostentatief-recreatieve stijl, gekenmerkt door sporten als skiën, zeilen en bergsport (Vanreusel, 1990). Naast de ostentatief-recreatieve stijl kon vanaf de jaren tachtig ook een lokaal-recreatieve sportparticipatiestijl onderscheiden worden, met sporten als ijsschaatsen en tafeltennis. Deze cluster wordt gekenmerkt door sporten die dicht bij huis kunnen worden beoefend, in de eigen buurt of lokale sportaccommodatie. De ostentatief-recreatieve variant bevat daarentegen eerder outdoor sporten waarvoor een vrij specifieke (natuurlijke of thans ook kunstmatige) omgeving of uitrusting vereist is, en waarmee duidelijk enige vorm van avontuur of uitdaging gepaard gaat. Beleving, pret, fun of vakantie nemen hierbij vaak een belangrijke plaats in. Gedurende de jaren negentig hebben zowel de lokale als de ostentatieve participatieclusters zich verder geïntensifieerd, in die mate dat we vandaag drie grote clusters kunnen identificeren. De lokaal-recreatieve participatiecluster komt nog steeds voor en wordt vertegenwoordigd door sporten als zwemmen, joggen en tennis. Anderzijds is nu ook een duidelijke cluster detecteerbaar waarin conditie en gezondheid centraal staan, denken we maar aan fitness en sportief fietsen. De ostentatief-recreatieve stijl is thans verder uitgegroeid tot de cluster van

zogenaamde 'lifestyle sporten'. De ontwikkeling van deze sportstijl is in sterke mate beïnvloed door het proces van commercialisering. In tegenstelling tot de jaren zeventig bestaat 'recreatieve sportbeoefening' nu uit meerdere clusters. Deze groep van sport- en bewegingsvormen leunt eerder aan bij participatiesport, maar heel wat van de bewegingsvormen in deze clusters kunnen ook op een prestatiegerichte manier beoefend worden. Vandaar de 'tussenpositie' die enkele recreatieve participatieclusters bekleden (zie figuur 3.1).

Samengevat blijft het continuüm tussen prestatiesport en participatiesport overeind. Meer nog, er blijkt steeds meer sprake van heel wat tussenvormen op dit sport- en bewegingscontinuüm, die op steeds meer verschillende manieren kunnen beoefend worden. Zo is prestatiesport niet louter meer een zaak van de traditionele sporten, maar komt dit ook steeds meer in opmars in niet-clubgebonden en recreatief verband. Anderzijds is er ook een verspreiding van sporten die oorspronkelijk enkel in clubverband beoefend werden naar meer participatiegerichte, anders- of niet-georganiseerde alternatieven. De zijde van de participatiesport is bovendien sterker en met meer varianten vertegenwoordigd dan vroeger. Hierin blijken het vooral de niet-traditionele, niet-clubgebonden sport- en bewegingsvormen te zijn die een duidelijke evolutie hebben doorgemaakt.

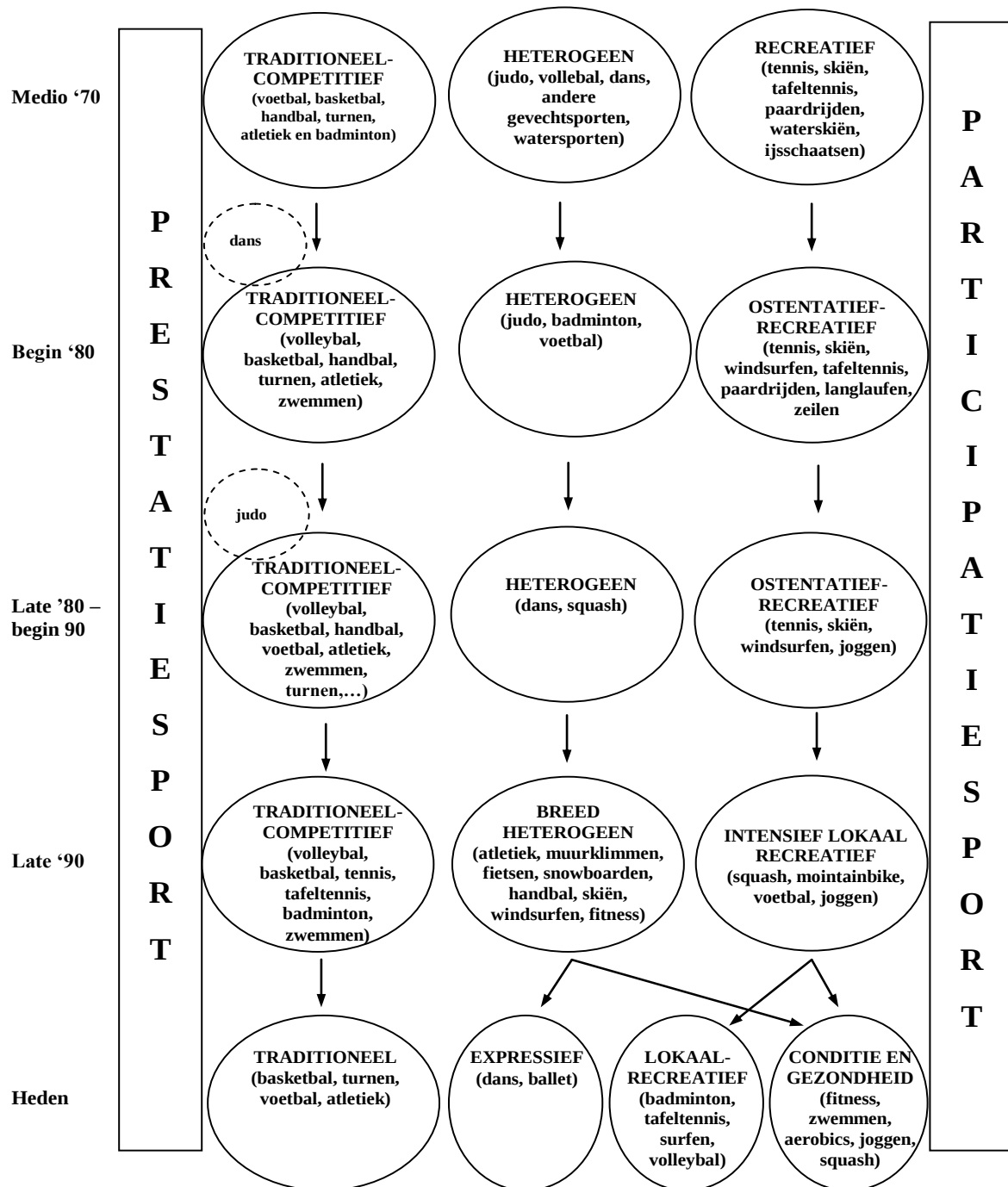
De groei van de participatiesport wordt beïnvloed door een aantal maatschappelijke verschuivingen, zoals medicalisering en individualisering (zie hoofdstuk 1). De evolutie van de participatiesport kan ook niet los worden gekoppeld van beleidsontwikkelingen gedurende de voorbije decennia, vanaf het begin van het Sport voor Allen-beleid in de jaren zeventig tot op heden.

Figuur 3.1 Evolutie van sportparticipatiestijlen voor mannen in Vlaanderen, 1972-2009



Bronnen: Borgers e.a. (2013) en Scheerder & Vandermeerschen (2014: 47)

Figuur 3.2 Evolutie van sportparticipatiestijlen voor vrouwen in Vlaanderen, 1976-2009



Bronnen: Borgers e.a. (2013) en Scheerder & Vandermeersch (2014: 49)

1.2 Actieve sportbeoefening in tijdsperspectief

Kinderen, jongeren en volwassenen vormen een heterogene groep. Bij de analyse van trends in sportdeelname is het dan ook wenselijk om rekening te houden met socio-demografische verschillen. We brengen de sportdeelname van kinderen, jongeren en volwassenen in wat volgt dan ook afzonderlijk in kaart. Naast een opdeling in leeftijdsgroepen, maken we ook een onderscheid naar geslacht en sociale positie. In de analyse ligt de klemtoon telkens op de evolutie van mogelijke verschillen in sportbeoefening doorheen de tijd. Zijn verschillen kleiner geworden en is sportbeoefening door de jaren heen daadwerkelijk gedemocratiseerd, zoals in de Sport voor Allen-idee vervat zit? Of hangt sportdeelname onverminderd samen met de achtergrondkenmerken van geslacht, leeftijd en/of sociale positie? De gegevens die hier voorgesteld worden, zijn afkomstig uit het boek *Vlaanderen sport! Vier decennia sportbeleid en sportparticipatie* (Scheerder e.a., 2013). Voor meer toelichting bij het onderzoeksmateriaal en de onderzoeksmethode verwijzen we naar dit werk.

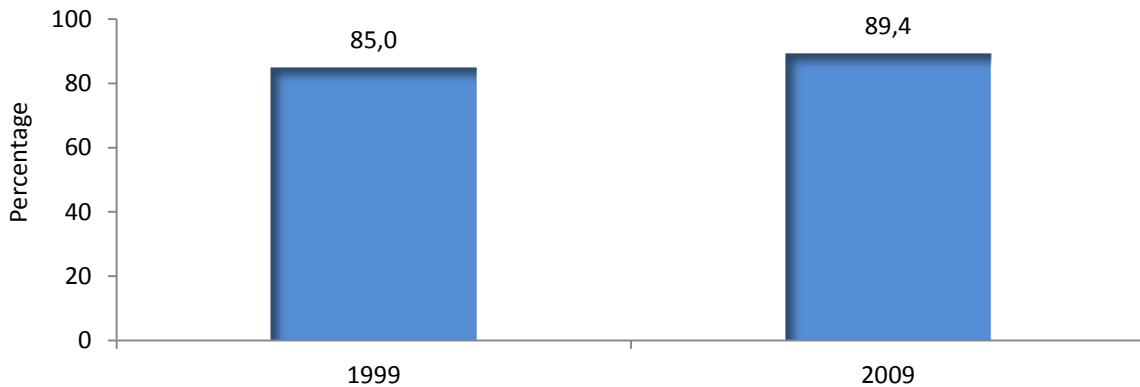
In volgend deel wordt heel wat cijfermateriaal weergegeven. We willen ons echter niet beperken tot een loutere opsomming van cijfers of beschrijving van verschuivingen, maar ook een stap verdergaan en op zoek gaan naar mogelijke verklaringen voor de evoluties die zich de afgelopen decennia hebben voltrokken met betrekking tot de deelname aan breedtesport. Hierbij kunnen verschillende factoren een rol spelen. Een eerste element is de mogelijke invloed van het sportbeleid. Veertig jaar Sport voor Allen heeft ongetwijfeld zijn sporen nagelaten. Daarnaast is sport ook een sociaal en economisch gegeven dat beïnvloed wordt door bredere socio-culturele en socio-economische verschuivingen en ingebed ligt in maatschappelijke denkbeelden, zoals aangetoond in de eerste twee delen van dit werk. Ook op die manier zijn sport en sportdeelname aan veranderingen onderhevig.

We benadrukken dat in de cijfers die hier gepresenteerd worden ook de sporadische of occasionele sportbeoefening in rekening wordt gebracht. Het is daarom accurater om in deze context van ‘actief sportcontact’ in plaats van ‘actieve sportdeelname’ te spreken (Scheerder e.a., 2011c). Dit biedt als voordeel dat er een duidelijk beeld verkregen wordt van het aantal mensen dat helemaal niet op een actieve manier met sport in aanraking komt. Om de tekst zo vlot leesbaar te houden, zullen we de term ‘actieve sportdeelname’ echter wel hanteren.

1.2.1 Evolutie van sportparticipatie bij kinderen en jongeren

De sportdeelnamecijfers voor kinderen (lager onderwijs) en jongeren (secundair onderwijs) liggen vrij dicht bij elkaar: terwijl 89 procent van de kinderen uit het lager onderwijs in 2009 op een actieve manier met sport in contact komt (zie figuur 3.3), bedraagt dit 86 procent voor jongeren uit het middelbaar onderwijs (zie figuur 3.4).

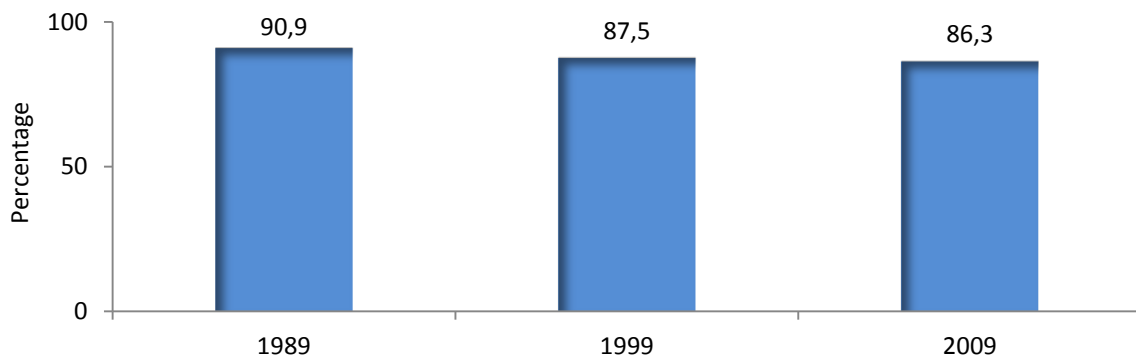
Figuur 3.3 Evolutie van de actieve sportbeoefening bij kinderen uit het lager onderwijs in Vlaanderen, 1999-2009



Bron: Scheerder e.a. (2013: 74)

Sportdeelname bij kinderen uit het lager onderwijs is gestegen tussen 1999 en 2009¹ (zie figuur 3.3). Bij jongeren uit het middelbaar onderwijs nemen we daarentegen een kleine daling waar tussen 1989, 1999 en 2009 (zie figuur 3.4). Deze daling is statistisch significant². De verhouding tussen beide groepen is bijgevolg omgedraaid: sportdeelname ligt anno 2009 iets hoger bij kinderen dan bij jongeren, terwijl dit voorheen omgekeerd was. Het gaat echter om een klein verschil³.

Figuur 3.4 Evolutie van de actieve sportbeoefening bij jongeren uit het secundair onderwijs in Vlaanderen, 1989-2009



Bron: Scheerder e.a. (2013: 75)

1.2.2 Evolutie van sportparticipatie bij volwassenen

Bij volwassenen ziet het beeld er helemaal anders uit (zie figuur 3.5). In 2009 komt 61 procent op een actieve manier met sport in contact. Anders gezegd komen vier op de tien volwassenen helemaal niet met actieve sportbeoefening in aanraking gedurende hun vrije tijd. Desondanks heeft sportdeelname gedurende de voorbije decennia wel een duidelijke stijging gekend. In 1969 kon

¹ $p < .001$

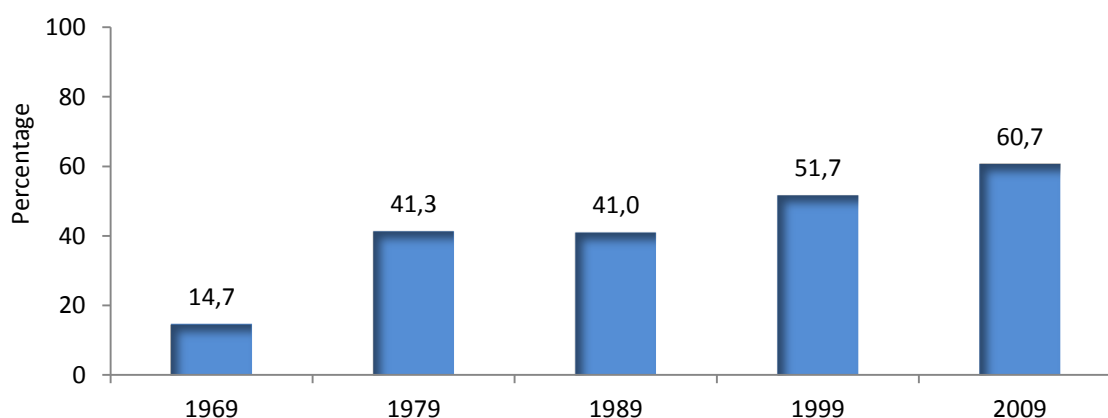
² $p < .001$

³ $p < .05$

slechts vijftien procent als sportbeoefenaar worden beschouwd. Aan het eind van de jaren zeventig was dit percentage reeds gestegen tot 41 procent. Het volgende decennium volgde een stagnatie van de sportbeoefening: het percentage sportbeoefenaars bedroeg in 1989 eveneens 41 procent. In de loop van de jaren negentig was echter opnieuw sprake van een nieuwe periode van groei, en tegen het einde van de jaren negentig kon ruim één op de twee volwassenen in Vlaanderen (51,7%) als actieve sportbeoefenaar worden beschouwd. De groeitrend zette zich gedurende het eerste decennium van de 21^{ste} eeuw verder, om zoals hiervoor reeds aangegeven in 2009 uit te monden in een aandeel van 61 procent sportbeoefenaars.

Deze onderzoeksresultaten liggen in de lijn van de bevindingen uit andere sportparticipatiestudies voor Vlaanderen. Scheerder e.a. (2011c) stellen een stijging vast in sportparticipatie tussen 2001 en 2009⁴. De resultaten komen ook overeen met ontwikkelingen op internationaal vlak. Uit een studie van Scheerder e.a. (2011b) naar de sportdeelname in Europa komt een sterke stijging van de sportdeelname doorheen de laatste decennia naar voor. Hoewel de absolute percentages niet zonder meer cross-nationaal kunnen worden vergeleken wegens verschillen in de definitie en de operationalisering van het begrip 'sportdeelname', is het duidelijk dat er een positieve trend te onderscheiden valt (Scheerder e.a., 2011d, Van Bottenburg & De Bosscher, 2011). In lijn met onze resultaten stellen Van Bottenburg en De Bosscher (2011) bovendien ook vast dat nagenoeg alle westerse landen een sterke stijging inzake sportdeelname kenden tussen de jaren zestig en de jaren tachtig, wat gevolgd werd door een periode van stagnering, om vervolgens opnieuw te groeien.

Figuur 3.5 *Evolutie van de actieve sportbeoefening bij volwassenen in Vlaanderen, 1969-2009*



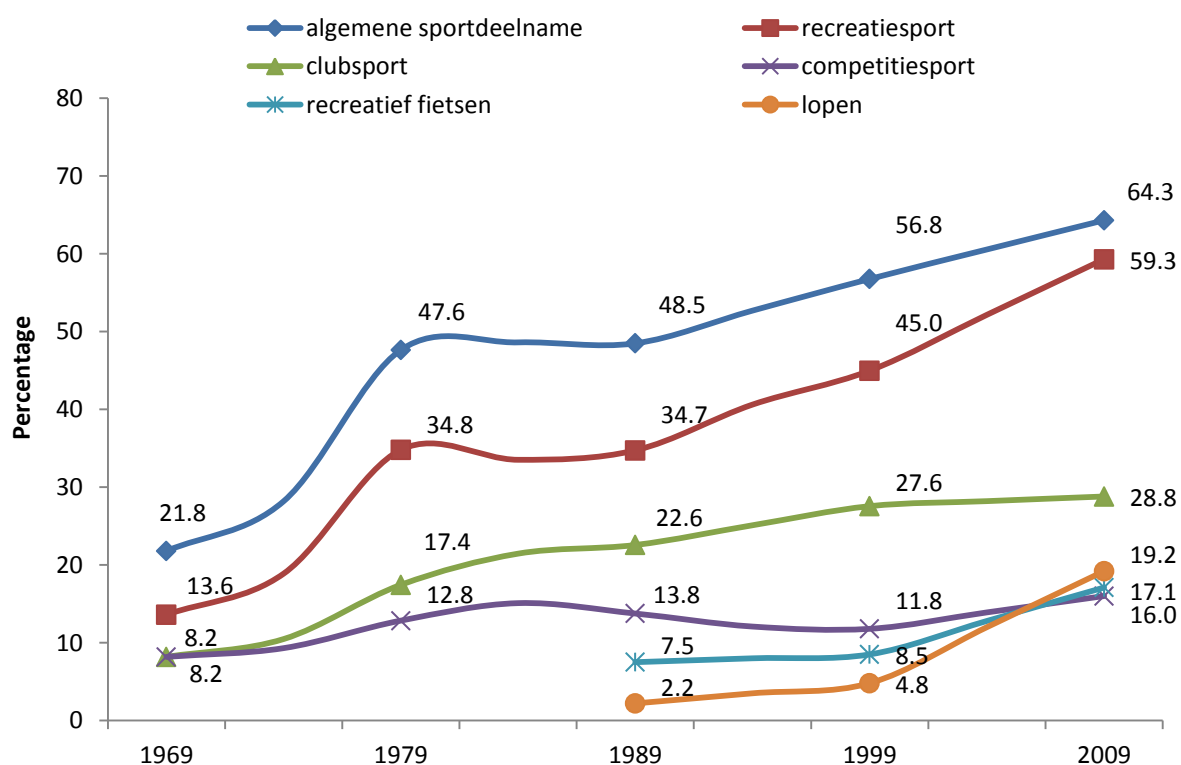
Bron: Scheerder e.a. (2013: 76)

⁴ Opmerkelijk hierbij is echter dat de cijfers vanaf 2008 opnieuw een daling aangeven. Sportdeelname ligt volgens de analyses van Scheerder e.a. (2011c) dus op een hoger niveau in 2009 dan in 2001, maar scoort lager dan in 2006. Ook in andere landen, met name Italië en Zweden, werd recent een stagnatie vastgesteld (Scheerder e.a., 2011b). Verder onderzoek zal moeten uitwijzen of sportdeelname inderdaad stagneert.

1.2.3 Evolutie van (club)sportparticipatie bij jongeren en volwassenen

In figuur 3.6 brengen we de actieve sportdeelname in kaart voor 12- tot en met 75-jarige Vlamingen⁵. De figuur toont duidelijk dat er in de afgelopen decennia een sterke toename heeft plaats gevonden. Anno 2009 doet bijna twee derde van de 12- tot en met 75-jarige Vlamingen actief aan sport. Deze ontwikkelingen kunnen grotendeels toegeschreven worden aan de groei van de recreatieve sportbeoefening. In 2009 beoefent 59 procent van de Vlamingen tussen 12 en 75 jaar zijn of haar sport op een recreatieve wijze (zie figuur 3.6). Iets meer dan een kwart van hen participeert in clubsport (28,8%) en zestien procent doet aan competitiesport. Het aandeel van het recreatief fietsen en lopen is substantieel, respectievelijk 17,1 en 19,2 procent van de Vlamingen tussen 12 en 75 jaar beoefenen deze sporten.

Figuur 3.6 Evolutie van de actieve deelname aan sport, recreatiesport, clubsport, competitiesport, recreatief fietsen en lopen in Vlaanderen bij 12- tot en met 75-jarigen, 1969-2009 (percentages i.f.v. totale populatie)



Bron: Scheerder e.a. (2013: 77, 145)

⁵ De cijfers verzameld in de PF/SV-studies werden hiervoor geëxtrapoleerd naar de Vlaamse populatie. Hierbij werd rekening gehouden met het aandeel van respectievelijk jongeren en volwassenen in de populatie. Er dient evenwel opgemerkt te worden dat wat de 12- tot en met 18-jarigen betreft, er voor het meetpunt in 1969 enkel informatie beschikbaar is voor jongens en voor het meetpunt 1979 enkel voor meisjes. Hier werd de extrapolatie uitgevoerd op basis van assumpties.

1.3 Clubsportbeoefening in tijdsperspectief

Sportclubs vervullen een belangrijke rol in onze samenleving, zo ook in Vlaanderen. Dit blijkt onder meer uit hun aantal: Vlaanderen telt er momenteel ongeveer 23 900 (Scheerder e.a., 2011e). Dit komt neer op een gemiddelde van 319 sportclubs per 100 000 inwoners (Vos & Scheerder, 2012b). Sportclubs zijn bovendien het meest populaire type vereniging, zo blijkt uit een onderzoek van Smits (2011). Sportverenigingen scoren beduidend hoger wat participatie betreft dan andere verenigingen, zoals andere ontspanningsverenigingen, sociale bewegingen of politiek-culturele verenigingen. Ze vormen dan ook de vaste uitvalsbasis voor de sportbeoefening van heel wat sportbeoefenaars. Kortom, sportclubs zijn niet weg te denken uit het Vlaamse sportlandschap. Dit is geen nieuw gegeven: ze hebben doorheen de voorbije decennia steeds een belangrijke plaats ingenomen.

De overheid erkent de cruciale rol van sportclubs in Vlaanderen en steunt gedeeltelijk op deze verenigingen om mensen tot sportbeoefening aan te zetten, of aan het sporten te houden. Sportclubs vormden reeds aan het begin van het Sport voor Allen-beleid een partner voor de overheid, en dit duurt voort tot op vandaag, zowel op Vlaams als op lokaal niveau. Ze worden op tal van manieren door de overheid ondersteund, onder meer door het ter beschikking stellen van sportinfrastructuur en het verstrekken van subsidies. De ondersteuning van sportclubs is structureel verankerd in het Vlaamse sportbeleid. Dit komt onder meer ook tot uiting in het voorgaande decreet Sport voor Allen (Vlaamse overheid, 2007), en het huidige decreet lokaal sportbeleid (Vlaamse overheid, 2012), waarbij sportclubs een centrale rol vervullen.

In dit luik willen we empirisch nagaan hoe de deelname aan de clubgeorganiseerde sport zich de voorbije decennia heeft ontwikkeld. Het mag dan wel duidelijk zijn dat sportclubs nog steeds een relatief grote rol vervullen, maar hoe is deze rol geëvolueerd? Is er een toename van sportbeoefening in clubverband, parallel met de eerder aangegeven toename in de algemene sportparticipatie⁶? In eerste instantie gaan we op zoek naar antwoorden op deze vragen. Vervolgens staan we ook hier stil bij de mogelijke invloed van enkele achtergrondkenmerken. Zo wordt nagegaan in welke mate de deelname aan clubgeorganiseerde sport verschilt tussen jongens en meisjes, of mannen en vrouwen, en of de leeftijd bepalend is voor de deelname aan clubsport. Ook de sociale positie wordt in rekening gebracht. Opnieuw zullen we de bevindingen toelichten en opvallende ontwikkelingen interpreteren.

⁶ Met uitzondering van jongeren.

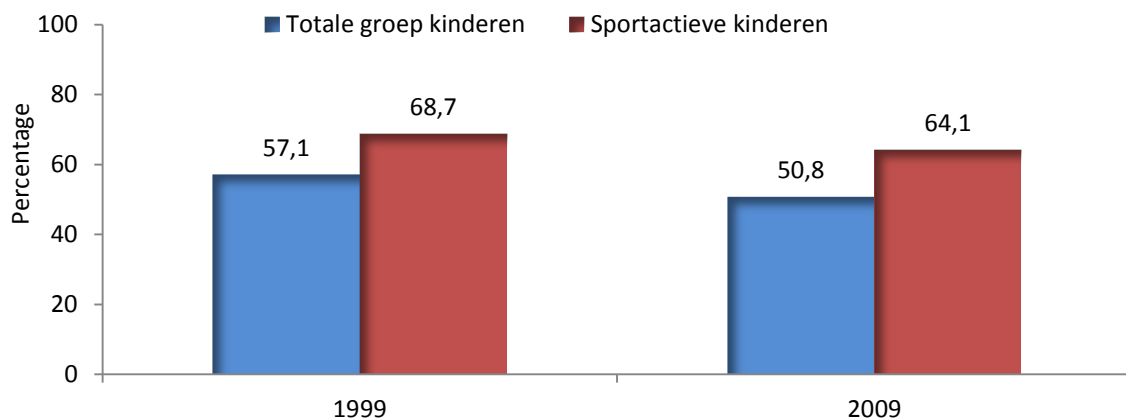
1.3.1 Evolutie van sportparticipatie in clubverband

Clubsportparticipatie bij kinderen en jongeren

Sporten in clubverband is tot op vandaag een populaire activiteit bij kinderen (lager onderwijs) en jongeren (secundair onderwijs), zo blijkt uit een analyse van de participatiecijfers. Zoals weergegeven in figuur 3.7 is ruim de helft van de Vlaamse kinderen in 2009 lid van een sportclub. Wanneer we vergelijken met de percentages van het vorige meetpunt, valt op dat enige terugval te merken is sinds 1999. Een (statistisch significante) daling van zes procent kan worden vastgesteld⁷. Bij kinderen kan deze terugval in deelname aan de clubgeorganiseerde sport eveneens worden waargenomen wanneer we enkel naar de sportactieve kinderen kijken. Terwijl in 1999 nog 69 procent van de sportactieve kinderen in clubverband aan sport deed, is hun aandeel tegen 2009 gedaald tot 64 procent⁸. Drie à vier op de tien kinderen die naast de verplichte lessen lichamelijke opvoeding aan sport doen, doen dit niet in clubverband.

Eerder hebben we aangetoond dat er sprake is van een stijging in de algemene sportdeelname van kinderen tussen 1999 en 2009. De resultaten in figuur 3.7 geven aan dat deze stijging zich volledig buiten de clubcontext heeft voorgedaan. Terwijl de algemene sportdeelname bij kinderen is gestegen tussen 1999 en 2009, is de clubsportdeelname gedaald. De clubgeorganiseerde sport heeft in die zin bij kinderen aan populariteit ingeboet.

Figuur 3.7 Evolutie van de clubsportparticipatie bij kinderen (lager onderwijs) in Vlaanderen, 1999-2009



Bron: Scheerder e.a. (2013: 90)

Bij jongeren geldt net als bij kinderen dat ruim een op twee deelneemt aan sport in clubverband (figuur 3.8). Ter vergelijking: uit onderzoek van Collard en Hoekman (2012) blijkt dat in Nederland 70

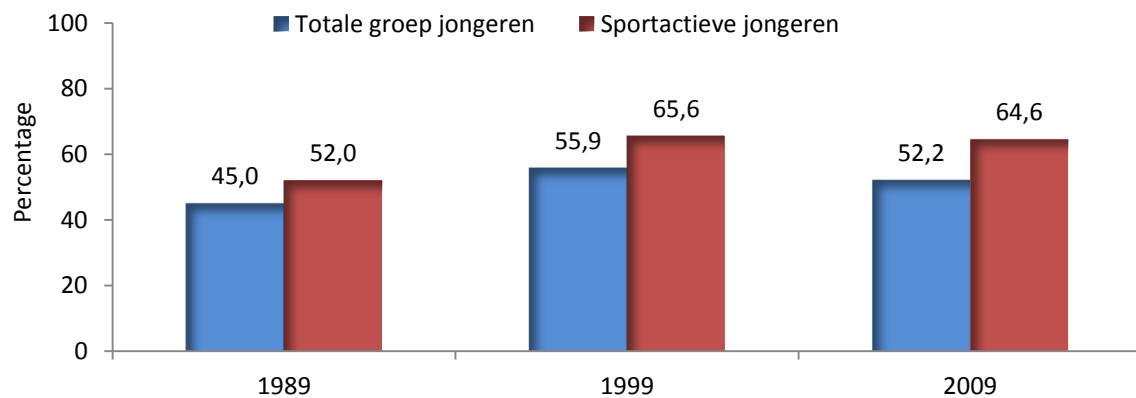
⁷ $p < .001$

⁸ Deze daling is statistisch significant ($p < 0.01$).

procent van de zes- tot zeventienjarigen lid is van een sportvereniging (gegevens voor 2011). Vlaanderen scoort dus beduidend lager dan Nederland wat clubdeelname betreft.

In vergelijking met 1999 is ook voor jongeren sprake van een daling⁹, weliswaar beperkt in omvang. Deze terugval contrasteert met de positieve evolutie tussen 1989 en 1999 bij jongeren. In deze periode steeg de clubdeelname met elf procent. De positieve trend werd dus niet verdergezet tussen 1999 en 2009. Wanneer we enkel sportactieve jongeren in beschouwing nemen, beoefent 65 procent minstens één sport in clubverband. De clubsportparticipatie onder sportactieve jongeren is ongeveer gelijk gebleven sinds 1999¹⁰.

Figuur 3.8 Evolutie van de clubsportparticipatie bij jongeren (secundair onderwijs) in Vlaanderen, 1989-2009



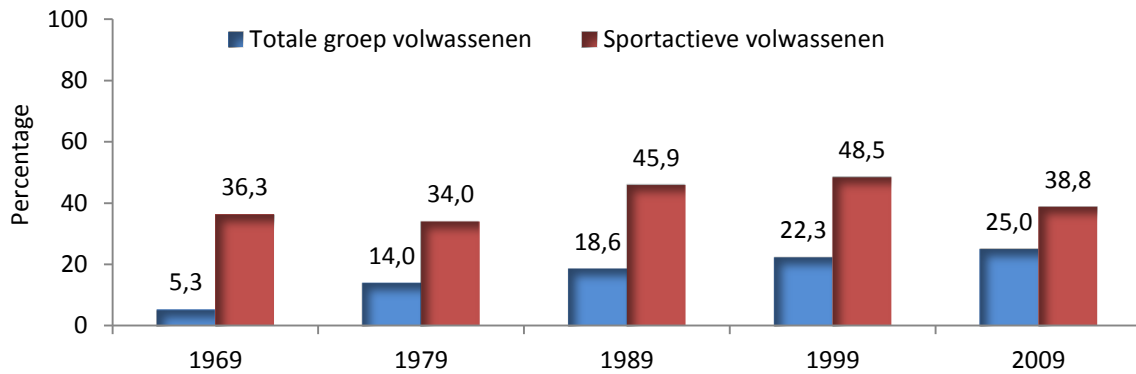
Bron: Scheerder e.a. (2013: 91)

Clubsportparticipatie bij volwassenen

Bij volwassenen stellen we een positieve evolutie van de clubsportdeelname vast (zie figuur 3.9). De sportdeelname in clubverband is gedurende de voorbije decennia stelselmatig gestegen. In 2009 beoefent ruim een kwart van de volwassenen (25,0%) een of meerdere sporten in clubverband. Indien we dit vergelijken met de resultaten voor kinderen en jongeren, kunnen we stellen dat het aandeel clubsporters bij volwassenen ongeveer half zo groot is als bij de schoolgaande jeugd. In vergelijking met kinderen en jongeren is het aandeel volwassen clubsporters dus eerder laag. Dit neemt niet weg dat het aandeel volwassenen dat in clubverband aan sport doet in 2009, groter is dan ooit tevoren.

⁹ $p < 0.05$

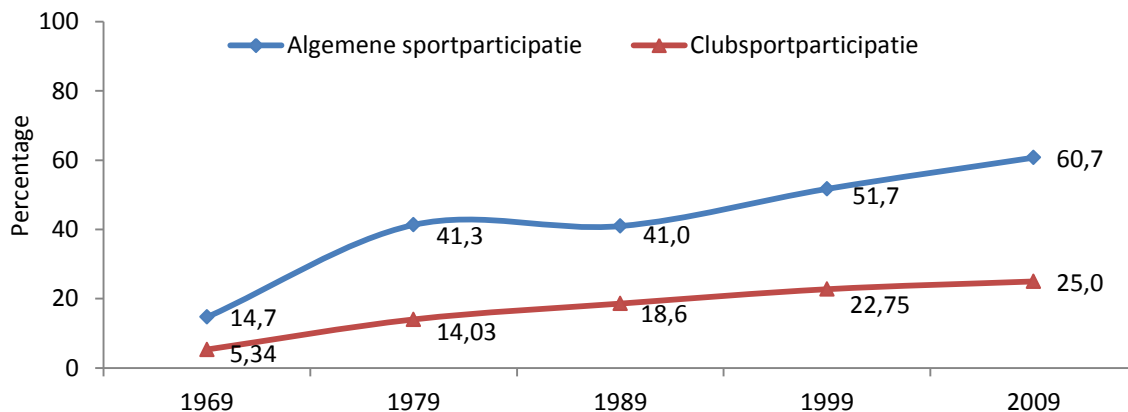
¹⁰ Het geobserveerde verschil van een procent in clubsportparticipatie onder sportactieve jongeren tussen 1999 en 2009 is niet statistisch significant.

Figuur 3.9 Evolutie van de clubsportparticipatie bij volwassenen in Vlaanderen, 1969-2009

Bron: Scheerder e.a. (2013: 92)

Toch moet dit 'succesverhaal' enigszins genuanceerd worden. Indien enkel de sportactieve populatie in rekening wordt genomen, ziet het beeld er immers anders uit. Uit figuur 3.9 blijkt dat de deelname in clubverband bij sportbeoefenaars tussen 1979 en 1999 met bijna vijftien procent is gestegen, maar vervolgens tussen 1999 en 2009 met bijna tien procent is afgenomen. Hoewel het absolute aantal clubsporters is gestegen, is de relatieve populariteit van de clubgeorganiseerde sport gedaald.

In figuur 3.10 worden de evolutie van de algemene sportparticipatie en de clubsportparticipatie met elkaar vergeleken. Beide curves tonen een stijging, maar de toename van sportdeelname in clubverband is beperkt in vergelijking met de algemene groei. De clubgeorganiseerde sport kan dus niet als 'trekker' worden beschouwd voor de algemene toename in sportparticipatie. Andere sportcontexten hebben meer aan belang gewonnen. In het boek *Vlaanderen sport! Vier decennia sportbeleid en sportparticipatie* (Scheerder e.a., 2013) wordt dieper ingegaan op de verschillende sportcontexten en hun relatieve gewicht.

Figuur 3.10 Evolutie van de algemene sportparticipatie en de clubsportparticipatie bij volwassenen in Vlaanderen, 1969-2009

Bron: Scheerder e.a. (2013: 93)

1.3.2 Evolutie van clubsportparticipatie naar geslacht en leeftijd

In het voorgaande werden globale clubsportparticipatiecijfers gepresenteerd. De vraag die zich hierbij stelt is echter of deze algemene percentages voor de hele bevolking van toepassing zijn: nemen alle groepen uit de samenleving in dezelfde mate deel aan clubgeorganiseerde sport? Vandaar dat we hier nagegaan in welke mate de deelname aan sport in clubverband verschilt naar een geslacht en leeftijd. Er wordt onderzocht in welke mate deze eigenschappen verbonden zijn met de clubdeelname, en hoe de impact van deze kenmerken doorheen de voorbije decennia geëvolueerd is.

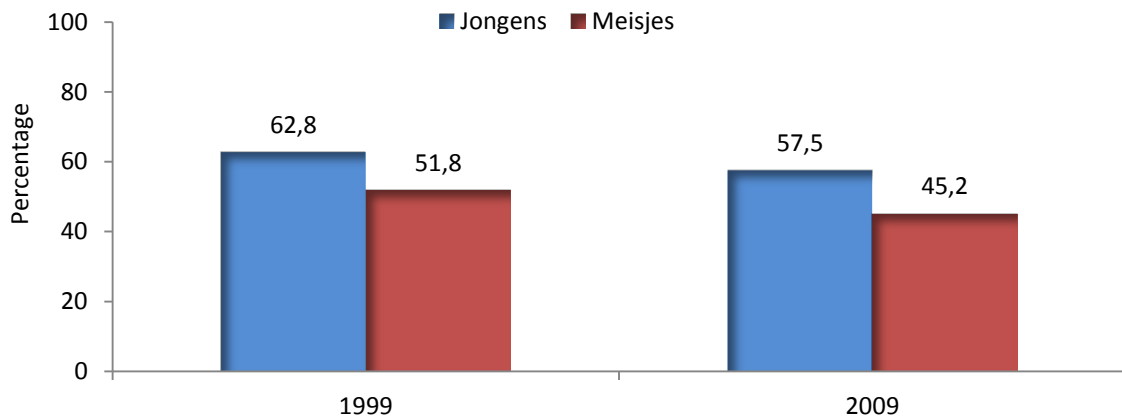
Clubsportdeelname naar geslacht

Een eerste achtergrondkenmerk betreft geslacht. Zijn er verschillen in sportdeelname in clubverband tussen jongens en meisjes, of vrouwen en mannen, en zo ja, hoe evolueren deze doorheen de tijd?

Bij kinderen in de lagere school is clubsport zowel in 1999 als in 2009 populairder bij jongens dan bij meisjes (zie figuur 3.11). In 1999 deden 63 procent van alle jongens in clubverband aan sport, ten opzichte van 52 procent bij meisjes. De genderkloof is tussen 1999 en 2009 eerder toegenomen. In 2009 doet 58 procent van alle jongens in clubverband aan sport, ten opzichte van 45 procent bij meisjes. Dit impliceert eveneens dat de daling in clubsportdeelname zich zowel bij jongens als bij meisjes heeft voorgedaan.

De bevinding dat relatief gezien minder meisjes dan jongens in clubverband aan sport doen, kan niet worden teruggebracht tot verschillen in populariteit van sportdeelname in het algemeen. Uit analyses van de algemene sportdeelname bij kinderen gebleken dat er sprake is van genderpariteit. Het is dus niet zozeer de sportbeoefening op zich, maar wel de sportbeoefening in clubverband die minder aantrekkelijk blijkt te zijn voor meisjes dan voor jongens. Genderverschillen in sportvoorkeur kunnen hierbij een rol spelen: sommige sporten worden vaker in clubverband beoefend dan andere sporten. De populariteit van verschillende sporten en contexten van sportbeoefening komt verderop aan bod.

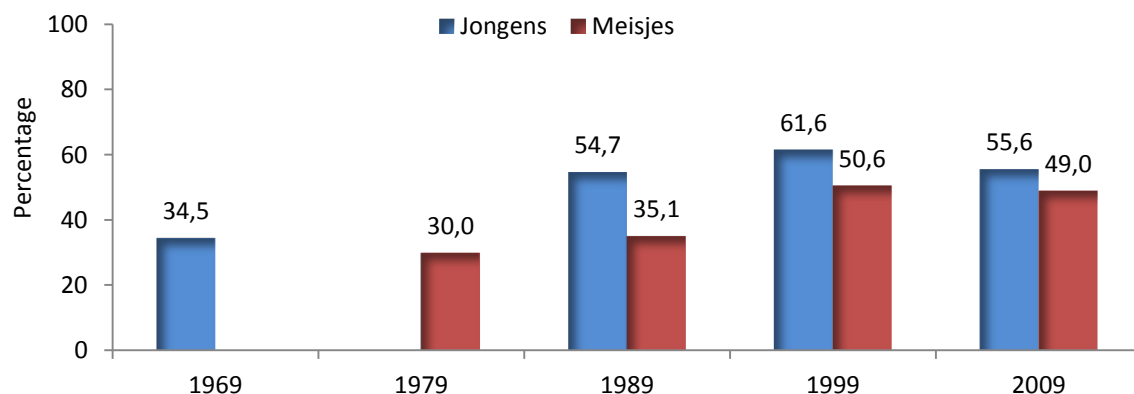
Figuur 3.11 Evolutie van de clubsportparticipatie bij kinderen in Vlaanderen, 1999-2009, naar geslacht



Bron: Scheerder e.a. (2013: 93)

Ook bij jongeren in het secundair onderwijs stellen we vast dat sporten in clubverband relatief gezien vaker voorkomt bij jongens dan bij meisjes. Dit geldt voor alle meetpunten (zie figuur 3.12). Bij jongeren is de genderkloof weliswaar verminderd in omvang. Toch is het genderverschil ook in 2009 niet verdwenen: terwijl 56 procent van de jongens aangeven minstens één sport in clubverband te beoefenen, is dit voor 49 procent van de meisjes het geval. Bij jongens is een duidelijke terugval te merken in het aandeel clubsporters tussen 1999 en 2009 (6,0%). Bij meisjes is het aandeel clubsporters slechts licht gedaald in die periode (met 1,6%). Meisjes hebben echter de enorme inhaalbeweging die tussen 1989 en 1999 waargenomen werd – een stijging in clubsportparticipatie van 16 procent – voorlopig niet verdergezet in de 21^{ste} eeuw.

Figuur 3.12 Evolutie van de clubsportparticipatie bij jongeren in Vlaanderen, 1969-2009, naar geslacht¹¹



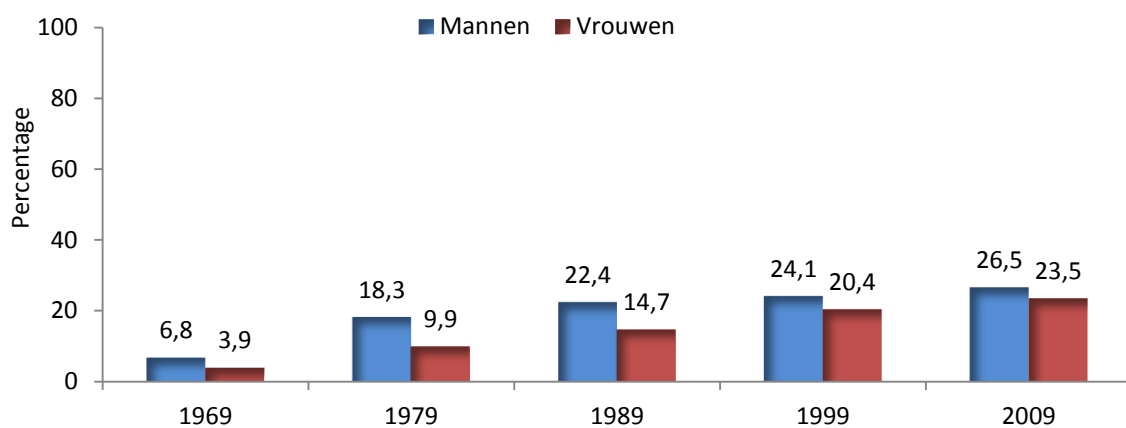
Bron: Scheerder e.a. (2013: 95)

¹¹ In 1969 werden enkel jongens bevraagd. Voor 1979 geldt het omgekeerde en betreffen de respondenten enkel meisjes.

Bij volwassenen zien we zowel bij mannen als bij vrouwen een groei van het aandeel clubsporters (zie figuur 3.13).

De toename van de deelname in clubverband bij volwassenen, waarnaar we reeds eerder verwezen (zie figuur 3.9), is dus het resultaat van een inhaalbeweging bij zowel mannen als bij vrouwen. Ook bij volwassenen kunnen we met betrekking tot sportbeoefening in clubverband tot op heden niet spreken van genderpariteit: relatief gezien zijn er meer mannen die deelnemen aan sport in clubverband dan vrouwen. Het genderverschil is in 2009 beduidend lager dan in 1979 en 1989, maar is nog niet volledig weggewerkt. De aanwezigheid van een verschil in clubdeelname tussen mannen en vrouwen komt overeen met bevindingen uit onderzoek op Europees niveau (zie Scheerder e.a., 2011d): ook in andere Europese landen wordt een hogere clubdeelname bij mannen vastgesteld.

Figuur 3.13 Evolutie van de clubsportparticipatie bij volwassenen in Vlaanderen, 1969-2009, naar geslacht



Bron: Scheerder e.a. (2013: 95)

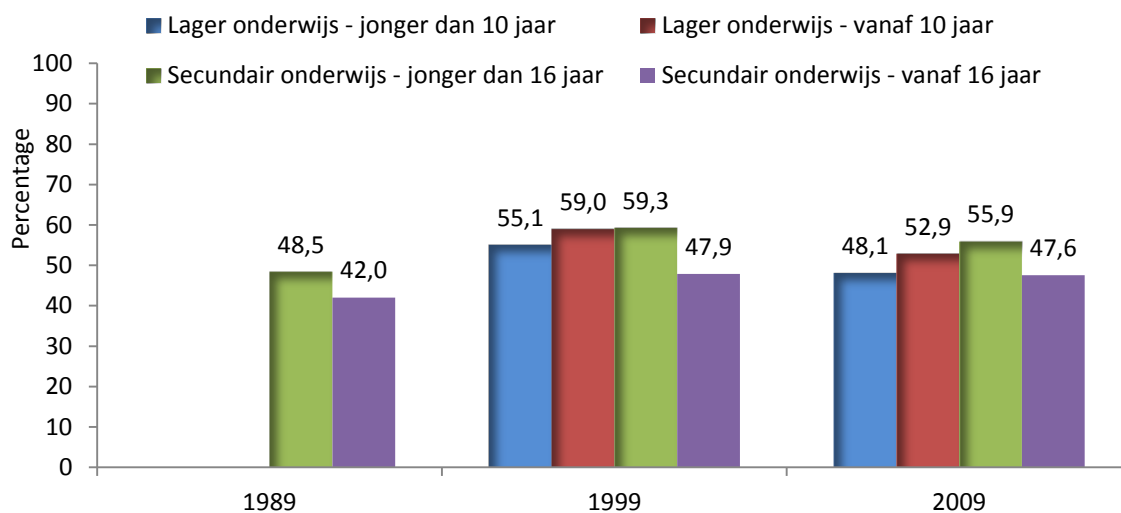
Clubsportdeelname naar leeftijd

Uit de bovenstaande analyses blijkt dat gender nog steeds een bepalende rol speelt met betrekking tot sportdeelname, hoewel minder invloedrijk dan bijvoorbeeld twee decennia geleden. In wat volgt wordt onderzocht of dit ook geldt voor het tweede demografische kenmerk dat in beschouwing wordt genomen, met name leeftijd.

Figuur 3.14 geeft de evolutie van sportdeelname in clubverband bij kinderen en jongeren naar leeftijdscategorie. Zowel in 1999 als in 2009 is het aandeel van clubsporters bij de middelste leeftijdscategorieën het grootst. Hierbij gaat het om kinderen in het lager onderwijs die de leeftijd van tien jaar bereikt hebben en jongeren uit het secundair onderwijs die nog geen zestien jaar zijn. De laagste deelname in clubverband doet zich in de verschillende meetpunten voor bij de oudste groep jongeren, met name jongeren vanaf zestien jaar. De onderlinge verhoudingen tussen de

leeftijdscategorieën zijn dus relatief onveranderd gebleven. De zestien-plussers blijven de moeilijkst te bereiken groep wat sportbeoefening in clubverband betreft. Voor elke leeftijdscategorie geldt echter dat de deelname aan de clubgeorganiseerde sport sinds 1999 is afgenomen. Deze daling is het grootst bij de jongste leeftijdscategorie (jonger dan tien jaar). Bij de oudste leeftijdscategorie (middelbare schoolleerlingen vanaf zestien jaar) is het verschil met het vorige meetpunt echter verwaarloosbaar.

Figuur 3.14 Evolutie van de clubsportparticipatie bij kinderen en jongeren in Vlaanderen, 1989-2009, naar leeftijd

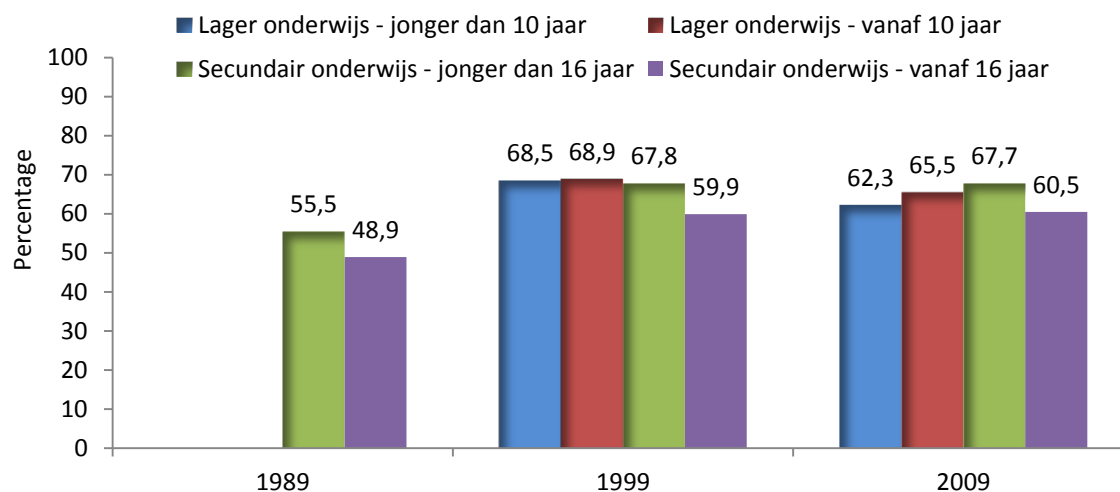


Bron: Scheerder e.a. (2013: 96)

Kan het leeftijdseffect (zoals bleek uit figuur 3.12) toegeschreven worden aan de trend dat kinderen en jongeren van tien tot en met vijftien jaar meer geneigd zijn om aan sport te doen, onafhankelijk van de context? Om hierover duidelijkheid te scheppen, geeft figuur 3.15 de evolutie van sportdeelname in clubverband naar leeftijd weer, en dit specifiek voor kinderen en jongeren die aan sport doen. Hieruit blijkt dat sporten in clubverband bij sportactieve jongeren (secundair onderwijs) onder de zestien jaar het populairst is: 66 van alle sporters in deze leeftijdscategorie beoefent een of meerdere sporten in clubverband. Deze leeftijdscategorie steekt er met andere woorden ook bovenuit indien we enkel naar sportbeoefenaars kijken, althans voor 2009.

Hoewel we niet over longitudinale data beschikken, impliceert dit dat zich op latere leeftijd een terugval in clubdeelname blijkt voor te doen, ook wanneer men blijft sporten: uit alle meetpunten blijkt dat de groep sportactieve jongeren van 16 jaar of ouder het minst vaak in clubverband aan sport doen. Kortom, ook indien we enkel naar sportactieve kinderen en jongeren kijken, blijft een leeftijdseffect in clubdeelname bestaan.

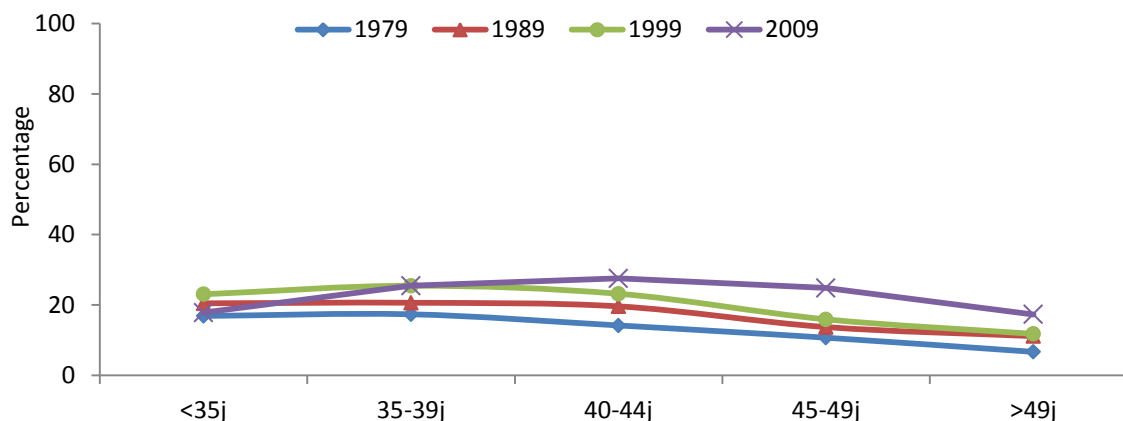
Figuur 3.15 Evolutie van de clubsportparticipatie bij sportactieve kinderen en jongeren in Vlaanderen, 1989-2009, naar leeftijd



Bron: Scheerder e.a. (2013: 97)

In tegenstelling tot de schoolgaande jeugd stellen we bij volwassenen algemeen genomen een toename in het aandeel clubsporters vast doorheen de tijd (zie figuur 3.16). Bij de groep van volwassenen jonger dan 35 jaar is de verhouding echter omgekeerd: in 2009 beoefent 18 procent van de volwassenen die tot deze leeftijdscategorie behoren een of meerdere sporten in clubverband, terwijl dit in 1999 nog 24 procent bedroeg. Bij de jongste groep ouders is clubsportparticipatie in 2009 dus minder populair dan voorheen. Vooral in oudere leeftijdscategorieën, voornamelijk vanaf 45 jaar, kan daarentegen een toename in het aantal clubsporters worden vastgesteld. Mensen die veertig jaar of ouder zijn, zijn relatief gezien vaker geneigd om aan sport te doen dan vroeger, en dat wordt ook weerspiegeld in de cijfers voor clubdeelname.

Figuur 3.16 Evolutie van de clubsportparticipatie bij volwassenen in Vlaanderen, 1979-2009, naar leeftijdscategorie

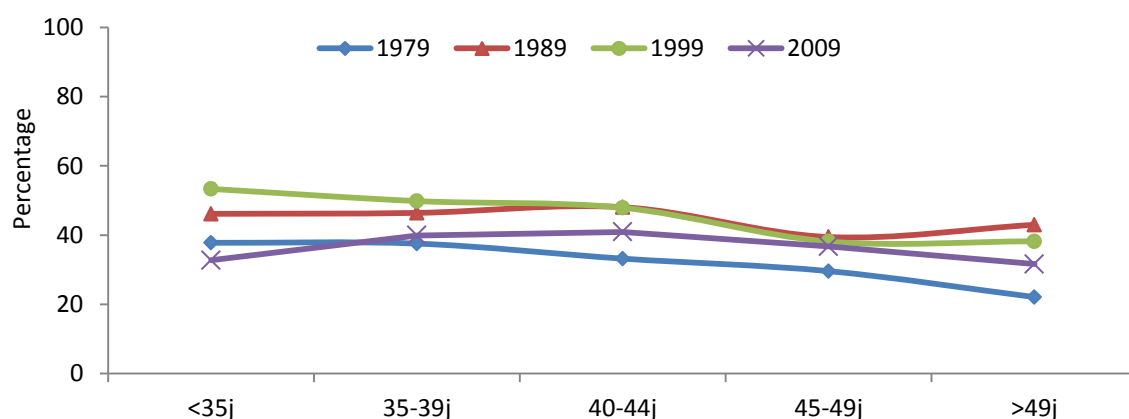


Bron: Scheerder e.a. (2013: 98)

Indien uitsluitend de sportactieve volwassenen in beschouwing worden genomen, dringen enkele andere vaststellingen zich op. Tussen 1979 en 1989 was er voor alle leeftijdscategorieën een toename in het aantal clubsporters onder de groep van sportbeoefenaars (zie figuur 3.17). Deze trend werd enkel voor de jongste leeftijdscategorieën verdergezet tussen 1989 en 1999. Na 1999 keerde deze evolutie zich om: wie in 2009 jonger is dan 45 jaar en sport beoefent, is relatief gezien minder vaak lid van een club dan zijn of haar voorgangers in 1989 of 1999. Men wendt zich als sportbeoefenaar in 2009 vaker uitsluitend tot andersgeorganiseerde (of niet-georganiseerde) vormen van sportbeoefening dan voorheen. Deze evolutie tekent zich het duidelijkst af voor de jongste groep ouders, met name de min-35-jarigen: voor deze groep ligt de clubdeelname van sportactieven in 2009 (32,7%) lager dan in alle voorgaande meetpunten. Bij jonge, sportactieve ouders valt clubsport in 2009 met andere woorden beduidend minder in de smaak dan voorheen.

In 2009 kan clubsport de groep van 35 tot 49-jarige sportbeoefenaars het meest bekoren. De hoogste clubdeelname vinden we bij de leeftijdscategorie van 40-tot 44-jarigen: voor deze groep bedraagt het deelnamecijfer 41 procent. Clubsport is minder in trek bij sportactieve ouders die een leeftijd van 50 jaar bereikt hebben. Bij deze laatste groep bedraagt clubdeelname 32 procent.

Figuur 3.17 Evolutie van de clubsportparticipatie bij sportactieve volwassenen in Vlaanderen, 1979-2009, naar leeftijdscategorie



Bron: Scheerder e.a. (2013: 99)

Duiding bij het cijfermateriaal

Uit onze analyse blijkt dat sportclubs bij kinderen (en in beperktere mate bij jongeren) aan populariteit hebben ingeboet. Terwijl meer kinderen in 2009 aan sport doen dan voorheen, kan de sportclub een kleiner aandeel van de totale groep kinderen bekoren. De daling in clubdeelname valt niet terug te brengen tot een algemene terugval in sportdeelname. Bij volwassenen is de populariteit van sportclubs daarentegen licht gestegen. Toch scoren sportclubs ook hier lager dan men zou verwachten, indien men de grote stijging van algemene sportdeelname in rekening brengt.

De vastgestelde trends kunnen gerelateerd worden aan een aantal maatschappelijke ontwikkelingen. We nemen hierbij zowel evoluties binnen als buiten de sportsector in beschouwing.

Een eerste factor betreft de evolutie van de positie van sportclubs in het sportlandschap in het algemeen. Zoals eerder aangegeven waren de sportclubs in de periode vóór 1970 de sportaanbieders bij uitstek¹². Gaandeweg hebben sportclubs echter hun monopoliepositie voor een groot deel moeten afstaan en zijn er andere aanbieders bijgekomen (zie Vos & Scheerder, 2011b). Een eerste element hierbij is de groeiende rol van de overheid die, geïnspireerd door de Sport voor Allen-idee, sport is gaan faciliteren, ondersteunen, maar ook aanbieden. Vanaf de jaren tachtig, en zeker de jaren negentig, kwamen ook private spelers in het veld en werden bijvoorbeeld fitnesscentra steeds belangrijker dan aanbieder van sport (Scheerder, 2007). Sinds het einde van de vorige eeuw, nemen ook 'lichte gemeenschappen' een steeds belangrijkere rol in, denk maar aan het recreatief fietsen, informele joggingsgroepjes, enzovoort. Sportclubs moeten het dus opnemen tegen heel wat andere spelers. Toch lijken voornamelijk de lichte gemeenschappen een belangrijke 'concurrent' te vormen voor sportclubs, mogelijk meer nog dan andere aanbieders, zoals de private markt. Tussen 1989 en 1999 – een periode waarin private spelers reeds een toenemend succes kenden – kan immers nog een stijging van sportbeoefening in clubgeorganiseerd verband worden vastgesteld, a fortiori bij jongeren, en dit in tegenstelling tot de eerder negatieve evolutie tussen 1999 en 2009. Voor een uitgebreidere analyse van de verschillende organisatorische contexten waarin aan sport gedaan wordt, verwijzen we naar het boek *Vlaanderen sport! Vier decennia sportbeleid en sportparticipatie* (Scheerder e.a., 2013).

In het Vlaamse sportbeleid neemt de ondersteuning van sportclubs nog steeds een prominente plaats in: sportclubs worden tot op vandaag als de ruggengraat van sportbeoefening in Vlaanderen beschouwd. Toch kan tegelijkertijd worden vastgesteld dat ook de 'andersgeorganiseerde' sport – variërend van schoolsport, tot lichte sportgemeenschappen of individuele sportbeoefening – niet alleen wordt erkend, maar ook in steeds toenemende mate actief wordt gefaciliteerd, ondersteund en gestimuleerd, zowel op Vlaams als op lokaal niveau. De aanleg van Finse pistes overal in Vlaanderen vormt hiervan een concreet voorbeeld (Scheerder e.a., 2014a). Ook de overheid zet dus in op niet-clubgeorganiseerde sport. Dit is in de 21^{ste} eeuw sterker aanwezig dan voorheen, en verwacht kan worden dat deze evolutie zich verder zal zetten.

Naast evoluties binnen de sportsector, zowel wat aanbod betreft als op vlak van beleid, kunnen ook bredere maatschappelijke ontwikkelingen de positie van sportclubs beïnvloeden. De ontwikkeling

¹² Dit betekent uiteraard niet dat elke vorm van sportbeoefening in clubverband plaats vond: ook vóór 1970 deden heel wat mensen op autonome, individuele basis aan sport. Het middenveld had echter een monopoliepositie wat georganiseerde sportbeoefening betreft.

van de informatiemaatschappij is hiervan een concreet voorbeeld (zie hoofdstuk 1). Deze evolutie draagt er toe bij dat sporters minder aangewezen zijn op sportclubs om bepaalde doelstellingen te verwezenlijken of om verwachtingen ingelost te zien. De informatiemaatschappij, die kan worden omgeschreven als een samenleving waarin informatie de belangrijkste bron is geworden van productiviteit, welvaart, werkgelegenheid en macht (Van Dijk, 2001: 279), is er in deze context onder meer mede voor verantwoordelijk dat mensen minder genoodzaakt zijn om beroep te doen op een sportclub voor de toegang tot bepaalde kennis, en dat informatie gemakkelijker beschikbaar is. Een afstandsloper is bijvoorbeeld niet langer aangewezen op een trainer in een sportclub, maar kan via het internet tal van trainingsschema's downloaden, al dan niet in gepersonaliseerde format. Informatie over blessureleed is al even gemakkelijk te vinden, alle mogelijke blessures en remedies worden op tal van internetfora besproken en ervaringen en tips worden uitgewisseld. Virtuele gemeenschappen spelen hierbij ook een rol (Scheerder & Van Bottenburg, 2010). Dit zijn slechts enkele voorbeelden om aan te geven dat sporters minder afhankelijk geworden zijn van sportclubs als uitwisselingsplaats van sportkennis, of om sportprestaties naar een hoger niveau te tillen. Dit wordt bovendien nog versterkt door ontwikkelingen in de economie, met name de evolutie naar het aanbieden van meer gepersonaliseerde diensten. De beschikbaarheid van 'personal trainers' is hiervan een voorbeeld.

Sportclubs hebben op die manier gedeeltelijk aan troeven verloren. Een aantal van de klassieke sterktes en expertise van sportclubs kunnen gemakkelijker op een andere manier worden gevonden dan voorheen. Dit impliceert dat, indien sportclubs hun centrale positie binnen het sportlandschap willen handhaven, het wellicht noodzakelijk is om hierop in te spelen, en de clubgeorganiseerde sector nieuwe, aanvullende voordelen zal moeten uitspelen (of troeven sterker in de verf zetten) om haar relatieve succes te vergroten.

Het feit dat sportclubs steeds meer rekening moeten houden met andere actoren, is wellicht niet de enige factor die een mogelijke bedreiging vormt voor sportclubs om hun positie te handhaven. Andere maatschappelijke evoluties kunnen ervoor zorgen dat sportclubs minder aantrekkelijk lijken. Hierbij denken we in eerste instantie aan de trend tot individualisering (Beck, 1992)¹³. Dit kan er mogelijk toe bijdragen dat mensen minder lang lid blijven van een club. Een engagement wordt immers minder als permanent beschouwd, en geregeld opnieuw geëvalueerd in functie van de eigen noden of behoeften, weliswaar beïnvloed door maatschappelijke processen en instituties. De individualisering impliceert ook dat men vaak de voorkeur geeft aan 'lichtere', meer flexibele vormen van engagement (Scheerder & Van Bottenburg, 2010). Verwachtingen die aan leden worden gesteld

¹³ Zie hoofdstuk 1 voor een uitgebreidere bespreking.

(duur van het lidmaatschap, aanwezigheid, vaste tijdstippen, enzovoort) kunnen in die zin mogelijk sneller als hinderpaal worden ervaren als voorheen. Dit geldt overigens niet alleen voor het opnemen van lidmaatschap, maar ook voor verbintenissen als vrijwilliger. Traditioneel vrijwilligerswerk, met een zwaar engagement en bijna blijvend van aard, lijkt plaats te hebben geruimd voor nieuwe, lichtere vormen van engagement, waarbij specifieke persoonlijke interesses en behoeften centraler komen te staan (zie Hustinx & Lammertyn, 2003). Ook de levensfase waarin men zich bevindt, speelt een cruciale rol. De veranderende vormen van engagement zijn niet louter een kwestie van bereidheid. Gezien het steeds brozere en minder voorspelbare karakter van de (geïndividualiseerde) levensloop (omwille van de flexibilisering van de arbeidsmarkt, echtscheidingen, enzovoort), gaat het ook om beschikbaarheid en ervaren beperkingen (Hustinx, 2009; Hustinx & Lammertyn, 2003).

Uit de gepresenteerde onderzoeksresultaten blijkt duidelijk dat niet iedereen evenveel kans maakt op sportdeelname in clubverband. Er zijn heel wat verschillen in de mate waarin verschillende subgroepen van de bevolking door de clubgeorganiseerde sport worden bereikt. Allereerst nemen relatief gezien dubbel zo veel kinderen en jongeren deel aan sport in clubverband in vergelijking met volwassenen. Maar ook binnen de groepen van kinderen en jongeren, of volwassenen, stellen zich heel wat verschillen. Bij kinderen en jongeren springt allereerst in het oog dat meisjes beduidend minder vaak lid zijn van een sportclub dan jongens. Mogelijk heeft de clubgeorganiseerde sport dus nog groeimarge om hun ledenbestand te vergroten door hun pijlen nog meer (of effectiever) op meisjes te richten. Verder blijkt ook uit de analyses dat sportclubs relatief gezien minder jongeren van zestien jaar of ouder bereiken, in vergelijking met jongere groepen. Bij beide verschillen, zowel naar geslacht als naar leeftijd, valt op dat het om hardnekkige verschillen gaat: deze ongelijkheden stelden zich immers reeds in alle voorgaande meetpunten.

Misschien het meest opvallend in de gepresenteerde resultaten is de evolutie naar een lagere deelname aan sport in clubverband bij zowel kinderen als jonge ouders (jonger dan 35 jaar), in vergelijking met het voorgaande meetpunt, zowel wanneer we naar de totale groep kijken als enkel naar sportactieven. Dit is opmerkelijk, nog te meer aangezien het hier om jonge groepen gaat, die meestal relatief goed scoren wat deelname in clubverband betreft. De vraag die zich hierbij opwerpt, is of we hierdoor een verdere afname van de clubgeorganiseerde sport moeten verwachten? Of geeft dit, wat jonge volwassenen betreft, eerder aan dat clubdeelname voor jonge ouders een minder haalbare kaart is geworden, zonder dat dit latere deelname aan de clubgeorganiseerde sport hoeft te hypothekeren? Verder onderzoek zal dit moeten uitwijzen. In ieder geval lijkt er nog heel wat groeimarge voor de georganiseerde sport te bestaan: heel wat mensen uit uiteenlopende leeftijdsgroepen hebben het afgelopen decennium de stap naar sportbeoefening gezet, terwijl zij nog niet in clubverband actief zijn. Het vormt een uitdaging voor sportclubs (en sportfederaties) om ook

deze mensen op de kar van de georganiseerde sport te krijgen. Oog hebben voor maatschappelijke verschuivingen en inspelen op heersende noden en behoeften vormen wellicht een belangrijke stap om dit te kunnen verwezenlijken.

1.4 Sportvoorkeur in tijdsperspectief

Nu we op basis van het voorgaande meer inzicht hebben in de evolutie van (club)sportdeelname, al dan niet in functie van een aantal achtergrondkenmerken, is het aangewezen om ook een beeld te geven van de populariteit van de beoefende sporten. Het is duidelijk dat in Vlaanderen een heel veel en vaak ook heel diverse sporten beoefend worden. Zo werden bij de sportparticipatiemeting anno 2009 meer dan 230 verschillende sporten geregistreerd. Binnen deze mozaïek van sporten treedt echter een sterke variatie qua populariteit op. Vandaar dat we willen nagaan hoe het met die populariteit van sporttakken gesteld is. Meer bepaald wensen we in kaart te brengen welke sporten het meest beoefend worden, zowel bij kinderen, jongeren en volwassenen, als bij mannen en vrouwen. Bovendien maken we ook hier een vergelijking doorheen de tijd. Op die manier kunnen we verschuivingen en trends detecteren. Voor kinderen beschikken we over twee meetpunten (1999 en 2009), voor jongeren over vijf meetpunten (1969¹⁴, 1979¹⁵, 1989, 1999 en 2009) en voor volwassenen over vier meetpunten (1979, 1989, 1999 en 2009). Voor elk meetpunt trachten we waar mogelijk de dertig populairste sporten weer te geven.

In de resultaten die gepresenteerd worden, gaat het om vrijetijdssport, en dus om de sportbeoefening die niet verplicht is maar zich gedurende de vrije tijd afspeelt. Aangezien de sportbeoefening tijdens de lessen lichamelijke opvoeding geen deel uitmaakt van vrijetijdssport, worden de sporten die tijdens deze lessen beoefend worden ook niet mee in rekening gebracht. De extracurriculaire sport, denken we maar aan veldlopen, badminton of voetballen in naschools verband, wordt daarentegen wel als een vorm van vrijetijdssport beschouwd.

In onze analyse zullen we waar mogelijk ook een onderscheid maken tussen varianten binnen eenzelfde sportfamilie. Dit geldt voor fietsen, Oosterse vechtsporten, voetbal, wandelen en zwemmen. Bij fietsen onderscheiden we meer bepaald mountainbike, sportief fietsen, wielertoerisme en wielrennen. Ook spinning wordt als een afzonderlijke sport beschouwd. Sportief fietsen vindt niet in clubverband plaats, terwijl dit voor wielrennen wel het geval is. In dit werk vindt wielertoerisme in groepsverband plaats, terwijl dit voor het sportief fietsen niet noodzakelijk het geval hoeft te zijn. Het fietsen dat enkel utilitair van aard is, denken we maar aan de fietsverplaatsing naar de winkel of het werk, wordt in dit werk niet mee opgenomen. Wat de Oosterse vechtsporten

¹⁴ Enkel jongens uit het secundair onderwijs.

¹⁵ Enkel meisjes uit het secundair onderwijs.

betreft, gaat het om judo enerzijds en groeperen we de overige Oosterse vechtsporten (aikido, jiu-jitsu, karate, etc.) anderzijds¹⁶. Voor voetbal maken we een onderscheid tussen minivoetbal, veldvoetbal en zaalvoetbal. Bij zwemmen onderscheiden we bij de jongeren ‘clubzwemmen’ enerzijds en ‘vrij zwemmen’ anderzijds. Vrij zwemmen kan individueel zijn, in gezinsverband, met de jeugdbeweging, etc. Voor de volwassenen spreken we niet van ‘vrij zwemmen’, maar geven we wel aan hoeveel procent in clubverband zwemt. Voor wandelen maken we een onderscheid tussen ‘bergwandelen’, ‘Nordic walking’ en ‘sportief wandelen’. Het wandelen als een loutere verplaatsingsactiviteit, bijvoorbeeld bij het winkelen, wordt in dit werk bijgevolg niet als een sportactiviteit beschouwd. Ook voor dans onderscheiden we meerdere subvormen, met name Afrikaanse dans, ballet, jazzdans, klassieke dans, Latin dance, moderne dans, volksdans, Western dance en zumba. Deze opdeling kunnen we echter alleen bij volwassenen maken. In het beantwoorden van de vragenlijst geven heel wat kinderen en jongeren, die dans als sport opgeven, immers alleen aan dat ze ‘dansen’ zonder te specificeren om welke dansvorm het gaat.

In onze beschrijving van de populariteit van sporten zullen we ook gebruik maken van de concepten ‘solosport’, ‘duosport’ en ‘teamsport’ (De Haan & Breedveld, 2000; Scheerder, 2004). De groep van solosporten omvat die sporttakken die, althans voor een recreatieve beoefening, geen directe tegenstrever vereisen. Het gaat bijvoorbeeld om fitness, loopsport, paardrijden, zeilen of zwemmen. Duosporten zijn sporten waarvoor de formele spelvorm tenminste één tegenstander veronderstelt. Hier kan een bijkomende opdeling gemaakt worden tussen racketsporten zoals badminton, squash of tennis enerzijds, en vechtsporten als aikido, judo of kickboksen anderzijds. Teamsporten tenslotte, worden gedefinieerd als die sporttakken waarvoor voor de formele spelvorm tenminste twee andere spelers noodzakelijk zijn. Het gaat hier bijvoorbeeld om de klassieke balsporten als basketbal, voetbal en volleybal, maar ook om beachvolley, honkbal of veldhockey. In vergelijking met solosporten, en in iets mindere mate ook met duosporten, worden teamsporten gekenmerkt door een hoge graad van organisatie en competitie: er is een minimum aantal spelers vereist, groepstrainingen zijn aangewezen, er wordt gewedijverd met andere teams, etc. (Scheerder, 2007). De beoefening van duo- en zeker solosporten brengt deze kenmerken niet noodzakelijk met zich mee.

1.4.1 Evolutie van sportvoorkeur bij kinderen

Uit tabel 3.1 mag blijken dat solosporten vrij goed scoren bij kinderen uit het lager onderwijs. Het merendeel van de sporten die kinderen beoefenen zijn immers sporten die individueel beoefend kunnen worden. Bovendien is het aandeel van solosporten toegenomen gedurende het laatste decennium. Hoewel vrij zwemmen aan populariteit inboet ten aanzien van het vorige meetpunt,

¹⁶ Bij de volwassenen is het wel mogelijk om een onderscheid te maken tussen de verschillende Oosterse vechtsporten.

blijkt deze sportactiviteit nog steeds bij uitstek de populairste sport te zijn. Bijna de helft van de kinderen (46,6%) zwemt buiten clubverband. Andere populaire solosporten zijn sportief fietsen (25,3%), dans (22,7%) en gymnastiek (16,9%). De meest beoefende team- en duosport zijn respectievelijk voetbal (29,1%) en tennis (15,2%). In de voorbije tien jaar zijn tennis en Oosterse vechtsporten (exclusief judo) een van de weinige niet-solosporten die erin slagen om hun positie te versterken. Desondanks geeft tennis een plaats weg in de populariteitsranking.

Opvallende populariteitstoenames bij de solosporten noteren we voor sportief fietsen, dans, skiën, paardrijden, loopsport, ijsschaatsen en mountainbike. Voor heel wat van deze sporten is de clubsetting geen noodzakelijke voorwaarde (meer) en vindt de beoefening ervan plaats in een andere, vaak ongebonden organisatorische context. Sporten die bij kinderen voor de eerste maal in de top dertig duiken, zijn onder meer circustechnieken, ropeskipping en snowboarden. Sterke dalers zijn gymnastiek, clubzwemmen en aerobics. Ook judo, tafeltennis, handbal, muurklimmen, skaten en zeilsport verliezen aandeel bij kinderen.

Tabel 3.1 Meest beoefende sporten door kinderen uit het lager onderwijs in Vlaanderen, 1999-2009 (percentages i.f.v. sportieve populatie)

1999		2009	
1	vrij zwemmen	51,5	vrij zwemmen
2	veldvoetbal	32,6	veldvoetbal
3	gymnastiek	22,4	sportief fietsen
4	clubzwemmen	16,4	dans
5	tennis	11,4	gymnastiek
6	basketbal	10,6	tennis
7	dans, sportief fietsen	8,6	skiën
8	atletiek	8,0	clubzwemmen
9	judo	7,2	paardrijden
10	paardrijden	5,7	basketbal
11	badminton	5,7	atletiek
12	volleybal	5,6	loopsport
13	aerobics	5,1	volleybal
14	tafeltennis	4,4	badminton, judo
15	sportief wandelen	4,3	Oosterse vechtsporten (excl. judo)
16	Oosterse vechtsporten (excl. judo)	3,5	ijsschaatsen
17	skiën	3,4	sportief wandelen
18	ijsschaatsen	3,0	tafeltennis
19	handbal	3,0	mountainbike
20	muurklimmen	2,8	skaten
21	skaten	2,5	handbal, kunstschaatsen, ropeskipping
22	loopsport	1,3	circustechnieken
23	fitness	1,2	snowboarden
24	zeilsport	1,1	fitness
25	netbal	0,9	wielrennen
26	rugby	0,8	muurklimmen
27	korfbal	0,6	rolschaatsen
28	windsurfen	0,6	klimsport, veldhockey
29	bowling, mountainbike	0,6	bmh, honkbal, korfbal, squash, zeilsport
30	rolschaatsen, squash	0,5	aerobics

Bron: Scheerder e.a. (2013: 167)

1.4.2 Evolutie van sportvoorkeur bij jongeren

In tegenstelling tot de kinderen (lager onderwijs) beschikken we voor de jongeren (secundair onderwijs) over gegevens vanaf 1989, althans wat jongens én meisjes betreft. Zowel voor de jongens als de meisjes hebben we echter een extra meetpunt. Voor de jongens is dat 1969 en voor de meisjes 1979.

Uit tabel 3.2 blijkt dat vrij zwemmen de populairste sportactiviteit bij jongeren is. Hoewel vrij zwemmen zowel in 1989, in 1999 als in 2009 bovenaan de ranking staat, stellen we tegelijkertijd ook vast dat het aandeel van deze sport opvallend afneemt. Anno 2009 blijkt nog iets minder dan een

derde van de jongeren (30,5%) in vrij verband te zwemmen. Het aantal jongeren dat in clubverband zwemt, ligt een tienvoud lager (3,2%). Deze cijfers liggen gevoeliger lager in vergelijking met kinderen (supra). De top vijf bij jongeren bestaat verder achtereenvolgens uit veldvoetbal (27,5%), sportief fietsen (22,8%), loopsport (21,0%) en dans (19,2%). Ook hier stellen we dus een dominantie van solosporten vast. In 1989 en 1999 zag dit plaatje er nog totaal anders uit. Bij deze meetpunten kwam enkel vrij zwemmen als solosport in de top vijf voor.

Net als bij de kinderen noteren we een sterke stijging van sportief fietsen, loopsport, dans, fitness, skiën en mountainbike. Een aantal typische clubsporten houden behoorlijk stand, zoals gymnastiek, atletiek, judo en Oosterse vechtsporten (exclusief judo). Andere clubsporten verliezen daarentegen aandeel. Dit is bijvoorbeeld het geval voor veldvoetbal, basketbal, volleybal en clubzwemmen. Andere opvallende dalers zijn tafeltennis, muurklimmen en skaten.

Tabel 3.2 Meest beoefende sporten door jongeren uit het secundair onderwijs in Vlaanderen, 1989-2009 (percentages i.f.v. sportieve populatie)

1989		1999		2009		
1	vrij zwemmen	49,9	vrij zwemmen	40,3	vrij zwemmen	30,5
2	veldvoetbal	35,7	veldvoetbal	36,0	veldvoetbal	27,5
3	tennis	25,6	basketbal	18,0	sportief fietsen	22,8
4	badminton	21,1	tennis	14,5	loopsport	21,0
5	tafeltennis	20,0	volleybal	13,3	dans	19,2
6	volleybal	13,5	dans	12,1	fitness	14,3
7	atletiek	12,8	badminton	12,0	tennis	13,7
8	gymnastiek	10,0	tafeltennis	11,8	skiën	11,8
9	sportief fietsen	9,7	fitness	10,7	badminton	10,4
10	basketbal	9,3	sportief fietsen	9,4	volleybal	9,6
11	dans	8,3	gymnastiek	9,1	paardrijden	9,0
12	judo	6,8	paardrijden	8,1	gymnastiek	8,9
13	clubzwemmen	4,4	atletiek	7,6	atletiek, basketbal, tafeltennis	7,9
14	loopsport	4,3	aerobics	6,5	mountainbike	6,6
15	paardrijden	4,2	muurklimmen	5,5	snowboarden	5,8
16	ijsschaatsen	3,8	clubzwemmen	5,2	Oosterse vechtsporten (excl. judo)	3,3
17	handbal	3,6	skiën	4,2	clubzwemmen	3,2
18	rugby	3,5	squash	4,1	judo	3,0
19	sportief wandelen	3,1	handbal	3,7	sportief wandelen	2,9
20	skiën	2,9	judo, skaten	3,6	wielrennen	2,6
21	Oosterse vechtsporten (excl. judo)	2,9	Oosterse vechtsporten (excl. judo)	3,4	handbal	2,3
22	fitness, windsurfen	2,5	mountainbike	2,9	squash	2,2
23	squash	1,9	windsurfen	2,7	aerobics	1,8
24	biljart	1,3	sportief wandelen	2,6	skaten	1,4
25	skaten	1,2	loopsport	2,4	windsurfen	1,3
26	honkbal	1,0	rugby	1,9	ropeskippping	0,9
27	wielrennen	0,9	ijsschaatsen	1,7	(kick)boksen	0,8
28	zeilsport	0,8	kajak/kano	1,0	motorsport	0,7
29	kajak/kano	0,6	wielrennen	0,8	ijsschaatsen, zeilsport	0,6
30	golf, hengelen, zaalvoetbal	0,5	honkbal, motorsport, snowboarden, veldhockey	0,6	muurklimmen, hengelen, zaalvoetbal	0,5

Bron: Scheerder e.a. (2013: 170)

1.4.3 Evolutie van sportvoorkeur van volwassenen

Bij de volwassenen hebben we de mogelijkheid om de evolutie van de sportvoorkeur in kaart te brengen vanaf 1979. Omdat de sportdeelname in clubverband bij volwassenen aanzienlijk lager ligt dan bij kinderen en jongeren (zie eerder), geven we waar haalbaar en relevant per sport aan hoeveel procent van de volwassenen deze sport in clubverband beoefent. Op die manier krijgen we een beeld van het aantal mensen dat (ook) in vrij verband de desbetreffende sport beoefent.

De bevindingen weergegeven in tabel 3.3 tonen aan dat de top vijf voor de eerste maal volledig uit solosporten bestaat. Loopsport (29,9%) is anno 2009 de populairste sporttak bij volwassenen. Sinds het einde van de jaren zeventig heeft deze sport een verachtvoudiging van haar beoefenaars gekend. De meeste beoefende sport op het einde van de jaren negentig, met name sportief fietsen (25,8%), staat opnieuw op de tweede plaats zoals dat ook in 1979 en 1989 het geval was. Wel neemt het aandeel van deze sport toe. Zwemmen (15,5%), fitness (14,5%) en sportief wandelen (12,3%) vullen de top vijf verder aan. Tennis en veldvoetbal gaan er iets op achteruit. Klassieke dans en jazzdans komen anno 2009 niet meer voor in de top dertig. Andere dansvormen, met name zumba en Latin dance, hebben blijkbaar hun plaats ingenomen. Naast zumba is ook spinning een opvallende nieuwkomer. Sporten die hun aandeel verder versterken zijn, naast loopsport en sportief fietsen, fitness, skiën, wielertoerisme en mountainbike. Onder meer aerobics, volleybal, onderhoudsgym, squash, paardrijden, zaalvoetbal en atletiek gaan er op achteruit. Veldvoetbal (5,4%) en tennis (4,4%) blijven de belangrijkste clubsporten bij de volwassenen.

Tabel 3.3 Meest beoefende sporten door volwassenen Vlaanderen, 1979-2009 (percentages i.f.v. sportieve populatie)

	1979		1989		1999		2009	
1	zwemmen (club)	38,1 (1,6)	zwemmen (club)	25,4 (2,1)	sportief fietsen	23,9	loopsport (club)	29,9 (2,6)
2	sportief fietsen	23,1	sportief fietsen	22,3	zwemmen (club)	19,9 (2,1)	sportief fietsen	25,8
3	sportief wandelen (club)	17,5 (1,9)	tennis (club)	16,2 (7,8)	loopsport (club)	14,6 (1,1)	zwemmen (club)	15,5 (0,7)
4	tennis (club)	11,9 (6,1)	sportief wandelen (club)	14,0 (2,0)	sportief wandelen (club)	11,9 (1,4)	fitness	14,5
5	veldvoetbal (club)	9,7 (6,4)	veldvoetbal (club)	10,9 (8,6)	tennis (club)	9,2 (5,4)	sportief wandelen (club)	12,3 (1,0)
6	gymnastiek	5,4	atletiek	8,0	fitness	9,0	tennis (club)	7,5 (4,4)
7	volleybal (club)	3,9 (2,4)	gymnastiek	6,4	veldvoetbal (club)	8,5 (7,4)	veldvoetbal (club)	7,2 (5,4)
8	loopsport (club)	3,7 (0,1)	loopsport (club)	5,8 (0,3)	aerobics	5,5	skiën (club)	6,4 (0,2)
9	tafeltennis (club)	3,1 (0,9)	volleybal (club)	4,6 (3,1)	volleybal (club)	4,8 (3,4)	wielertoerisme	4,6
10	wielertoerisme	2,9	skiën (club)	3,9 (0,6)	onderhoudsgym	4,1	mountainbike	3,6
11	skiën (club)	2,9 (0,4)	wielertoerisme	3,4	skiën (club)	3,9 (0,1)	spinning	2,8
12	hengelen	2,8	zaalvoetbal	3,2	wielertoerisme	3,5	aerobics, badminton (club)	2,3 (1,3)
13	onderhoudsgym	2,4	onderhoudsgym	3,1	squash (club)	3,3 (0,3)	volleybal (club)	2,3 (2,0)
14	ijschaatsen (club)	2,2 ($<0,1$)	paardrijden (club)	2,9 (0,8)	badminton (club)	3,0 (1,6)	wielrennen	2,2
15	paardrijden (club)	2,0 (0,9)	fitness	2,4	paardrijden (club)	2,9 (1,3)	zumba	2,1
16	atletiek	1,8	badminton (club)	2,3 (1,2)	zaalvoetbal	2,8	onderhoudsgym	2,0
17	biljart	1,6	squash (club)	2,2 (0,5)	mountainbike	2,8	paardrijden (club), squash (club)	1,8 (0,7) (0,3)
18	badminton (club)	1,2 (0,3)	biljart	1,7	atletiek	1,6	yoga	1,4
19	wielrennen	1,2	yoga	1,6	klassieke dans	1,5	tafeltennis (club)	0,8 (0,4)
20	yoga	1,2	tafeltennis (club)	1,5 (0,6)	tafeltennis (club)	1,2 (0,4)	atletiek	0,8
21	zeilsport	1,1	hengelen	1,4	yoga	1,0	golf (club), zaalvoetbal	0,6 (0,5)
22	zaalvoetbal	1,0	windsurfen	1,3	gymnastiek, onderwatersport	1,0	aquafitness, basketbal (club), minivoetbal	0,5 (0,4)
23	boogschieten	0,8	wielrennen, zeilsport	1,0	basketbal (club)	0,9 (0,7)	onderwatersport, karate, Nordic walking	0,4
24	basketbal (club)	0,5 (0,3)	ijschaatsen (club)	0,9 (0,1)	biljart, zeilsport	0,9	judo, hengelen, ijschaatsen (club)	0,4 ($<0,1$)
25	bowling	0,5	basketbal (club)	0,8 (0,7)	golf (club)	0,8 (0,5)	skeeleren	0,3
26	geweerschieten	0,3	boogschieten	0,7	hengelen	0,7	motorsport	0,3
27	onderwatersport	0,3	onderwatersport	0,6	jazzdans	0,6	bowling	0,3
28	golf (club), judo, waterskiën	0,3 (0,2)	geweerschieten	0,6	skeeleren	0,6	tae bo, Latin dance, tai chi, zeilsport	0,3
29	windsurfen	0,3	golf (club)	0,5 (0,4)	aquarobics	0,6	petanque	0,2
30	bergsport	0,2	judo	0,4	windsurfen	0,6	biljart, muurklimmen, waterskiën	0,2

Bron: Scheerder e.a. (2013: 173)

1.4.4 Evolutie van sportvoorkeur van jongeren en volwassenen o.b.v. surveygegevens

In figuur 3.18 brengen we voor vijf specifieke sporttakken de evolutie in kaart. We doen dit zowel voor jongeren als volwassenen, met andere woorden voor 12- tot en met 75-jarigen in Vlaanderen¹⁷. Hierbij dient benadrukt te worden benadrukt dat bepaalde groepen niet of slechts in beperkte mate vertegenwoordigd zijn. Het gaat onder meer om studenten, alleenstaanden en gezinnen zonder kinderen, en gepensioneerden.

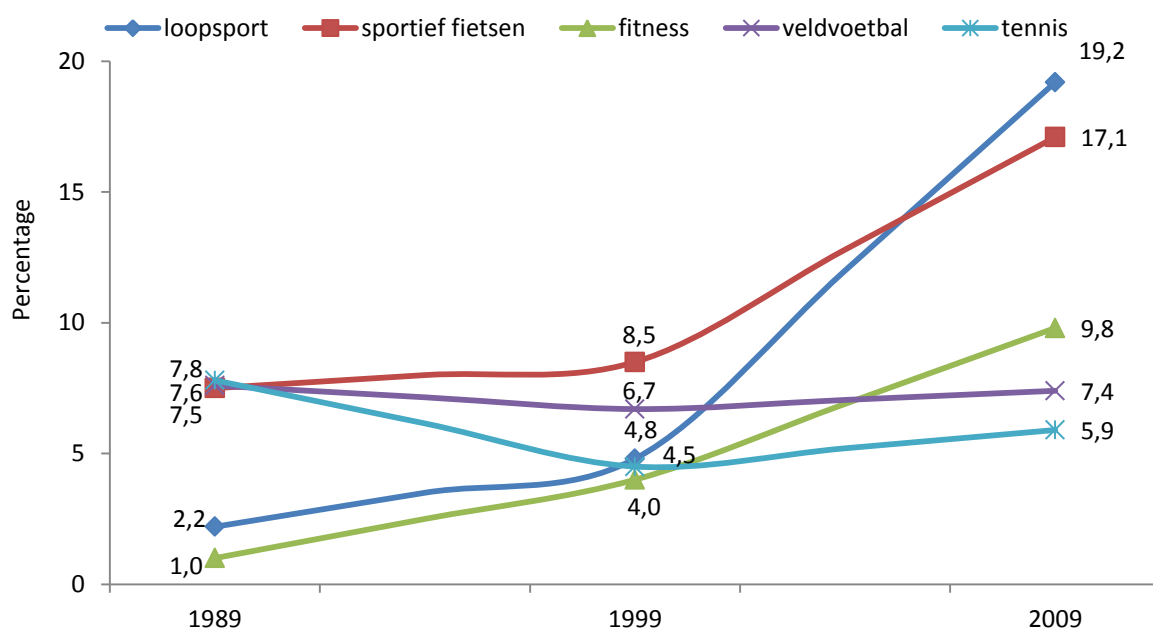
De figuur toont duidelijk de eerder geschetste sterke groei van de loopsport. Het sportief fietsen vertoont een gelijkaardig patroon, maar kent een minder sterke progressie gedurende het laatste decennium. Anno 2009 doet negentien procent van de 12- tot en met 75-jarige Vlamingen aan loopsport; zeventien procent fietst sportief. Ook voor fitness zien we een dergelijke ontwikkeling. De evolutie van deze solosporten verloopt parallel aan de eerder geschetste sterke toename van de algemene sportdeelname, die grotendeels toegeschreven kan worden aan de groei van de recreatieve sportbeoefening.

Voorts blijkt uit de onderstaande figuur dat in een periode van twintig jaar het veldvoetbal, een typische clubsport die in teamverband wordt beoefend, relatief stabiel is gebleven bij 12- tot en met 75-jarige Vlamingen. Tennis is de populairste duosport bij 12- tot en met 75-jarigen en is sinds het einde van de jaren negentig aan een lichte remonte begonnen.

Uit de visuele weergave kan bovendien zeer goed worden afgeleid welke van de hier gepresenteerde sporten de relatief sterkste progressie heeft gemaakt gedurende de voorbije tien jaar. Met name loopsport vertoont een sterkere groei dan sportief fietsen en fitness. Terwijl tennis en zeker veldvoetbal in vergelijking met deze sporten eerder lijken te stagneren of slechts in beperkte mate hun aandeel zien toenemen.

¹⁷ De cijfers verzameld in de PF/SV-studies werden hiervoor geëxtrapoleerd naar de Vlaamse populatie. Hierbij werd rekening gehouden met het aandeel van respectievelijk jongeren en volwassenen in de populatie. Aangezien voor de meetpunten 1969 en 1979 voor de 12- tot en met 18-jarigen enkel informatie beschikbaar is voor respectievelijk jongens en meisjes wordt enkel de periode 1989-2009 in kaart gebracht.

Figuur 3.18 Evolutie van de actieve deelname aan loopsport, sportief fietsen, fitness, veldvoetbal en tennis in Vlaanderen bij 12- tot en met 75-jarigen, 1989-2009 (percentages i.f.v. totale populatie)



Bron: Scheerder e.a. (2013: 145)

1.5 Niveau, locatie en contextualiteit van sportbeoefening¹⁸

Voortbouwend op de trends in (club)sportbeoefening en sportvoorkeuren, bespreken we hier nog drie aspecten met betrekking tot sportbeoefening, namelijk het niveau, de locatie en de contextualiteit. Deze cijfergegevens zijn een weergave van een momentopname.

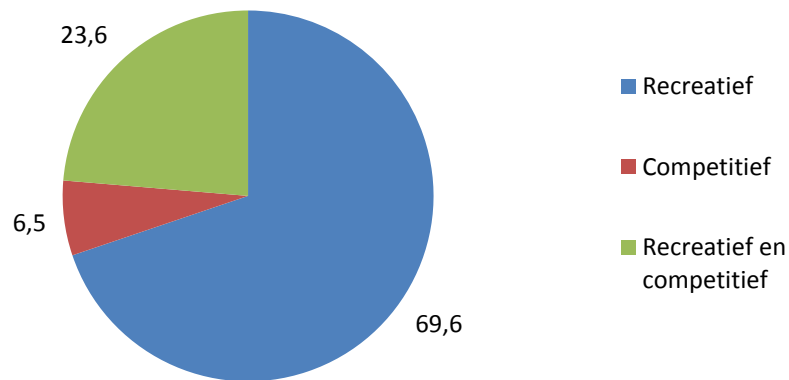
1.5.1 Niveau

Figuur 3.19 geeft een weergave van het niveau van sportbeoefening bij kinderen. Hieruit blijkt dat het grootste deel van de kinderen (69,6 procent) op een recreatieve manier aan sport doet. 6,5 procent doet aan sport op een zuiver competitieve manier en 23,6 procent combineert de beide niveaus. Het niveau van sportbeoefening bij jongeren (figuur 3.20) is gelijkaardig aan dit van de kinderen. Hoewel hier een groter deel, 11,5 procent bij jongeren tegenover 6,5 procent bij kinderen, competitief aan sport doet. Volwassenen doen voornamelijk recreatief aan sport, namelijk 84,8 procent van de sportende volwassenen. Slechts een beperkt deel richt zich uitsluitend op de competitiesport (4,0 procent) en 11,3 procent doet aan beide (zie figuur 3.21).

Uit de drie onderstaande grafieken blijkt dat het meerendeel van de sportpraktijk zich op recreatief vlak afspeelt.

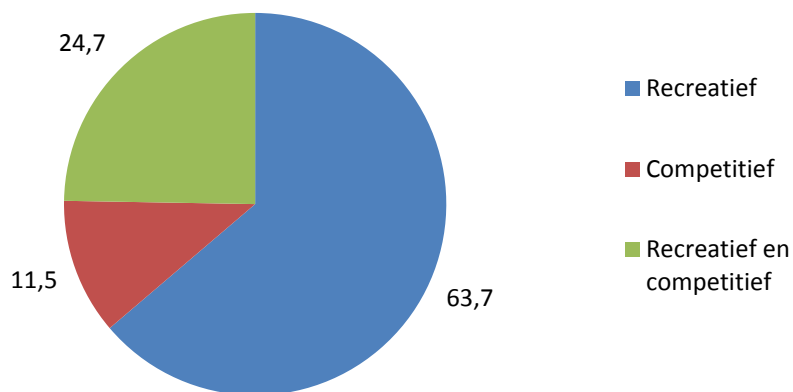
¹⁸ Gebaseerd op Scheerder e.a. (2013)

Figuur 3.19 Niveau van sportbeoefening bij kinderen, in 2009, percentages i.f.v. sportieve populatie



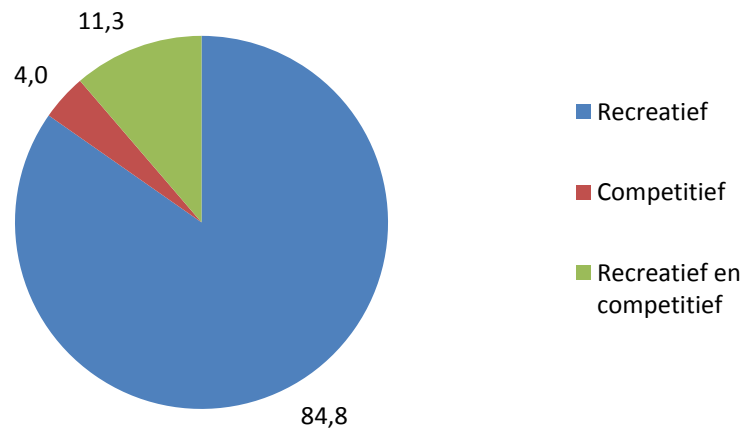
Bron: Scheerder e.a. (2013: 188)

Figuur 3.20 Niveau van sportbeoefening bij jongeren, in 2009, percentages i.f.v. sportieve populatie



Bron: Scheerder e.a. (2013: 189)

Figuur 3.21 Niveau van sportbeoefening bij volwassenen, in 2009, percentages i.f.v. sportieve populatie

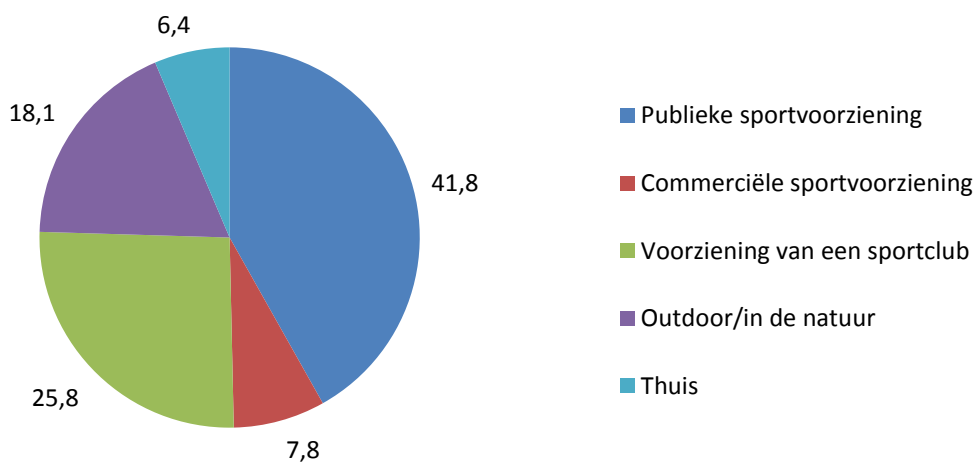


Bron: Scheerder e.a. (2013: 189)

1.5.2 Locatie

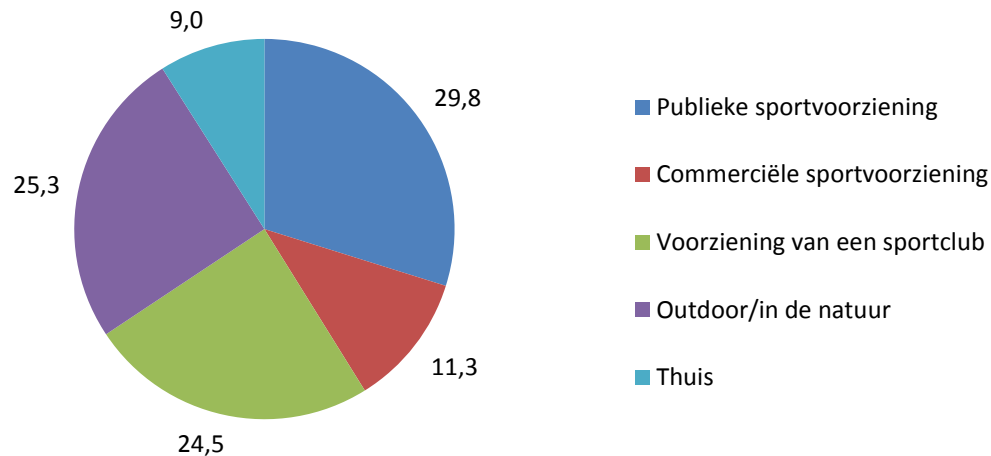
Cijfergegevens over de locatie of de omgeving waarin mensen aan sport doen, kunnen een beeld geven van de intensiteit van het gebruik van bestaande infrastructurele voorzieningen, openbare ruimtes of eigen middelen. Een groot aandeel van de locaties waar sport beoefend wordt, wordt voorzien door publieke instanties zoals lokale of regionale overheden. Voorbeelden hiervan zijn de BLOSO-centra, stedelijke zwembaden, gemeentelijke sporthallen en speelpleintjes of andere infrastructuur die ter beschikking wordt gesteld door gemeentelijke of provinciale sportdiensten. Zoals blijkt uit figuren 3.22 tot 3.24 worden deze voorzieningen voornamelijk in grote mate gebruikt door kinderen (41,8 procent) en jongeren (29,8 procent). Bij volwassenen maken deze publieke voorzieningen 25 procent uit van de locaties waar men sport beoefent. Bijgevolg vormen publieke voorzieningen voor volwassenen niet de populairste locatie om aan sport te doen, maar hebben outdoor locaties een groter relatief aandeel. Hieronder vallen voorzieningen zoals de straat, het bos of het park, die niet in eerste instantie aangelegd werden om aan sport te doen, maar hier wel intens voor gebruikt worden. In tegenstelling tot het eerder ongebonden gebruik van openbare voorzieningen, wat populair is bij volwassenen, is het gebruik van voorzieningen van een sportclub populairder bij de jeugd. Naar analogie met de sportclubdeelnemerscijfers (zie deel 1.3 van dit hoofdstuk) is het relatieve aandeel van het gebruik van voorzieningen die bij een sportclub horen bij kinderen en jongeren ongeveer dubbel zo groot als bij de volwassenen. Het gebruik van voorzieningen van een commerciële sportcentrum ligt dan weer hoger naarmate men een oudere leeftijdsgroep in beschouwing neemt. Thuisvoorzieningen om te sporten worden daarentegen in alle leeftijdsgroepen ongeveer even vaak gebruikt (± 6 procent tot 9 procent).

Figuur 3.22 Locatie van sportbeoefening bij kinderen, in 2009, percentages i.f.v. sportieve populatie



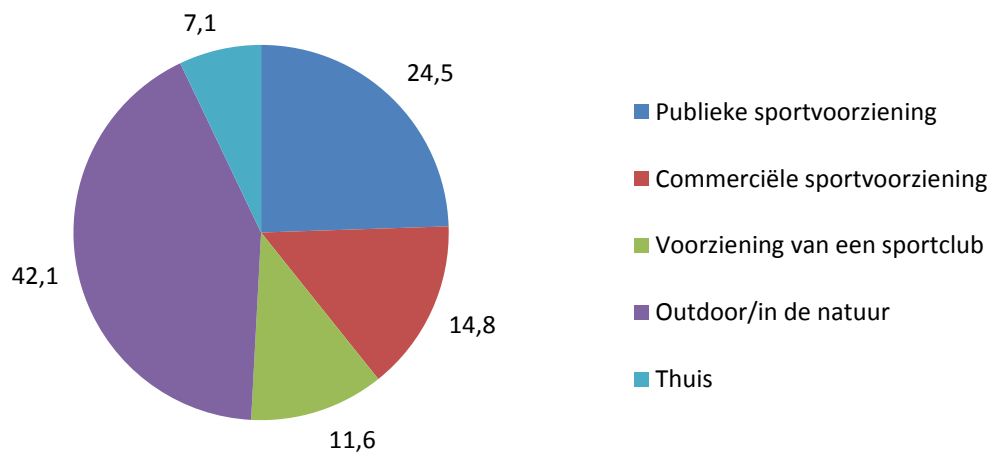
Bron: Scheerder e.a. (2013: 195)

Figuur 3.23 Locatie van sportbeoefening bij jongeren, in 2009, percentages i.f.v. sportieve populatie



Bron: Scheerder e.a. (2013: 195)

Figuur 3.24 Locatie van sportbeoefening bij volwassenen, in 2009, percentages i.f.v. sportieve populatie

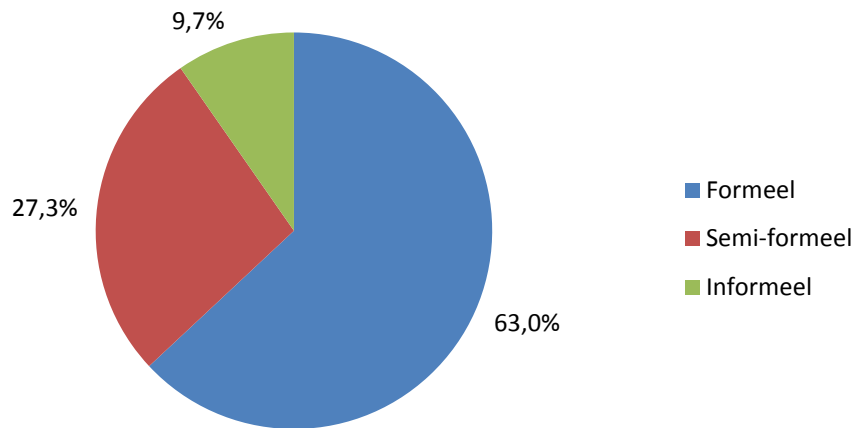


Bron: Scheerder e.a. (2013: 196)

1.5.3 Contextualiteit

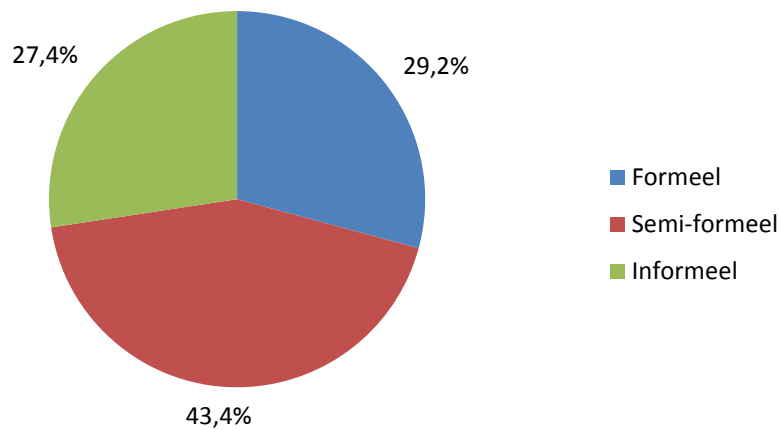
Binnen de organisatorische contexten voor sportbeoefening wordt, zoals voorgesteld in figuur 3.25, een onderscheid gemaakt tussen formele, semi-formele en informele vormen van sportbeoefening. In figuur 3.25 (jeugd) en 3.26 (volwassenen) wordt een overzicht gegeven van het relatieve aandeel van deze contexten ten opzichte van elkaar. Voor deze analyse wordt de organisatorische context van alle opgegeven voorkeursporten in rekening gebracht. Door de drie contextuele categorieën tegenover elkaar af te wegen, wordt een indicatie van de populariteit van licht georganiseerde sport ten opzichte van de zwaar en niet-georganiseerde vormen van sportbeoefening in beide leeftijdsgroepen gegeven.

Figuur 3.25 Contextualiteit van sportbeoefening bij kinderen en jongeren, in 2009, percentages i.f.v. sportieve populatie



Bron: Scheerder e.a. (2013: 207)

Figuur 3.26 Contextualiteit van sportbeoefening bij volwassenen, in 2009, percentages i.f.v. sportieve populatie



Bron: Scheerder e.a. (2013: 207)

Bij de jeugd (figuur 3.25) valt op dat de formele contexten het grootste relatieve aandeel bezetten (63,0 procent). In deze leeftijdsgroep omvat de licht georganiseerde context 27,3 procent. De niet-georganiseerde context is het minst populair, met tien procent. Dit wil zeggen dat minstens een kwart van de sportactiviteiten die door de jeugd beoefend worden buiten de formeel georganiseerde en gestructureerde organisaties plaatsvinden.

Bij de volwassenen liggen de verhoudingen enigszins anders. In deze leeftijdsgroep is de licht georganiseerde setting duidelijk het populairst, en maakt deze ongeveer 43,4 procent van de contexten uit. De zwaar georganiseerde en niet-georganiseerde contexten van sportbeoefening zijn

in deze leeftijdsgroep ongeveer even populair, met een relatief aandeel van respectievelijk 29,2 procent en 27,4 procent. Dit betekent dat er ongeveer evenveel sporten volledig onafhankelijk van anderen en/of organisaties beoefend worden, als dat er in formeel verband aan sport gedaan wordt.

2. Verschuivingen in het aanbod

In onze samenleving is het verenigingsleven stevig ingebed. Verenigingen zoals sportclubs, socioculturele verenigingen, jeugdwerkorganisaties, hobbyclubs, vakbonden, politieke verenigingen en actiegroepen vormen een deel van het sociale weefsel. Verenigingen bekleden immers een belangrijke socialiserende, coördinerende en democratiserende functie (Elchardus e.a. 2001, Marée e.a. 2008, Putnam 1993). De laatste jaren is de aandacht die de overheids-, onderwijs-, ondernemers- en onderzoekssector voor het verenigingsleven hebben, sterk toegenomen. Die belangstelling gaat gepaard met een bekommernis die voortvloeit uit de vermeende daling van de middenveldparticipatie. In zijn invloedrijke werk *Bowling Alone* (2000) stelt de politicoloog Robert Putnam dat de sociale participatie in de VS gedurende de voorbije halve eeuw sterk verminderd is. Putnam stelde vast dat de ontwikkeling van deze zogenaamde informalisering zich binnen verschillende domeinen van de samenleving voordoet, en dus ook in de sport (Scheerder & Vos, 2010). Hoewel er vanuit een internationaal perspectief indicaties zijn dat de verenigingsparticipatie daalt, blijkt dit voor Vlaanderen nog niet het geval. Deze bevinding neemt niet weg dat het verenigingsleven een metamorfose ondergaat en dat heel wat verschuivingen binnen deze sector plaatsvinden (Scheerder e.a., 2012).

Tegen het licht van deze verschuivingen is de toekomst van de sportclub al enige tijd een punt van zorg en discussie. Reeds in de jaren zeventig en tachtig van de vorige eeuw werd de idee geopperd dat sportclubs hun beste tijd achter de rug hadden zij bijvoorbeeld Beckers, 1989). Deze veronderstelling werd onderbouwd met de zogenaamde *dinosaurushypothese*: uitgegroeid tot dominante, doch steeds meer corporatistische spelers in het sportlandschap zouden traditionele sportaanbieders als clubs en federaties niet meer opgewassen zijn tegen sociale veranderingen waarmee de sportsector vanaf de jaren zestig steeds meer mee geconfronteerd werd. Meer nog, sportclubs en sportfederaties zouden onvoldoende aangepast zijn aan heel wat nieuwe maatschappelijke noden en behoeften (Goodger, 1982; Scheerder & Van Bottenburg, 2010; Vanreusel, 1994). Sport zou de vertegenwoordiger bij uitstek worden van individuele vrijheid en blijheid, wars van zware, bureaucratische structuren. Trends zoals individualisering, vergrijzing, verkleuring, flexibilisering van tijdsgebruik en een afnemend aantal vrijwilligers, samen met de

opkomst van de meerkeuzemaatschappij zouden deze ontwikkeling een handje helpen. Daarenboven kreeg de sport vanaf de jaren tachtig volop te maken met aspecten van commercialisering en professionalisering, processen die grotendeels mee aan de basis liggen van de niet-georganiseerde en andersgeorganiseerde sport (Van Bottenburg, 2006). Zo wist aerobicsster Jane Fonda vanaf het einde van de jaren zeventig heel wat mensen – waaronder vooral vrouwen – warm te maken om (opnieuw) met sport van start te gaan, waarna fitnesscentra en andere commerciële sportaanbieders gretig zouden volgen. De markt ontdekte de handelswaarde van actieve sportbeoefening. Mede hierdoor verloren sportclubs hun quasimonopolie op het aanbieden en organiseren van sport (Scheerder, 2004).

We beginnen dit deel met een beschrijving van de drie ‘hoofdspelers’ in het aanbod van de sport, waarna een overzicht van cijfergegevens aangeboden wordt over de tijdstrends in het clubsportaanbod. Vervolgens bekijken we de troeven die de traditionele sportvereniging voor handen heeft. Hierna toetsen we deze troeven af tegen de hedendaagse nieuwe behoeften.

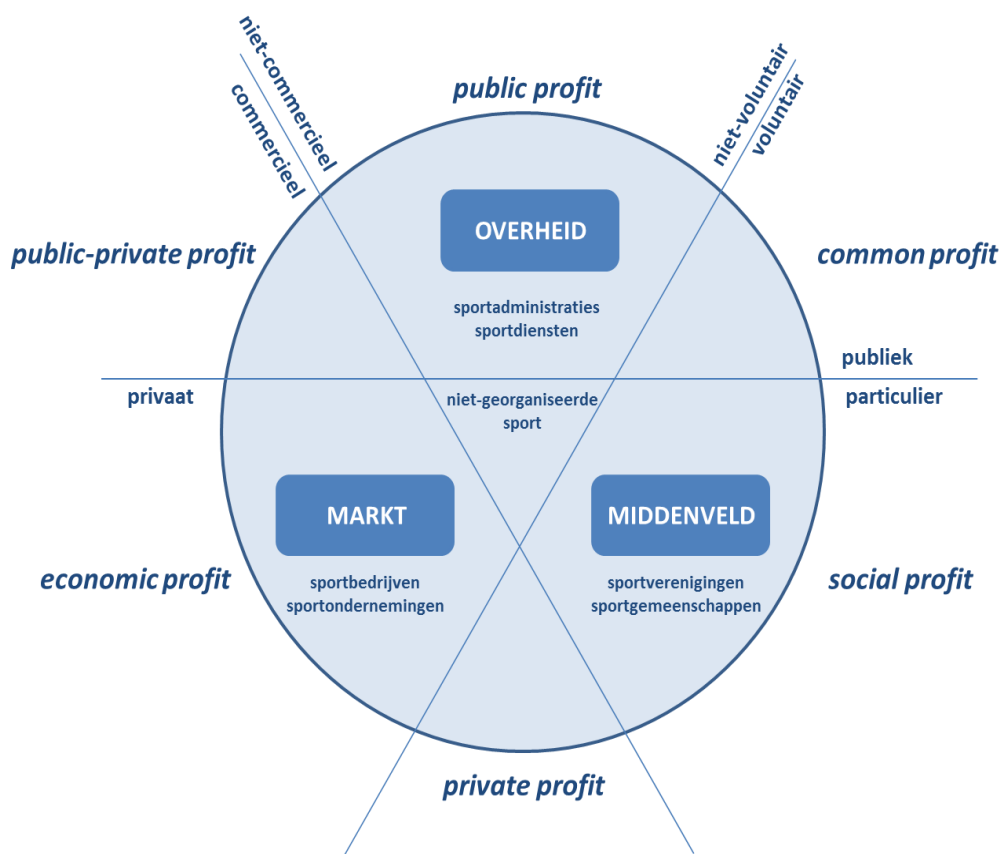
2.1 Middenveld, overheid en markt

Tot medio vorige eeuw werd het (West- en Noord-)Europese sportlandschap in sterke mate bepaald door sportclubs, Vlaanderen vormt hier zeker geen uitzondering op. Clubs vertegenwoordigden een monopolie. In het aanbod van deze actoren lag de focus uitdrukkelijk op de gereguleerde sportbeoefening in competitieverband (Scheerder, 2004; Van Bottenburg e.a., 2005). Na de Tweede Wereldoorlog kwam geleidelijk aan een actief en voorwaardelijk publiek sportbeleid tot ontwikkeling. Meer bepaald zouden vanaf het midden van de tweede helft van de vorige eeuw overheden in de verschillende Europese lidstaten zich steeds meer gaan inlaten met sport als beleidsdomein. Aanvankelijk beperkte dit beleid zich veelal tot subsidiëring en investeringen in (sport)infrastructuur (Houlihan, 2001; 2006; Scheerder e.a., 2006). Gaandeweg kwam in de jaren zestig en zeventig, voornamelijk in de West- en Noord-Europese landen, de focus te liggen op een stimuleringsbeleid met betrekking tot actieve sportbeoefening, geïnspireerd door de Sport voor Allen-idee en vaak gekoppeld aan Sport voor Allen-campagnes en een breder welzijnsbeleid. Noorwegen was de eerste lidstaat die een grootschalige Sport voor Allen-campagne op poten zette, maar ook Vlaanderen geldt als een van de pioniers op dit vlak (Scheerder & Vermeersch, 2009). Vanaf de laatste decennia van de vorige eeuw kleuren zowel publieke als private actoren, profit en non-profit spelers, als clubgeorganiseerde en andersgeorganiseerde aanbieders en deelnemers het sportlandschap (Scheerder, 2007). De markt kent in dit landschap een groeiende rol, wat onder andere tot uiting komt in deelsegmenten zoals fitness en squash. Vandaag vervullen sportclubs nog steeds een prominente plaats in de sport, maar ze beschikken niet langer over een monopolie. Ze

opereren naast of samen met tal van overheidsinitiatieven en commerciële sportaanbieders (Scheerder & Vanreusel, 2004).

Vandaag geven dus zowel vrijwilligersorganisaties, openbare instanties als commerciële ondernemingen gestalte aan de sport- en bewegingssector. Deze organisatievormen behoren tot drie grote groepen van profitsectoren, met name: (i) het maatschappelijke middenveld (sportverenigingen), (ii) de overheid (sportadministraties), en (iii) de vrije markt (sportbedrijven). In het zogenaamde profitmodel van de sport (figuur 3.27) geven we dit schematisch weer. Hoewel deze drie 'hoofdspelers' op zich reeds in sterke mate autonoom functioneren, treden er tussen deze profitsectoren steeds meer vormen van samenwerking op waardoor een zo optimaal mogelijke communicatie tussen burgers (middenveld), politiek (overheid) en economie (markt) kan plaatsvinden.

Figuur 3.27 Model van profitsectoren in de sport



© Scheerder & Vos (2013)

Bron: Scheerder & Vos (2014: 121)

Hoewel in se dus drie hoofdsectoren onderscheiden worden, is het – zeker met betrekking tot de sportsector – hoe langer hoe meer duidelijk dat naast de drie kernsectoren (middenveld, overheid en

markt) ook steeds meer actoren en structuren terug te vinden zijn in zogenaamde gemengde sectoren. Deze gemengde of hybride sectoren combineren kenmerken van de hoofdsectoren.

Er kunnen drie gemengde sectoren gedefinieerd worden. Meer bepaald gaat het om (i) de publiek-private sector, (ii) het gesubsidieerd middenveld, en (iii) het vermarkt middenveld. Bij de publiek-private sector worden elementen uit de openbare sector gecombineerd met voordelen uit de commerciële sector. In het gesubsidieerd middenveld zijn middenveldorganisaties actief die financiële middelen ontvangen vanwege de overheid om taken uit te voeren waaraan een overheid waarde hecht omdat ze een maatschappelijke meerwaarde hebben. Het vermarkt middenveld wordt getypeerd door middenveldorganisaties die kenmerken integreren vanuit de commerciële markt en/of ondersteund worden vanuit de commerciële markt. Zo neigen bepaalde voetbalclubs naar quasi-bedrijven (bijvoorbeeld op het vlak van omzet), terwijl het juridisch gezien nog altijd om verenigingen zonder winstoogmerk gaat.

Uiteindelijk kunnen we in de sportsector zes profitsectoren onderscheiden: (i) de openbare sector, (ii) het gesubsidieerd middenveld, (iii) het niet-gesubsidieerd middenveld, (iv) het vermarkt middenveld, (v) de commerciële sector, en (vi) de publiek-private sector. Waar in de helft van vorige eeuw enkel de het middenveld een sportaanbod had, bieden nu deze zes verschillende sectoren sport aan. Het sportaanbod is uitgebreid en een stuk diverser geworden. Hieronder geven we een overzicht van de beschikbare cijfergegevens over het clubsportaanbod in Vlaanderen.

2.2 Tijdstrends in het clubsportaanbod¹⁹

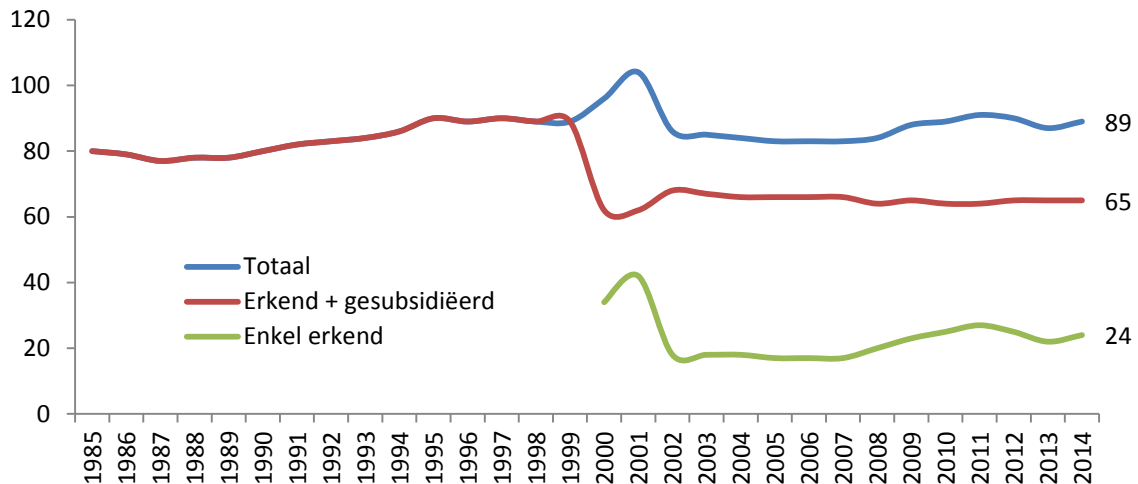
2.2.1 Evoluties in de sportfederatiesector

Sinds medio jaren zeventig subsidieert de Vlaamse overheid sportfederaties in Vlaanderen. De toekenning van subsidies gebeurt op basis van het sportfederatiedecreet. Dat decreet werd grondig herzien in 1999 en vervolgens opnieuw in 2001. Anno 2014 is duidelijk dat ook het decreet van 2001 aan een revisie toe is.

In figuur 3.28 geven we de evolutie van het aantal erkende en gesubsidieerde sportfederaties. Aanvankelijk kregen federaties die door de overheid werden erkend automatisch subsidies. Het decreet van 1999 aangaande de subsidiëring van de sportfederaties brak met deze gewoonte. Het decreet van 1999 had als doel om het aantal gesubsidieerde sportfederaties aanzienlijk te reduceren op de eerste plaats door het aanmoedigen van fusies. Hiermee wenste de overheid de versplintering en verzuiling van het clubgeorganiseerde sportlandschap tegen te gaan.

¹⁹ Cijfermateriaal is afkomstig uit Scheerder e.a. (2011b).

Figuur 3.28 Evolutie van het aantal sportfederaties in Vlaanderen naar erkenning en subsidiëring (1985-2014)



Bron: eigen verwerking o.b.v. Scheerder e.a. (2011: 118) en Bloso (2014a)

Uit figuur 3.28 leiden we af dat het aantal gesubsidieerde sportfederaties na de implementatie van het decreet van 1999 inderdaad daalde. Met het decreet van 2001 nam dit aantal licht toe om vervolgens quasi te stabiliseren tot op heden.

2.2.2 Evoluties in de sportclubsector

In dit luik bestuderen we tot slot de evolutie van het aantal sportclubs per sporttak voor de periode 1985-2009. Meer bepaald geven we per sporttak een overzicht van het aantal clubs dat is aangesloten bij een erkende sportfederatie inclusief de gesubsidieerde sportfederaties. De gegevens werden verwerkt aan de hand van dezelfde methode die gehanteerd werd om de evolutie van het aantal leden te bestuderen. Voor meer toelichting hieromtrent verwijzen we naar het methodologiehoofdstuk in het BMS8-rapport (Scheerder e.a., 2011b).

Net zoals het geval was voor het aantal leden, ontbreken er voor sommige sportfederaties gegevens met betrekking tot bepaalde jaartallen. In de mate van het mogelijke werden deze lineair doorgetrokken, of aangevuld op basis van een andere bron. Voor de unitaire KBVB, KBBB en de KBWB werd gebruik gemaakt van de cijfers van deze sportbonden. Om het aantal clubs uit Vlaams-Brabant te berekenen werd het aantal Nederlandstalige clubs uit 'Brabant' vermenigvuldigd met de factor van de verhouding van het aantal inwoners uit Vlaams-Brabant ten opzichte van het aantal inwoners uit Waals-Brabant en Brussel.

In tegenstelling tot de berekening van het aantal leden, bleek het niet mogelijk om gegevens met betrekking tot bepaalde sportfederaties te traceren. Door het grote aantal ontbrekende cijfers voor de organisaties voor de sportieve vrijetijdsbesteding en de motorsport, geven we deze niet weer in

de tabel. Daarnaast beschikken we niet over het aantal sportclubs van Futsal, zodat voor voetbal een kleine onderschatting van het aantal sportclubs optreedt.

In tabel 3.4 wordt per sporttak het aantal sportclubs opgegeven voor de periode 1985-1999, gerangschikt van groot naar klein op basis van het jaartal 2009. Uit de gegevens mag blijken dat er in deze periode in Vlaanderen het meeste voetbalclubs waren, gevolgd door fietsclubs en volleybalclubs. Wanneer we kijken naar de gemiddelde jaarlijkse groei (GJG) van het aantal sportclubs per sporttak, constateren we dat de groei van sporten opvallend is in de eerste jaren na de erkenning. Dit geldt bijvoorbeeld voor fitness, reddend zwemmen, squash en triatlon. Andere sporten waarvan het aantal sportclubs snel gestegen is, zijn vechtsport, watersport en schermen. Voor de sporten dans en handbal zien we dan weer een sterke daling van het aantal sportclubs.

Tabel 3.4 Evolutie van het aantal sportclubs naar sporttak (exclusief de omnisportfederaties, inclusief KBVB, KBWB, KBBB) voor de periode 1985 tot 1999 in Vlaanderen, aangevuld met de gemiddelde jaarlijkse groei (GJG) in percentage

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	GJG
Voetbal	2 845	2 856	2 820	2 777	2 753	2 571	2 524	2 434	2 858	2 847	2 828	3 083	3 119	2 957	2 899	0,13
Sportief fietsen	1 167	1 148	1 126	1 080	1 049	1 037	1 033	1 022	1 018	997	920	982	1 075	948	964	-1,36
Paardensport	392	400	406	404	398	399	420	425	423	431	438	445	454	459	474	1,37
Vechtsport (zonder judo)	303	307	324	326	355	366	343	398	416	528	551	564	618	595	556	4,43
Fitness											28	40	72	77	73	27,07
Tennis	448	471	484	499	497	496	511	520	518	516	535	501	501	502	505	0,86
Sportief wandelen	253	262	277	300	305	310	338	361	367	352	352	367	370	392	395	3,23
Gymnastiek	820	813	815	779	774	757	762	753	753	737	711	664	638	574	544	-2,89
Volleybal	942	921	892	883	862	846	851	845	831	812	795	770	746	730	726	-1,84
Dans	642	637	616	633	601	572	564	549	525	504	479	458	437	428	407	-3,20
Basketbal	402	407	401	405	401	410	406	398	367	400	401	402	400	397	375	-0,50
Judo	274	270	274	272	268	270	267	268	263	265	261	264	268	270	274	0,00
Badminton	149	176	186	203	212	213	223	193	189	191	188	188	190	188	189	1,71
Schietsport	289	274	278	285	286	277	247	252	249	242	243	244	249	240	232	-1,56
Tafeltennis	346	358	348	345	334	329	333	330	326	330	339	335	331	333	332	-0,29
Watersport	152	289	295	301	301	299	307	306	306	293	296	297	292	281	270	4,19
Diepzeeduiken				96	98	99	99	101	102	105	116	121	124	121	129	2,72
Zwemmen	98	102	99	102	106	108	111	109	111	113	113	110	113	116	117	1,27
Atletiek	110	109	108	109	107	105	106	105	101	100	101	101	98	97	94	-1,12
Squash												62	77	87	87	8,84
Bergsport	208	231	213	215	221	223	230	235	226	228	214	207	209	201	202	-0,21
Korfbal	67	69	66	67	65	65	67	69	69	72	71	71	65	67	65	-0,22
Handbal	84	86	95	92	87	81	82	76	73	68	68	69	69	62	60	-2,37
Triatlon											51	53	61	65	60	4,15
Kano	31	32	32	34	37	40	42	43	41	42	42	42	39	40	40	1,84
Reddend zwemmen																
Baseball en softball	26	27	29	29	32	34	34	34	36	26	26	22	23	24	24	13,35
Rugby	11	11	11	12	12	12	12	13	24	13	16	21	25	23	21	-0,57
Rollersport	21	23	20	18	18	18	19	20	20	23	22	21	22	32	35	4,73
Schermen	8	10	10	13	13	14	15	16	16	17	18	18	18	17	16	3,72
Kunstschaatsen	11	12	12	12	12	13	13	12	12	13	13	13	13	13	15	5,08
Roeien	12	12	12	12	12	12	12	12	11	11	11	11	11	11	12	2,24
Oriëntatie/lopen						4	5	6	5	5	5	5	5	4	4	0,00
Krachtsport	366	355	371	390	365	395	401	398	408	390	421	418	412	407	378	0,00
Totaal	10 477	10 668	10 620	10 693	10 591	10 388	10 395	10 321	10 684	10 689	10 693	10 997	11 175	10 793	10 609	0,13

Bron: Scheerder e.a. (2011: 121)

In tabel 3.5 staat de evolutie van het aantal sportclubs voor de periode 2000-2009. Zo zien we dat het aantal fietsclubs sterk in de lift zit. Het aantal fitnessclubs is eveneens aanzienlijk gestegen, getuige de vijfde plaats van deze sporttak in 2009. Bij het analyseren van de gemiddelde jaarlijkse groei (GJG) is het belangrijk om rekening te houden met het decreet omtrent de erkenning van de sportfederaties uit 1999. Ten gevolge van dit decreet werden een aantal sportfederaties (voorlopig) niet meer erkend in 2000, waardoor het aantal sportclubs tussen 1999 en 2000 voor verschillende sporten aanzienlijk is gedaald. Een andere mogelijke verklaring voor bepaalde forse stijgingen zijn fusies met (kleinere) niet-erkende sportfederaties. Zo werd bijvoorbeeld de Belgische Bond voor Rijwieltoerisme in 2008 opgesplitst in een Vlaamse en een Waalse bond, waarna de Vlaamse vleugel een samenwerking is aangegaan met de Vlaamse Wielrijdersbond.

Tabellen 3.6 en 3.7 geven de cijfers weer voor enkele omnisportorganisaties. Uit de cijfers blijkt dat in de periode van 1985-1999 het aantal senioren- en bedrijfssportclubs gedaald is. Het aantal clubs in de gehandicaptensport en de studentensport is daarentegen aanzienlijk gestegen. Tabel 3.7 schetst de periode vanaf 2000 tot en met 2009. Hieruit blijkt dat het aantal seniorensportclubs sinds de eeuwwisseling – in tegenstelling tot de periode vóór 2000 – wel gestegen is, net zoals het aantal bedrijfssportclubs. Het aantal clubs voor gehandicaptensport is eveneens gestegen vanaf 2000, terwijl dit voor de studentensport gedaald is.

Tabel 3.5 Evolutie van het aantal sportclubs naar sporttak (exclusief de sportclubs van de omnisportfederaties, inclusief KBVB, KBWB, KBBB) in Vlaanderen voor de periode 2000 tot 2009, aangevuld met de gemiddelde jaarlijkse groei (GJG) in percentages

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	GJG
Voetbal	3 028	3 530	3 571	3 021	3 113	3 068	3 130	3 137	3 220	3 320	1,03
Sportief fietsen	524	572	602	624	693	727	1 296	1 374	1 664	1 907	15,43
Paardensport	642	667	684	701	811	751	790	831	858	873	3,48
Vechtsport (zonder judo)	574	669	553	550	561	571	603	652	655	661	1,59
Fitness	105	164	166	147	150	132	139	152	529	550	20,20
Tennis	508	511	498	490	490	491	490	487	481	487	-0,47
Sportief wandelen	411	409	352	368	354	380	389	395	397	398	-0,36
Gymnastiek	388	371	370	364	354	359	356	353	332	325	-1,95
Volleybal	415	403	385	364	374	368	353	354	332	325	-2,68
Dans	344	346	337	340	328	327	328	306	321	306	-1,29
Basketbal	348	342	335	338	322	305	301	295	293	291	-1,98
Judo	267	270	268	262	253	242	244	238	235	231	-1,60
Badminton	191	181	182	187	190	199	201	203	206	208	0,95
Schietsport	306	300	211	204	201	198	190	196	198	200	-4,62
Tafeltennis	208	203	200	194	193	197	192	190	188	183	-1,41
Watersport	242	251	209	209	181	171	176	176	178	181	-3,18
Diepzeeduiken	134	131	140	146	148	155	156	158	161	164	2,27
Zwemmen	121	121	123	126	129	129	131	132	131	131	0,89
Atletiek	96	89	90	90	90	89	89	89	90	89	-0,84
Squash	81	74	64	63	59	61	64	66	63	65	-2,42
Bergsport	78	77	49	52	56	55	54	54	56	58	-3,24
Korfbal	65	65	64	64	66	66	64	61	61	58	-1,26
Handbal	57	57	56	55	55	55	55	55	55	57	0,00
Triatlon	56	53	55	55	52	52	52	56	53	56	0,00
Golf	49	50	50	51	49	49	50	51	52	52	0,56
Kano	40	41	39	40	40	40	41	41	39	38	-0,57
Reddend zwemmen	33	35	36	37	34	38	35	36	33	33	0,00
Baseball en softball	25	23	23	22	24	24	22	22	21	25	0,00
Rugby	17	17	19	20	20	20	22	22	22	24	3,91
Rollersport	20	20	20	23	23	25	24	25	23	24	2,05
Schermen	19	18	17	18	18	21	21	21	23	24	2,63
Skisport	11	13	14	11	11	12	13	14	16	15	3,51
Kunstschaatsen	12	12	12	12	12	11	11	11	12	12	0,00
Roeien	12	12	13	15	13	13	14	13	13	12	0,00
Oriëntatielopen	4	4	4	5	5	5	6	6	6	7	6,42
Krachtbal	450	475	420	448	462	415	453	293	/	/	-5,95
Totaal	9 881	10 576	10 231	9 716	9 963	9 821	10 555	10 565	11 017	11 390	1,59

Bron: Scheerder e.a. (2011: 123)

Tabel 3.6 *Evolutie van het aantal sportclubs voor enkele omnisportfederaties in Vlaanderen voor enkele niet-sporttakken voor de periode 1985 tot 1999, aangevuld met de gemiddelde jaarlijkse groei (GJG) in percentages*

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	GJG
Senioren sport	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,007	1,141	716	807	884	939	-1,39
Bedrijfs sport	848	811	831	856	853	876	894	847	817	801	779	783	750	770	766	-0,72
Gehandicapten sport	106	127	122	141	144	171	185	199	198	215	224	208	236	255	248	6,26
Studentensport	6	9	10	12	12	22	32	37	44	40	44	35	35	30	30	12,18

Bron: Scheerder e.a. (2011: 124)

Tabel 3.7 *Evolutie van het aantal sportclubs voor enkele omnisportfederaties in Vlaanderen voor de periode 2000 tot 2009, aangevuld met de gemiddelde jaarlijkse groei (GJG) in percentages*

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	GJG
Senioren sport	922	921	991	984	992	1012	994	1023	1044	1122	2,21
Bedrijfs sport	591	556	440	448	498,5	459	454	511	584	706	2,00
Gehandicapten sport	138	134	142	137	143	143	159	175	175	185	3,31
Studentensport	27	20	22	22	22	24	23	24	22	21	-2,75

Bron: Scheerder e.a. (2011: 124)

In tabel 3.8 zetten we de gemiddelde jaarlijkse groei voor de periodes 1985-1999 en 2000-2009 nog eens samen, aangevuld met de groei voor de volledige periode 1985-2009. Dit laatste cijfer geeft niet alleen een samenvattend cijfer, maar kunnen we ook beschouwen als een cijfer waarin de decretale wijzigingen min of meer zijn uitgevlakt. Daar waar de groei in de eerste jaren van 2000-2009 deels het gevolg kan zijn van het (her)erkennen van sportfederaties (zie ook de relatief grote stijging van het aantal erkende sportfederaties in 2000 zoals aangegeven in figuur 3.28), veronderstellen we dat deze sportfederaties in 2009 opnieuw onderdak hebben gevonden in een erkende sportfederatie. Bijgevolg vangt de GJG voor de volledige periode 1985-2009 naar onze mening de decretale wijzigingen voor een groot deel op.

In tabel 3.9 geven we de verhouding weer tussen het aantal leden en het aantal sportclubs voor de jaartallen 1985, 1999, 2000 en 2009. Uit deze verhouding komt naar voren dat golfclubs gemiddeld gezien het meeste leden hebben per sportclub, gevolgd door atletiek en gymnastiek. Bij fitness-, krachtbal- en vechtsportclubs zijn daarentegen gemiddeld gezien minder leden aangesloten.

Wanneer we het totaal aantal leden delen door het totaal aantal sportclubs, blijkt dat het aantal leden per sportclub gestegen is in de periode tussen 1985 en 1999, met name van 72 naar 89. Tussen 1999 en 2000 zien we een aanzienlijke stijging in het aantal leden per sportclub, meer bepaald van 89 naar 102. Dit heeft op de eerste plaats te maken met de invoering van het decreet van 1999. In de periode na 2000 is het aantal leden per sportclub ongeveer constant gebleven. Uit deze cijfers mag blijken dat er in de periode tussen 1985 en 2000 een schaalvergroting van sportclubs heeft plaatsgevonden.

Tabel 3.8 De gemiddelde jaarlijkse groei (GJG) van het aantal sportclubs van erkende sportfederaties (inclusief KBVB, KBWB, KBBB) voor de periode 1985-1999, 2000-2009 en 1985-2009 in Vlaanderen, in percentages

Sporttak	GJG 1985-1999	GJG 2000-2009	GJG 1985-2009
Voetbal	0,13	1,03	0,65
Sportief fietsen	-1,36	15,43	2,07
Paardensport	1,37	3,48	3,39
Vechtsport (zonder judo)	4,43	1,59	3,30
Fitness	27,07	20,20	23,70
Tennis	0,86	-0,47	0,35
Sportief wandelen	3,23	-0,36	1,91
Gymnastiek	-2,89	-1,95	-3,78
Volleybal	-1,84	-2,68	-4,34
Dans	-3,20	-1,29	-3,04
Basketbal	-0,50	-1,98	-1,34
Judo	0,00	-1,60	-0,71
Badminton	1,71	0,95	1,40
Schietsport	-1,56	-4,62	-1,52
Tafeltennis	-0,29	-1,41	-2,62
Watersport	4,19	-3,18	0,73
Diepzeeduiken	2,72	2,27	2,58
Zwemmen	1,27	0,89	1,22
Atletiek	-1,12	-0,84	-0,88
Squash	8,84	-2,42	0,36
Bergsport	-0,21	-3,24	-5,18
Korfbal	-0,22	-1,26	-0,60
Handbal	-2,37	0,00	-1,60
Triatlon	4,15	0,00	0,67
Golf	/	0,56	0,56
Kano	1,84	-0,57	0,85
Reddend zwemmen	13,35	0,00	6,15
Baseball en softball	-0,57	0,00	-0,16
Rugby	4,73	3,91	3,30
Rollersport	3,72	2,05	0,56
Schermen	5,08	2,63	4,68
Skisport	/	3,51	3,51
Kunstschaatsen	2,24	0,00	0,36
Roeien	0,00	0,00	0,00
Oriëntatielopen	0,00	6,42	2,99
Krachtbal	0,23	-5,95	-1,01

Bron: Scheerder e.a. (2011: 126)

Tabel 3.9 Verhouding van het aantal leden per sportclub in Vlaanderen (inclusief KBVB, KBBB, KBWB) per sporttak, in 1985, 1999, 2000 en 2009

	1985	1999	2000	2009
Golf	/	/	471	620
Atletiek	140	192	186	424
Gymnastiek	109	156	211	330
Tennis	199	215	226	303
Zwemmen	147	244	267	265
Bergsport	45	90	197	253
Oriëntatielopen	/	413	427	217
Watersport	200	117	151	175
Sportief wandelen	125	160	158	156
Basketbal	81	126	140	153
Skisport	/	/	138	140
Kunstschaatsen	69	83	53	139
Rugby	42	49	90	127
Roeien	109	133	130	126
Volleybal	44	58	88	118
Korfbal	84	94	106	104
Dans	57	78	82	102
Voetbal	98	106	107	98
Badminton	41	63	67	91
Schietsport	25	56	50	89
Handbal	51	84	94	88
Reddend zwemmen	/	87	107	81
Kano	76	81	81	77
Judo	66	67	77	77
Baseball en softball	42	69	68	71
Rollersport	59	48	79	71
Diepzeeduiken	/	72	77	61
Schermen	74	50	81	54
Triatlon	/	21	28	48
Sportief fietsen	5	19	40	47
Squash	/	47	50	47
Tafeltennis	28	33	38	44
Paardensport	26	38	38	42
Vechtsport (zonder judo)	33	40	42	32
Krachtbal ²⁰	17	20	16	24
Fitness	/	35	60	10
Gemiddelde	72	89	102	101

Bron: Scheerder e.a. (2011: 127)

²⁰ De verhouding voor krachtbal is gebaseerd op het jaartal 2007 in plaats van 2009.

2.3 Troeven van de sportclub

In Vlaanderen geven drie sportaanbieders vorm aan het sportlandschap, met name de verenigingssector (sportclubs en sportfederaties), de openbare sector (sportadministraties en sportdiensten) en de commerciële sector (sportbedrijven en sportondernemingen). In tabel 3.10 wordt een vergelijking gemaakt tussen de sportclubs die het middenveld bekleden, de fitnesscentra die de commerciële sector bekleden en de sportdiensten die de overheidssector vertegenwoordigen, voor wat betreft een aantal organisatiekenmerken zoals aantal, eigenaarschap, profit-oriëntatie, basisprincipe, rol, inkomsten en human resources. Uit de vergelijking blijkt dat sportclubs zich op verscheidene manieren onderscheiden van de andere aanbieders. Zo zijn ze groter in aantal, richten ze zich op social profit en bekleden vrijwilligers een belangrijke rol in de organisatie.

Tabel 3.10 *Profiel van sportclubs, fitnesscentra en gemeentelijke sportdiensten in Vlaanderen*

	Sportclubs	Fitnesscentra	Gemeentelijke sportdiensten
Aantal	23 900	510	308
Eigenaarschap	Privaat	Privaat	Publiek
Profit-oriëntatie	Social profit	Economic profit	Public profit
Basisprincipe	Solidariteit, engagement	Vraag en aanbod, productie en consumptie	Collectiviteit, solidariteit, marktconcurrentie
Rol	Aanbieder	Aanbieder	Aanbieder + regisseur
Inkomsten	Lidgelden, subsidies, geldacties, sponsoring	Klanten (abonnementen)	Publieke middelen
Human resources	Vrijwilligers	Betaalde krachten (werknemers + zelfstandigen)	Betaalde krachten + vrijwilligers

Bron: Vos & Scheerder (2011)

Uit onderzoek komen enkele belangrijke troeven van de sportvereniging naar boven. Zo blijkt de sportclub de *populairste verenigingsvorm* te zijn bij 14- tot en met 85-jarigen in Vlaanderen anno 2009 (zie tabel 3.11). Met 23,7 procent van de Vlaming tussen 14 en 85 jaar, staat de sportclub hoog boven andere verenigingstypes, zoals de ontspanningsvereniging (10,9 procent) of de politiek-culturele vereniging (10,6 procent) (Smits, 2011).

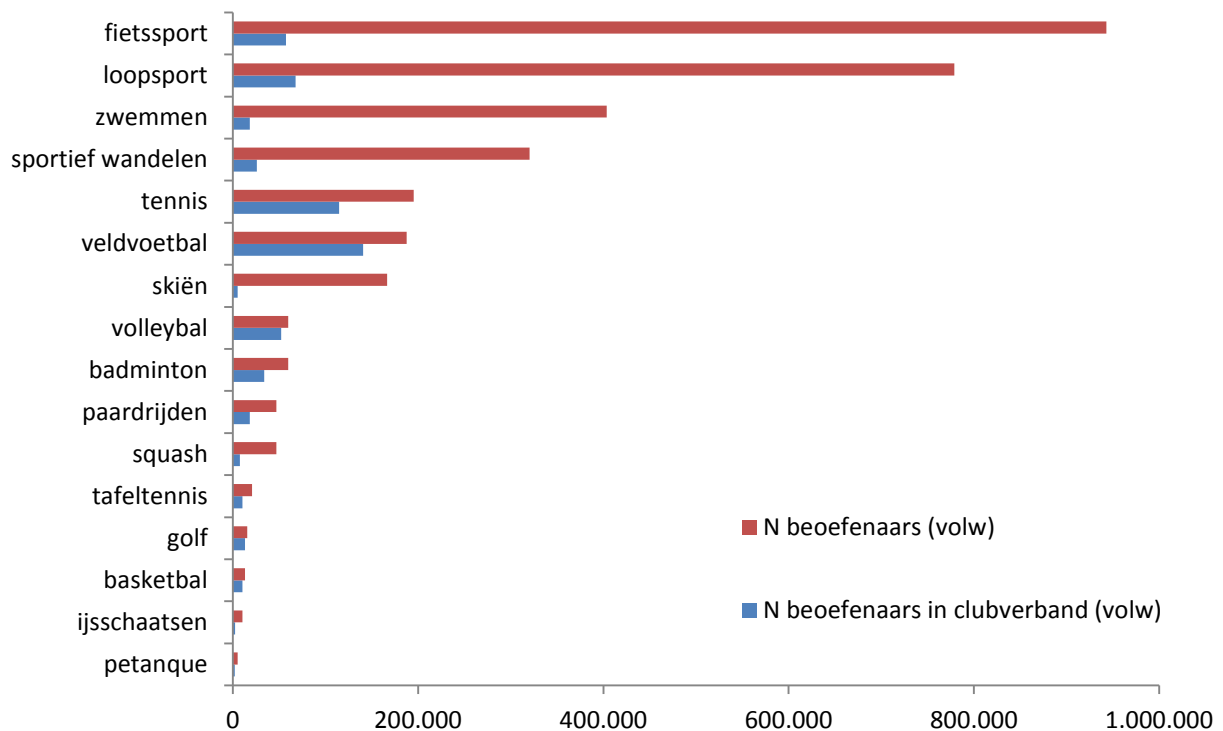
Tabel 3.11 Actief lidmaatschap van een vereniging bij 14-tot en met 85-jarigen in Vlaanderen anno 2009

	Verenigingstype	% lid
1	Sportclub	23,7
2	Ontspanningsvereniging (hobbyclub, cafévereniging, serviceclub, socio-culturele vereniging)	10,9
3	Politiek-culturele vereniging (cultuurfonds, erfgoedvereniging, amateurkunstenvereniging, politieke partij, religieuze vereniging)	10,6
4	Oude sociale beweging (beroeps- of vakorganisatie, mutualiteit)	8,3
5	Sociale beweging (derdewereld- of vredesvereniging, mensenrechten- en antiracistische vereniging, helpende vereniging, doelgroepspecifieke vereniging, milieuvereniging)	8,0

Bron: Smits (2011)

Daarnaast blijkt de sportclub een garantie te zijn voor *regelmatige sportbeoefening*. Uit onderzoek van Scheerder e.a. (2006) blijkt dat wie actief lid is van een sportclub meer kans heeft om frequent tot zeer frequent aan sport te doen. Naast een garantie voor regelmatige sportbeoefening, blijkt de sportclub ook een garantie voor een *lifetime sportbeoefening*, want wie tijdens de jeugd in clubverband aan sport deed heeft meer kans om als volwassene aan sport te doen (niet noodzakelijk in clubverband) (Scheerder e.a. 2006, 2008). Zowel de overheid, als het onderwijs en de ondernemers- en onderzoekswereld erkennen de socialiserende, integrerende en democratiserende werking van sportclubs. De sportclub brengt *maatschappelijk kapitaal* met zich mee, terwijl de overheid de clubsport via allerlei decreten tracht te reguleren en stimuleren. Bovendien heeft de sector van de clubsport nog *groeipotentieel*. Uit figuur 3.29 blijkt dat de populairste sporten (fietsen, lopen, zwemmen en sportief wandelen) in sterke mate onafhankelijk van het clubgebeuren plaatsvinden. Hier bevindt zich bijgevolg een grote markt die voor de sportclubs een opportuniteit en uitdaging vormt. Hiernaast zijn er populaire sporten die toch het merendeel van de beoefenaars weten binden (tennis en voetbal). Tot slot blijkt dat hoe minder populair de sport is, hoe groter de kans dat deze in clubverband beoefend wordt.

Figuur 3.29 Groeipotentieel clubsport. Aantal beoefenaars en aantal beoefenaars in clubverband per sport voor volwassenen



Bron: Scheerder e.a. (2015, in voorbereiding)

2.4 Troeven sportvereniging versus nieuwe behoeften

Uit de participatiecijfers hierboven blijkt dat het verenigingsleven geconfronteerd wordt met een aantal maatschappelijke veranderingen en behoeften. Nieuwe doelgroepen met eigen verwachtingen dienen zich aan maar vinden niet noodzakelijk aansluiting bij het bestaande verenigingsaanbod. Deze maatschappelijke trends stellen niet zozeer het bestaan van de sportorganisaties op de proef, maar wel het functioneren ervan (Scheerder & Vanreusel, 2006). Het is duidelijk dat vanuit een flexibel tijdsbesteding- en consumptiepatroon gebruikers van diensten steeds meer op zoek zijn naar eigentijdse en haalbare manieren van zich organiseren en zich binden in verhouding tot de aanbieders. Ook heel wat sportparticipanten willen zelf kunnen bepalen hoe, wanneer, waar, met wie, ... zij aan sport doen zonder daarvoor in te sterke mate afhankelijk te zijn van opgelegde structuren. In tabel 3.12 worden de traditionele troeven van de sportvereniging tegenover de nieuwe hedendaagse behoeften geplaatst.

Tabel 3.12 *Traditionele troeven van de sportclub versus nieuwe sport- en bewegingsbehoeften*

Traditionele troeven sportclub	Nieuwe sport- en bewegingsbehoeften
Beschikbaarheid specifieke accommodatie	Alternatieve sportinfrastructuur (park, bos, Finse piste)
Technische en agogische ondersteuning (training en begeleiding)	Persoonlijke training en advies
Systeem van competitie, toernooien, kampioenschappen, ...	Geen te strakke banden met organisaties, flexibel aanbod
Inbedding in een breder sociaal verband (gezelligheid, groepsbinding, ...)	Individuele fitheid en/of collectieve ontspanningsmomenten

Heel wat 'nieuwe' sportparticipanten zijn veeleisende sportconsumenten geworden, op zoek naar een kwalitatief en flexibel aanbod, informatie over sport, individuele fitheid en/of collectieve ontspanningsmomenten. Op zich hoeft deze tendens niet te betekenen dat traditionele aanbieders als sportfederaties en sportclubs geen rol meer zouden kunnen spelen. Integendeel, als dienstverlenende organisaties kunnen zij deels aan de behoeften van (nieuwe) sporters tegemoet komen. Troeven die federaties en clubs traditioneel kunnen uitspelen, zijn de beschikbaarheid van een specifieke accommodatie, de technische en agogische ondersteuning (bijvoorbeeld in de vorm van training en begeleiding), de organisatie van wedstrijden alsook de inbedding van het sportgedrag in een breder sociaal verband. Beoefenaars van lichte sport- en bewegingsvormen als loop- en fietssport, fitness of recreatief wandelen en zwemmen blijken echter minder waarde aan deze functies te hechten. Dit type van sporter heeft niet per se specifieke of zware sportaccommodaties nodig. Voor training en begeleiding kunnen zij terecht op internet of in één van de speciaalzaken. En voor de deelname aan wedstrijden kunnen zij zich, wanneer het hen uitkomt, inschrijven voor deelname aan sportevenementen die buiten verenigingsverband worden georganiseerd. Met haar traditionele troeven zal de klassieke sportaanbieder sporters bijgevolg niet makkelijk meer aan zich kunnen binden (Scheerder e.a., 2012).

Om een vooraanstaande rol te (blijven) vervullen, zal de vereniging in het veranderende sportlandschap dan ook moeten nagaan in hoeverre zij (nieuwe) leden op een 'lichtere' wijze kan en wil binden, en daarvoor nieuwe functies, producten, diensten en lidmaatschapsvormen kan ontwikkelen. *Differentiatie* in functie van de beoogde doelgroep(en) lijkt hierbij de sleutel. Het sterk gediversifieerde sportlandschap vraagt immers om een gedifferentieerde benadering van doelgroepen. Door zich meer klant- dan productgericht op te stellen, zullen zij een middel in handen hebben op basis waarvan zij hun ledenbestand kunnen behouden en/of nieuwe leden kunnen

aantrekken. Het incorporeren van andere en lichtere formules inzake lidmaatschap kan hier een eerste aanknopingspunt zijn. Door het aanbod voldoende te differentiëren kunnen andere en nieuwe doelgroepen worden aangesproken die vooralsnog geen sterke aansluiting vinden bij de clubsport. Op haar beurt heeft de clubgeorganiseerde sector ook troeven die voor 'lichtere sportgebruikers' interessant kunnen zijn. Denken we hierbij maar aan het beschikbaar stellen van sportinfrastructuur, het aanbieden van trainingsadvies, de mogelijkheid om mensen op een positieve manier bij elkaar te brengen, etc. Flexibilisering, differentiatie en segmentatie blijken een belangrijke aanzet te zijn tot tegemoetkoming aan de nieuwe behoeften van de sporter in Vlaanderen anno 2014. Of een dergelijke verschuiving in attitude haalbaar is, zal sterk bepaald worden door de aard en dynamiek van de vereniging als vrijwilligersorganisatie (Scheerder e.a., 2012).

In tegenstelling tot de overheid en het maatschappelijke middenveld, blijkt de markt al behoorlijk meer ervaring te hebben opgebouwd met lichte sportgebruikers. Het aanbod van commerciële sportaanbieder vertoont immers heel wat kenmerken van lichte sportbeleving. Bovendien zijn organisatoren en uitbater van commerciële sportmogelijkheden (sportieve massa-evenementen, fitnesscentra, enzovoort) voortdurend op zoek naar technieken om (toekomstige) klanten op een eigentijdse en dus meestal lichte, losse en vluchtige wijze te binden. Het is opvallend hoezeer commerciële sportaanbieders actief zijn op groeimarkten waarop ook lichte sportgemeenschappen goed scoren. Met name vrouwen, ouderen, non-participanten en ook steeds meer jongeren zijn segmenten die bij het (her)opstarten van hun sportloopbaan heel wat kenmerken vertonen van lichte gebruikers. Ook sportfederaties en sportclubs zouden best (nog) meer aandacht hebben voor specifieke doelgroepen die zij tot op heden nog niet (voldoende) bereiken (Scheerder e.a., 2012).

Indien sportfederaties –en clubs een vooraanstaande rol willen blijven vervullen in het veranderende sportlandschap zullen zij de confrontatie moeten aangaan met enkele grote uitdagingen. Deze uitdagingen en de kansen die hieruit voortkomen worden in het volgende hoofdstuk verder besproken.

HOOFDSTUK 4

NIEUWE UITDAGINGEN EN KANSEN VOOR DE SPORT- EN BEWEGINGSSECTOR

De beschreven verschuivingen in vraag en aanbod in de sport- en bewegingssector weerspiegelen dat sport niet ontsnapt aan de verschuivingen die zich in de samenleving voordoen. Bijgevolg is ook de positie van sportclubs en sportfederaties aan verandering onderhevig. In dit hoofdstuk gaan we na welke uitdagingen dit met zich meebrengt. Waarna we onderzoeken hoe deze ontwikkelingen als kansen beschouwd kunnen worden voor de clubsgeorganiseerde sportsector.

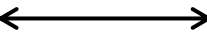
1. Uitdagingen voor de sport- en bewegingssector

Zoals beschreven in de voorgaande hoofdstukken, hebben verschillende maatschappelijke verschuivingen en trends hun invloed op de sportsector. Daar het middenveld haar quasi-monopolie als aanbieder van de sport is verloren (door o.a. commercialisering, individualisering, medicalisering) en ook de complexiteit en diversiteit aan de vraagzijde van de sport (lees: de noden van de participant) zijn toegenomen (door o.a. individualisering en demografische verschuivingen), heeft er zich een spanningsveld in het sportlandschap ontwikkeld. In dit deel gaan we dieper in op dit spanningsveld waarbij een vergelijking wordt gemaakt tussen de ‘traditionele’ en de ‘nieuwe’ lijn in de sport- en bewegingssector. Vervolgens worden de bijhorende gevolgen voor de vraag en het aanbod in de (club)georganiseerde sport beschreven. Uitdagingen voor de sportclub worden aangehaald.

1.1 Traditionele versus nieuwe lijn in de sport- en bewegingscultuur

Zoals beschreven in hoofdstuk 1, komen zowel een traditionele als een nieuwe lijn in de sport- en bewegingscultuur gelijktijdig voor. Het spanningsveld tussen de traditionele en de nieuwe lijn komt tot uiting op drie terreinen die verder geduid worden op basis van drie bijhorende modellen (zie tabel 4.1.) Deze modellen werden op een inductieve werkwijze opgesteld en worden toegelicht aan de hand van voorbeelden uit de hedendaagse samenleving en sport- en bewegingscultuur.

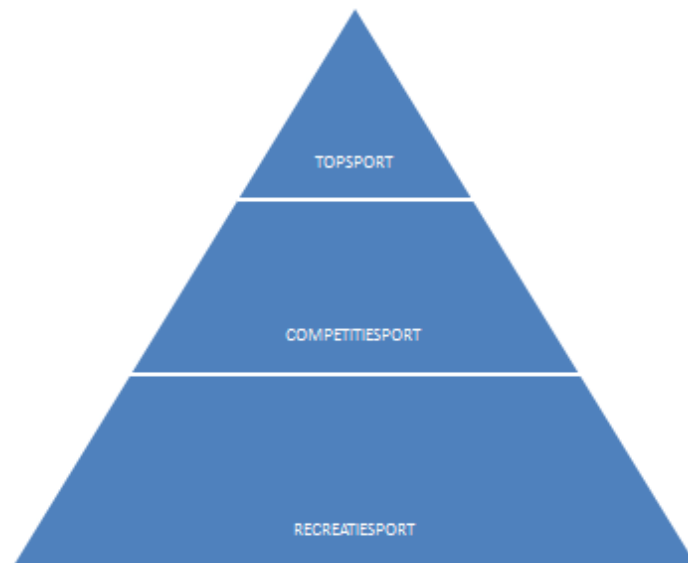
Tabel 4.1 *Spanningsveld in het sportlandschap*

<i>Focus</i>	Traditionele lijn		Nieuwe lijn	<i>Focus</i>
Hiërarchie	Top-down model		Participatie model	Inspraak (deelnemen en deelhebben)
Productiviteit	Centralisatie model		Netwerk model	Creativiteit (verweven en innoveren)
Remedie	Curatief model		Preventief model	Verantwoordelijkheid (voorkomen en behouden)

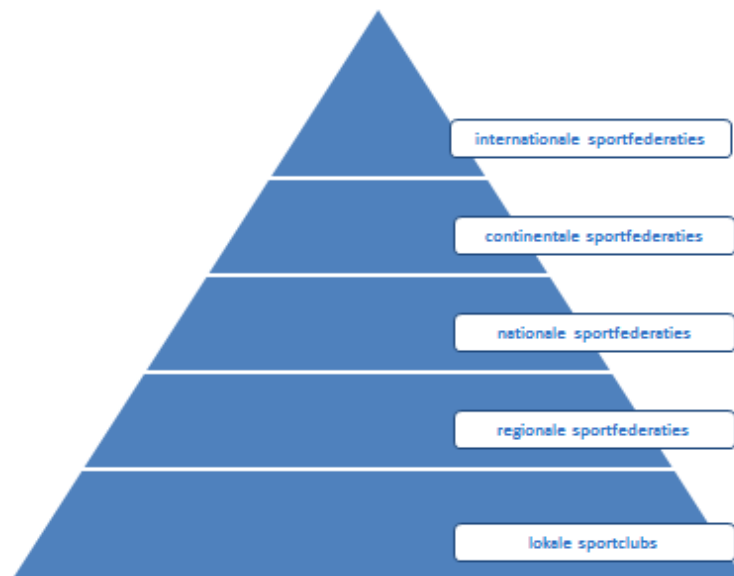
1.1.1 Top-down- versus participatiemodel

In eerste instantie wordt de traditionele lijn gekenmerkt door een sterk top-down model, waar hiërarchie centraal staat. De focus ligt hier op een relatief grote invloed en aansturing van bovenaf. Top-down management kan als een traditionele, lange tijd als ‘ideaal’ gepercipieerde vorm werd voorgesteld, zowel in kleine als grote organisaties. In het top-down model ligt de beslissingsmacht in handen van een selecte groep hooggeplaatsten.

Ook de sportwereld wordt door dit top-down model gekenmerkt, met als prototype de hiërarchische piramidestructuur van het sportlandschap dat binnen het Europese model een sterke traditie kent (zie figuur 4.1). De idee hierachter is dat een grote groep van (recreatie)sporters de basis vormt voor een kleine groep van elitesporters (cf. topsporters). Het piramidemodel plaatst bijgevolg de breedte- en topsport in een onderlinge hiërarchische verhouding. Ook de organisatie van de clubgeorganiseerde sport wordt traditioneel op een hiërarchische wijze voorgesteld (zie figuur 4.2). Meer bepaald wordt er een onderscheid gemaakt tussen vijf geledingen. Aan de basis van dit model treffen we de lokale sportclubs. Sportclubs behoren tot regionale sportfederaties, die op hun beurt deel uitmaken van nationale sportfederaties. De nationale sportfederaties worden gegroepeerd in continentale en vervolgens internationale sportfederaties. De federaties zijn koepelstructuren en worden geacht de belangen van hun leden te behartigen. Het piramidale sportmodel is een schoolvoorbeeld van een top-down-organisatie (Scheerder & Vandermeerschen, 2013).

Figuur 4.1 Het piramidemodel van de sport

Bron: Scheerder & Vandermeersch (2013: 60)

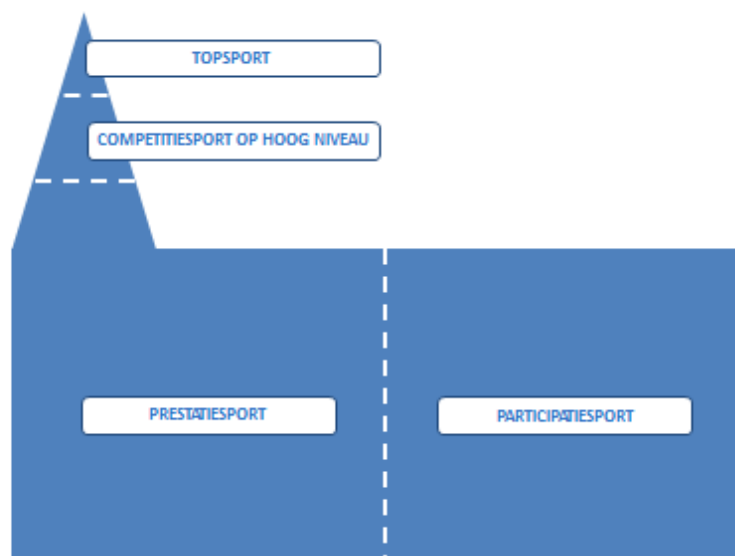
Figuur 4.2 Het piramidale organisatiemodel van de sport

Bron: Scheerder & Vandermeersch (2013: 63)

De afgelopen decennia is het sportlandschap dermate geëvolueerd waardoor het piramidemodel niet meer volstaat om het rijke veld van de sport- en bewegingscultuur in haar geheel weer te geven. Zo dient niet zonder meer aangenomen te worden dat topsport een voedingsbasis vormt voor breedtesport. Niet de breedtesporters maar wel een beperkte, specifieke groep onder hen, met name getalenteerde (jeugd)sporters, vormen de aanvoer richting doorgedreven competitie- en topsport. Om een volwaardig alternatief te bieden voor de beperkingen van het piramidemodel, ontwikkelde Scheerder (2007) het zogenaamde *kerkmodel* (zie figuur 4.3) (Scheerder & Vandermeersch, 2013). In dit model wordt de gelijkwaardigheid en de eigenheid van de

verschillende sportmodi bewaard. Bovendien worden tussen de verschillende modi van sport – i.c. topsport, competitiesport op hoog niveau, prestatiesport en participatiesport – geen ‘tussenschotten’ (zoals in het piramidaal model) maar overgangszones geplaatst. Dit impliceert de mogelijkheid tot ‘vlotte’ transitie tussen de verschillende in elkaar overlopende sportmodi. Uit deze transitiezones blijkt dat er sprake is van potentiële wederzijdse wisselwerking en uitwisseling tussen de verschillende sportentiteiten (Scheerder & Vandermeersch, 2013).

Figuur 4.3 Het kerkmodel van de sport



Bron: Scheerder & Vandermeersch (2013: 73)

De beperkingen van het piramidemodel tonen aan dat het traditionele top-down model niet meer volstaat en dat een tweede, nieuwe lijn, zich opdringt. Inspraak staat centraal in deze nieuwe lijn. De hedendaagse samenleving kent verscheidene initiatieven met een politieke, economische of socioculturele invulling die hierbij aansluiten. Zo is er de opkomst van de *deliberatieve democratie* als vorm van publieke besluitvorming waarbij informatievergaring, overleg en uitwisseling van argumenten een belangrijk gegeven vormen. Hierbij is het streefdoel om met een diverse groep van burgers tot een politiek besluit te komen, nadat burgers adequaat geïnformeerd zijn over de problematiek en de nodige tijd krijgen om met elkaar te overleggen over de best mogelijke oplossing. Dit is een aanvullend alternatief voor zowel *directe democratie* als *vertegenwoordigende democratie*. Ook de *Occupybeweging* is een hedendaags voorbeeld van de ‘nieuwe lijn’ en zet zich af tegen het top-down model met bijhorende hiërarchie. De Occupybeweging is een eerder ongeorganiseerde internationale protestbeweging die zich richt tegen economische en sociale ongelijkheid. De protestgroepen verschillen sterk in focus, met als overeenkomst het verzet tegen de concentratie van macht van grote ondernemingen en financiële instellingen die disproportioneel voordeel zouden

hebben van het wereldwijde economische systeem en die ten koste zouden gaan van de bevolking en de democratie. De sociale media spelen een belangrijke rol bij het coördineren van protesten en het verbinden van individuen. Facebook, Twitter en Youtube worden intensief gebruikt om massaprotesten op poten te zetten, om de bevolking op de hoogte te houden en om nieuwe individuen aan te trekken om deel te nemen. Beide voorbeelden leggen duidelijk de nadruk op inspraak van de gewone burger. James Surowiecki (2004) verdedigt in zijn boek *The Wisdom of Crowds* het standpunt dat een grote groep van leken in bepaalde omstandigheden meer weten dan een beperkte groep van deskundigen. Alternatieve financieringsvormen, zoals *crowdfunding*, sluiten eveneens aan bij de nieuwe lijn van deelnemen en deelhebben. Crowdfunding, i.c. het verzamelen van fondsen bij het publiek, is op zich geen nieuw gegeven. Denk maar aan de taartenverkoop van allerlei jeugdbewegingen of sportclubs om een kamp of stage te financieren. Tegenwoordig worden echter wervende internetplatformen en sociale media ingezet om bijdragen te verzamelen. In de sport kennen we het voorbeeld van Bart Swings die zijn deelname als schaatser aan de Olympische Winterspelen van 2014 gedeeltelijk liet financieren via crowdfunding. Eén van de troeven van crowdfunding is de dynamiek die ontstaat tussen oproeper en crowd. Een goede communicatiestrategie is hier cruciaal. Daarnaast is er directe feedback en dialoog en ontstaat er een community. Alles is zeer transparant en democratisch. Men ziet wat er met het geld gebeurt en waar het geld vandaan komt. Projecten rond 'civic crowdfunding' worden de laatste jaren ontwikkeld. Hierbij worden publieke goederen gefinancierd door particuliere fondsen, bijvoorbeeld het opknappen van buurthuizen, het realiseren van voetgangersbruggen, etc. Op die manier wordt ingespeeld op tendensen van actief burgerschap. Belangrijk is dat crowdfunding geen excuus mag zijn voor krimpende overheidsbudgetten, maar wel een katalysator in krachtige lokale netwerken. Zo is er in Groot-Brittannië spacehive.com, een crowdfundingplatform met onder andere projecten voor publieke speelpleinen of een boulderzaal. Growfunding Bxl probeert via publieke fondsen middelen te verzamelen voor het aanleggen van fietspaden in Brussel (Nassen, 2014).

Ook de sport- en bewegingssector kent initiatieven die sterk focussen op inspraak van de deelnemers. Zo primeert bij *participatiesport* het proces op het resultaat en is deelnemen bij deze sport- en bewegingsvariant belangrijker dan winnen. Ontspanning, plezier, gezondheid, gezelligheid, avontuur, ... zijn dominante waarden bij participatiesport. Net als grassroots sport, ligt participatiesport in de lijn van de Sport voor Allen-ideologie. *Grassroots sport* omvat de recreatieve sportparticipatie op laag niveau waar plezier de belangrijkste reden tot participatie is. Hierbij is meer en meer van belang dat de participanten zelf kunnen kiezen waar, wanneer en met wie ze aan sport doen. Participatiesport ontstaat dan ook vaak van onderuit/bottom-up.

Uit de bovenstaande beschrijving van de hedendaagse sport- en bewegingscultuur blijkt dat 'participatie' meer dan ooit centraal staat. Hierbij ligt de focus op inspraak van de sportparticipant, deze is geen onderdeel meer van de traditionele hiërarchie, maar wil zowel deelnemen als deelhebben. Hierbij is een overgang van aanbodgestuurde naar vraaggestuurde sport van cruciaal belang om de hedendaagse sporter te blijven aanspreken, we spreken dan ook van het 'participatiemodel'.

1.1.2 Centralisatie- versus netwerkmodel

In tweede instantie wordt de traditionele lijn gekenmerkt door een centralisatiemodel. Dit is een model waar productiviteit centraal staat. Hierbij wordt er naar gestreefd zo veel mogelijk vanuit één centraal punt of zelfs door één centraal orgaan of persoon aan te sturen. Zo werd België van 1830 tot 1970 als unitair land centraal bestuurd. Zes staatshervormingen later is België een federale staat en is er voor veel bevoegdheden geen sprake meer van hiërarchisch gezag van de centrale overheid over de deelstaten. Rond het einde van de 20^e en begin van de 21^e eeuw begonnen vele Europese landen een te dominante centrale overheid als te beklemmend te ervaren. Men was bang dat een overdaad aan centralisatie inefficiënt was. Het gevolg is dat een decentralisatieproces werd ingezet in een aantal landen/regio's. We verwijzen hieromtrent naar het streven naar steeds meer bestuurlijke autonomie in bijvoorbeeld Catalonië en Schotland.

Centrale aansturing blijkt aan belang te verliezen terwijl ook hier een tweede, nieuwe lijn gedetecteerd wordt. Daarbij ligt de nadruk op creativiteit in plaats van productiviteit. Bovendien maakt centrale sturing plaats voor netwerksturing. Zo beweert Benjamin Barber (2013) in zijn boek *If Mayors Ruled the World* dat steden en burgemeesters de bakens van goed bestuur geworden zijn en samenwerkingen tussen steden aangewezen zijn om gemeenschappelijke, grensoverschrijdende problemen aan te pakken. Barber doet het voorstel om een Parlement van Burgemeesters op te richten. Meer bepaald zou het om een vrijwillig netwerk gaan tussen burgemeesters van steden over de hele wereld, waardoor steden een sterkere stem kunnen hebben in mondiale zaken, waardoor een wereldwijd platform voor het delen en uitwisselen van best practices mogelijk wordt en waardoor een meer democratische basis dan ooit tevoren wordt gelegd voor de aanpak van mondiale beleidsprioriteiten. Een wereld geregeerd door steden zou een nieuw paradigma van wereldbestuur vertegenwoordigen, van democratisch *glokalisme* in plaats van top-down opleggen, van horizontalisme in plaats van hiërarchie, van pragmatische onderlinge afhankelijkheid in plaats van achterhaalde ideologieën van nationale onafhankelijkheid (Barber, 2013).

Ook in de sport- en bewegingssector worden netwerken op tal van manieren gevormd. Zo probeert Fietnet.be het hele netwerk van Vlaamse fietsroutes op één online kaart te verenigen of worden

loopomlopen (met o.a. Finse pistes) met elkaar verbonden. De *Wings for Life World Run* is een nieuw hardloopevenement waarbij op 40 locaties over de wereld iedereen op hetzelfde moment aan het lopen is. De wedstrijd verbindt als het ware lopers van over de hele wereld in één race. De deelnemers lopen voor diegenen die dat niet (meer) kunnen. De opbrengst van het evenement gaat naar de stichting Wings for Life, die onderzoek steunt naar de genezing van dwarslaesie.

Daar waar Barber (2013) de nadruk legt op het ontstaan van een netwerk tussen steden, beklemtoont Richard Florida (2012) in zijn boek *The Rise of the Creative Class* het belang van de creatieve klasse en de rol van deze groep in de stedelijke ontwikkeling. In een informatie- en netwerkmaatschappij vormen de creatie, de verspreiding en het gebruik van informatie belangrijke economische, politieke en culturele activiteiten. Het economische equivalent van deze maatschappijvorm is de kenniseconomie. Daarin neemt de productiefactor 'creatieve kennis' een steeds belangrijker plaats in ten aanzien van de klassieke productiefactoren 'natuur', 'arbeid' en 'kapitaal'. Florida omschrijft de creatieve klasse als dat deel van de beroepsbevolking dat innovatieve arbeid doet, van ingenieurswerk tot theater, van biotechniek tot onderwijs, van architectuur tot kleine bedrijven. Florida beweert dat deze creatieve klasse reeds een grote economische impact gehad heeft. In de toekomst zal deze klasse nog meer bepalen hoe de werkplaats georganiseerd wordt, welke bedrijven zullen floreren of welke failliet zullen gaan en welke steden zullen bloeien en welke steden zullen wegglijden. Reeds in 1998 benadrukten ook Pine en Gilmore (1999) in hun boek *The Experience Economy* het belang van creativiteit om klanten een onvergetelijke ervaring te bezorgen. Zij stellen dat de diensteneconomie (grondstof: goederen; aanbod: diensten), voorafgegaan door de agrarische economie (grondstof: natuur; aanbod: basisproducten) en de industriële economie (grondstof: basisproducten; aanbod: goederen), intussen werd opgevolgd door de beleveniseconomie (grondstof: diensten en goederen; aanbod: belevenissen).

In de sportsector valt een gelijkaardige evolutie te bespeuren. Waar de sportindustrie lange tijd steunde op een industriële economie (sportgoederen) en vervolgens een diensteneconomie (sportdiensten) verschuift het accent steeds meer richting een beleveniseconomie (sportbelevissen). Hierbij kan men denken aan de sterke opkomst van sportevenementen waar het regisseren van passie, perceptie en plezier, kortom sfeer, centraal staat (zie bijvoorbeeld Rein e.a., 2006). Zo zijn er de vele *city runs* doorheen grootsteden, of de zogenaamde *urban trails* waarbij het draait om een bijzondere loopervaring in de binnenstad en je door openbare gebouwen loopt. Andere loopevenementen benadrukken voornamelijk het plezier, zoals de Color Run, of leggen eerder de nadruk op avontuur en doorzettingsvermogen, zoals de Race Against Nature of de Spartacus Run.

Delen is duidelijk in en surft mee op de huidige trends van *collaborative consumption* zoals de populaire sites van Cambio, fietsdelen, Airbnb, Uber, thuisafgehaald, Het is ook een mooi voorbeeld van een Peer2Peer (P2P) systeem, waarbij burgers onderling (terug) elkaar weten te vinden en verder helpen (Bauwens & Lievens, 2013).

Netwerksturing is aldus aan een opgang bezig. ‘Horizontalisering’ staat hier centraal. Er wordt niet meer aangestuurd van bovenaf en vanop een centrale plaats, maar eerder van op het lokale niveau, door samenwerking zowel binnen de grenzen, als over de grenzen heen. Dit wordt mede mogelijk gemaakt door digitalisering. Van over de hele wereld komen mensen in contact met elkaar, delen hun verhalen, kennis en ervaringen via sociale media. We omschrijven deze tweede ‘nieuwe lijn’, als het netwerkmodel waar creativiteit centraal staat.

Ook in de sportsector wordt het cruciaal om te verweven en te innoveren. Verweven door het opzetten van samenwerkingen, zowel binnen de sector als over verschillende sectoren heen. Innovatie via creatieve en duurzame projecten om zich te onderscheiden in het sportlandschap en de (potentiële) sportparticipant te (blijven) aanspreken. In deel 2 van dit rapport wordt hier verder op ingegaan.

1.1.3 Curatief versus preventief model

Ten derde wordt de traditionele lijn gekenmerkt door een ‘curatief’ gedachtengoed, waarbij de nadruk ligt op ‘remedie’. Parallel hieraan merken we een overgang naar een meer preventiemodel waarbij de focus eerder op verantwoordelijkheid ligt. Deze overgang kan bijvoorbeeld geïllustreerd worden aan de hand van de overgang van de welvaarts- of verzorgingsstaat naar de actieve welvaartsstaat. Net als in andere Europese landen werd in België de welvaartsstaat opgebouwd in de periode 1950-1975. Kenmerkend voor de welvaartsstaat was het beschermen van de welvaart en het welzijn van haar burgers. De staat voorziet in de minimale deelname van haar burgers aan de welvaart in ruimere betekenis, meer bepaald in de behoeftedekking op het vlak van gezondheid, onderwijs, inkomen, huisvesting en cultuur (Deleeck, 2009). Vanaf 1990 spreekt men van de *actieve welvaartstaat*, waarin het beleidsdenken over arbeid en sociale zekerheid is overgegaan van ‘bescherming’ naar ‘activering’ (Vandenbroucke, 2000a; 2000b). Dit impliceert dat naast inkomensbescherming ook participatie, maatschappelijke integratie, sociale cohesie, zelfverantwoordelijkheid, persoonlijk engagement, etc. centraal staan. Burgers worden geacht verantwoordelijkheid voor zichzelf en voor anderen op te nemen. In deze context spreekt men in Nederland van de ‘Participatiesamenleving’ en in het Verenigd Koninkrijk van ‘Big Society’. In feite stoot de overheid, onder druk van bezuinigingen haar verantwoordelijkheden op het gebied van onder meer zorg en sociale zekerheid van zich af.

1.2 Vier uitdagingen voor de clubgeorganiseerde sportsector

Eerder hebben we gewezen op het maatschappelijke belang van het verenigingsleven. Ook sportclubs vervullen vanuit dit perspectief een belangrijke rol. Tegelijkertijd is duidelijk dat er enige bezorgdheid is omtrent de toekomst van verenigingen als organisatievorm. Beantwoorden anderen en meer lichte structuren beter aan de toenemende diversiteit in behoeften en beleving van mensen? Vormt het andersgeorganiseerde aanbod een bedreiging voor de kracht en de betekenis van traditionele aanbieders? Of zijn organisaties als sportclubs in staat hun potentieel om mensen samen te brengen, te behouden en zelfs te versterken?

Hedendaagse verschuivingen in de sport kunnen ook als een uitdaging én als een kans voor sportclubs beschouwd worden. Om adequaat te kunnen inspelen op deze opportuniteit, lijkt het aangewezen om naast een productgericht ook een volwaardig publieksgericht sport- en bewegingsaanbod te ontwikkelen.

Om de vraag en het aanbod in de sport in evenwicht te houden of zelfs te versterken schuiven we in dit onderdeel vier grote uitdagingen/kansen voor de clubgeorganiseerde sportsector naar voor, met name (i) de eigen troeven van de sportclub, (ii) de opkomst van nieuwe groeimarkten, (iii) het inspelen op eigentijdse waarden, en (iv) de impact van besparingen.

1.2.1 Eigen troeven van de sportclub

Als eerste uitdaging/kans zal de sportclub haar *eigen troeven* moeten blijven uitspelen. Deze troeven werden in hoofdstuk 2 reeds besproken. Zo blijken een deskundige begeleiding (zowel technisch als medisch) en een aangename en flexibele setting (gezelligheid, gedifferentieerd aanbod) aspecten te zijn waar potentiële leden belang aan hechten. Ook de lokale verankering van een sportclub, ofwel de lokalisering als tegenreactie op de globaliseringstrend, is een troef die uitgespeeld kan worden. Door een duidelijke communicatie en een goede positionering kan de sportclub deze troeven extra in de verf zetten.

1.2.2 Nieuwe groeimarkten

Ten tweede vormt het benaderen van *nieuwe groeimarkten* een andere, belangrijke uitdaging voor de sportclub. Zoals reeds aangegeven, blijken populairste sporten zoals fietsen, lopen, zwemmen en sportief wandelen in sterke mate onafhankelijk van het clubgebeuren te kunnen plaatsvinden. Hier bevindt zich bijgevolg een grote markt die ook voor de clubgeorganiseerde sportsector kansen biedt. Andere groeimarkten zijn te vinden bij bepaalde doelgroepen in de samenleving. Uit de sportparticipatiecijfers uit hoofdstuk 2 blijkt dat er bij bepaalde segmenten, denken we maar aan vrouwen en ouderen, nog groeimogelijkheden zijn. Een specifieke differentiatie en segmentatie, lees: marktbenadering, in functie van deze doelgroepen lijkt dan ook aangewezen. Het bereiken van non-

participanten of beginnende sporters vraagt immers een andere aanpak dan personen die reeds sportief actief zijn.

1.2.3 Aanpassing aan eigentijdse waarden

Een aanpassing aan *eigentijdse waarden*, vormt een derde uitdaging/kans voor de sportclub. Net zoals in andere domeinen blijken voor de hedendaagse sport- en bewegingscultuur fragmentatie ('zap' en 'blijf'), eclectisme (consumptie en fusion) en het carnavaleske (fun en amusement) als belangrijke waarden te kunnen worden aangeduid. Vandaag kunnen levensstijlen niet meer vervat worden onder één welomlijnde noemer, maar is er sprake van een amalgaam en zelfs mix van stijlen en gedragingen. Ook de sportsector ontsnapt niet aan deze hybridisering. Waar het speelterrein van de *Homo movens* nog netjes in drie vakjes kon indelen – namelijk (i) volkssporten, (ii) het turnwezen, en (iii) de moderne sport – laat het hedendaagse sport- en bewegingslandschap zich kenmerken door ongebondenheid en kortstondigheid, door individualiteit en onmiddellijkheid. Instant en efemer lichamelijk actief zijn primeert (Scheerder & Vanreusel, 2006). Een waardeverschuiving heeft plaatsgevonden, naar individualisme, gezondheidsgerichtheid, fitheid, ontspanning, ontmoeting, belevenis, passie, ervaring en ook een zucht naar het extreme. Die verschuiving wordt onder meer weerspiegeld in de populariteit van de zogenaamde lichte sportgemeenschappen. Scheerder e.a. (2012) beschrijven dat sportfederaties en sportclubs voordeel kunnen halen uit het succes van deze lichtere sportsettings. Daartoe zouden zij bijvoorbeeld andere en lichte vormen van binding in hun organisatie kunnen introduceren om aldus tegemoet te komen aan de nieuwe waarden en verwachtingen. Dat dit haalbaar en zinvol is, mag bijvoorbeeld blijken uit de integratie van de Start to Run in de werking van de Vlaamse Atletiekliga (VAL). Via dit laagdrempelige loopprogramma biedt de VAL ook andere doelgroepen de kans om aan loopsport te doen. Bovendien wist deze sportfederatie dankzij dit loopaanbod op een minimum van tijd haar ledenbestand te verdubbelen. Omdat de Start to Run een andere vorm van lidmaatschap impliceert, slagen atletiekclubs er in zich minder als tijds- en engagementsgulzige instituties te profileren. Een dergelijke differentiatie in het aanbod van activiteiten alsook in de communicatie naar leden kan ook toegepast worden op andere sport- en bewegingsvormen, getuige de talrijke varianten van de Start to-formule in andere sportdisciplines. Meer nog, willen zij niet aan betekenis en populariteit inboeten, zullen sportfederaties en sportclubs steeds meer rekening moeten houden met hun klanten. Het komt er voor deze aanbieders op aan om elementen van lichte organisaties te integreren in de eigen, vaak zwaardere structuur. Van een sterk productgefocuste organisatie zouden zij dan best ook doorgroeien naar een meer consumentgerelateerde werking en aanbod (zie ook Lucassen & Breedveld, 2008; Lucassen & Tiessen-Raaphorst, 2006). Zo zouden federaties en clubs meer tegemoet kunnen komen aan de behoeften van lichte sportparticipanten door een van hun belangrijkste troeven, met name hun

omkaderings- en zeker begeleidingsfunctie, nog beter uit te spelen. Uit de *Leuvense Loopsport Survey* (Scheerder & Boen, 2009) blijkt bijvoorbeeld dat 40 procent van de loopsporters om ondersteuning vraagt op het vlak van trainingsadvies. Hier ligt een opportuniteit voor federaties en clubs. Ook andere voordelen van een (aangepast) lidmaatschap van een sportclub kunnen worden aangewend, zoals het beschikbaar stellen van infrastructuur, het in contact komen met andere geïnteresseerden die zelf ook op zoek zijn naar meer flexibele en aangepaste sport- en bewegingsmogelijkheden, etc. (Scheerder e.a., 2012).

Deze aanpassingen vragen om enige flexibiliteit in de organisatie van de sportclub. Onder meer proefprojecten, nieuwe evenementen en andere innovatieve initiatieven lijken aangewezen om deels te kunnen inspelen op de nieuwe behoeften in het sportlandschap. In het tweede deel van dit hoofdstuk gaan we hier verder op in. In hoofdstukken vijf en zes zal dit vervolgens geïllustreerd worden aan de hand van praktijkvoorbeelden.

1.2.4 Besparingen

Het saneringsbeleid dat vandaag volop doorgevoerd wordt, vormt een vierde uitdaging voor de sportclubs. Ook hier kunnen kansen opduiken. Uit onderzoek (Scheerder & Vos, 2010a) bleek dat in 2009 drie kwart van de bevraagde clubs de eigen financiële situatie als gezond tot zeer gezond inschatte. Van een impact van de financiële crisis die in 2008 ontstond, was op dat ogenblik nog geen sprake.

Zowel op Vlaams als op gemeentelijk bestuursniveau wordt er bespaard. In het Regeerakkoord 2014-2019 van de Vlaamse Regering wordt duidelijk gesteld dat de sportfederaties zich efficiënter zullen moeten organiseren en doelgerichter moeten werken. Er zal gestreefd worden naar een rationalisatie in het federatielandschap en een resultaatgerichte financiering (Vlaamse Regering, 2014). Deze aspecten zullen hun weerslag vinden in het nieuwe decreet op de sportfederaties dat vermoedelijk in de huidige legislatuur zal worden uitgewerkt.

In 2013 voerde het Vlaams Instituut voor Sportbeheer en Recreatiebeleid (ISB) onderzoek naar de besparing(sintenties) van gemeenten voor sport (ISB, 2014a). 130 gemeenten werkten mee aan dit onderzoek, wat overeenkwam met een respons van 43 procent. Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat er in 2013 in 39 procent van de gemeenten structurele besparingen voor het beleidsdomein sport hebben plaatsgevonden. Voor 2014 ziet het plaatje er anders uit: 71 procent van de gemeenten verwacht dat er voor het beleidsdomein sport bespaard zal moeten worden. Gemiddeld zal er in 2014 13 procent bespaard moeten worden, met een minimum van één procent en een maximum van 50 procent. Ten opzichte van de andere beleidsdomeinen moe(s)t sport zowel in 2013 als in 2014 in 78 procent van de gemeenten evenveel besparen als de andere beleidsdomeinen. Minder

rooskleurig voor de lokale sportsector is dat in 2013 bij 18 procent van de respondenten er meer bespaard werd op sport dan op de andere beleidsdomeinen. Voor 2014 bedraagt dat cijfer 16 procent.

Uit de bevraging naar de manier waarop er bespaard zal worden, blijkt dat de gemeenten de sportverenigingen proberen te beschermen (zie tabel 4.2). In 2013 koos 10 procent van de gemeenten voor een besparing op *subsidies* aan sportverenigingen. Voor 2014 ligt de verwachting op net geen 30 procent, wat een toename is maar nog altijd het laagste aandeel is in verhouding tot andere vormen van besparing.

Tabel 4.2 *Besparingen met betrekking tot sport, Vlaamse gemeenten 2013-2014*

Waarop bespaard wordt ...	2013	2014
Nieuwe sportinfrastructuur	67,4 %	81,3 %
Bestaande sportinfrastructuur	46,9 %	62,0 %
Andere	53,1 %	54,4 %
Personeel (specifiek voor sport)	49,0 %	53,3 %
Afbouw dienstverlening	44,9 %	53,3 %
Via clustering van diensten	36,7 %	47,8 %
Subsidies aan sportverenigingen	10,2 %	28,9 %

Noot: 2013: % ja-antwoorden t.o.v. $N_{\text{totaal}} = 49$. 2014: % ja-antwoorden t.o.v. $N_{\text{totaal}} = 90$

Bron: ISB (2014a)

Nieuwe *sportinfrastructuur* is zowel in 2013 als in 2014 het meest voorkomende item waarop bespaard wordt, respectievelijk 67 procent en 81 procent. Maar ook op bestaande sportinfrastructuur wordt er in 47 procent (2013) en 62 procent (2014) van de gemeenten bespaard. In totaal zullen in 2014 in bijna de helft van de Vlaamse gemeenten (48 procent) de tarieven voor het gebruik van sportinfrastructuur stijgen. Ook het sportaanbod van de sportdiensten zal een prijsverhoging ondergaan, in 2014 zullen in 43 procent van de Vlaamse gemeenten de tarieven voor deelname aan activiteiten stijgen (ISB, 2014a). Uit onderzoek van Scheerder en collega's (2014b) blijkt bovendien dat voor 74 procent van de gemeenten het onderhoud van de sportaccommodaties een zware financiële last is voor de gemeente.

Het aandeel gemeenten dat bespaart op *personeel* lijkt relatief stabiel. In 2013 bespaart net niet de helft op personeel en in 2014 verwacht iets meer dan de helft dat te zullen doen. Bij 35 procent van de gemeenten waar er in 2013 bespaard werd, gingen er voltijdse equivalenten (VTE) voor de sector sport verloren. In deze gemeenten verdwenen er in totaal 32,4 VTE voor sport, met een gemiddelde van 1,9 VTE. Voor 2014 gaf 22 procent van de gemeenten die besparingen voor sport verwachten

aan dat dit een verlies van VTE voor sport zal betekenen. Zestien procent van de gemeenten die in 2014 sportbesparingen verwachten gaven aan niet te weten of dit ook een invloed zou hebben op het aantal VTE. In 2014 zullen er in een twintigtal gemeenten die een vermindering van het aantal VTE verwachten, naar verwachting 39,3 VTE verdwijnen, met een gemiddelde van 2,1 VTE. Op twee jaar tijd verdwijnen er voor de lokale sportsector minstens 71,7 VTE. Er werd ook gevraagd naar de functies waar de VTE's verloren gingen. In 2013 werden toezichter/zaalwachter, sportpromotor, redder en onderhoud het vaakst vermeld. Voor 2014 worden toezichter/zaalwachter, administratie, onderhoud, sportpromotor en redder het meest vernoemd. Het kanaal waarlangs er in de meeste gemeenten een vermindering van het aantal VTE's voor sport was, is 'geen vervanging na het pensioen' (in 2013: 53 procent; in 2014: 70 procent). Ook het niet vervangen van langdurig afwezig is een courante saneringstechniek, hoewel deze in 2014 lager ligt dan in 2013 (in 2013: 53 procent; in 2014: 35 procent). Interne personeelsmobiliteit werd in 2013 bij 36 procent van de gemeenten als 'afvloeiingskanaal' aangewend, voor 2014 verwacht men dit maar in tien procent van de gemeenten. Tijdelijke sportcontracten werden in 2013 in een kwart van de gemeenten (24 procent) niet verlengd; in 2014 zullen 35 procent van de gemeenten tijdelijke sportcontracten niet verlengen. Ontslag werd in 2013 door twee en in 2014 door één gemeente(n) als vorm van besparing aangehaald (ISB, 2014a). Voor hun dienstverlening doen sportdiensten ook een beroep op heel wat vrijwilligers. In totaal gaat het om bijna 29 000 sportvrijwilligers (Scheerder e.a, 2014b). Zij worden voor heel diverse taken ingezet, waaronder in sterke mate voor de organisatie van sportevenementen. Ook voor het aanbod van sportinitiaties en sportkampen blijken vrijwilligers onontbeerlijk voor de gemeentelijke sportdiensten. Voor 80 procent van de sportdiensten is de inzet van vrijwilligers wenselijk en zelfs noodzakelijk willen zij hun dienstverlening kunnen garanderen. Inzake de rekrutering van vrijwilligers, blijkt slechts een minderheid van de gemeentelijke sportdiensten met een tekort te maken te hebben (Scheerder e.a, 2014b). Zeker in tijden van besparingen spreekt de overheid de burger aan voor het vervullen van overheidstaken (cfr. de 'participatiesamenleving'). Indien we de werkuren van deze vrijwilligers zouden omzetten naar VTE, blijkt dat er ongeveer evenveel VTE in dienst zijn bij de sportdiensten als dat er vrijwilligers zijn. Indien men al deze vrijwilligers zou moeten betalen, zou dit een enorme kost betekenen. Hetzelfde geldt voor de clubgeorganiseerde sportsector. Uit onderzoek van Scheerder en Vos (2010a) blijkt dat er schatting 417 108 vrijwilligers actief zijn in de Vlaamse sportclubs. Daarnaast geeft 39,6 procent van de sportclubs aan dat ze op zoek zijn naar extra vrijwilligers (zonder dat ze een tekort hebben) en heeft 14,4 procent van de sportclubs daadwerkelijk een tekort aan vrijwilligers. Zowel in de clubgeorganiseerde sportsector als bij de gemeentelijke sportdiensten blijken vrijwilligers dus cruciaal voor de lokale sportsector. Dit vraagt om een blijvende aandacht vanwege lokale besturen.

De tendens tot de clustering van diensten die al eerder ingezet werd, lijkt zich naar aanleiding van de besparingen verder door te zetten. In 2013 werden in 37 procent van de gemeenten diensten geclusterd om te besparen, in 2014 verwacht 48 procent van de gemeenten dat dit zal gebeuren.

1.3 Toekomst

Het is aan de sportclubs en sportfederaties om de nieuwe tendensen preventief en selectief op te pikken. Vele sportclubs hebben niet noodzakelijk een langetermijnvisie en zullen de besparingen harder voelen dan andere. Bepaalde clubs zullen samenwerkingsverbanden moeten aangaan of zelfs moeten overwegen om te fusioneren willen zij overleven. Clubs en federaties zouden hun aanbod in clubverband ook moeten afstemmen op de 'nieuwe' sporter, die is op zoek naar flexibiliteit, autonomie en vrijheid. Vandaag doet 85 procent van de sportende volwassenen recreatief aan sport, terwijl vier procent competitief aan sport doet en elf procent zowel recreatief als competitief aan sport doet (Scheerder e.a, 2013). Heel wat clubs en federaties hebben een aanbod dat sterk op competitiesport focust. Dit is natuurlijk een aanvaardbare keuze, maar versmalt ook de perspectieven. Heel wat 'nieuwe' sporters wil zelf kiezen wanneer zij sporten, hoe intensief en met welk doel, net zoals waar zij willen sporten en hoe vaak zij dat doen. Mogelijkheden zijn hier bijvoorbeeld te vinden in een schaalvergroting en het omnisportlidmaatschap. Hierdoor wordt het voor iedereen die lidgeld betaalt mogelijk om te wisselen van club en/of van sporttak. Men kan de krachten bundelen, een gezamenlijke kracht- en conditietraining aanbieden, aangevuld met sportspecifieke trainingen op vaste momenten, een centrale administratie voeren met één ledenwerving en één sponsorwerving, gezamenlijk sportmateriaal aankopen en gebruiken, etc. Zo bekomt men lagere basiskosten, een groter aanbod met een diverser publieksbereik, een optimalere administratieve werking, etc. Willen sportclubs de troef van een kwalitatief sterk sport- en bewegingsaanbod verder optimaliseren, overwegen zij best een of meerdere van de bovenstaande formules. Tegelijkertijd zullen clubs ook op een creatievere manier op zoek moeten gaan naar extra inkomsten. Die zullen in de toekomst niet alleen of in sterke mate vanuit de overheid komen, maar ook steeds meer bij privépartners gezocht moeten worden. Ook hier zullen innovatie en creativiteit van belang zijn om toekomstige sponsors en andere kredietverstrekkers te overtuigen.

Bovenstaande toekomstperspectieven vragen een verschuiving in attitude van de sportclubs en sportfederaties. Of dit haalbaar is zal sterk bepaald worden door hun dynamiek en flexibiliteit. Volgend deel beschrijft het concept innovatie en hoe dit als kans beschouwd kan worden voor de sport- en bewegingssector.

2. Innovatie als kans voor de sport- en bewegingssector

Een belangrijke taak van sportclubs en sportfederaties is het zo goed mogelijk inlossen van de verwachtingen van hun stakeholders, denken we maar aan (toekomstige) leden, overheden, sponsors, andere clubs en federaties, etc. Deze opdracht bestaat enerzijds uit het tevreden stellen van de reeds aangesloten leden, en anderzijds uit het aantrekken van nieuwe leden.

Zoals in vorige hoofdstukken beschreven hebben sportclubs hun quasimonopolie betreffende het aanbod van sportactiviteiten verloren en is er een spanningsveld ontstaan in het sportlandschap tussen de diverse actoren. De concurrentie is met andere woorden toegenomen waardoor het aantrekken en tevreden stellen van (nieuwe) leden nog belangrijker is geworden, maar tegelijkertijd ook niet meer vanzelfsprekend is. Om overeind te blijven binnen deze concurrentiestrijd zal de georganiseerde clubsport diensten moeten ontwikkelen om potentiële leden op een kwaliteitsvolle manier te benaderen en tegelijkertijd de huidige leden te blijven aanspreken. Competitie en concurrentie kunnen tot vormen van vernieuwing leiden. Vandaar dat de for-profit sector vaak aanzien wordt als de meest dynamische en innovatieve sector in het sportlandschap (Gratton & Taylor 2000; Robinson, Hewitt & Harris 2000; Vos & Scheerder, 2014). Bovendien heeft onderzoek aangetoond dat innovatie een competitief voordeel kan bieden door een verhoogde effectiviteit en efficiëntie, en dit zowel in de publieke, private als non-profit sector (Damanpour & Aravind, 2012; Dess & Picken, 2000; Han e.a., 1998; Lee e.a., 2009; McDonald & Srinivasan, 2004; Tushman & O'Reilly, 1996). Het is dan ook aan de sportclubs en sportfederaties om mee op de kar te springen. Hun capaciteit om te innoveren is in wezen vergelijkbaar met deze van andere organisaties (Newell & Swan, 1995). Bovendien ondervinden clubs en federaties steeds meer concurrentie van de commerciële sector en blijken zij ook onderling steeds meer te (moeten) concurreren in functie van middelen en leden (Winand e.a., 2011b). Innovatie kan hierbij een goed instrument zijn (Lee, Ginn & Naylor, 2009).

In dit hoofdstuk behandelen we kort het begrip 'innovatie'. Vervolgens bekijken we innovatie in onze huidige samenleving om daarna over te gaan naar innovatie in de non-profitsector, meer bepaald met betrekking tot de clubgeorganiseerde sportsector. Ten slotte ondernemen we een poging om een conceptueel kader omtrent sport en innovatie voor te stellen. Dit kader zullen we als kapstok hanteren in de volgende hoofdstukken.

2.1 Innovatie gedefinieerd

Met betrekking tot organisaties wordt innovatie gedefinieerd als het overnemen van een idee of gedrag dat nieuw is voor de organisatie en succesvol geïmplementeerd wordt (Crossan & Apaydin,

2010). Dit idee kan zowel ontwikkeld zijn door de organisatie zelf als door een andere organisatie (Rogers, 1995). Het verschil met een uitvinding situeert zich in het feit dat een innovatie het idee (concept) ook werkelijk in de praktijk uitvoert (Mohr, 1969).

Vanuit deze invalshoek is innovatie nauw verwant met creativiteit en de bereidheid om te veranderen. Creativiteit is immers een noodzakelijke voorwaarde om de innovatie door te voeren, waarna deze innovatie voor een wijziging in de organisatie zorgt. Toch zijn er ook verschillen tussen de begrippen creativiteit en innovatie. Creativiteit komt overeen met individuele of groepsveranderingen en vereist flexibiliteit. Innovatie vereist daarentegen een meer systematische benadering (Damanpour & Aravind, 2012). Samengevat kunnen we stellen dat innovatie een proces is dat een zekere mate van creativiteit vergt om een nieuw idee te ontwikkelen dat verschillend is van wat de organisatie tot dan toe heeft gedaan.

Innovatie wordt heel vaak en heel gemakkelijk vanuit een technologisch perspectief benaderd. Zo lanceerde de socioloog William Ogburn reeds in 1922 in zijn gerenomeerde werk *Social change* de term *cultural lag*, letterlijk: culturele achterstand. Daarmee doelde Ogburn op het feit dat het socio-culturele systeem achter hinkt op ontwikkelingen op het gebied van techniek en infrastructuur. Aspecten van materiële cultuur zouden zich met andere woorden sneller ontwikkelen dan niet-materiële cultuurvormen. Of nog anders gesteld: de immateriële cultuur (wetten, normen, gedragingen, ...) wordt gedwongen om zich aan te passen aan innovaties op technologisch vlak. Vandaar dat immateriële cultuur ook als *adaptive culture* wordt omschreven. Een dergelijk technologisch determinisme impliceert evenwel een sterk materialistische visie op het cultuurconcept.

Het proces van voortdurende technologische vernieuwing en specialisatie werd door de econoom Joseph Schumpeter (1944) met de term *creative destruction* bedacht. 'Creatieve vernietiging' verwijst naar het feit dat succesvolle toepassingen van nieuwe technieken de oude uit de markt duwen en aldus 'vernietigen'. Volgens Schumpeter zijn technologische innovatie en specialisatie de enige manier om de welvaart te doen toenemen en tot economische groei te leiden. Het probleem van de hier beschreven materialistisch-deterministische visie is dat er daarbij geen oog is voor het feit dat technologische vooruitgang ook kan optreden als een gevolg van veranderingen die sociaal of cultureel van aard zijn. Zo hebben heel wat vormen van overheidsbeleid juist de bedoeling om sturend op te treden in plaats van enkel en alleen maar bij te sturen. Denken we maar aan tal van vormen van preventie en sensibilisering. In haar recente studie *The entrepreneurial state* benadrukt de econome Mariana Mazzucato (2013) dat juist de overheid, zeker in tijden van recessie en laagconjunctuur, een essentiële rol kan spelen bij innovatieprocessen die van groot belang zijn voor

de toekomst van een land of regio. Innovatie blijkt aldus noodzakelijk om te overleven (zie ook Kriekels, 2013).

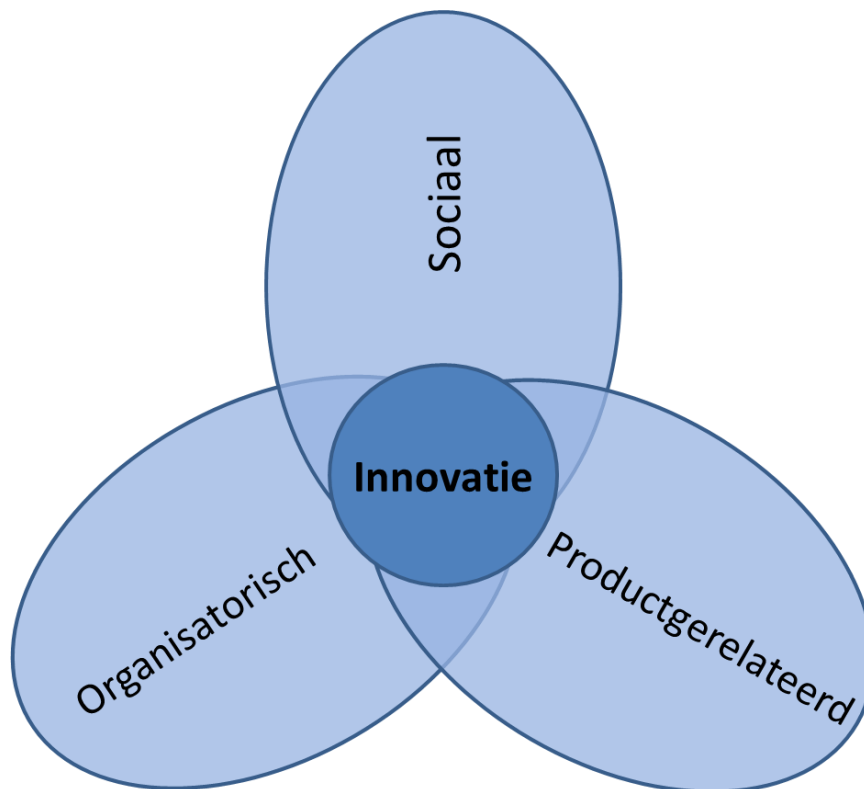
Zoals hiervoor reeds gesuggereerd is innoveren niet alleen een kwestie van nieuwe ideeën te lanceren, doch eveneens van uitvindingen ingang te doen vinden en dus te implementeren. Het proces van inventie en implementatie kan dan ook niet losgekoppeld worden van de manier en vooral de snelheid waarmee consumenten nieuwe producten en diensten adopteren. Op basis van het proces waarbij nieuwe producten en diensten zich verspreiden, heeft Everett Rogers (1983) zijn diffusietheorie ontwikkeld. Daarin onderscheidt hij vijf groepen van ‘adoptoren’, namelijk (i) *innovators* (2,5% van de markt), (ii) *early adopters* (13,5%), (iii) *early majority* (34%), (iv) *late majority* (34%), en (v) *laggards* (16%). Uit deze classificatie blijkt dat de bereidheid van mensen om nieuwe producten en/of diensten te proberen, sterk uiteen loopt. Zo kunnen de innovatoren als consumptie pioniers worden geïdentificeerd, met name als de groep van consumenten die heel snel het voordelige en attractieve van een nieuwigheid inzien (Kotler & Armstrong, 2007).

Sport en innovatie gaan vaak hand in hand, niet alleen wat sportmateriaal en sportkledij betreft (Byars, 1999; McConnell, 2002; Verpoest, 2002), maar ook inzake de begeleiding van sporters, de registratie van sportprestaties, de ‘verfijning’ van spelregels, de optimalisatie van bewegingstechnieken, etc. (Schwartz, 2006). Door vernieuwing zou sport haar waarde vergroten (Van der Wal e.a., 2008). In een samenleving die quasi continu in beweging is, kan zeker een sector als ‘sport’ niet achterblijven en dient ze zelf ook ‘mee te bewegen’. De ‘re-creatieve’ functie van sport is dan ook niet alleen synoniem voor vermaak, maar impliceert ook ‘vernieuwing’ (Scheerder, 2007). Sport kan dus een belangrijke bron zijn van herstel of ontspanning enerzijds, maar tegelijkertijd ook van innovatie. Open club, wijkgericht sporten, sporten in de openbare ruimte, maatschappelijk ondernemen in de sport, sportplus, maar dus ook tal van innovaties op technologisch en materieel vlak onderbouwen deze stelling.

2.2 Naar een conceptueel model: productgerelateerde, organisatorische en sociale dimensies van innovatie

In dit deel willen we een conceptueel model voorstellen op basis waarvan dimensies van innovatie onderscheiden worden. Het model werd op een inductieve wijze ontwikkeld, gedeeltelijk gebaseerd op literatuur (zie o.a. Damanpour & Schneider, 2006; Hoeber & Hoeber, 2012; Toivonen & Tuominen, 2009; Winand e.a., 2013) en nadien op pragmatische wijze verder aangevuld. Het model wordt weergegeven in figuur 4.4.

Figuur 4.4 Conceptueel model m.b.t. productgerelateerde, organisatorische en sociale dimensies van innovatie



‘Vernieuwing om tegemoet te komen aan huidige noden in de samenleving’ werd als uitgangspunt genomen bij de ontwikkeling van dit model. Daarbij maken we een onderscheid tussen drie mogelijke dimensies van innovatie. Meer bepaald gaat het om (i) productgerelateerde innovatie, (ii) organisatorische innovatie, en (iii) sociale innovatie.

Productgerelateerde innovatie houdt verband met de producten en de diensten die aangeboden worden. Een productgerelateerde innovatie kan betrekking hebben op de vier klassieke P’s van de marketingmix, i.c. product, plaats, promotie en prijs. Binnen de sportorganisatie (club, federatie) kan dit bijvoorbeeld gaan over vernieuwing in de activiteiten die georganiseerd en aangeboden worden, verschillende soorten lidmaatschapformules, etc.

Organisatorische innovatie focust op de structurele werking van een organisatie. Dit kan gaan over interne aspecten, zoals de interne werking of de samenstelling van de Raad van Bestuur, maar ook over externe aangelegenheden zoals vernieuwende samenwerkingsverbanden met andere organisaties, creatieve externe communicatie, etc.

Onder **sociale innovatie** verstaan we een vernieuwende ontwikkeling gericht naar een bepaalde doelgroep of aandachtsgroep. Dit kan gericht zijn op een groep die weinig bereikt wordt, zoals

ouderen of andersgeorganiseerde sporters. Daarnaast kan via sociale innovatie worden bijgedragen aan het verhelpen van maatschappelijke problemen. Zo kan sport ingezet worden voor de integratie van mensen van een andere etnisch-culturele afkomst of de maatschappelijke re-integratie van mensen in die in armoede leven.

De hier opgesomde dimensies van innovatie sluiten elkaar niet noodzakelijk uit. Integendeel, de verschillende dimensies of types van innovatie kunnen ook samen of parallel ontwikkeld worden.

2.3 Innovatie in de non-profitsector en sportfederaties

Innovatie in de non-profit (sport)sector heeft meestal tot doel om een voordeel te creëren voor de leden (of stakeholders) van de organisatie. Het kan er voor zorgen dat de sportclub of sportfederatie haar missie bereikt, dat haar leden tevreden worden gesteld, dat het managementproces efficiënter verloopt en/of dat er geld wordt uitgespaard. Samengevat komt innovatie in de non-profit meestal neer op het ontwikkelen van initiatieven en diensten zodat de tevredenheid van de leden en de effectiviteit van de organisatie verbeterd worden (Lee, Ginn & Naylor, 2009).

Onderzoekers hebben aangetoond dat verenigingen zonder winstoogmerk zich mogelijks meer verzetten tegen innovatie, vernieuwing en aanpassing, dan for-profit organisaties (Hull & Lio, 2006). Een mogelijke reden hiervoor is het feit dat vrijwilligersorganisaties, zoals heel wat sportverenigingen, hun missie en oriëntatie moeilijk kunnen veranderen. Waar andere organisaties hun missie kunnen wijzigen, zullen sportorganisaties altijd als hoofdplicht hebben om sport aan te bieden. Bovendien zijn sportorganisaties vaak onderworpen aan controle door de overheid en andere regulerende instanties (Damanpour, 1996) en worden ze daarnaast ook door interne stakeholders (bijvoorbeeld leden) in het oog gehouden. Door deze controle hebben sportfederaties relatief weinig ruimte voor flexibiliteit, waardoor innovatie binnen sportfederaties en sportclubs mogelijk afgeremd wordt. In vergelijking met organisaties die financiële winst nastreven, zullen sportorganisaties minder risico nemen in hun strategisch beslissingsproces, als gevolg van hun specifieke structuur, de ingewikkelde verdeling van verantwoordelijkheden en de verscheidenheid aan doelen (Hull & Lio, 2006). Het nemen van risico's is een cruciale factor voor innovatie, er wordt zelfs gesuggereerd dat het nemen van risico's vereist is om te kunnen innoveren (Damanpour, 1996). Bijgevolg is innovatie een grote uitdaging voor vzw's zoals sportorganisaties.

Een eerste belangrijke factor om deze hindernissen die innovatie in de weg staan te beperken, is de *positieve houding* van managers ten opzichte van innovatie zodat de implementatie ervan mogelijk wordt gemaakt. De manager van een sportorganisatie die open staat voor vernieuwing ontwikkelt een positief klimaat dat adaptatie en bereidwilligheid tot verandering stimuleert (Damanpour &

Schneider, 2006). Deze managers ontwikkelen de structuren en administratieve processen die noodzakelijk zijn om te innoveren, moedigen hun personeel aan om nieuwe ideeën te ontwikkelen, zijn bereid om te investeren in nieuwe diensten, enzovoort.

Indien een sportorganisatie zoals een sportfederatie het gevoel heeft dat ze zich in een sterke *concurrentieomgeving* bevindt, zou de bereidheid tot innovatie toenemen (Thibault, Slack & Hinnings, 1993). In dat geval gaat de sportfederatie ervan uit dat ze een competitief voordeel kan (moet) ontwikkelen ten opzichte van de concurrentie. De omgeving waarin een sportorganisatie zich bevindt heeft met andere woorden een sterke invloed op haar vermogen tot innovatie. We zouden kunnen concluderen dat een innovatiestimulerend klimaat in sterke mate bepaald wordt door het competitiviteitsgehalte van de omgeving van de organisatie. Een competitieve omgeving speelt een mediërende rol om tot vernieuwing te komen.

Onderzoek naar innovatie binnen de Vlaamse sportclubs werd reeds gevoerd door Scheerder en Vos (2010a) en binnen Vlaamse sportclubs en sportfederaties door Scheerder e.a. (2012). Hieronder bespreken we de resultaten van deze studies met betrekking tot de algemene houding ten opzicht van innovatie, productgerelateerde, organisatorische en sociale innovatie.

*2.3.1 Algemene houding van de Vlaamse **sportfederaties** ten opzichte van verandering/vernieuwing²¹*

Over het algemeen zijn erkende Vlaamse sportfederaties verandering/vernieuwing eerder positief gezind (tabel 4.3). Hoewel de meeste sportfederaties eerder een neutrale houding hebben ten opzichte van het mogelijke globale voordeel van verandering/vernieuwing, is het merendeel van de federaties wel sterk voorstander om rekening te houden met de ideeën van hun medewerkers. De bereidwilligheid van sportfederaties om risico's te nemen ligt laag, slechts één derde van de federaties is akkoord dat ze risico's moeten nemen om hun doelen te bereiken.

Samenvattend kunnen we stellen dat uit tabel 4.3 blijkt dat Vlaamse sportfederaties verandering/vernieuwing positief gezind zijn wanneer deze komt van personeel of ten gunste is van de leden. Sportfederaties zijn eerder voorzichtig met betrekking tot het nemen van risico's en ook het algemene idee van verandering wordt slechts matig gesteund.

²¹ Deze resultaten zijn afkomstig van het *Vlaams Sportfederatie Panel 2010*, gerapporteerd door Scheerder e.a. (2012)

Tabel 4.3 *Houding van de Vlaamse sportfederaties ten opzichte van verandering/vernieuwing (N=67), score op vijfpuntenschaal, aangevuld met percentages*

	Gemiddelde (1-5)	SD	Helemaal niet akkoord (in %)	Eerder niet akkoord (in %)	Noch niet akkoord, noch akkoord (in %)	Eerder akkoord (in %)	Helemaal akkoord (in %)
Verandering is over het algemeen voordelig voor sportfederaties	3,1	0,74	3,0	10,4	56,7	28,4	1,5
Sportfederaties zouden rekening moeten houden met de ideeën van hun medewerkers	4,3	0,64	1,5	0,0	0,0	61,2	37,3
Sportfederaties zouden moeten voldoen aan de veranderende verwachtingen van hun leden	4,1	0,66	0,0	0,0	16,4	55,2	28,4
Er dient meer rekening gehouden te worden met suggesties van sportclubs	3,8	0,69	0,0	1,5	31,3	53,7	13,4
Om doelstellingen te realiseren, moet men risico's nemen	3,1	0,78	1,5	17,9	46,3	32,8	1,5

Bron: Scheerder e.a. (2012: 25)

Uit de resultaten blijkt dat er geen verschil is in houding ten opzichte van verandering/vernieuwing naargelang de grootte van de Vlaamse sportfederaties en het soort sportfederatie (unisportfederatie, recreatieve sportfederatie en erkende maar niet-gesubsidieerde sportfederatie; resultaten niet weergegeven in tabelvorm). Wanneer we kijken naar het verband tussen de houding ten opzichte van verandering/vernieuwing en een stijgend of dalend ledenaantal, zien we dat sportfederaties die te maken hebben met een negatieve ledenevolutie hebben een negatievere houding ten opzichte van verandering hebben dan sportfederaties die een positieve evolutie van hun ledenaantal laten noteren (tabel 4.4). Sportfederaties van wie het aantal leden tussen 2005 en 2009 gestegen is, geven significant meer aan dat sportfederaties moeten voldoen aan de veranderende verwachtingen van hun leden en dat ze rekening moeten houden met de suggesties van sportclubs. Een mogelijke verklaring zou kunnen zijn dat deze sportfederaties dankzij hun innoverende aanpak leden hebben kunnen aantrekken. We moeten echter voorzichtig zijn met deze conclusie, aangezien alle sportfederaties een eerder positieve (groter dan drie) houding hebben met betrekking tot vernieuwing.

Tabel 4.4 *Houding van Vlaamse sportfederaties (N=54²²) ten opzichte van verandering/vernieuwing in relatie tot de evolutie van het ledenaantal (2005-2009), score op een vijfpuntenschaal²³*

	Dalend	Constant	Stijgend	
Elke sportfederatie zou moeten investeren in de ontwikkeling van nieuwe diensten	3,9	4,0	4,2	NS
Sportfederaties zouden moeten voldoen aan de veranderende verwachtingen van hun leden	4,0	4,0	4,3	*
Er dient meer rekening gehouden te worden met suggesties van sportclubs	3,4	3,9	3,8	*

Bron: Scheerder e.a. (2012: 26)

Sportfederaties met een stijgend ledenaantal in de afgelopen vijf jaar hebben een positievere houding met betrekking tot verandering/vernieuwing. Er bestaat geen significante relatie tussen enerzijds de grootte en de categorie van de sportfederatie en anderzijds de houding met betrekking tot verandering. Vlaamse sportfederaties die een dalend aantal leden hebben, vertonen meer aversie ten opzichte van verandering dan sportfederaties met een constant of stijgend aantal leden. Mogelijk is er hier sprake van een oorzakelijk verband, namelijk dat het aantal leden van sportfederaties daalt wanneer deze geen rekening houden met de veranderende verwachtingen en de noden van de leden.

2.3.2 Productgerelateerde innovatie in Vlaamse sportfederaties²⁴

De stellingen in tabel 4.5 peilen naar de bereidwilligheid tot productgerelateerde innovatie binnen Vlaamse sportfederaties. Hieruit blijkt dat sportfederaties bereid zijn om te voldoen aan de verwachtingen van hun leden en om te investeren in de ontwikkeling van nieuwe diensten. Uit de tweede stelling blijkt dat het merendeel van de sportfederaties voorstander is van meer investeringen in ontwikkeling van nieuwe diensten voor hun leden, ook wanneer die een zeker risico inhouden.

²² Data met betrekking tot het aantal leden voor 2005 en/of 2009 zijn niet beschikbaar voor 13 Vlaamse sportfederaties.

²³ NS= Niet-significant / * = $p < .05$

²⁴ Deze resultaten zijn afkomstig uit het *Vlaams Sportfederatie Panel 2010*, gerapporteerd door Scheerder e.a. (2012).

Tabel 4.5 *Houding van de Vlaamse sportfederaties ten opzichte van productgerelateerde innovatie (N=67), score op vijfpuntenschaal, aangevuld met percentages*

	Gemiddelde (1-5)	SD	Helemaal niet akkoord (in %)	Eerder niet akkoord (in %)	Noch niet akkoord, noch akkoord (in %)	Eerder akkoord (in %)	Helemaal akkoord (in %)
Elke sportfederatie zou moeten investeren in de ontwikkeling van nieuwe diensten	4,0	0,72	0,0	3,0	16,4	58,2	22,4
Er dient meer geïnvesteerd te worden door sportfederaties (eventueel zelfs met enig risico) in de ontwikkeling van nieuwe diensten voor hun leden	3,6	0,96	1,5	14,9	23,9	46,3	13,4

Bron: Scheerder e.a. (2012: 25)

Samenvattend kunnen we stellen dat sportfederaties verandering/vernieuwing positief benaderen en dat ze voornamelijk aandacht schenken aan suggesties van hun personeel en sportclubs en aan het ontwikkelen van nieuwe diensten in overeenstemming met de verwachtingen van hun leden.

2.3.3 Organisatorische innovatie in Vlaamse sportfederaties en -clubs

*Vlaamse sportfederaties en innovatie in de praktijk*²⁵

In deze paragraaf overlopen we in welke mate de Vlaamse sportfederaties van mening zijn dat er veel veranderd is in de organisatie van hun federatie tussen 2004 en 2009 (tabel 4.6). De resultaten tonen duidelijk aan dat de Vlaamse sportfederaties de perceptie hebben dat ze een hoge graad van verandering hebben ondergaan. De sportfederaties geven aan dat het decreet van 2001 een grote invloed heeft gehad op de werking van de sportfederaties. Bovendien blijkt dat de sportfederaties hun activiteiten, diensten, werking en administratief beheer aanzienlijk gewijzigd hebben.

²⁵ Deze resultaten zijn afkomstig uit het *Vlaams Sportfederatie Panel 2010*, gerapporteerd door Scheerder e.a. (2012).

Tabel 4.6 Perceptie van verandering (N=67), score op vijfpuntenschaal, aangevuld met frequentiepercentages

	Gemiddelde (1-5)	SD	Helemaal niet akkoord (in %)	Eerder niet akkoord (in %)	Noch niet akkoord, noch akkoord (in %)	Eerder akkoord (in %)	Helemaal akkoord (in %)
Het decreet van 2001 heeft een grote invloed op de werking en activiteiten van de sportfederatie	4,2	0,7	0,0	1,5	10,4	50,7	37,3
In de afgelopen 5 jaar hebben wij de activiteiten en diensten voor onze leden aanzienlijk gewijzigd	3,6	0,9	1,5	12,3	23,1	49,2	13,8
In de afgelopen 5 jaar heeft onze sportfederatie zijn werking aanzienlijk gewijzigd	3,9	1,0	1,5	9,0	13,4	47,8	28,4
In de afgelopen 5 jaar hebben wij ons administratief beheer aanzienlijk gewijzigd	3,7	0,9	1,5	9,0	19,4	56,7	13,4

Bron: Scheerder e.a. (2012: 30)

Tabel 4.7 geeft weer hoe sportfederaties zichzelf evalueren in verband met de verandering van de sportfederatie in de afgelopen jaren in relatie tot de evolutie van het ledenaantal. Significanties kunnen hier niet vastgesteld worden en duidelijke trends blijken zich ook niet af te tekenen.

Tabel 4.7 De perceptie van de sportfederaties (N=54²⁶) m.b.t. de eigen verandering in relatie tot een stijgend²⁷, dalend¹⁴ of constant¹⁴ aantal leden tussen 2005 en 2009, score op vijfpuntenschaal

	Dalend (N=12)	Constant (N=23)	Stijgend (N=19)
Het decreet van 2001 heeft een grote invloed op de werking en activiteiten van de sportfederatie	4,3	4,0	4,5
In de afgelopen 5 jaar hebben wij de activiteiten en diensten voor onze leden aanzienlijk gewijzigd	3,7	3,4	3,8
In de afgelopen 5 jaar heeft onze sportfederatie zijn werking aanzienlijk gewijzigd	3,7	3,9	4,2
In de afgelopen 5 jaar hebben wij ons administratief beheer aanzienlijk gewijzigd	3,6	3,7	3,8

Bron: Scheerder e.a. (2012: 31)

²⁶ Data in verband met het aantal leden voor 2005 en/of 2009 zijn niet beschikbaar voor 13 Vlaamse sportfederaties

²⁷ Dalend : <-5% (N=12); Constant: tussen -5% en +5% (N=23); Stijgend: >+5% (N=19)

Houding van Vlaamse sportclubs t.a.v. samenwerking en concurrentie²⁸

Gegevens omtrent aspecten van verandering en/of vernieuwing hebben niet alleen betrekking op sportfederaties. Ook voor de sportclubs zijn er bevindingen uit voorgaande studies die beschikbaar zijn en die we hier mee kunnen opnemen.

Tabel 4.8 geeft een beeld van de houding van sportclubs in Vlaanderen ten aanzien van de concurrentie en de samenwerking die ze ervaren vanwege andere sportaanbieders.

Tabel 4.8 *Houding van sportclubs ten aanzien van samenwerking en concurrentie, in percentages en gemiddelde waarden op een vijfpuntenschaal*

	Niet akkoord	Noch akkoord, noch niet akkoord	Akkoord	Gemiddelde waarde
De sportclub is vragende partij om samenwerkingsakkoorden op te zetten met andere sportclubs.	36,0	37,9	26,1	2,8
De sportclub is vragende partij om samenwerkingsakkoorden op te zetten met commerciële organisaties zoals bijvoorbeeld fitnesscentra.	67,4	23,7	9,0	2,1
De sportclub ondervindt concurrentie van andere sportclubs.	42,9	25,4	31,7	2,8
De sportclub ondervindt concurrentie van commerciële sportaanbieders zoals bijvoorbeeld fitnesscentra.	76,3	16,1	7,7	2,0

Bron: Scheerder en Vos (2010a: 79)

Uit bovenstaande tabel blijkt dat ongeveer een kwart van de sportclubs vragende partij is om samenwerkingsverbanden op te zetten met andere sportclubs. Een minderheid van de clubs overweegt een eventuele samenwerking met een fitnesscentrum (9%). Een min of meer gelijkaardig patroon zien we wat betreft de concurrentie die sportclubs ervaren vanwege andere private sportaanbieders. Een derde van de bevroagde clubs geeft aan concurrentie te ondervinden van andere sportclubs. Daar tegenover staat dat slechts acht procent concurrentie voelt van commerciële sportaanbieders. Deze resultaten staan in contrast met de perceptie van fitnesscentra. Zo blijkt uit de het Vlaamse Fitness Panel 2009 (Scheerder & Vos, 2010b), bestaande uit een representatief staal van fitnesscentra in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, dat ruim vier op tien van deze commerciële sportaanbieders aangeeft concurrentie te ondervinden van sportclubs en gemeentelijke sportvoorzieningen (44%). Iets meer dan 70 procent van de fitnesscentra beschouwt ook andere fitnesscentra als concurrenten. Een niet onaanzienlijk deel van de Vlaamse fitnesscentra aanziet met andere woorden ook niet commerciële sportaanbieders als concurrenten. Het is dan ook niet vreemd dat slechts een kwart van de bevroagde fitnesscentra vragende partij is om samenwerkingsverbanden op te zetten met andere fitnesscentra (Scheerder & Vos, 2010b).

²⁸ Onderstaande resultaten zijn afkomstig uit het *Vlaams Sportclub Panel 2009*, gerapporteerd door Scheerder en Vos (2010a) en Scheerder e.a. (2012).

Op basis van het Vlaams Sportdiensten Panel 1.0 (Scheerder e.a., 2014b) blijkt dat 76 procent van de gemeentelijke sportdiensten positief staat ten opzichte van samenwerkingsverbanden met de sportclubs in hun gemeente. Een minderheid (9,2%) aanziet de werking van de sportdienst als concurrentieel voor de sportclubs in de eigen gemeente. Ook wat betreft de samenwerking met fitnesscentra zijn de gemeentelijke sportdiensten vragende partij (Scheerder & Vos, 2012).

*Samenwerkingsverbanden van **sportclubs** met andere (sport)actoren²⁹*

Uit onderzoek blijkt dat ruim vier op vijf van de clubs aangeeft op een of andere manier samen te werken met andere sportclubs, fitnesscentra, scholen en/of de gemeentelijke sportdienst (zie tabel 4.9) (Scheerder & Vos, 2010a). Het vaakst wordt samengewerkt met sportdiensten (76%), gevolgd door sportclubs (36%) en scholen (29%). Samenwerkingsverbanden met fitnesscentra (3%) blijken eerder uitzonderlijk te zijn. Er zijn geen verschillen in functie van de grootte van de sportclub (Scheerder & Vos, 2010a).

De samenwerking met de gemeentelijke sportdienst is voornamelijk gericht op de promotie van activiteiten via de gemeentelijke promotiekanalen. In wat mindere mate worden gezamenlijke activiteiten opgezet of worden sportclubs administratief ondersteund. Zeven op tien van de sportclubs geeft aan een goede samenwerking te hebben met de gemeentelijke sportdienst (Scheerder & Vos, 2010a).

Tabel 4.9 Samenwerkingsverbanden van Vlaamse sportclubs

	Percentage
Samenwerking	
Ja	85,0
Nee	15,0
Partnerorganisaties	
Sportdiensten	76,3
Sportclubs	35,6
Scholen	29,2
Fitnesscentra	3,1

Bron: Scheerder e.a. (2012: 10)

Sportclubs werken voornamelijk met andere sportclubs samen voor het gezamenlijk aanbieden van activiteiten, het uitwisselen van ervaringen en/of het beschikbaar stellen van sportaccommodatie. Met scholen wordt voornamelijk samengewerkt met het oog op het werven van nieuwe leden, maar

²⁹ Onderstaande resultaten zijn afkomstig uit het *Vlaams Sportclub Panel 2009*, gerapporteerd door Scheerder en Vos (2010a) en Scheerder e.a. (2012).

ook meer intensieve samenwerkingsverbanden in het kader van een jaarlijkse sportdag. Een derde relatief vaak voorkomende vorm van samenwerking is het ter beschikking stellen van sportaccommodatie.

Samenwerkingsverbanden met fitnesscentra zijn zeer beperkt. Voor meer toelichting over samenwerkingsverbanden verwijzen we naar de studie van Scheerder en collega's (2012).

Uit bovenstaande blijkt dat een overgrote meerderheid van de sportclubs aangeeft op een of andere manier samen te werken met andere organisaties in de onmiddellijke omgeving. Samenwerkingsverbanden met de gemeentelijke sportdienst komen het meest voor, gevolgd door samenwerking met andere sportclubs en scholen. Hoewel deze samenwerkingsverbanden wellicht vaak beperkt zijn in termen van hun intensiteit en graad van formalisatie, tonen deze bevindingen aan dat sportclubs niet in een isolement opereren. Samenwerkingsverbanden met commerciële sportaanbieders (cf. fitnesscentra) zijn daarentegen eerder een uitzondering. De sportclubs zijn bovendien eerder in beperkte mate vragende partij om samenwerkingsverbanden op te zetten en geven tevens aan weinig concurrentie te ervaren van andere sportaanbieders. Dit staat in contrast met de perceptie van fitnesscentra die zowel andere fitnesscentra als sportclubs aanzien als concurrenten.

2.3.4 Sociale innovatie in Vlaamse *sportclubs en -federaties*

In tabel 4.10 wordt voor de drie groepen van sportaanbieders weergegeven in welke mate er een specifiek sportaanbod is voor respectievelijk jongeren, senioren, personen met een handicap en/of mensen van etnisch-cultureel diverse afkomst. Opvallende verschillen kunnen vastgesteld worden tussen de aanbieders.

Tabel 4.10 *Specifiek aanbod voor jongeren, senioren, personen met een handicap en mensen van etnisch-cultureel diverse afkomst*

	Sportclubs	Sportdiensten	Fitnesscentra
Jongeren	37,4	94,4	27,4
Senioren	21,0	88,8	54,7
Personen met handicap	7,8	43,8	nb
Mensen van etnisch-cultureel diverse afkomst	7,0	12,4	nb

Noot: nb = niet bevraagd

Bron: Vos & Scheerder (2011; 2012a)

Vrijwel alle gemeentelijke sportdiensten (94 procent) voorzien een specifiek aanbod voor jongeren, onder meer in de vorm van sportkampen en sportacademies. Iets meer dan een derde van de sportclubs organiseert specifieke activiteiten voor jongeren. Het laagste aandeel ligt bij de fitnesscentra (27 procent). Deze resultaten dienen wel genuanceerd te worden. Zo zullen heel wat

sportclubs hun aanbod ter beschikking stellen van zowel jongeren, volwassenen als ouderen, zonder hierin een specifiek onderscheid te maken.

Een aanbod voor senioren wordt het meest voorzien door de sportdiensten (89 procent). Bij sportclubs en fitnesscentra bedragen de cijfers respectievelijk 21 en 55 procent. Hieruit blijkt dat de sportclubs achterop hinken en dat de commerciële fitnesssector meer oog krijgt voor het groeisegment van senioren.

40 procent van de gemeentelijke sportdiensten heeft specifieke activiteiten voor personen met een handicap. Bij de sportclubs bedraagt dit acht procent. Een specifiek aanbod voor mensen van etnisch-cultureel diverse afkomst blijkt beduidend minder voor te komen.

Hieruit blijkt dat voornamelijk de gemeentelijke sportdiensten in sterke mate invulling geeft aan de Sport voor Allen-idee, althans wat jongeren en senioren betreft. Voor de sportclubs blijkt er zeker nog groeimarge te zijn met betrekking tot aanbod voor specifieke doelgroepen. Wat personen met een handicap en mensen van etnisch-cultureel divers afkomst betreft, lijkt er voor de drie sectoren nog werk te zijn (Scheerder & Vos, 2014).

Sportfederaties worden evenwel uitdrukkelijk aangemoedigd om aandacht te hebben voor specifieke doelgroepen, en dit door middel van de Facultatieve Opdracht Prioriteitenbeleid (Vlaamse overheid, 2001). Het prioriteitenbeleid heeft als doel de participatie van bijzondere doelgroepen en hun aansluiting bij een sportclub te bevorderen (Vlaamse overheid, 2001). Het eerste prioriteitenbeleid (2003-2004) legde de focus op mensen van allochtone origine, terwijl het volgende prioriteitenbeleid (2009-2012) zich toespitst op het bevorderen van de sportparticipatie van 55-plussers en hun aansluiting bij een sportclub. Het huidige prioriteitenbeleid (2013-2016) focust op het gezond sporten van de jeugd in sportclubs. Tabel 4.11 geeft een overzicht van de thema's per prioriteitenbeleid en het aantal gesubsidieerde federaties.

Tabel 4.11 *Overzicht van het aantal Vlaamse sportfederaties gesubsidieerd voor de Facultatieve Opdracht Prioriteitenbeleid*

Jaartal	Thema	Aantal gesubsidieerde federaties
2003	Allochtonen	2
2004	Allochtonen	2
2005	Nvt*	Nvt*
2006	Personen met een handicap	19
2007	Personen met een handicap	20
2008	Personen met een handicap	22
2009	55-plussers	11
2010	55-plussers	14
2011	55-plussers	9
2012	55-plussers	9
2013	Gezond sporten bij de jeugd in de sportclubs	14
2014	Gezond sporten bij de jeugd in de sportclubs	15

Noot: *Nvt = Niet van toepassing: Het thema allochtonen werd eind 2004 afgesloten. In 2005 was er geen apart thema, wel werd beleidsvoorbereidend werk verricht voor het thema personen met een handicap dat in 2006 van start ging.

Bron: aanvulling van Scheerder e.a. (2012: 111) op basis van Bloso-jaarverslagen en Bloso (2014b)

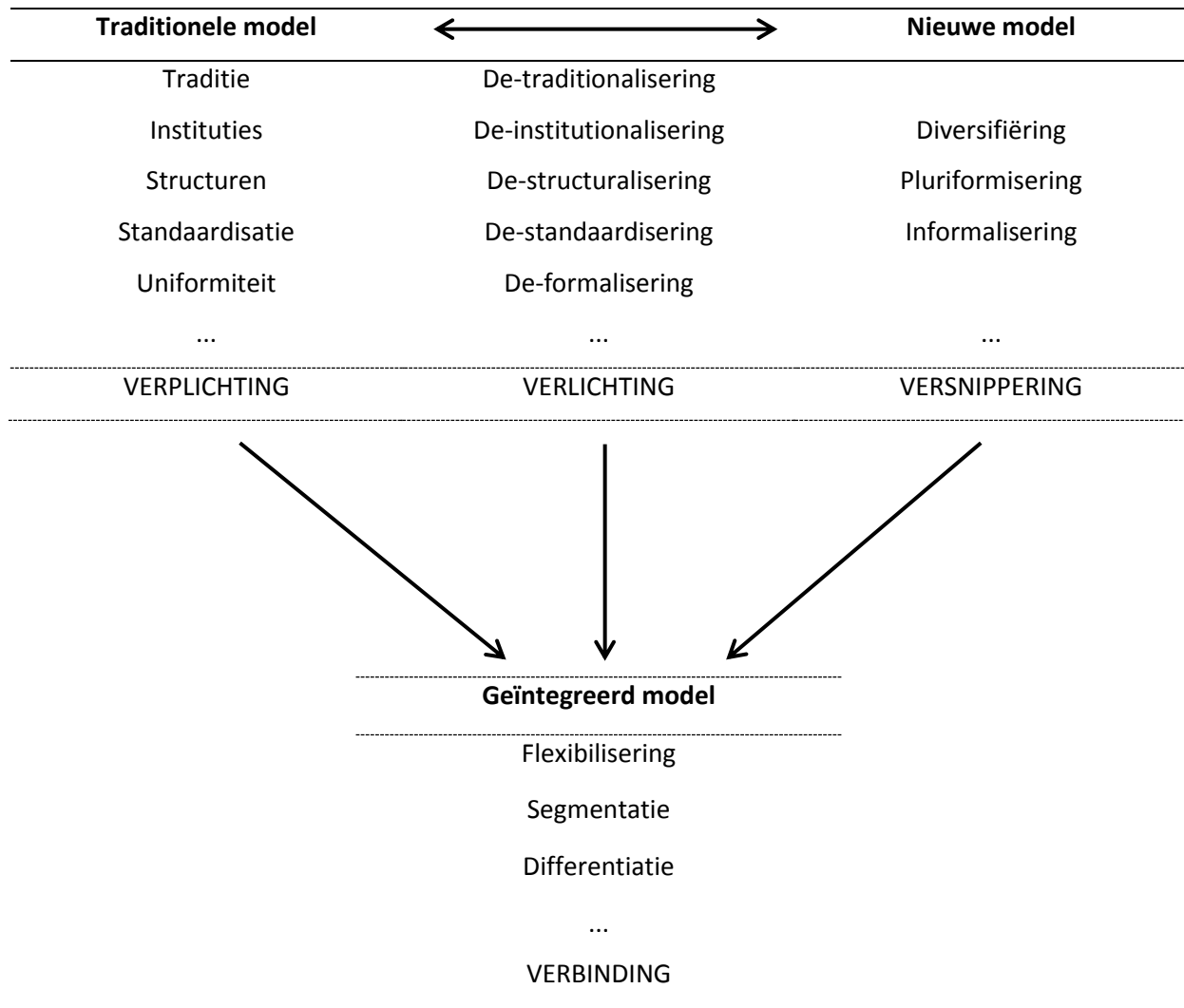
Hieruit blijkt dat een beperkt deel van de Vlaamse sportfederaties inzet op de Facultatieve Opdracht Prioriteitenbeleid. Het tweede prioriteitenbeleid (2009-2012) kende minder succes, zeker als men weet dat twee van de federaties die hiervoor gesubsidieerd werden seniorensportfederaties zijn, met 55-plussers als specifieke doelgroep in hun dagelijkse werking. Vanaf de invoering van het huidige prioriteitenbeleid (2013-2016) kan een lichte stijging in aantal gesubsidieerde federaties vastgesteld worden.

3. Naar een sportclub versie 2.0?

Zoals beschreven in de voorgaande hoofdstukken komen er globaal genomen twee parallelle ontwikkelingslijnen voor in het sportlandschap. Enerzijds een eerder traditionele ontwikkelingslijn en anderzijds een nieuwe ontwikkelingslijn. Beide sportmodellen staan voor een specifieke manier van hoe sport georganiseerd (aanbod) en beoefend (vraag) wordt (zie figuur 4.5). Tussen die twee modellen in bevindt zich een spanningsveld. Sportorganisaties weten vaak niet goed hoe met dit spanningsveld om te gaan. Maatschappelijke invloeden hebben de wensen en behoeften gewijzigd waardoor ook de waarden veranderd zijn. Zo staan ledenorganisaties onder druk, aldus Sladek en Rubingh (2014) in hun boek *Lid worden? Waarom zou ik?*. Verenigingen worstelen met andere en nieuwe manieren van ledenbinding. Dit is ook van toepassing op het clubgeorganiseerde

sportlandschap. Net als andere verenigingen zijn ook heel wat sportclubs geworteld in een zekere traditie, met trouwe leden, vaste structuren,

Figuur 4.5 *Traditioneel versus nieuw model tot een geïntegreerd model*



De opkomst van het nieuwe model, onder invloed van processen zoals onder andere de-traditionalisering, de-institutionalisering, de-structuralisering, de-standaardisering en de-formalisering, brengt lichte vormen van sportengagement met zich mee. Eerder informele, autonome, gezondheidsgerelateerde sport- en bewegingsvormen winnen aan belang. Deze evolutie wordt duidelijk weerspiegeld in de opkomst van lichte organisatievormen in de sport.

Sportclubs en sportfederaties moeten openstaan voor verandering om hun plaats in het sportlandschap te behouden. Het is aan de sportclubs en sportfederaties zelf om een keuze te maken en hun toekomstperspectieven te verbreden. Een integratie van de twee ontwikkelingslijnen kan hierbij aangewezen zijn. Door het aanbod voldoende te *differentiëren* kunnen andere en nieuwe

doelgroepen worden aangesproken die vooralsnog geen sterke aansluiting vinden bij de clubgeorganiseerde sport. Door de ontwikkeling van verschillende soorten lidmaatschap kunnen sportclubs zichzelf opnieuw uitvinden. De huidige formule vraagt om verandering, er wordt meer *flexibiliteit* vereist. De ene vereniging zal merken dat hun leden bereid zijn lidmaatschapsgeld te betalen in ruil voor bepaalde voordelen. Anderen zullen meer succes hebben met een à-la-carte model (Sladek & Rubingh, 2014).

HOOFDSTUK 5

EEN OVERZICHT VAN PRAKTIJKVOORBEELDEN

Voor de selectie van onderstaande praktijkvoorbeelden zijn we via verschillende kanalen op zoek gegaan naar innovatieve, creatieve en/of duurzame projecten. Dit gebeurde op basis van desk research (internet), een studie van de meest recente vakliteratuur en consultaties bij vakexperten. Hierbij keken we zowel naar projecten vanuit de drie hoofdsectoren (overheid, middenveld en markt), als vanuit de gemengde sectoren (de publiek-private sector, het gesubsidieerd middenveld, en het vermarkt middenveld) (zie model van profitsectoren in de sport, hoofdstuk 3 deel 2).

De gekozen praktijkvoorbeelden variëren op vlak van hun doelstelling, aanpak en inhoud. Bovendien worden deze projecten aangeboden door verschillende actoren, worden verschillende doelgroepen benaderd en samenwerkingsverbanden opgezet. Tabel 5.1 geeft een overzicht van alle praktijkvoorbeelden en hun algemene kenmerken.

Om een gestructureerd overzicht te bieden, maken we een opsplitsing in projecten volgens de drie lagen uit het multi-actormodel: (i) sportprogramma's, (ii) sportaccommodaties en (iii) sportevenementen. Waar nodig wordt een extra onderverdeling gemaakt naar gelang de aanbieder van het project: (a) overheid, (b) middenveld, (c) markt of (d) gemengde sectoren. In deze laatste onderverdeling, gemengde sectoren, worden de publiek-private sector, het gesubsidieerd middenveld, en het vermarkt middenveld samengebracht. Informatie omtrent deze praktijkvoorbeelden werd gezocht in de vakliteratuur en via desk research.

Tabel 5.1 *Overzicht van algemene kenmerken van de praktijkvoorbeelden*

	Aanbieder Stimulator				Categorie	Oriën- tatie	Doelgroep				Bewegings vorm			Link				Doelstelling							
	Overheid	Middenveld: sport	Middenveld: andere	Markt	Sportprogramma	Sportaccommodatie	Sportevenement	Recreatief/participatief	Competitie/prestatief	Jongeren	Volwassenen	Ouderen	Andere specifieke doelgroep	Unisport	Omnisport	Fysieke activiteit/beweging	Link met club of federatie	Link met overheid	Link met middenveld	Link met school	Fysieke doelstelling	Mentale doelstelling	Sociale doelstelling	Financiële doelstelling	Andere doelstelling
Multimove	X	X			X			X		X				X			X	X		X		X			
Dynamo-project	X	X			X			/	/				X	/	/	/	X	X		X					X
Football+ Foundation	X	X			X			X		X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Sport in Grootsteden	X		X		X			X		X	X		X	X		X					X	X	X		
Brede School	X	X			X			X		X				X			X	X		X		X			
FitFree	X	X			X			X		X	X					X	X				X		X		
sChOOL-jitsu	X	X			X			X		X				X			X		X		X		X		
King Pong	X	X			X			X		X	X			X			X		X	X	X	X	X		
3X3 Basket	X	X			X			X	X	X				X			X				X		X		
Elke club telt!	X	X			X			X					X			X	X								X
Ecosportief			X		X			/	/	/	/	/	/	/	/	/	X	X	X						X
Football Foundation		X			X	X		/	/	X	X	X	X	X			X	X	X	X	X	X	X	X	
Football Memories			X		X			X				X		X					X			X	X		
Good Gym			X		X			X		X	X	X	X			X			X		X	X	X		
Football Kick-Off		X			X		X	X					X	X			X	X	X		X	X	X		
Gezond scoort!		X			X			X		X			X			X	X		X		X	X			
Judo 55+		X			X			X				X		X			X				X	X	X		
Gezond groeien in de koers		X			X			X	X	X	X			X			X				X	X			
Gizi		X			X			X		X						X	X	X	X	X	X				X
Sport Light				X	X			X	X	X	X	X				X					X				X
Buurtsport		X						X		X			X				X	X			X	X	X	X	
Speed badminton		X	X		X			X	X	X	X			X			X				X		X	X	
Start 2 Run		X	X		X			X		X	X	X		X		X	X	X			X				
We App To move			X		X			X		X			X			X			X	X	X	X	X		X
Let's Go Urban		X			X			X	X	X						X	X	X	X	X	X	X			X
Finse piste	X				X			X		X	X	X		X		X	X				X				
Fit-o-city	X		X		X			X		X	X	X		X		X	X				X				
Sporthal van de toekomst	X		X		X			X	X	X	X	X		X					X	X	X				X
KaBOOM!			X		X			X		X						X	X	X			X		X		
Cablean Sportveld				X	X			X	X	/	/	/	/			X	X				X				X
Golazo			X		X			X	X	X	X	X		X			/	/	/	/	X				X
Sport-Events			X		X			X	X	X	X			X			/	/	/	/	X				X
Spinning			X	X	X			X		X	X	X		X		X	/	/	/	/	X				X
Zumba			X	X	X			X		X	X	X				X	/	/	/	/	X				X
Pilates			X	X	X			X		X	X	X				X	/	/	/	/	X	X			X
Les Mills				X	X			X		X	X	X				X	/	/	/	/	X				X

Noot: / = niet van toepassing

1. Innovatieve sportprogramma's

1.1 Innovatieve sportprogramma's georganiseerd door de overheid

In dit onderdeel beschrijven we praktijkvoorbeelden waarbij de overheid een belangrijke rol speelt. Hierbij gaat het voornamelijk over projecten waarbij de overheid het initiatief nam voor de oprichting en de financiering van het project. Onderstaande projecten worden uitgevoerd in samenwerking met of in opdracht van de overheid.

1.1.1 *Multimove*

'Multimove voor kinderen: een gevarieerd bewegingsaanbod voor jonge kinderen' is een initiatief van Vlaams minister van Sport Muyters en wordt gerealiseerd met de steun van de Vlaamse overheid. Het project vindt zijn oorsprong in het voormalig Vlaams regeerakkoord, en werd in de beleidsnota en –brief Sport 2010 verder uitgeschreven. Het project is een samenwerking tussen de Vlaamse Sportfederatie (VSF), het Vlaams Instituut voor Sportbeheer en Recreatiebeleid (ISB), de universiteiten met een opleiding Lichamelijke Opvoeding, en de Vlaamse Trainersschool (Multimove, 2014).

'Multimove voor kinderen' is tevens een logisch gevolg van recente onderzoeken die de noodzaak aan bewegingsstimulerende maatregelen bij kinderen benadrukken. Onderzoeksresultaten in Vlaanderen tonen aan dat er al op kleuterleeftijd een tekort aan lichaamsbeweging is, zowel thuis als op school. Dit tekort zorgt er niet alleen voor dat jonge kinderen vaak met overgewicht te kampen hebben, maar ook een motorische achterstand oplopen. Het is juist deze brede basismotoriek die kinderen in staat stelt om op een prettige wijze de eigen mogelijkheden in de onmiddellijke omgeving te verkennen, zowel op fysiek, sociaal als cognitief vlak. Hoewel fysiek actief spelen en bewegen bij kinderen spontaan gebeurt, is dit in een sedentaire samenleving (met veel zitten op school en in de vrije tijd), niet steeds evident. Daarbij stellen we vast dat sportclubs nieuwe leden op steeds jongere leeftijd aanwerven. Hierbij waarschuwen zowel sportartsen als bewegingsacademici voor te vroege sportspecialisatie omdat het risico op een te eenzijdige lichaamsontwikkeling hierdoor toeneemt. 'Multimove voor kinderen' wil de ontwikkeling van de basismotoriek op een pedagogisch verantwoorde en wetenschappelijk onderbouwde manier stimuleren. Het doel op lange termijn is om het jonge kind (3-8 jaar) in Vlaanderen een brede waaier van bewegingskansen (waarin alle basiscomponenten aanwezig zijn) te bieden en een degelijke begeleiding, met een optimale ontwikkeling van de basismotoriek als gevolg (Multimove, 2014).

Multimove voor kinderen biedt 3- tot 8-jarige kinderen een gevarieerd bewegingsprogramma aan, waarin de focus op de algemene ontwikkeling van vaardigheden ligt en een sporttak niet meteen

herkenbaar is. Door kinderen in uitdagende bewegingssituaties te plaatsen waarbij ze ervaringen opdoen in de 12 bewegingsvaardigheden, wordt hun motorische ontwikkeling geprikkeld. Dit zijn bewegingsvaardigheden die een kind reeds op jonge leeftijd moet verwerven om de motorische ontwikkeling te bevorderen. Alle bewegingen die een kind nu – en later als volwassene – zal gebruiken, zijn hierop gebaseerd. Plezierbeleving staat hierbij centraal. Multimove onderstreept het belang van een brede motorische ontwikkeling en kan de start betekenen van een gezonde en levenslange sport- en bewegingsparticipatie (Multimove, 2014).

Gedurende drie proefjaren (2012-2014) werd het project uitgebouwd en uitgetest. Multimove werd aangeboden op 104 pilootlocaties en bereikte bijna 5 000 kinderen. De eerste resultaten tonen aan dat de motorische vaardigheid van de deelnemers aan het Multimove-programma significant vooruit gaat ten opzichte van de controlegroep die een klassiek bewegingsaanbod volgt. Dit wil niet zeggen dat een vijfjarig kind zich beter niet meer aansluit bij een club die één sport aanbiedt. Het gaat niet om het beoefenen van één of meerdere sporten, maar wel om het oefenen in de twaalf bewegingsvaardigheden. Het beoefenen van deze vaardigheden kan perfect binnen één sport, als het clubbestuur en de begeleiders aandacht hebben voor de brede ontwikkeling (De Bock, 2014).

1.1.2 Projectoproepen participatiedecreet

Vanaf juli 2014 is het vernieuwde participatiedecreet in voege gegaan. Het decreet houdende de flankerende en stimulerende maatregelen ter bevordering van de participatie in cultuur, jeugdwerk en sport, beter bekend als het participatiedecreet, werkt sectoroverschrijdend en heeft betrekking op de domeinen cultuur, jeugdwerk en sport. Het vormt een ondersteuning en een aanvulling op de specifieke decreten en beleidsvoering in de bovengenoemde drie domeinen. Centraal staat de bevordering van participatie. De idee is om tot een geïntegreerd participatiebeleid te komen door de huidige ontwikkelingen op het vlak van cultuur, jeugdwerk en sport te ondersteunen en daarnaast ook door het stimuleren van de totstandkoming van nieuwe initiatieven (Vlaamse overheid, 2008; Vlaamse overheid, 2014). Hieronder halen we enkele gevolgen en resultaten aan van projecten van het voormalige decreet met betrekking tot sport. Hierna bekijken we wat het vernieuwde decreet concreet betekent voor de sportfederaties en –clubs.

Proeftuinen Sport

Onderdeel van het vorige decreet was onder andere de subsidiëring voor ‘proeftuinen’. Hierbij kon de Vlaamse overheid jaarlijks één of meerder projectoproepen lanceren, waarbij een specifiek thema, of een specifieke doelgroep centraal stond. Voor de periode 2008-2012 werden vijf proeftuinen gefinancierd voor sport (Vlaamse overheid, 2008), de clubgeorganiseerde sport was hier

rechtstreeks bij betrokken. Hieronder geven we eerst een kort overzicht van deze vijf proeftuinen en we lichten toe wat er in de toekomst met deze projecten zal gebeuren.

De eerste proeftuin, het verenigingsondersteuningsproject, beter bekend als het Dynamo-project, wordt gerealiseerd door de Vlaamse Sportfederatie (VSF) en stelt een duurzame professionalisering en kwaliteitsverbetering van de sportverenigingen tot doel. Hiertoe biedt het project managementondersteuning voor sportclubs (Vlaamse overheid, 2008). Na een overgangsperiode tot eind 2013 werd de kernopdracht van het Dynamo-project, vanaf 1 januari 2014 structureel toegevoegd aan de opdrachten van de koepelfederatie Vlaamse Sportfederatie via het decreet op de sportfederaties (Departement CJSB, 2014a).

De tweede proeftuin was Open Stadion, nu Football+Foundation, is een project waarbij voetbalclubs aangespoord werden om zich maatschappelijk te engageren en zich in te zetten voor de participatiebevordering van kansengroepen (Vlaamse overheid, 2008). De bestaande proeftuin liep eind oktober 2013 af. De Football+ Foundation vzw zal verder ondersteund worden vanaf december 2013 tot eind 2016 voor een hertekende opdracht. De focus zal liggen op sociale clubondersteuning aan Vlaamse voetbalclubs uit lagere reeksen, aangesloten bij Voetbalfederatie Vlaanderen vzw (Departement CJSB, 2014a).

Sport in Grootsteden was de derde proeftuin. Dit omvatte projecten die toeleiding van kansengroepen tot sportclubs tot doel hebben. Hiernaast worden sportclubs ondersteund bij het opnemen van hun rol ten opzichte van maatschappelijk kwetsbare jongeren en hun ouders (Vlaamse overheid, 2008). De huidige formule van deze proeftuin, met de projecten 'Kort op de Bal' en 'Vecht en Dans' waar participatief werken en ervaringsleren met maatschappelijk kwetsbare jongeren centraal stond, liep eind september 2013 af. De ontwikkelde expertise en methodiek werd zo maximaal mogelijk naar de sportsector uitgerold via diverse communicatiefora. De organisatie 'Jes vzw' zal de opgedane kennis nu verder ontwikkelen en in de praktijk brengen binnen zijn reguliere werking. De uitdaging zal zijn om de leereffecten toe te passen en te vertalen naar andere contexten. De Vlaamse beleidsprioriteiten in het decreet lokaal sportbeleid bieden alvast zowel naar transversale samenwerking als naar professionalisering mogelijkheden om de opgedane expertise te implementeren (Departement CJSB, 2014a).

Als vierde proeftuin richt Brede School met Sportaanbod zich specifiek op kinderen en jongeren, en heeft onder meer tot doel de interactie tussen scholen en lokale sportaanbieder, waaronder sportclubs, te stimuleren (Vlaamse overheid, 2008). De proeftuin 'Brede School met Sportaanbod' zal enerzijds afgestemd worden op het decreet houdende de organisatie van de schoolsport en anderzijds financieel en structureel verankerd worden binnen de afdeling Sportpromotie van Bloso.

Bloso zal, in nauwe samenwerking met de Stichting Vlaamse Schoolsport (SVS), het concept 'Brede School met Sportaanbod' verder uitrollen over gans Vlaanderen. De verdere uitrol van het project 'Multimove voor kinderen' alsook de nieuwe driejaarlijkse SVS-actie 'Sport beweegt je school' bieden extra opportuniteiten voor het naschoolse sportaanbod (Departement CJSM, 2014a).

Een vijfde proeftuin tenslotte is het project buurtsportbegeleiders. Zoals de naam al aangeeft, situeert dit project zich vooral binnen de andersgeorganiseerde sport (Vlaamse overheid, 2008). Na een overgangsperiode tot eind 2013 werd deze proeftuin onder de huidige vorm stopgezet. Via een bijkomende opdracht binnen het decreet lokaal sportbeleid zal het Vlaams Instituut voor Sportbeheer en Recreatiebeleid ISB de rol van kenniscentrum voor buurtsport opnemen. Op deze manier wordt de verzamelde expertise uit deze proeftuin verankerd. Geïnteresseerde lokale besturen zullen zo in samenwerking met ISB eigen initiatieven rond buurtsport kunnen uitbouwen. Verder wordt ook onderzocht onder welke vorm er een nieuw initiatief rond sport en tewerkstelling kan worden opgezet. De bepalingen in het nieuwe decreet lokaal sportbeleid bieden opportuniteiten voor de ontwikkeling van buurtsport op lokaal niveau (niet alleen de centrumsteden, maar ook ruimer), waardoor het buurtsportaanbod via die weg in de toekomst verder ontwikkeld kan worden. De ondersteuning, kennisdeling, ontwikkeling en facilitering van de buurtsportmethodiek zal gecontinueerd worden. Buurtsport als een werkvorm die 'stimuleert tot sporten en bewegen in de directe woon- en leefomgeving' is hierbij het uitgangspunt (Departement CJSM, 2014a). Het project Buurtsport werd hierboven reeds toegelicht.

Participatieprojecten kansengroepen

Concreet betekende het vernieuwde participatiedecreet voor de sportfederaties een aantal belangrijke wijzigingen voor de projectoproep 'Participatieprojecten kansengroepen'. Er werden nieuwe criteria opgesteld waaraan de projectaanvragen getoetst zullen worden: (i) de wijze waarop het project inspeelt op en tegemoetkomt aan de eigenheid van de kansengroep of vertrekt vanuit de kansengroep, (ii) de actieve participatie van de doelgroep in de totstandkoming van het project, (iii) de bijdrage van het project aan het wegwerken van participatiedrempels, (iv) de inbedding van het project in een netwerk of samenwerkingsverband met relevante actoren om de slaagkansen van het project te maximaliseren en (v) de aandacht voor een meer inclusieve cultuur-, jeugdwerk- of sportpraktijk door actieve participatie van kansengroepen, participatie in gezinsverband of intergenerationele initiatieven. Een projectaanvraag hoeft weliswaar niet aan elk criterium te voldoen. Hierbij verleent de overheid voorrang aan verenigingen die geen werkingssubsidies ontvangen van de Vlaamse overheid. Bovendien werd er een administratieve vereenvoudiging doorgevoerd, meerjarige projecten hoeven geen voortgangsrapport meer op te stellen. Één keer per

jaar moet een afrekening en een planning of begroting voor het volgend jaar bezorgd worden aan de administratie (Vlaamse overheid, 2014; VSF, 2014).

1.1.3 Projectoproep innovatieve projecten voor laagdrempelig sporten

Zoals reeds aangehaald, engageerde de Vlaamse minister bevoegd voor Sport, Philippe Muyters, zich in zijn beleidsbrief Sport 2012-2013 om, naast de structurele subsidies voor sportfederaties, ook extra ruimte te maken voor innovatieve en originele projecten die laagdrempelig sporten aantrekkelijk maken en de ontwikkeling van initiatieven tot sporten in de directe omgeving stimuleren. In 2013 werd een projectoproep gelanceerd die de sportfederaties moest uitdagen om nieuwe en vernieuwende sportdisciplines op een duurzame manier in hun sportprogramma te integreren en dit in samenwerking met partners (scholen, sportclubs, sportdiensten, bedrijven, ...). Vijftien projecten werden ondersteund om op een innovatieve manier rond sport te werken, deze worden weergegeven in tabel 5.2. Drie van deze projecten worden in hoofdstuk 6 verder uitgediept. Vijf andere projecten worden hier kort toegelicht.

Tabel 5.2 *Overzicht van de vijftien innovatieve projecten voor laagdrempelig sporten en de bijhorende verantwoordelijke federaties die door de Vlaamse overheid ondersteund worden voor maximaal twee jaar*

#	Project	Verantwoordelijke federatie
1	FitFree	Vlaamse Atletiekliga
2	Iedereen Krolft!	S-Sport federatie
3	We are freerunning	GymnastiekFederatie Vlaanderen
4	King Pong	Vlaamse Tafeltennisliga
5	3X3 Basketball	Vlaamse Basketballiga
6	High5 Korfbal	Koninklijke Belgische Korfbalbond
7	Streethandball	Vlaamse Handbalvereniging
8	Fithandbal	Vlaamse Handbalvereniging
9	3 on 3 rolstoelbasketbal	Parantee
10	Voetbal op maat	Voetbalfederatie Vlaanderen
11	Peddelen door Vlaanderen SUP	Vlaamse Yachting Federatie
12	Skateboardacademie	FROS amateursportfederatie
13	Elke club telt!	OKRA-SPORT
14	Introduceren festivalwip	Vlaamse traditionele sporten
15	sChOOL ju-jitsu	Vlaamse Ju-Jitsu federatie

Bron: Departement CJSJ (2014b)

FitFree is een uitgebalanceerd 'beweeg- en fitprogramma' van de Vlaamse Atletiekliga (VAL). Hiermee wil men enerzijds de jeugd (14-18 jaar) en anderzijds volwassenen bereiken. Het project is gericht naar niet-sportbeoefenaars, naar recreanten en naar de 'vrije sporters'. In de FitFree-sessies wordt een sociale context gecreëerd waarin men samen op een leuke manier aan de gezondheid en fysieke conditie kan werken. De VAL wil met project een brug slaan tussen de 'vrije sporter' en de sporter in clubverband: elke deelnemer kan vrij deelnemen aan de activiteiten. De sessies kunnen beschouwd worden als 'opendeur' sessies, er is geen verplichting of controle van deelname. Elke deelnemer kan zijn/haar eigen tempo bepalen. Voor de organisatie van het project wordt nauw samengewerkt tussen de federatie, de atletiekclubs en de gemeentelijke sportdiensten.

De Vlaamse Ju-Jitsu Federatie wil met het project sChOOL-jitsu de kennismaking met de sport laagdrempelig en toegankelijk maken voor iedereen. Het project richt zich tot alle leerlingen van het basisonderwijs. De laagdrempelige en aangepaste technieken en oefenvormen maken de sport vanaf het allereerste moment genietbaar, speels, gemakkelijk te leren en prettig voor iedereen. Hiervoor gaan lokale clubs samenwerkingen aan met basisscholen (VJJF, 2014).

King Pong is een project ontwikkeld door de Vlaamse Tafeltennisliga. Het project heeft als doel om ons bestaande sportaanbod te verruimen en te verdiepen, en daardoor meer mensen te bereiken en aan te zetten tot sporten. Hiervoor richt de VTTL zich niet rechtstreek op individuen, maar gaat samenwerkingen aan met Vlaamse partners, zoals scholen en dienstencentra. Hierbij wordt gebruik gemaakt van materiaal dat overal toepasbaar is en differentiatie in niveau toelaat (King Pong, 2014).

Via het project 3X3 Basketball speelt de Vlaamse Basketballiga in op de individualisering van de maatschappij. Via deze weg wil men inspelen op de noden en wensen van de hedendaagse sporter en basketbal aanbieden op een brijblijvende manier (lichte organisatievorm). Door het vrijblijvende en los karakter van de 3X3-tornooien kunnen ook zij, die zich niet thuis voelen in het clubgebeuren op een gestructureerde manier blijven basketballen. Er werd eveneens een online community opgericht (www.3X3planet.be) waardoor deelnemers contact kunnen leggen met spelers uit alle hoeken van de wereld, van alle leeftijden en alle niveaus. Je kunt jezelf vergelijken met andere spelers, endorsed events zoeken, je ranking bekijken, etc. (3X3basketball, 2014).

Na de projecten 'Elke stap telt' en 'Elke trap telt', richt OKRA-SPORT zich met haar nieuwste project 'Elke clubs telt' niet op de deelnemer, maar wel op de aanbieder, namelijk de lokale trefpunten. Het project wil de sportwerking in de trefpunten ondersteunen, verbeteren en verruimen. Om dit te bereiken stelt OKRA-SPORT themaboxen ter beschikking aan haar trefpunten rond vier thema's: aanbod, bereik en rekrutering, communicatie, en samenwerking. Deze boxen bevatten stappenplannen, tips en interessante links en informatie waarmee de trefpunten aan de slag kunnen.

Met dit project wil OKRA-SPORT de trefpunten aanzetten om variatie in hun sportaanbod te voorzien, dit om zo veel mogelijk senioren te motiveren tot deelname (OKRA-SPORT, 2014).

1.2 Innovatieve sportprogramma's georganiseerd door het middenveld

Hieronder worden een aantal projecten beschreven die georganiseerd en geïmplementeerd worden vanuit het middenveld. De projecten die opgestart werden als gevolg van een projectoproep van de overheid, zouden ook bij dit onderdeel geplaatst kunnen worden. Aangezien het initiatief en de stimulans bij deze projecten bij de overheid lag, werden deze reeds behandeld in voorgaand deel.

1.2.1 Ecosportief

Het project 'Ecosportief, sporten doe je spoorloos!', werd in 2014 gelanceerd door het ISB samen met Ecolife en BOS+. Ecolife is een maatschappelijke milieuorganisatie die streeft naar een duurzame wereld door middel van ecologische gedragsverandering. Ecolife toont de voordelen van ecologisch leven door het bieden van *tools* en *coaching* aan diverse doelgroepen (Ecolife, 2014). BOS+ zet zich specifiek in voor bosbehoud, beter bos en meer bos in Vlaanderen en de wereld (BOS+, 2014). Met dit project gaat de lokale sport in Vlaanderen voor duurzaamheid. Want ook sport laat sporen na op het milieu en de omgeving. Denk maar aan het energie- en waterverbruik in sportaccommodaties, emissies door elektriciteit en brandstof (o.a. de auto), de ecologische voetafdruk van sportevenementen. Of nog, lawaai en lichtoverlast en vervuiling van water, lucht en bodem, o.a. door pesticiden bij terreinbeheer. Andere uitdaging is het gebruik van de, zeker in Vlaanderen, beperkte (groene!) ruimte. De trends gaan steeds meer richting multifunctioneel gebruik van accommodaties en zelfs tijdelijke constructies en meer groene ruimtes voor sporten en bewegen in de steden. Dit houdt sporters in de buurt en voorkomt dat zij zich per auto naar verder gelegen natuurgebieden verplaatsen (ISB, 2014c).

In een tweejarig traject (2014-2015) met steun van de Vlaamse overheid (Beleidsdomein Leefmilieu, Natuur en Energie) ontwikkelen en testen de projectpartners eerst diverse instrumenten, die vervolgens in 2015 in pilootprojecten in Vlaanderen worden toegepast. In een kwalitatieve analyse van bestaande en vooral internationale dynamieken en tools die sport met duurzame ontwikkeling, ecologie en milieu verbinden, werd gezocht naar fundamenteen voor de ontwikkeling van deze instrumenten (zie Ecolife, ISB & BOS+, 2014). Lokale sportdiensten, sportclubs, sporters en andere bij sport betrokken actoren kunnen daarmee duurzaamheid in de praktijk brengen en zo bijdragen aan het verminderen van de milieu-impacten (ISB, 2014c).

1.2.2 Projecten in verband met Corporate Social Responsibility (CSR)

Het concept Corporate Social Responsibility (CSR), in het Nederlands vrij vertaald naar 'Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen' (MVO), is in de loop van de voorbije drie decennia gemeengoed geworden in de internationale bedrijfswereld. CSR wordt gedefinieerd als 'een continu verbeteringsproces waarbij ondernemingen vrijwillig op systematische wijze economische, milieu- en sociale overwegingen op een geïntegreerde manier in de gehele bedrijfsvoering opnemen, waarbij overleg met de stakeholders, of belanghebbenden, van de onderneming deel uitmaakt van dit proces.' (MVO Vlaanderen, 2014). De sportsector is momenteel een inhaalbeweging aan het maken om ook zijn (extrasportieve) bijdrage te leveren aan de samenleving. De sociaal-maatschappelijke rol die sportorganisaties kunnen spelen is onmiskenbaar. Desondanks is de bewustwording van de impact die ook naast het veld gecreëerd kan worden pas recenter gekomen. Hieronder geven we enkele voorbeeldprojecten uit het Verenigd Koninkrijk en België.

Verenigd Koninkrijk

The Football Foundation is de grootste CSR-organisatie voor sport in het VK. De Foundation wordt onder andere gefinancierd door het Engelse eerste klasse voetbal (Premier League). De twee grootste CSR-projecten zijn 'the Mayor of London: Sport Facilities Fund', waarmee men het sportparticipatieniveau wil verhogen door het financieren van kwaliteitsvolle lokale sportfaciliteiten in plaatselijke gemeenschappen, en 'Barclays Spaces for Sports' is een wereldwijd programma dat sport gebruikt om jonge mensen weer aan het werk of op school te krijgen of om een opleiding te volgen, hierbij worden eveneens nieuwe impulsen gegeven aan achtergesteld gemeenschappen, en dit op een duurzame manier (Football Foundation, 2014).

Football Memories is een project van de organisatie Alzheimer Scotland en the Scottish Football Museum. Vrijwilligers worden opgeleid om tijd door te brengen met mensen met dementie die interesse hebben in voetbal. Samen praat men over voetbalteams en voetbalwedstrijden uit het verleden waarbij gebruik gemaakt wordt van afbeeldingen (Football Memories, 2014).

Good Gym is een fitnessproject waarbij mensen aan fysieke activiteit doen en gelijktijdig bijdragen aan de samenleving. Hierbij ligt de focus op het helpen van kwetsbare mensen in de maatschappij en het tegengaan van vereenzaming bij ouderen. Zo kan je bijvoorbeeld gaan joggen, en gelijktijdig loop je naar een eenzame oudere persoon in de buurt om deze te bezoeken. Hierbij krijg je hulp van een gekwalificeerde trainer die je ondersteunt bij het bereiken van je doelen (Good Gym, 2014).

België

De Football+Foundation is de sociale vertegenwoordiger van het Belgische voetbal en stimuleert voetbalclubs in België om hun sociale verantwoordelijkheid op te nemen. Hun projecten focussen op

vier kernthema's: werk, integratie, onderwijs en gezondheid. Voor elk van deze thema's geven we kort enkele projecten die bij de Belgische voetbalclubs worden geïmplementeerd:

Voetbalclubs geven aan uiteenlopende doelgroepen de perfecte assist richting *arbeidsmarkt*. Zo voorziet KV Kortrijk in tijdelijke arbeidsplaatsen voor studenten, vrijwilligers, leerwerknemers, werkgestraften en OCMW-gerelateerde artikel 60'ers. Zo krijgt iedereen van de voetbalclub de kans om de nodige vaardigheden op te doen en kan de voetbalclub haar personeelskosten drukken.

Volledige *integratie* betekent dat iedereen volwaardig de kans moet krijgen om te kunnen sporten. Zo ook bijvoorbeeld personen met een verstandelijke en/of motorische handicap. Voetbalclub K. Lierse SK voorziet daarom in G-voetbal voor kinderen en volwassenen, gaande van trainingen tot deelnames aan de lokale voetbalcompetitie en georganiseerde G-events. Lierse wil zo aantonen dat iedereen deel uitmaakt van de geelzwarte familie.

Studiebegeleiding met zicht op de training van je favoriete voetbalelftal, bij Sporting Charleroi kan dat. De voetbalclub gebruikt de uitstraling van haar spelers en stadion om kinderen te ondersteunen die een leerachterstand hebben opgelopen. Op zaterdagen en woensdagnamiddagen krijgen de deelnemende kinderen studiebegeleiding in de loges van Sporting Charleroi. Dit gratis aanbod heeft de afgelopen jaren honderden kinderen geholpen en zo studie-uitval vermeden. De deskundige pedagogische begeleiding, de grote betrokkenheid van de ouders en het schouderklopje van de spelers en staf zijn succesfactoren om ook op school te scoren.

Je conditie opbouwen of op peil houden samen met je favoriete club, het kan. Zo roept Club Brugge haar supporters en buurtbewoners op om samen mee te doen aan Start to Run en tegelijk de nodige aandacht te schenken aan een gezonde voeding, actief bewegen en een *gezonde levensstijl*. Zo worden er loopsessies gehouden onder leiding van een medisch of sportief verantwoordelijke en getooid in de clubkleuren. Samen lopen voor een betere gezondheid (KBVB, 2014a).

De Football+Foundation ontwikkelde zelf drie projecten waaraan de voetbalclubs kunnen deelnemen:

De Football Kick-Off is een landelijk voetbaltornooi voor personen met een handicap, gedragen door alle geledingen van het Belgisch voetbal en Special Olympics Belgium. Personen die zich belemmerd voelen om deel te nemen aan het reguliere voetbal, kunnen sinds enkele jaren van het voetbal proeven via het G-voetbal. Met de Football Kick-Off wordt aan alle G-teams uit België

een unieke kans geboden om deel te nemen aan een bijzonder voetbaltornooi. Wat dit evenement uniek maakt, is de aanwezigheid van professionele trainers uit de eerste en tweede voetbalklasse die tijdens het tornooi de G-teams – spelend in de échte voetbaltenues van deze professionele clubs – coachen. Bovendien worden de wedstrijden in goede banen geleid door scheidsrechters uit de hoogste afdeling en kunnen de spelers ook penalty's trappen tegen een profdoelman. De Football Kick-Off bezorgt de deelnemers zo een onvergetelijke dag en verkleint de afstand tussen het reguliere voetbal en het G-voetbal (Football Kick-Off, 2014).

Gezond scoort! is een gezamenlijk lesprogramma voor scholen en voetbalclubs. Leerlingen zetten zich samen met hun favoriete profvoetballer in om gezond te eten, te bewegen en niet te roken. Bij de aftrap op de club nemen kinderen deel aan een beweegparcours, krijgen ze een gezond tussendoortje en wordt een leefstijlbevraging ingevuld. Tijdens een persoonlijke ontmoeting sluiten de leerlingen een contract af met een profspeler waarbij ze zich engageren om hun best te doen tijdens het programma. Na de aftrap volgt een schooltraject. Volgende thema's komen aan bod: bewegen, gezond eten en het gebruik van verslavende middelen. Spelers, trainer, dokter of kinesitherapeut brengen een bezoek aan de school en blijven in contact met de leerlingen om die zo extra te motiveren. Tijdens de finale van het programma krijgen alle leerlingen een diploma uit handen van de profvoetballers. *Gezond scoort!* overtuigt kwetsbare jongeren dat sporten en gezond eten plezierig zijn (KBVB, 2014b).

The Belgian Homeless Cup wordt in hoofdstuk 6 verder uitgediept.

1.2.3 Judo voor 55-plussers

Met dit project ontwikkelde de Vlaamse judofederatie judo een andere visie op judo. Want die zinvol wil judoën met 55-plussers moet door een andere bril kijken dan de traditionele wedstrijdbril. Aangepaste oefeningen en technieken werden ontwikkeld en gebundeld in de handleiding 'De Zachte Weg, judo als sport- en bewegingsvorm voor 55-plussers'. Hierbij aansluitend is eveneens een programma in ontwikkeling om 55-plussers veilig te leren vallen. Hiermee probeert men in te spelen op het fenomeen dat ongewild vallen voor oudere mensen vaak de start is van veel gezondheidsproblemen (VJF, 2014)

1.2.4 Gezond groeien in de koers

'Gezond groeien in de koers' is een vier jaar durend project van Wielerbond Vlaanderen. Hiermee wil men de koersende jongeren en hun omgeving wil aanzetten om gezond te koersen en dit op verschillende vlakken. Ouders en begeleiders van koersende jongeren krijgen tips om samen een team te vormen dat nog jaren plezier en resultaat haalt uit de sport. De jeugd wordt begeleid en geïnformeerd zodat ze op een verantwoorde en veilige manier zich in het verkeer kunnen begeven.

Daarnaast krijgt de jeugd informatie over hoe ze hun training gedurende de jaren het best opbouwen. We gaan samen met hen op zoek naar de ideale trainingsprikkels op het juiste moment. Jongeren worden begeleid naar een gezond voedingspatroon, zowel qua gewone voeding als specifieke sportvoeding. Tot slot engageert Wielerbond Vlaanderen zich samen met de jongeren en hun omgeving voor een dopingvrije sport (Wielerbond Vlaanderen, 2014).

1.2.5 Gizi

GIZI is een project van de Gezinssportfederatie (GSF) en vindt haar oorsprong in 2007. Toen dienden twee sportclubs van de GSF een projectaanvraag in bij vzw 'de Rand' met als onderwerp 'Spelenderwijs Nederlands leren in de sportclub'. Nederlands stimuleren ondersteunt immers de taalontwikkeling van kleuters en verhoogt de betrokkenheid van de ouders. Als gevolg hiervan ontstonden er twee kijk- en lesgeefboekjes voor ouders en twee kijkwijzers voor lesgevers van GIZI rond bewegingsopvoeding/watergewenning en het stimuleren van taal. Taalontwikkeling kan reeds op jonge leeftijd via sport gestimuleerd worden. Daarom is GSF van mening dat de boekjes en kijkwijzers die vanuit dit project ontwikkeld werden, bruikbaar zijn voor alle lokale sportdiensten, sportclubs, sociale organisaties, taalorganisaties of scholen die met 4- tot 6-jarigen werken. Vanaf 2014 kunnen ook in sportclubs, scholen of sportdiensten GIZI-activiteiten georganiseerd worden. Hiervoor werd een conceptenbundel aangemaakt om een overzicht te geven van alle GIZI-mogelijkheden en de bijhorende ondersteuning vanuit GSF. De activiteiten gaan van bewegingsopvoeding met GIZI tot een sportdag voor kleuters (GSF, 2014).

1.3 Innovatieve sportprogramma's georganiseerd door de markt

1.3.1 Sport Light – Personal training and lifestyle support

Het bedrijf Sport Light werd opgericht in 2012 en biedt kwaliteitsvolle begeleiding inzake sport, voeding en lifestyle. Aanvullend organiseert men Sport Light-workshops waar relevante thema's aan bod komen met betrekking tot deze drie pijlers.

In hun trainingsbegeleiding gaat de aandacht naar aangepaste trainingsschema's. Omdat iedereen anders reageert op trainingsprikkel is het van belang een trainingsproces zo persoonlijk mogelijk te maken. Op deze manier probeert Sport Light met haar klanten het meeste resultaat te boeken in een zo kort mogelijke tijd. Daarnaast voorziet Sport Light advies op vlak van voeding en kan men beroep doen op een gezondheidscoach (Sport Light, 2014).

1.3.2 Spinning®

Spinning® is een indoor fietsprogramma, waarbij men al staand of zittend fiets op een speciale hometrainer. Tijdens de sessie kan de weerstand van de hometrainer individueel aangepast worden,

afhankelijk van het tempo en de soort oefening. Doordat regelmatig veranderd wordt van positie op de fiets (staand-zittend) worden bil-, been- en rugspieren veelvuldig gebruikt en dus getraind. Het concept werd ontwikkeld door Johny Goldberg, een professioneel atleet en wielrenner, vechtsportspecialist en personal-fitnessstrainer. In 1992 richtte hij met studievriend, John Baudhuin, het bedrijf Mad Dogg Athletics op. In 1992 werd spinning met succes gelanceerd in fitnesscentra in de Verenigde Staten. Het spinningconcept wordt anno 2014 aangeboden in sportscholen en fitnesscentra in circa 80 landen. Spinning® werd eveneens geregistreerd als merk (Spinning, 2014).

1.3.3 Zumba®

Zumba® is een fitnessprogramma, gebaseerd op Latijns-Amerikaanse dans, zoals de salsa, merengue, axé, samba en cumbia. Bij Zumba® worden fitnessoefeningen op muziek uitgevoerd, dit is te vergelijken met aerobics. Het concept is ontwikkeld door Alberto 'Beto' Perez, een Colombiaanse danser en choreograaf uit Miami. De naam zumba komt uit het Colombiaans-Spaans, waar het zoveel betekent als snel bewegen en plezier hebben. Wereldwijd zijn er zumba-instructeurs en worden de zumba-dvd's via internet verkocht. Zumba® wordt beoefend door meer dan 15 miljoen mensen op 200 000 locaties in 180 verschillende landen. Zumba® is een geregistreerde merknaam; instructeurs moeten een diploma halen en licentie aanschaffen om lessen met de naam zumba te mogen geven (Zumba, 2014).

1.3.4 Pilates

Pilates is een fitnessmethode ontwikkeld door Joseph Pilates in het begin van de 20^e eeuw. Het concept bestaat dus al langer maar kent sinds een start van de 21^e eeuw een sterke groei in de fitnesswereld. De oefeningen zijn gericht op het versterken van de spieren in de regio van de onderrug, buik, bekken en billen, om op deze manier een sterk 'centrum' te ontwikkelen. Net zoals bij yoga ligt de nadruk op centriciteit, concentratie, controle, precisie, ademhaling en vloeiende bewegingen. Het doel is het in balans brengen van het lichaam en het corrigeren van de houding en het evenwichtig versterken en verlengen van specifieke spiergroepen (Pilates, 2014).

1.3.5 Les Mills

Les Mills is een Nieuw-Zeelands bedrijf en is 's werelds grootste aanbieder van fitness groepslessen waarbij choreografieën worden aangeboden met oefeningen die op muziek worden uitgevoerd. Deze choreografieën worden verdeeld aan fitnesscentra en sportscholen. BodyStep was het eerste programma van Les Mills. Met BodyPump zijn ze voor het eerst internationaal naar buiten getreden. Momenteel bieden ze tien fitness-groepslessen aan (waaronder ook BodyAttack, BodyCombat, Sh'bam, ...), drie intervalprogramma's en vijf programma's voor jongeren van twee tot zestien jaar.

Les Mills telt meer als 15 500 clubs, verspreid over 80 landen, met 100 000 Les Mills instructeurs (Les Mills, 2014).

1.4 Innovatieve sportprogramma's georganiseerd door de gemengde sectoren

1.4.1 Buurtsport

De term 'Buurtsport' werd in Vlaanderen voor het eerst gehanteerd in het jaar 2000. Toen de Koning Boudewijnstichting bekend maakte dat ze de actie 'Buurtbal', die ze gedurende 10 jaar had ondersteund, niet langer zou voortzetten, nam de Vlaamse overheid het initiatief over en gaf het Vlaams Instituut voor Sportbeheer en Recreatiebeleid vzw (ISB) de opdracht in samenwerking met de Vereniging Vlaamse Jeugdconsulenten (VVJ) de campagne 'BuurtSport Vlaanderen' te coördineren via de installatie van een secretariaat. Die koerswijziging lag voor de hand, aangezien het begrip 'Buurtbal' niet langer de inhoud dekte: de klemtoon lag niet enkel meer op de populaire balsporten voetbal, volleybal, basketbal, maar bij uitbreiding op alle sporten; en ook het sportief bewegen werd meer in de verf gezet (ISB, 2014b).

Zes campagnejaren later was 'BuurtSport Vlaanderen' een begrip. Heel wat impulsen werden gegeven aan laagdrempelige, buurtgerichte en recreatieve sportbeoefening, vanuit de missie, 'het stimuleren en bevorderen van de sportieve recreatie van mensen in de eigen woon- en leefomgeving, met het accent op sportkansarmen'. Sinds 2008 is Buurtsport deel van de algemene werking van ISB. Voor ISB is Buurtsport een unieke vorm om op een 'andersgeorganiseerde manier' aan sport te doen met uitgelezen mogelijkheden om iedereen te laten participeren. Het is geen fenomeen dat zich enkel situeert in (grotere) steden, waarbij men in hoofdzaak sport aanwendt als een middel tot sociale integratie van maatschappelijk kwetsbare jeugd. Er zijn ook heel wat kleinere gemeenten die een sportpromotioneel aanbod op een buurtgericht niveau uitbouwen.

Activiteiten op decentrale plaatsen, een beweegaanbod in specifieke wijken en buurten, vindplaatsgericht met jongeren aan het sporten gaan, etc., zijn allemaal zaken die passen binnen Buurtsport (ISB, 2014b).

Street Action – powered by Buurtsport

Met een vernieuwend project 'Street Action - powered by Buurtsport' wil ISB het Buurstportverhaal in Vlaanderen en Brussel blijven stimuleren en aanzwengelen. Het project wil jongeren (jongens én meisjes) uit een specifieke kwetsbare buurt of wijk stimuleren om meer te sporten en bewegen. Ook het nemen en delen van de verantwoordelijkheid over het aanbod is een essentieel deel van de visie van dit project. Het doel van Street Action is het uitbouwen van een buurstportaanbod voor en door jongeren (12-18 jaar) vanuit de expertise van zowel de sportdienst als een sociale partner

(buurtwerk, integratiedienst, jeugdwerk, ...) in de eigen leefomgeving van die jongeren. Het ISB ziet als ledenvereniging en kenniscentrum van het Vlaamse lokale sportlandschap via deze manier van werken enorme kansen liggen. Concreet verwacht het ISB dat de betrokken lokale sportdienst, samen met één of meerdere sociale partner(s), een actief en gezond programma uitwerkt, voor en door jongeren, in hun eigen omgeving. Door dit buurtgericht aanbod in een vertrouwde omgeving van de doelgroep tracht men de keuze voor een actieve, gezonde levensstijl te stimuleren. Deze projecten willen ook jongeren stimuleren om zelf initiatief te nemen bij het uitwerken van een aanbod in hun buurt (Street Action, 2014).

1.4.2 Speed badminton

Speed badminton is een nieuwe racketsport die onder meer in België, Nederland, Duitsland, Frankrijk, Oostenrijk, Zwitserland, Rusland en de Verenigde Staten wordt beoefend. De sport werd bedacht door de Duitser Bill Brandes. Hij wilde een badminton variant ontwikkelen die men buiten kon spelen, dus paste hij de shuttle aan. In 2001 verzamelden enkele spelers in Berlijn die allen enthousiast waren over Bill's uitvinding. Enkele van hen richtten een klein bedrijf op, Speedminton GmbH, het idee van Bill werd omgezet in een volledig nieuwe sport. Je kunt snel aan de slag met speed badminton, bovendien kan je het altijd en overal beoefenen. Het enige wat jij nodig hebt, zijn twee rackets en een Speeder. De Speeder is speciaal ontwikkeld om buiten te spelen, is windbestendig tot windkracht 4 en heeft een stabiele vlucht tot 30 meter. Dit biedt vele mogelijkheden: je kunt in het park spelen, op het strand, op de straat of in de achtertuin. Er is geen net nodig en met de lichtgevende Night Speeder kan zelfs in het donker gespeeld worden. Voor degene die klaar zijn voor een wedstrijd, is er de Easy Court. De twee vierkanten van 5,5 x 5,5 m (het speelveld) zijn binnen enkele seconden neergelegd met een tussenafstand van 12,8 m. De eenvoudige regels maken de sport aantrekkelijk voor zowel competitieve als recreatieve spelers. Het bedrijf Speedminton fabriceert zelf het benodigde materiaal voor speed badminton: carbon raketten, de gepatenteerde Speeder, de speelvelden, etc. (Speedminton, 2014).

In 2011 is de internationale koepelorganisatie ISBO (International Speed Badminton Organisation) opgericht. Dat jaar vond het eerste wereldkampioenschap speed badminton plaats met 373 spelers uit 29 verschillende landen. Vlaanderen kent (nog) geen Speed Badminton federatie (Speedminton, 2014). Het ISBO is een non-profit organisatie en staat in voor de bevordering en ontwikkeling van zowel de competitieve als de recreatieve variant van speed badminton. ISBO is verantwoordelijk voor het beheer en de organisatie van alle internationale toernooien en ontwikkeld de officiële richtlijnen en standaarden wereldwijd. Verder behartigt ISBO de belangen van de sport en van de nationale federaties (ISBO, 2014).

Omwille van de combinatie van een marktpartij (Speedminton) en een middenveldpartij (ISBO) werd speed badminton geplaatst onder de gemengde sectoren en meer bepaald het vermarkt middenveld.

1.4.3 Start to Run³⁰

Start to Run is in 2000 ontstaan als een partnership tussen de Vlaamse Atletiekliga (VAL), Nike en Runner's World (Boeckx, 2006: 7). Een jaar later waren er al een vijftigtal organisaties die een Start to run-loopprogramma aanboden. Ondertussen zijn er meer dan honderd Start to Run-projecten in Vlaanderen. Daarnaast heeft de VAL voor de inrichting van Start to Run-projecten steeds meer samenwerkingsverbanden met bedrijven, scholen en sportdiensten opgezet.

Intussen zijn er ook heel wat organisaties die met het originele Start to Run-concept. Als voorbeeld eigen loopsportinitiaties verzorgen, gaande van lokale en provinciale sportdiensten, over omnisportfederaties, mutualiteiten, mediagroepen, geven mediafiguren als Kim Gevaert en Evy Gruyaert beginnende lopers het sportieve voorbeeld in loop- en gezondheidsboeken en kent de Start to Run navolging in campagnes als Start to Bike, Start to Swim, Start2Triatlon, Start to Walk, Start to Sport, Start to Eat, etc. Telkens gaat het om campagnes waarbij het laagdrempelige, voornamelijk recreatieve karakter van de sportbeoefening centraal staat in combinatie met een gezond leef- en voedingspatroon. De doelgroep bestaat hoofdzakelijk uit mensen die niet of nauwelijks aan sport of beweging doen, maar toch graag wat meer fysiek actief zouden willen zijn in een sportieve context.

1.4.4 We App To Move

'We App To Move' is een project van de opleidingen 'Devine' en 'Sport en Bewegen' van de Hogeschool West-Vlaanderen in samenwerking met het OCMW Brugge. Met dit project beoogt men een digitale tool om maatschappelijk kwetsbare jongeren te ondersteunen in een opstap naar meer sport. De tool werkt initiërend en aanvullend op de bestaande buurtsportwerking (zie 1.4.1 Buurtsport). Daarvoor wil men werken met smartphones, hét communicatiemiddel van deze doelgroep. Het innovatieve karakter van het project weerspiegelt zich zowel in het doel als de werkwijze. Drie zaken zijn innovatief: de tool, de methodiek van co-creatie en de kruisbestuiving van de krachten van studenten hoger onderwijs en de krachten van kanszoekende jongeren (Sport en Bewegen, 2014a).

1.4.5 Let's Go Urban

Let's Go Urban (LGU) is de eerste urban dance-opleiding in België en werd uitgebouwd in Antwerpen. LGU is gespecialiseerd in urban arts en streetculture. LGU heeft zijn eigen structuur, professionaliteit, expertise, netwerk en aanbod. Wekelijks biedt LGU meer dan 30 workshops urban dance, -sports, -music, -media & urban coaching. Daarnaast wordt LGU maandelijks meerdere malen ingezet voor

³⁰ Grotendeels afkomstig uit Scheerder & Boen (2009: 141-143).

zelf geproduceerde spektakels op events en festivals. Het aantal jongeren dat de weg naar LGU heeft gevonden is op 3 jaar tijd gegroeid van 80 naar 800 jongeren en in 2011 heeft LGU meer dan 60 000 mensen bereikt op de vele events, workshops op verplaatsing, producties, shows, ...

Let's Go Urban is er voor alle jongeren en zorgt daarom voor verschillende niveaus: van recreatief tot professioneel. LGU wil bruggen slaan tussen culturele organisaties, jeugdorganisaties, sportfederaties en het onderwijs met een wederzijdse verrijking als resultaat. Het voor en door-principe draagt LGU hoog in het vaandel, waardoor de LGU-raad, bestaande uit jongeren, een meerwaarde is voor de organisatie. Diversiteit staat centraal in de werking, jongeren van alle etnische achtergronden, sociale klassen en jongeren van beiden geslachten vinden elkaar en creëren een positieve dynamiek. Ze betalen lidgeld per jaar en kunnen kiezen uit vijf soorten lidmaatschap.

LGU krijgt de steun van de stedelijke jeugddienst van de Stad Antwerpen, de jeugdcentra VIZIT, TRIX, Lyceum Leonardo Quellin en Lyceum SITO 7 (Let's Go Urban, 2014; Sociale Innovatiefabriek, 2014a).

2. Innovatieve sportaccommodaties

Op basis van empirisch onderzoek blijkt dat sportvoorzieningen zoals parken, bossen en de openbare weg veruit de meest populaire sportaccommodaties zijn in de Lage Landen (Hoekman e.a., 2011; Scheerder e.a., 2011c). Dit sluit ook aan bij de populariteit van individueel en vrij te beoefenen sporten zoals hardlopen, fietsen en wandelen. In Vlaanderen, vervolledigen sportzalen, zwembad en sportspecifieke buitenvoorzieningen (bijvoorbeeld een voetbal- en tennisterrein), en fitnessruimten de top vijf van de meest gebruikte sportlocaties (Scheerder e.a., 2011c).

Hoewel de relatie tussen het voorzien van sportaccommodatie en sportdeelname in de afgelopen jaren steeds meer een aandachtspunt geworden is van sportonderzoekers, zijn er weinig empirische gegevens beschikbaar voor de Lage Landen. Studies uitgevoerd in Duitsland en in de Scandinavische landen geven indicaties dat het voorzien in sportaccommodaties een positief effect kan hebben op de sportdeelname (zie bijvoorbeeld Hoekman e.a., 2011; Limstrand, 2008; Rafoss & Troelsen, 2010; Wicker, Breuer & Pawlowski, 2009). Uit studies (zie bijvoorbeeld Hoekman & de Jong, 2011; Hoekman; Knol & van der Poel, 2010) blijkt dat de afstand die overbrugd moet worden om te sporten vaak niet determinerend is voor de keuze om al dan niet te sporten. Dit wil evenwel niet zeggen dat de nabijheid van sportaccommodatie wel doorslaggevend kan zijn voor het stimuleren van sport- en beweegdeelname bij beweeginactieveringen (zie bijvoorbeeld Hoekman e.a., 2011).

Interessant is ook de betalingsbereidheid die mensen hebben voor sportaccommodatie. Zo blijkt bijvoorbeeld uit onderzoek van Vekeman e.a. (2011) dat zowel gebruikers als niet-gebruikers van zwembaden bereid zijn te betalen voor dit type sportaccommodatie. Beide groepen kennen een hoge waardering toe en geven aan hiervoor te willen betalen (via belastingen) omwille van het belang van zwembaden, om door te geven aan volgende generaties, of omdat men er ooit eens een bezoekje wil brengen.

2.1 Finse piste

Een interessante vernieuwing betreffende sportaccommodaties in Vlaanderen is de opkomst van de Finse pistes (Scheerder e.a., 2014a). Sinds de invoering van een sport voor Allen-beleid in de jaren '60, ontstond in verschillende West-Europese landen die het Sport voor Allen-charter ondertekenden, de idee om publieke sportinfrastructuur te voorzien ter bevordering van recreatieve en gezondheidsbevorderende sportdeelname (Vanreusel, 1975).

In Europese landen werden loopomlopen in een natuurlijke omgeving aangelegd, waarbij met de toplaag het gevoel van een natuurlijk bospad werd nagebootst. De idee van werd overgebracht naar België (Vlaanderen) toen een aantal Belgische atleten, onder wie ook wijlen Prof. Edmond Vanden Eynde (altetiëktoptrainer) en atleet Michel Van Espen (toen Bloso-inspecteur), in Zwitserland op stage gingen ter voorbereiding van de Olympische spelen van 1972. Onder hun impuls zou de eerste 'Finse piste' op basis van houtsnippers in Vlaanderen uiteindelijk gerealiseerd worden in 1981 in Genk (Bloso, 2014c). Andere gemeenten namen in de loop der jaren het concept over en vanaf 2011 werden er vanuit de Vlaamse overheid subsidies voorzien voor de aanleg van Finse pistes. Sinds begin de jaren '80 heeft het aanbod van Finse pistes aan populariteit gewonnen, met vooral na 2000 een opvallende toename van het aantal aangelegde pistes, met als belangrijkste argument het tegemoet komen aan de populariteit van de loopsport. Het aanbod van de Finse pistes is dus vraaggestuurd als antwoord op de tweede loopsportgolf.

De Finse piste kan een antwoord bieden op de noden van de lichte sportbeoefenaars en biedt de mogelijkheid om mensen tot de loopsport aan te zetten. Een divers publiek maakt gebruik van de Finse piste, met een grote variëteit in loopniveau en demografische achtergrondkenmerken. Op basis van relatief lage investeringen in de aanleg en het onderhoud van de Finse piste, kan een groot rendement bekomen worden. Daarnaast is dit een effectieve tool om vanuit het sportbeleid ondersteuning te bieden aan de niet-georganiseerde sporters en lichte sportgemeenschappen. Vanuit dit perspectief kan de subsidiëring en aanleg van Finse pistes als een efficiënt beleidsinstrument gezien worden in het kader van Sport voor Allen.

2.2 Fit-o-city

Een ander innovatief bewegingsconcept is Fit-o-city, een toegankelijk bewegingsparcours dat kan worden ingezet door private of publieke organisaties zoals steden en gemeentes. Uniek aan Fit-o-city is de integratie van een aantal trainingsoefeningen in een stedelijk omgeving. Leuven is de 1e stad met een fit-o-city bewegingsparcours, deze telt 20 oefeningen verspreid over 12 borden. Het is een manier om je fysieke fitheid op peil te houden en tegelijk Leuven te ontdekken, ver weg van de drukke trekpleisters. Het is een eenvoudig en laagdrempelig bewegingsconcept dat fysieke activiteit op een innovatieve manier probeert te integreren in een stedelijke context (Fit-o-city, 2014).

2.3 Sport- en Beweeghal van de Toekomst

Bloso en de Hogeschool West-Vlaanderen zijn een samenwerking aangegaan voor de bouw van de Sport- en Beweeghal van de Toekomst, op de site van het Bloso-centrum J. Saelens. De ambitie bestaat erin om met dit project vanuit West-Vlaanderen de trigger te vormen voor vernieuwing van de sportinfrastructuur en sportparticipatie in Vlaanderen. De nieuwe bacheloropleiding Sport en Bewegen zal overdag zorgen voor de nodige dynamiek en vernieuwing in de Sport- en Beweeghal van de Toekomst. Tijdens de avonduren en in de weekends zal de accommodatie gebruikt worden voor innovatieve Blosoactiviteiten en zullen ook (recreatieve) sporters uit Brugge (en omgeving) hiervan gebruik kunnen maken.

Bovendien zullen er nieuwe trends ontwikkeld worden en dat via onderwijs, onderzoek en dienstverlening van de opleiding Sport en Bewegen en vernieuwde managementtoepassingen op het Blosodomein. Dat kan gaan om innovatieve sportproducten, nieuwe doelgroepen, andere manieren van coaching of een vernieuwd en beter geïntegreerd bewegingsaanbod.

Het ligt echter niet in de bedoeling om van de Sport- en Beweeghal van de Toekomst een topsportlabo te maken. Integendeel, de Sport- en Beweeghal wordt veeleer een indoorproeftuin voor innovatieve sport- en beweegconcepten, een plaats waar naast de traditionele sportclubs ook andere doelgroepen uit de actieve recreatiesector samenkomen om op een deskundige wijze sport te beoefenen. Daarnaast kunnen bedrijven, overheid en kennisinstellingen hun krachten bundelen om de nodige innovatieve input in de sportsector te realiseren. Bovendien is er tijd en ruimte om te experimenteren en na te denken over hoe we in Vlaanderen de sportsector op een vernieuwende wijze vooruit dienen te stuwten (Sport en Bewegen, 2014b).

2.4 KaBOOM!

KaBOOM! Is een non-profitorganisatie die speeltuinen creëren voor alle kinderen in Amerika, door participatie en leiderschap van communities. Kinderen spelen minder dan ooit tevoren en dit zorgt

voor fysieke, intellectuele, sociale en emotionele schade. Daarom streeft KaBOOM! er naar een speeltuin te creëren op loopafstand voor elk kind. Het tekort aan spel bij kinderen probeert KaBOOM! Aan te pakken door middel van drie strategieën: (i) Creëren van innovatieve en inspirerende speeltuinen, gebruik makend van een 'community-build model' dat het welzijn van kinderen verbetert alsook de omgeving waarin zij leven, (ii) het delen van kennis en tools met anderen nodig om zelf speeltuinen te vinden, te verbeteren en/of op te bouwen en (iii) het uitbouwen van een brede beweging, gedreven door research, analyse, beleid en maatschappelijke betrokkenheid.

Men kan gratis lid worden van de KaBOOM!community. Hierdoor krijg je toegang tot een groot aantal tools, waaronder een uitgebreid netwerk van gepassioneerde mensen. Tips voor fondswerving worden uitgewisseld, verhalen worden gedeeld en hulp kan verkregen worden van mensen die in het verleden reeds speelplaatsen gebouwd hebben.

KaBOOM! ontwikkelde 'Our Dream Playground', een stappenplan voor communities, donoren of vrijwilligers. Deze tool laat communities niet alleen toe om hun project te plannen, maar ook om intensief fondsen te werven. Het opgestelde stappenplan biedt hulp doorheen de opbouw van een speeltuin. Bovendien zorgen de tools voor fondsenwerving voor de nodige kapitaal. KaBOOM! heeft een erg uitgebreid netwerk van partners en sponsors die mee nieuwe speeltuinen creëren en het belang van spelen verspreiden. Vandaag heeft KaBOOM! al meer dan 2000 speeltuinen gebouwd, ten voordele van meer dan 5,5 miljoen kinderen (KaBOOM!, 2014; Sociale Innovatiefabriek, 2014b).

2.5 Cablean Sportveld en Sportinnovatieplatform.nl

Ook de technische kant van sportaccommodaties is een speelveld voor innovatie, een sportveld moet goed onderhouden zijn, kwaliteitsvol en liefst nog duurzaam ook. In onze verstedelijkende samenleving is ruimte schaars. In Nederland werd het eerste meerzijdige sportveld ontwikkeld. Het Cablean Sportveld zou de toekomst zijn voor alle sportclubs, groot en klein. Het Cablean Sportveld is een roterend drie- of vierzijdig sportveld, dat bestaat uit horizontale panelen die kunnen draaien naar de gewenste toepassing. Daarmee creëert het sportveld 24/7 meerwaarde, ook tijdens loze momenten waarin de ondergronden anders niet benut zouden worden. Denk bijvoorbeeld aan energie winnen, regenwater bergen en zuiveren, lucht zuiveren, reclame maken, energie opslaan en biograndstof winnen. Met een Cablean Sportveld krijgt de sportvereniging dus een zelfvoorzienend businessmodel en sterker nog, een verdienmodel dat zelfs geld kan opbrengen, bijvoorbeeld door de opgewekte energie te verkopen (Sportinnovatieplatform.nl, 2014). Voor meer informatie verwijzen we naar Sportinnovatieplatform.nl: 'de community voor iedereen die betrokken is of wil worden bij innovatie in de sport!'. Het platform is een initiatief van Sports and technology, InnoSportNL en Arko

Sports Media, met als uitgangspunt om alle informatie rondom sportinnovatie te delen. Dit Nationaal Sportinnovatie Platform van Nederland kent zes themagebieden, vitaliteit, accommodaties, voeding, producten en materialen, coaching & training en informatie. Jaarlijks wordt de Nationale Sport Innovatie Prijs uitgereikt, een stimuleringsprijs voor een innovatief en kansrijk product of dienst dat zich richt op topsport en recreatieve sporten.

3. Innovatieve sportevenementen³¹

Sportevenementen zijn er in alle mogelijke verschijningsvormen, van internationale evenementen zoals de Olympische Spelen of Wereldkampioenschappen, over het steeds groter wordende aantal doe-evenementen zoals hardloop- of fietsevenementen, tot eerder kleinschalige initiatieven zoals een beachvolleybaltoernooi georganiseerd door de lokale sportvereniging, een sportdag op een basisschool, een beweegdag in een woonzorgvoorziening, etc. Hoewel sportevenementen slechts een klein deel vertegenwoordigen van de evenementenindustrie, die onder meer ook culturele evenementen en beurzen omvat, is er een duidelijke groei merkbaar van het aantal sportevenementen (zie bijvoorbeeld van Rijn & van Damme, 2011; Verhaar, 2010; Westerbeek e.a., 2005).

Met name in de sector van hardloopevenement is er in de Lage Landen een explosieve groei waar te nemen. Tot twee decennia terug was er in Vlaanderen nauwelijks sprake van een loopsportevenementenmarkt waarin zowel commerciële, publieke als vrijwillige spelers een aanbod verzorgden. Een heus commercieel loopsportaanbod zou immers pas later uit de grond worden gestampt (o.a. door Golazo, zie hieronder). Dat neemt echter niet weg dat er reeds vanaf de jaren '80 opvallend veel loopsportinitiatieven werden genomen waarmee voornamelijk lokale (sport)verenigingen en (gemeentelijke) overheden uitpakten. Hoewel al vrij vroeg heel wat massalopen mede via sponsoring hun organisatie vorm gaven, zou de commercialisering van loopsportevenement geleidelijk vanaf het einde van de jaren '80 van start gaan. Vanaf dat ogenblik zouden immers steeds meer merkproducten hun naam met een bepaalde massaloop associëren, denken we aan de *Becel 10 Miles*, *The Lipton Ice Tea Run*, *The Nike Classic*, *The Reebok Race*, etc. De commercialisering en professionalisering van de sector van de loopsportevenementen zou vanaf de jaren '90 volop doorbreken.

Westerbeek e.a. (2005) vermelden een viertal redenen, ontleend aan Goldblatt, die deels een verklaring kunnen bieden voor de wereldwijde toename van het aantal evenementen in hun

³¹ Gebaseerd op Vos en Scheerder (2012c: 142-142).

algemeenheid. Een eerste oorzaak zou de vergrijzing van de bevolking zijn waardoor de groep van actieve senioren steeds groter wordt. Een groep die bovendien tijd en geld heeft om deel te nemen aan de beleveniseconomie. Een tweede reden zou de mogelijkheid zijn die evenementen bieden om in contact te komen met anderen, als tegengewicht voor onze dagdagelijkse technologische en gehaaste leefomgeving. Als derde reden wordt de bloei van de economie aangehaald. Dit argument kan evenwel in sterke mate in vraag worden gesteld omwille van de huidige financiële en economische crisis. De vierde en laatste reden die wordt vernoemd is tijd. In onze huidige maatschappij is tijd een kostbaar goed geworden en mensen zouden bereid zijn te betalen voor evenementen die toelaten om op een zo kort mogelijke tijd een zo optimaal mogelijke beleving te realiseren.

Wanneer we specifiek naar de sport- en beweegsector kijken zijn er een aantal opvallende parallellen te trekken tussen de evolutie van het aantal doe-evenementen in de sport (bijvoorbeeld hardloopevenementen) en de evolutie in de algemene sportdeelname in Vlaanderen. De sterke groei van de sportdeelname gedurende de afgelopen decennia kan immers in niet geringe mate toegeschreven worden aan de groei van de recreatiesport (zie bijvoorbeeld Scheerder & Vos, 2011; Scheerder, Lagae & Boen, 2011; Tiessen-Raaphorst, 2010a; 2010b). De popularisering van sporten zoals loopsport, fietssport, fitness en de wandelsport dragen hier in sterke mate aan bij.

Opmerkelijk is dat ook de prestatiesport opnieuw aan belang wint: een groeiende groep van sporters geeft aan op een prestatieve manier aan sport te doen. Dat hoeft niet noodzakelijk in club- of competitieverband te zijn. Wat de fietssport en loopsport betreft, zijn er vandaag steeds meer (commerciële) evenementen waaraan niet-gelicentieerden op een prestatiegerichte manier kunnen deelnemen (Scheerder, Lagae & Boen, 2011). Deze evenementen slagen er bovendien in ook in te spelen op de behoeften van de sportparticipanten naar een gezond en/of mooi lichaam. Zowel massasportevenementen als eerder kleinschalige initiatieven kleuren dit evenementenlandschap. Zo noteren wereldwijd organisatoren van heel wat loopevenementen recordaantallen deelnemers (Scheerder & Van Bottenburg 2009). Heel wat steden en regio's maken bovendien vandaag de dag gebruik van sportieve massaevenementen zoals loop-, fiets- en wandelevenementen als citymarketingtool (Lagae 2011, Scheerder & Lagae 2009, Scheerder & Van Bottenburg 2009).

Opvallend is ook de relatief sterke groei van sportevenementen waarin mensen hun eigen grenzen verleggen. Zo zijn triatlonwedstrijden niet langer enkel weggelegd voor afgetrainde sporters, maar krijgen ook redelijk extreme evenementen zoals La Marmotte (174km fietsen in de Alpen), de Dodentocht in Bornem (100km wandelen in 24u), de Marathon des Sables (250km lopen door de woestijn) of de Elfstedentocht in Friesland (200km schaatsen op natuurijs), steeds meer bijval.

Aangezien de sport niet losstaat van ontwikkelingen in de samenleving en omdat sport bovendien zeer goed de link tussen het fysieke (lichamelijke) en het fysieke (omgeving) kan leggen, zouden we ook steeds meer van Maatschappelijk Verantwoord Sport (MVS) kunnen spreken. Daarbij tracht men zowel het maatschappelijke als het individuele welzijn te bevorderen. Zo is er bijvoorbeeld het sporten voor het goede doel, waarbij fietser, lopers, zwemmers, ... enerzijds hun eigen gezondheid op peil proberen te houden en anderzijds ook getracht wordt om een sociaal en/of ecologisch doel te realiseren. Zo is de 20 km Door Brussel een echte 'goededoelenkoers' geworden. Ongeveer de helft van de lopers schrijft zich in via de website van een non-profitorganisatie, meer dan honderd organisaties bieden de mogelijkheid om deel te nemen voor het goede doel. Op deze manier kan de organisatie van het evenement tonen aan haar (commerciële) sponsors dat zij het goede doel substantieel steunt, wat goed is voor de uitstraling van de wedstrijd. Ook de lopers hebben een goed gevoel, want bij elke stap die ze zetten, gaat er geld naar het goede doel.

Naast de evenementen georganiseerd door de (lokale) overheden en sportverenigingen, wordt het sportevenementenlandschap vandaag in sterke mate gekleurd door commerciële spelers. Hieronder bespreken we de grootste commerciële speler, Golazo, en Sport-Events als tweede grote speler.

3.1 Golazo

Golazo is de grootste commerciële speler in de doe-sportevenementenindustrie in België en wil een toegevoegde waarde binnen de sport, media en entertainmentbranche realiseren. Hierbij ligt de nadruk op innovatie, creativiteit en geïntegreerde oplossingen (Golazo, 2014). De CEO, Bob Verbeeck, richtte in 1990 het sportmarketingbedrijf *Consultants in Sports* (CIS) op. In 2000 nam het Amerikaanse *Octagon*, een afdeling van de *Interpublic Group* (IPG), een meerderheidsparticipatie in dit bedrijf, waarna het *Octagon CIS* werd. In 2002 werd IPG voor 100 procent eigenaar van Octagon CIS. Onder meer het WTA-tennistornooi van Antwerpen werd door Octagon CIS georganiseerd. In 2007 kocht Verbeeck het bedrijf terug over van IPG. Op die manier kan het activiteitenpakket uitgebreid worden. In 2008 wijzigde de naam in *Golazo Sports, Media, Entertainment*. Golazo is gevestigd in Paal en is ook internationaal actief, met onder meer een kantoor in Kenia. Activiteiten van Golazo zijn onder meer de organisatie van sportevenementen, zowel topsport (Memorial Van Damme, Eneco Tour, de Zesdaagse van Gent en Hasselt, de GvA Trofee Veldrijden, etc.), als breedtesport (DVV Running Tour, bpost bank Cycling Tour, ...), het management en de begeleiding van topatleten (o.a. Tia Hellebaut, Sven Nys, Hans Van Alphen, Pamela Jelimo, Belal Mansoor Ali, Paul Kipsiele Koech, ...) en het verstrekken van advies en promotie op het vlak van sport, media en entertainment. Zo verzorgt Golazo Media de website van de Jupiler Pro League en organiseert Golazo Entertainment het Sportgala.

Vandaag wordt dit landschap in sterke mate gekleurd door de zogenaamde *city runs*. Zo werd in 2004 op initiatief van *ING België* en de *Koninklijke Belgische Atletiekbond* (KBAB) van start gegaan met de *ING Running Tour*. Aanvankelijk telde dit circuit vijf wegwedstrijden. Intussen werd de *DVV Running Tour* uitgebreid tot een tiental Belgische (stads)lopen en is de organisatie in handen van *Sportinez*, een dochtervzw van sportmarketingbureau *Golazo Sports*. De DVV Running Tour wil deelnemers laten kennismaken met klassieke steden en wedstrijden (o.a. DVV Antwerp 10 Miles, Dwars door Brugge, Stadsloop Gent), maar ook met verrassend mooie parcoursen (o.a. Jogging Ville de Namur) en relatief nieuwe wedstrijden zoals GvA Dwars door Turnhout (DVV Running Tour, 2014). Naast de city runs, groepeerde bpost bank Cycling Tour elf recreatieve fietstochten van dochtervzw Sportinez. De bpost bank Cycling Tour wil de deelnemers laten kennismaken met klassieke parcoursen (o.a. Ronde van Vlaanderen, Luik-Bastenaken-Luik, Franco-Belge, Gent-Wevelgem, Waalse Pijl, GP van Wallonië), minder bekende hellingen (o.a. via de Ename Classic, La Chouffe Classic en de Grinta! Challenge-La Tournay) en prachtige streken (Vlaamse Ardennen, Pays des Collines, Hoge Ardennen, Hageland,...) (bpost bank Cycling Tour, 2014). Hiernaast staat Golazo Sports zelf in voor de organisatie van tal van doe-sportevenementen. Zo is er de Spartacus Series, een verzameling van spectaculaire loopevenementen waarbij men een survivalparcours aflegt en verschillende hindernissen moet overwinnen. Of de Energizer Night Run, waarbij men door het pikdonkere Rivierenhof loopt dat slecht op enkele plaatsen verlicht is. Elke loper krijgt daarom een Energizer headlight om het parcours af te leggen. Bepaalde evenementen zijn eveneens gericht op specifieke doelgroepen, zoals kinderen (bv. Chiquita Kids Run) of vrouwen (bv. Asics Ladies Run).

3.2 Sport-Events

In 2010 werd het bedrijf Sport-Events opgericht en vormt zowat de enige commerciële tegenhanger van Golazo in de sportevenementenwereld in België. Sport-Events is de organisator van uitdagende sportwedstrijden georganiseerd voor en door sportievelingen. Met vijf triatlons, één adventure raid voor duo's en drie trailruns op hun programma, richt Sport-Events zich voornamelijk tot de avontuurlijke, extreme loopporter. Sinds 2013 zijn de Xtrails toegevoegd aan het evenementenprogramma. Dit zijn meerdaagse trailrun wedstrijden die à la carte samengesteld kunnen worden. De deelnemer kan kiezen om aan bepaalde trails mee te doen of aan alle trails deel te nemen en mee te doen voor het totaalklassement (Sport-Events, 2014).

HOOFDSTUK 6

ANALYSE VAN GOOD PRACTICES

De zeven good practices die hieronder uitgewerkt zijn, werden op een arbitraire manier geselecteerd. Hierbij focussen we op good practices die door actoren vanuit het middenveld of de markt ontwikkeld en geïmplementeerd werden. De rol van de overheid is voornamelijk het stimuleren van de andere aanbieders om met innovatieve, creatieve en duurzame projecten voor de dag te komen. Deze rol van de overheid als stimulator wordt in onze selectie van good practices weerspiegeld. Drie van de zeven projecten werden namelijk mede met stimulans van de overheid ontwikkeld. In 2013 lanceerde de Minister van sport een projectoproep die de sportfederaties prikkelde om innovatieve en originele projecten te ontwikkelen die laagdrempelig sporten aantrekkelijk maakten of die sporten in de directe omgeving stimuleerden. Vijftien projecten werden uitgekozen, deze werden voor een totaalbedrag van 515 270 euro ondersteund (Departement CJSM, 2014b). In onze selectie werden drie van deze projecten opgenomen: We are freerunning als project van Gymnastiekfederatie Vlaanderen, Iedereen Krolft! als project van S-sport federatie en Fithandbal als project van de Vlaamse Handbalvereniging. Deze selectie werd aangevuld met nog vier bijkomende projecten: FitClass, The Belgian Homeless Cup, de Mon Ventoux beweegcampagne van Sporta en tot slot Fit@Torfs.

Net zoals de praktijkvoorbeelden hebben we gekozen voor variatie in de good practices. Tabel 6.1 geeft een overzicht van de good practices en hun algemene kenmerken. Op basis van de kolom aanbieder/stimulator in tabel 6.1 kunnen we de situering van de zeven good practices (I – VII) in figuur 2.1 van hoofdstuk 2 verklaren. Case II, VI en VII werden gesitueerd in het maatschappelijk middenveld met publieke taak. Deze projecten werden ontwikkeld onder impuls van de overheid en worden eveneens gefinancierd door de overheid. De implementatie gebeurt door de sportfederaties en sportclubs. Case I (FitClass) is een mooi voorbeeld van de gemengde sector het vermarkt middenveld. FitClass is een franchiseconcept en een combinatie van een vzw en een naamloze vennootschap. Case III en IV werden in het midden van de figuur gesitueerd. Hoewel beide organisaties behoren tot het maatschappelijk middenveld, worden de projecten gerealiseerd op basis van financiering vanuit de overheid en vanuit de commerciële sector (sponsoring). Case V (Fit@Torfs) is een project dat thuishoort in de commerciële sector (markt).

Tabel 6.1 *Overzicht van algemene kenmerken van de good practices*

	Aanbieder Stimulator				Categorie		Oriën- tatie	Doelgroep				Bewegings vorm		Link				Doelstelling							
	Overheid	Middenveld: sport	Middenveld: andere	Markt	Sportactiviteit	Sportaccommodatie	Sportevenement	Recreatief/participatief	Competitief/prestatief	Jongeren	Volwassenen	Ouderen	Andere specifieke doelgroep	Unisport	Omnisport	Fysieke activiteit/beweging	Link met club of federatie	Link met overheid	Link met middenveld	Link met school	Fysieke doelstelling	Mentale doelstelling	Sociale doelstelling	Financiële doelstelling	Andere doelstelling
I. FitClass	X		X		X	X		X		X	X	X			X				X		X		X		
II. We are freerunning	X	X			X			X		X				X			X				X		X		
III. BHC	X		X	X	X	X		X	X				X	X			X	X			X	X	X		X
IV. Mon Ventoux	X	X		X	X		X	X			X		X	X			X				X		X		
V. Fit@Torfs				X	X			X			X				X						X	X			X
VI. Iedereen Krofft!	X	X			X			X		X	X	X		X			X	X	X		X		X		
VII. Fithandbal	X	X			X			X			X			X			X	X			X		X		

Deze zeven good practices werden aan een inhoudsanalyse onderworpen. Dit werd in twee delen uitgevoerd. Om te beginnen werd via desk research en een zoektocht in vakliteratuur algemene informatie over de projecten verzameld. Om de cases verder uit te diepen werd geopteerd voor de methode van semi-gestructureerde interviews (Mortelmans, 2007). In de semi-gestructureerde interviewmethode wordt er – in tegenstelling tot het open interview – gebruik gemaakt van een topiclijst of een vragenlijst. In vergelijking met het gestructureerde interview, biedt het semi-gestructureerde interview de mogelijkheid om dieper in te gaan op belangrijke aspecten van het onderzoek waarbij er rijkere informatie verzameld kan worden aangaande aspecten die centraal staan in het onderzoek (Van Tuyckom e.a., 2011). In voorliggend onderzoek werd er gekozen voor het gebruik van een vragenlijst aan de hand waarvan het innovatieve karakter van het project bevraagd kon worden. Tabel 6.2 geeft een overzicht van de verschillende onderwerpen die tijdens de semi-gestructureerde interviews werden aangesneden.

Tabel 6.2 *Overzicht van de verschillende onderwerpen van het semi-gestructureerde interview*

Onderwerpen	
1	Ontstaan en inhoud project
2	Doelgroep en communicatie
3	Doelstellingen en resultaten
4	Financiering project
5	Stakeholders en samenwerkingsverbanden
6	Hindernissen gedurende project
7	Sterktes van het project
8	Toekomstplannen en/of –mogelijkheden

Er werd er voor gekozen om de projectleiders via e-mail of telefonisch te contacteren met de vraag tot bereidheid voor het geven van een interview. Van elk van de zeven projectleiders werd een positief antwoord ontvangen. De vragen van het semi-gestructureerde interview werden enkele dagen voor het interview aan de projectleiders bezorgd. Zes van de zeven interviews werden telefonisch afgenomen, één interview gebeurde mondeling. Tabel 6.3 geeft een overzicht van de projecten, de organisatie en de functie van de geïnterviewde persoon.

Tabel 6.3 *Overzicht van de good practices en bijhorende organisatie en functie van de geïnterviewde*

#	Project	Organisatie	Functie geïnterviewde
I	FitClass	FitClass België vzw	Voorzitter vzw FitClass België
II	We are freerunning	Gymnastiekfederatie Vlaanderen vzw	Projectverantwoordelijke Freerunning (coördinator recreatie)
III	The Belgian Homeless Cup	The Belgian Homeless Cup vzw	Coördinator Belgian Homeless Cup
IV	Mon Ventoux	Sporta vzw	Directeur beleid Sporta
V	Fit@Torfs	Schoenen Torfs nv	Directeur marketing en communicatie Schoenen Torfs
VI	Iedereen Krolft!	S-sport federatie vzw	Projectverantwoordelijke Iedereen Krolft! (sporttechnisch medewerker)
VII	Fithandbal	Vlaamse Handbalvereniging vzw	Medeverantwoordelijke project (administratief medewerker)

De interviews werden digitaal opgenomen en nadien aan een inhoudsanalyse onderwerpen. Hieronder worden de good practices beschreven. Hierbij werd de structuur gevolgd zoals weergegeven in tabel 6.2.

1. Case I FitClass³²

FitClass	
Organisator	Vzw FitClass België
Doelgroep	Bevolkingsgroep tussen 40-75 jaar + schoolgaande jongeren
Doel	Leren bewegen met plezier en adviesverstrekking
Financiële ondersteuning	Eigen, private middelen
URL	http://www.FitClass.be/

1.1 Wat?

FitClass werd opgericht door Yves Van Craenenbroeck. Het is een advies- en beweegcentrum waar mensen kunnen leren bewegen met plezier. Hiermee wil men tegemoet komen aan het feit dat velen vergeten zijn hoe je gezond kan leven en dat dit ook nog eens leuk kan zijn. Hierbij zijn twee aspecten van belang, namelijk het regelmatig correct bewegen en het aanpassen van onze voedingsgewoonten. Het doel bij de start van het project was mensen leren bewegen met plezier, want bewegen hou je maar vol als je het leuk vindt. Een formule werd bedacht om mensen die de discipline niet hebben om te (blijven) sporten, toch op een laagdrempelige manier een prikkel te geven om er aan te beginnen en onderweg te leren dat het best leuk kan zijn. Elke FitClass is gelokaliseerd in een school, omdat FitClass, anders dan de klassieke aanbieders op de markt, de mensen al van op jonge leeftijd wil bereiken. Door een FitClass in de middelbare school in te planten, wordt van daaruit een mogelijkheid geboden aan de jongeren, de buurtbewoners, de ouders en de leerkrachten. De FitClass kan overdag gratis gebruikt worden door de leerlingen van de school, tijdens lesuren L.O., maar ook tijdens springuren of middaguren, hier kan de school creatief mee omgaan. Buiten de schooluren geeft FitClass volwassenen de kans om te leren bewegen met plezier. Hierbij houdt men rekening met het gebrek aan discipline bij vele mensen hebben. Daarom komen de mensen op afspraak. In de FitClass staat sociaal contact centraal, er wordt gesport in kleine groepen van maximum 24 personen. Hierbij wordt men gecoacht door een professionele begeleider, die niet alleen moet verbeteren wat mensen fout doen met hun lichaam, maar vooral moet entertainen. Het gaat in feite om 'entertrainen' alle FitClass-coaches zijn entertrainers.

³² Uitgewerkt op basis van een interview met Yves Van Craenenbroeck, voorzitter van de vzw FitClass België en CEO van FIT Systems nv.

De inspiratie van het project haalde Yves uit de ervaring die hij had opgedaan in zijn vorige baan. Hij heeft jarenlang fitnesscentra ingericht met apparatuur, heeft zelf fitnesscentra uitgebouwd en heeft fitnesscentra gecoacht in het optimaliseren van hun rendement. Hieruit is de conclusie gekomen dat via de werkwijze van de fitnessmarkt, toch niet de grote doelgroep zal aangesproken worden om hen in beweging te brengen. Dit heeft veel te maken met het klassieke businessmodel van de fitnesscentra. Dit draait vooral om veel te verkopen en veel te beloven en dan minder te leveren, waardoor de klant het product niet consumeert, maar wel moet betalen omdat een contract werd getekend. FitClass wil dat mensen hun aanbod wél consumeren en hier tevreden over zijn en hierdoor zorgen dat ze ook andere mensen uit hun luie zetel halen. De inspiratie kwam er omdat er een gebrek was aan een aanbod dat mensen op een verantwoorde manier, correct leert bewegen met plezier. Fitnesscentra richten zich op een relatief klein marktsegment dat vaak teleurgesteld terug buiten wandelt na een paar maanden. Hiervoor wou FitClass een oplossing zoeken die vooral gebaseerd is op advies. FitClass is naast een bewegingscentrum vooral ook een adviescentrum.

FitClass is een franchiseconcept. Franchising werd gekozen als systeem om het netwerk uit te bouwen. Men heeft hiervoor gekozen om er voor te zorgen dat elke FitClass-locatie wordt uitgbaat door een passionele ondernemer. Hierbij is voornamelijk het persoonlijk contact met de deelnemers van belang. Bij deze franchising is er een duidelijke taakverdeling tussen de twee ondernemers. De franchisegever (FitClass) zorgt voor de marketing, het concept, het label, de software en de centrale ledenadministratie. De franchisenemers (lokale ondernemers die de FitClass uitbaten) specialiseren zich in de coaching, het lesgeven en het adviseren van mensen en doen zelf het verkooptraject. De franchisegever gaat op zoek naar scholen, om de jongeren gezonder te leren leven, door de FitClass ter beschikking te stellen aan de leerlingen en door workshops te geven. Als een school ruimte heeft, kan deze ingericht worden als een FitClass en wordt er gezocht naar een ondernemer. De franchisenemer krijgt dan de inrichting van de FitClass en betaalt huur om de inrichting operationeel te gebruiken en een maandelijkse 'fee' voor de ondersteuning. De franchisenemer ontvangt zelf alle inkomsten van de deelnemers die komen leren bewegen met plezier. De basisinkomst bestaat uit het verstrekken van het Fitadvies, gebaseerd op een meting van de lichaamssamenstelling, de lenigheid en de conditie. Hieruit volgt een twaalf-weeken beweegplan om op een correct gedoseerde manier te leren bewegen. Dit plan kan zowel thuis, buiten, in groep als in de FitClass uitgevoerd worden. De coach en deelnemer overleggen hoe de deelnemer dit wil doen. FitClass biedt zelf enkele plannen aan: bij 'leren bewegen met plezier', kunnen mensen twee keer per week op afspraak een uur komen FitClassen in kleine groepen van 24 mensen, steeds onder begeleiding van een coach en op muziek. Mensen kunnen ook kiezen om het zelf thuis of buiten te doen. Hiervoor heeft FitClass ook een formule waarbij de deelnemers gecoacht worden via een digitaal platform en komen ze om de twaalf

weken naar hun coach. Dan wordt bekeken hoe ver men gevorderd is op de fitheidsladder en krijgt men een nieuw Fitadvies. Vanuit dat aanbod kunnen mensen zelf kiezen welk plan ze willen en kunnen ook van plan wisselen afhankelijk van hun beschikbare tijd en levensplannen. FitClass probeert de mensen niet vast te pinnen aan één optie, want soms evolueren mensen hun keuzes en kunnen ze veranderen van plan.

FitClass heeft momenteel een netwerk van 24 centra die elk gelokaliseerd zijn in een school. In januari 2014 werd een eerste centrum opgericht in een onderneming, SD Worx in Antwerpen.

1.2 Wie?

Doordat de FitClass overdag gratis beschikbaar wordt gesteld voor de leerlingen van de school, richt men zich op die manier naar jongeren en worden zij gesensibiliseerd. Als ze later de stap willen zetten, kunnen ze in hun oude school terecht om gezond te leren leven en bewegen. De grootste doelgroep is de bevolkingsgroep tussen 40-75 jaar, die beseft dat ze toch zouden moeten bewegen, maar daarvoor geen tijd heeft, denkt dat het niet leuk is of andere uitvluchten zoekt om niet te bewegen. Deze groep wil FitClass op een laagdrempelige manier bereiken. Bovendien kunnen mensen eveneens op een veilige manier revalideren in de FitClass. Het is een hele brede doelgroep. Ook de doelgroep van de mindervaliden acht FitClass belangrijk. Daarom heeft men de samenwerking met To Walk Again opgezet, een vzw die sporten met een fysieke beperking, zonder financiële beperking mogelijk maakt. In samenwerking met deze organisatie wordt jaarlijks een evenement, Run To Walk Again, voor mindervaliden georganiseerd, om op die manier ook deze doelgroep meer beweegkansen te geven. De doelgroep van de reeds actieve sportparticipanten worden nog niet heel veel bereikt. FitClass wil hen vooral duidelijk maken dat ook zij bij hun terecht kunnen. Momenteel focust FitClass sterk op de mensen die niet graag of niet veel sporten of moeten revalideren. Maar ook de doelgroep die aan veel loop- en fietsevenementen meedoet, kan perfect bij FitClass terecht om op een verantwoorde manier te leren sporten. FitClass richt zich meer en meer op deze doelgroep.

Deze zeer brede doelgroep wordt via verschillende kanalen bereikt. Tien jaar geleden gebeurde de communicatie voornamelijk door posters op te hangen in de omgeving van de FitClass en door bus aan bus flyers te verspreiden. Die flyers zijn over de jaren geëvolueerd naar een krantje, dat krantje is een magazine geworden (Fit & Actief). In de toekomst zal een overstap gezet worden van het klassieke drukwerk naar de digitale kanalen. In haar communicatie wil FitClass duidelijk focussen op het aspect 'advies'. Hierdoor wil men vermijden dat mensen FitClass als een regulier fitnesscentrum aanzien worden. Momenteel loopt de communicatie op de klassieke wijze via bus aan bus, via

regionale pers rondom de FitClass-centra en vooral via de tevreden klanten die door mond-aan-mond reclame andere mensen inspireren om er ook aan te beginnen.

Vandaag is FitClass aanwezig op 25 locaties, verspreid door Vlaanderen.

1.3 Doelstellingen en resultaten?

De algemene doelstelling van FitClass is om zoveel mogelijk mensen te leren bewegen met plezier. Het doel is om in Vlaanderen tussen de 85 en 100 centra te hebben, zodat de afstand tot aan een FitClass maximaal vijftien minuten is. Want de grootste reden dat mensen niet deelnemen, is omdat de afstand tot de FitClass te groot is. Er moet dus een fijnmazig netwerk komen en volgens berekeningen zou dat in Vlaanderen tussen de 85 en 100 locaties moeten zijn om op deze manier de bevolking te kunnen bereiken en de diensten aan te bieden. FitClass heeft eveneens ambities om naar Franstalig België en het buitenland te trekken.

Via de databank van FitClass ziet men dat mensen die beginnen FitClassen effectief ook gezonder en fitter door het leven gaan. Er is een evolutie op de fitheidsladder die FitClass hanteert, gaande van één tot en met zeven. Men ziet eveneens dat de scholen de FitClass actief gebruiken en dat de jongeren door de school geprikkeld worden en op deze manier bewegen leuker beginnen vinden. Hier werden metingen naar gedaan. Van bepaalde scholen kreeg men reactie dat het absentisme in de les L.O. gedaald is, omdat men het niet-competitieve aanbod via FitClass kon integreren in de lessen. Het aantal ondernemers/franchisenemers groeit, ook bestaande ondernemers die met één FitClass begonnen zijn, zetten de stap naar een tweede locatie. Dat wil zeggen dat ze het rendement halen waarnaar ze streven.

Momenteel zijn er een kleine 5000 actieve deelnemers in de 25 FitClass-centra, deze mensen volgen de lessen op een intensieve wijze. Daarnaast heeft FitClass, over de tien jaar dat ze bestaan, een 40 000 mensen in beweging gebracht. Een groot deel hiervan sport en beweegt ook buiten en thuis. Deze mensen hebben beroep gedaan op FitClass voor advies in beweging.

1.4 Financiering?

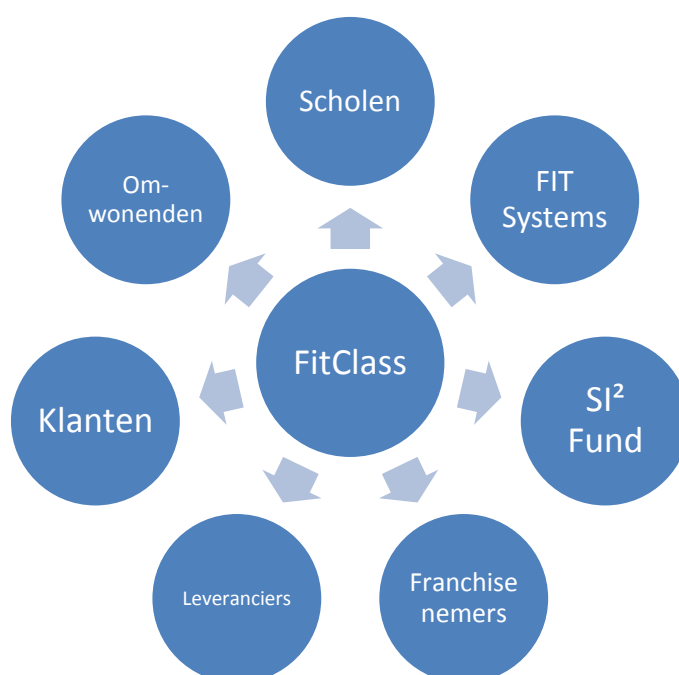
In eerste instantie, heeft de oprichter van FitClass elf jaar geleden vanuit zijn eigen privé situatie geïnvesteerd en FitClass opgericht. Doordat er met franchising gewerkt wordt, is er in elke vestiging een ondernemer die zijn eigen werking financiert, weliswaar door FitClass bijgestaan. Twee jaar geleden is SI² Fund, een sociaal ondernemersfonds, bij FitClass ingetreden en hebben ze middelen en ondersteuning geboden om het softwareplatform opnieuw te ontwikkelen. Daarnaast hebben zij eveneens de inrichting van de FitClass in een nieuw kleedje gestoken zodat er vanaf 2015 met de moderne versie van de FitClass doorgroeit kan worden.

Enerzijds is FitClass een vzw en anderzijds een franchiseorganisatie, een vennootschap. Het is een combinatie, de vzw is de partij die afspraken maakt met de scholen en waar iedereen bij FitClass lid van wordt. Op deze manier kan de franchiseorganisatie, de ondernemers ondersteunen om de FitClass uit te bouwen. De vzw is dus de ledenvereniging en de onderneming biedt ondersteuning aan de franchisenemers die in de scholen gehuisvest zijn. Bij de start van het project bestond de vzw nog niet. Het bleek dat scholen niet zomaar afspraken konden maken met een onderneming. Hiervoor werd dan de vzw opgericht.

1.5 Stakeholders en samenwerkingsverbanden?

De belangrijkste stakeholders van FitClass worden weergegeven in figuur 6.1. FIT Systems, SI² Fund, de leveranciers van de apparatuur, van de gebruiksartikelen en van de software, omringen FitClass om alles mogelijk te maken. FitClass is een publiek-private samenwerking (PPS) waarbij enerzijds de locatie van een school geoptimaliseerd wordt. Een school heeft namelijk een maatschappelijk functie, die breder gaat dan het voorzien van onderwijs voor jongeren. De installatie van een FitClass biedt voordelen aan de school, want zij mogen gebruik maken van de infrastructuur. De omwonenden krijgen een meerwaarde vanuit de school en de school verspreidt een boodschap naar de buitenwereld: het is niet alleen belangrijk om leerlingen taal en wiskunde te leren, maar ook om gezond en actief door het leven te gaan. Als de school dat dan ook uitstraalt, vormt dat een belangrijke meerwaarde voor de school, maar ook voor de franchisenemer door zich daar aan te allieren.

Figuur 6.1. Stakeholders van FitClass



1.6 Hindernissen?

FitClass heeft heel wat hindernissen doorstaan doorheen het verloop van het project. Bij de start van het eerste centrum in Torhout, kreeg de school, waarin de FitClass gevestigd was, de verwittiging van de commissie van Zorgvuldig Bestuur, dat ze de FitClass onmiddellijk moesten sluiten omwille van oneerlijke concurrentie. Dat is ondertussen elf jaar geleden. Die school was hier niet tevreden mee, want zij waren in de wolken over het nieuwe concept in hun school. FitClass heeft hiervoor negen maanden geprocedeerd tegen de Vlaamse regering. Uiteindelijk bleek dat het helemaal geen oneerlijke concurrentie was, dat het een fantastisch idee was, avant la lettre, met creatie van banen, een positief effect voor de school, en sensibilisering van mensen die niet in de club of fitness terecht kunnen.

Hierna groeide het netwerk en waren er afspraken met de BTW administratie over het percentage BTW op lesgeven en advies. Deze afspreken zijn jaren opgevolgd tot bijna vijf jaar geleden hier verandering in kwam en FitClass op alles 21 % BTW moest afdragen. Op vitamines in de apotheek betaal je maar 6%, want dat is gezondheidsbevorderend, bewegen was dat blijkbaar niet. Tot voor kort was er een discussie van vijf jaar tegen de BTW administratie, die heeft FitClass gewonnen.

1.7 Sterktes?

De advies- en beweegmethodiek die FitClass heeft gecreëerd en geïmplementeerd, is merkwaardig. FitClass werkte een systeem uit waarbij de FitClass-coach op basis van de resultaten van het FitAdvies een individueel beweegplan op maat opstelt. Mensen kunnen vrijblijvend kiezen om enkel bij het FitAdvies te blijven of daarna ook de keuze te maken voor een bepaald beweegplan. Hierbij staat flexibiliteit centraal, zodat mensen hun gekozen programma nog kunnen veranderen, in functie van hun tijdsbesteding. In samenspraak met de FitClass coach kan je naargelang je behoeften, zin en beschikbare tijd je programma samenstellen. De klant kan op zijn individueel online profiel zelf aan de slag, van maand tot maand kan men flexibel op een ander tarief overstappen (Fit & Actief, 2013).

FitClass komt tegemoet aan het feit dat veel mensen niet competitief zijn ingesteld. Mensen beseffen meer en meer dat bewegen belangrijk is. Bovendien merkt FitClass dat mensen niet goed weten hoe ze gezond en veilig moeten bewegen. FitClass wil daarom vooral adviseren: hoe kan je op een gezonde manier door het leven gaan? Mensen weten tegenwoordig veel over technologie, maar niet over de basis die men moet hebben om gezond en actief te leven. Hier probeert FitClass op in te spelen, door een adviesorgaan te zijn over de basisgezondheid.

Het sportaanbod komt momenteel voornamelijk van sportverenigingen of fitnesscentra, maar veel mensen zijn op zoek naar het niet-competitieve, het laagdrempelige. Mensen die niet meer zo

sportief zijn, voelen zich niet welkom in het traditionele sportlandschap. In een FitClass komen ze in een omgeving waar gelijkgezinden, vaak iets minder trendy, toch ook met verantwoord bewegen en sporten bezig zijn en zich daar goed voelen. Sport is vaak te competitief, voor een grote doelgroep is dat een brug te ver.

Daarnaast speelt FitClass in op het feit dat veel mensen de discipline niet hebben om te gaan sporten. Als ze de vrijheid hebben om te kiezen wanneer ze gaan sporten, zoals in een fitnesscentrum, dan kom het er niet van. Dat heeft FitClass geleerd en probeert hier verandering in te brengen. FitClass geeft mensen de kans om een afspraak te boeken, hierbij kunnen ze kiezen uit een ruim aanbod van uren. Ze maken een afspraak, als dat gebeurd is, probeert men dit na te komen. De mensen komen samen in de FitClass met gelijkgezinden en zo ontstaat er eveneens sociale controle. Mensen die elkaar steeds op hetzelfde uur treffen, gaan op elkaar inspelen en motiveren. Dit sociaal contact zorgt er voor dat mensen langer volhouden. Het vrijblijvende karakter van de meeste fitnesscentra of andere aanbieders, zorgt er voor dat mensen eveneens vrijblijvende kunnen uitstellen en uiteindelijk afzeggen.

De lokalisatie van de FitClass in een school biedt mogelijkheden om verschillende doelgroepen te bereiken via een laagdrempelig aanbod.

1.8 Toekomst?

In de toekomst wil FitClass voornamelijk focussen op het uitbouwen van het netwerk van FitClass-centra in Vlaanderen. In de stedelijke regio's ziet men mogelijkheden om samenwerkingen op te zetten met grote bedrijven, zoals in 2014 is gebeurd met SD Worx. Een FitClass in een bedrijf zou op dezelfde manier verlopen als in een school. Overdag mogen de medewerkers de FitClass gebruiken onder begeleiding en na de werkuren staat de FitClass ter beschikking voor de mensen uit de omgeving. Bovendien wil men het concept kopiëren naar omliggende landen.

Daarnaast zal de dienstverlening worden uitgebreid met het verstrekken van eetadvies. Hierbij wil men mensen coachen op het gebied van eten, het gaat hier niet over voeding of diëten, maar wel eten. Naast het advies over het bewegen wil men mensen adviseren hoe men hun eten kan optimaliseren, want die twee zaken gaan hand in hand.

Een grote uitdaging voor FitClass is zich op een correcte manier te profileren op de markt. Men wil niet dat FitClass vergeleken wordt met een fitnesscentrum, maar wel gezien wordt als een adviesorgaan waar mensen vrijblijvend advies kunnen halen om dan daarna een verantwoorde keuze te maken om bewegen te integreren in het dagelijks leven. De moeilijkste uitdaging is om zich ook werkelijk op die manier te profileren. Mensen zien FitClass nog vaak als een fitnessvorm. Men zal op

zoek gaan naar een verbetering in de communicatiestrategie zodat men correct kan overbrengen naar de klant waar FitClass voor staat en wat FitClass voor hen kan betekenen.

1.9 Link met sportfederaties en –clubs?

FitClass werkt momenteel actief samen met Sporta-federatie, samen worden ook activiteiten aangeboden. Daarnaast staan ze open voor alle vormen van samenwerking. Men gelooft er in dat FitClass kan ondergebracht worden in een school, maar ook in een bedrijf. Misschien is er een moment dat ook een sportvereniging de ruimte heeft en behoefte heeft om met FitClass samen te werken.

2. Case II We are freerunning³³

We are freerunning	
Organisator	GymnastiekFederatie Vlaanderen vzw
Doelgroep	Jongeren + 12 jaar
Doel	Nieuw aanbod voor nieuwe behoeften van jongeren
Financiële ondersteuning	Vlaamse overheid
URL	www.wearefreerunning.be

2.1 Wat?

We are freerunning is een project van Gymnastiek Federatie Vlaanderen (GymFed). Dit project zorgt voor een uitbreiding van het aanbod van de federatie en haar clubs en is gericht naar jongeren vanaf twaalf jaar. Free running is een variant van parkour. Parkour werd in zijn eerste vorm benut als ontsnappingstechniek in de Vietnamoorlog (1955-1975). Eind jaren '80 werden deze technieken als sportdiscipline beoefend in een buitenwijk in Parijs. Hierbij werd op een speelse manier gezocht naar nieuwe technieken om zich op een snelle, vloeiende en efficiënte manier voort te bewegen doorheen de stad. Deze technieken draaiden niet meer om de basiselementen snelheid en efficiëntie, maar benadrukten het spectaculaire aspect. Zo werden salto's en andere 'tricks' een belangrijk onderdeel van de trainingen en hiermee kwam er ook meteen een opsplitsing en onderscheid in de benaming

³³ Verwerkt op basis van interview met Marjolein Wauters, projectverantwoordelijke We are freerunning, GymnastiekFederatie Vlaanderen vzw.

van de discipline. Bij parkour draait de essentie om zich snel en vlot in een omgeving voort te bewegen. Hierbij wordt enkel gebruik gemaakt van de bewegingen die efficiënt zijn om snel te bewegen en het parkour (parcours) af te leggen. Free running draait niet enkel om de snelheid en efficiëntie, maar ook om de salto's en andere tricks (We are freerunning, 2014a). De sport free running is niet competitief. De centrale waarde in het free running is het handelen uit je eigen kunnen. Je gaat een uitdaging aan met jezelf. Een sprong wordt steeds goed voorbereid op een geconcentreerde manier, men zal geen sprong uitvoeren die men niet kan. Als er een competitie-element zou bijkomen, dan wordt dat wel gecreëerd, en zal men al eens een sprong doen waar men niet klaar voor is. Er worden daarom open trainingen georganiseerd zodat iedereen op zijn eigen niveau kan trainen. Het eigen kunnen staat centraal in free running. Dit is een verschilpunt met gymnastiek, waarbij je jezelf steeds moet verbeteren omdat je aan wedstrijden deelneemt, free running kent geen competitie. Het is zeer recreatief, iedereen kan er aan beginnen op het laagste niveau.

De GymFed heeft een groot aanbod binnen haar federatie voor verschillende doelgroepen. Jongeren onder de twaalf jaar worden het meest aangesproken. Maar een drop-out van jongeren wordt vastgesteld na hun twaalf jaar. Enerzijds omwille van het tijdsintensieve karakter van gymnastiek. Anderzijds zijn het voornamelijk de jongens die gymnastiek niet meer zo 'stoer' vinden. Met de introductie van free running in de gymnastiekclubs wilde men deze drop-out vermijden. Met de opstart van dit project wilde de GymFed tegemoet komen aan de nieuwe noden van de jongeren die in het huidige, traditionele aanbod van de federatie niet altijd vinden wat ze zoeken. In Nederland werd het free runnen reeds mee opgenomen binnen de KNGU (Koninklijke Nederlandse Gymnastiek Unie). Men merkte dat dit heel veel deelnemers trok in Nederland. Free running bleek een gepast alternatief voor deze doelgroep. Bijgevolg besloot de GymFed om dit ook te proberen. Eveneens was er gelijktijdig vanuit de Vlaamse overheid een projectoproep voor laagdrempelige, innovatieve projecten. Hier heeft de GymFed op gekandideerd om extra financiële middelen te verkrijgen om het project op te starten, deze financiering werd goedgekeurd. Daarnaast wilde de GymFed een breder aanbod voorzien aan haar leden. Als federatie wilde men innovatief zijn, streven naar nieuwe ideeën, om niet bij het oude gymnastiekgegeven te blijven, maar ook nieuwe trends te incorporeren.

Free running bestond al langer en werd reeds beoefend in enkele kleine clubs in Vlaanderen. Deze jongeren zijn hier zelfstandig mee gestart, zodat ze hun sport op een meer georganiseerde manier konden beoefenen. De GymFed had opgepikt dat bepaalde van deze clubs nood hadden aan ondersteuning. Als federatie kon GymFed daar zeker bij helpen, want hun clubs beschikken over het materiaal om ook binnen in een zaal aan free running te doen en dit op een georganiseerde manier aan te pakken.

In 2014 is het project van start gegaan. Aanvankelijk werd er gefocust op het aspect van promotie, de GymFed wilde bekend maken dat de ze free running ging opnemen binnen de federatie. Deze communicatie verliep in twee richtingen. Om te beginnen wilde men hiermee de jongeren bereiken die al aan free running deden. Men heeft contact gezocht met deze jongeren voordat het project van start ging, want men wou deze groep betrekken bij het project. Bovendien wil de GymFed deze free runningclubs motiveren om bij de federatie aan te sluiten. Ten tweede is de bredere communicatie opgestart naar de clubs en ook naar nieuwe clubs om aan te sluiten bij GymFed binnen het project. Men wil de bestaande gymnastiekclubs helpen met het opleiden van lesgevers zodat ook zij free running kunnen aanbieden binnen hun club. Opleidingen werden georganiseerd voor lesgevers vanaf achttien jaar. Dit is een basisopleiding om lessen free running te kunnen geven in de clubs. Deze opleidingen zijn nog volop aan de gang. Momenteel is er één niveau van opleiding, hierna wil men deze mensen nog verder opleiden. Een 40-tal jongeren hebben de opleiding gevolgd, waarna in september 2014 een 35-tal clubs gestart zijn met free running binnen de gymnastiekclub. Sommige clubs werken met een beginnersgroep, waarbij iedereen kan aansluiten. Daarna kan men in sommige clubs doorgaan naar een gevorderde groep.

2.2 Wie?

De doelgroep bestaat uit jongeren vanaf tien jaar tot ongeveer 30 jaar. Hierbij gaat het enerzijds over de groep jongeren die turnen, maar op zoek zijn naar een nieuwe activiteit. Daarnaast wil men met dit project ook mogelijke nieuwe leden bereiken. Op Youtube staan veel spectaculaire filmpjes over de sport. Jongeren willen dit imiteren, maar dit is moeilijker dan gedacht. Via dit project wil men deze nieuwsgierige jongeren de kans geven om deze bewegingen op een georganiseerde manier aan te leren. Ten slotte richt het project zich ook specifiek op de individuele free runners, kleine informele groepen of free running clubs.

De communicatie gebeurt voornamelijk via de website www.wearefreerunning.be. Daarnaast is er eveneens een Facebookpagina, waar GymFed zelf filmpjes op plaatst. De projectverantwoordelijke is in contact met de groepen die free running aanbieden, zodat ook daar promotie kan gemaakt worden. De clubs van GymFed kunnen gemakkelijk bereikt worden via de eigen communicatie zoals de website, nieuwsbrieven, en dergelijke. De communicatie naar de jongeren die reeds aan free running deden, verloopt iets moeilijker. De cultuur van free running is redelijk gesloten en naar binnen gericht, net zoals bij andere streetsports zoals surfen. Hiervoor werkt de GymFed samen met verschillende buurtsportorganisaties, zoals Street Action, een organisatie vanuit ISB, die verschillende projecten hebben via Buurtsport. Deze organisaties komen in hun dagelijkse werking regelmatig in contact met de doelgroep. Op deze manier is de projectverantwoordelijke van GymFed

er in geslaagd toegang te krijgen tot de cultuur. Momenteel is men in overleg met deze jongeren om samen het project verder uit te bouwen.

2.3 Doelstellingen en resultaten?

Het project loopt nog tot 2015. Hierbij werden twee doelen gesteld, als eerste het bereiken van 50 clubs met een aanbod in free running. Als tweede doel had de GymFed een streefcijfer van 100 clubs vooropgesteld. De huidige werking van het project is dan ook gebaseerd op de promotie ervan. Momenteel staat de teller op 40 clubs met een free runningaanbod, die eveneens aangesloten zijn bij de GymFed.

Daarnaast merkt de GymFed dat zij het aanspreekpunt worden als het gaat over free running of parkour. Stilaan verenigt alles in verband met deze sport zich onder hun naam. Voorheen waren de free runners nog niet formeel verenigd. De jongeren kennen elkaar allemaal, maar ieder trainde op zichzelf of in een kleine groep. De GymFed heeft deze jongeren samen aan tafel proberen krijgen, waardoor al bepaalde groepen zijn aangesloten. De GymFed heeft tot doel alle free runninggroepen/clubs onder de federatie te verenigen.

2.4 Financiering?

Het project wordt gefinancierd vanuit twee kanalen. Langs de ene kant is er de financiering via de projectoproep laagdrempelige, innovatieve projecten van de Vlaamse overheid. Daarnaast voorziet de GymFed zelf ook geld voor het project. Er wordt niet gewerkt met externe sponsors. De grootste kosten gaan naar de promotie van het project, er werd een website gelanceerd, er is een promotiefilmpje opgenomen met topatleten. Momenteel wordt er veel gewerkt op het veld, dit gebeurt via kleine projecten binnen steden waar promotie wordt gevoerd. Daarnaast gaat er geld naar de opleidingen van instructeurs. Het eerste jaar werden de opleidingen door de GymFed zelf betaald, om als eerste instap jongeren te motiveren om mee te doen. In de toekomst zal er wel een kleine bijdrage gevraagd worden.

2.5 Stakeholders en samenwerkingsverbanden?

De meest relevante stakeholders van het project We are freerunning worden weergegeven in figuur 6.2. Het is een project van de GymFed, de federatie is daarom ook de grote trekker van het project. De federatie zorgt voor de coördinatie en promotie van het project en de ondersteuning van de clubs. Ook de Vlaamse overheid is een stakeholder, GymFed heeft subsidies ontvangen voor het project en moet hiervoor verantwoording afleggen. Het project is gericht naar de huidige clubs van de federatie en hun leden, naar mogelijke nieuwe leden en naar clubs en de jongeren die reeds aan

free running deden. Een speciale samenwerking is opgezet met deze laatste groep van jongeren. Hoewel het aanvankelijk niet eenvoudig was om deze jongeren aan boord te krijgen, begint GymFed hier geleidelijk aan in te slagen. Via dit project wil de federatie deze jongeren de kans bieden om hun sport op een georganiseerde manier te beoefenen. Men gaat regelmatig in overleg, zo is er momenteel een groep jongeren een project aan het uitschrijven om eventueel een opleiding free running-instructeur bij de Vlaamse Trainingsschool (VTS) op te starten, om de opleiding op een hoger niveau te krijgen. Deze jongeren hebben veel expertise, daarom is het voor GymFed belangrijk om ze te betrekken.

Figuur 6.2. Stakeholders van het project *We are freerunning*



2.6 Hindernissen?

De moeilijkste hindernis voor GymFed was het overtuigen van de jongeren van het project. De GymFed kwam als federatie aanzetten met free running en parkour. Bepaalde jongeren begrepen niet wat een gymnastiekfederatie zou doen met free running, want dat was toch 'hun' sport. De projectleider heeft regelmatig samen gezeten met deze jongeren en het project meermaals uitgelegd. De projectleider heeft zelf veel van de jongeren leren kennen en heeft hier een goed contact mee. Bij een gezamenlijk overleg werd steeds benadrukt dat GymFed dit project samen met de jongeren wilde verwezenlijken. Men wou vermijden dat de jongeren de GymFed als concurrentie zouden zien, en duidelijk maken dat het een gezamenlijk project zou worden. Nu is men bezig om samen het project te realiseren. Maar in het begin was dat de grootste hindernis.

2.7 Sterktes/zwaktes?

Free running als sport is niet meer weg te denken uit het sportlandschap, het is meer dan een kortstondige trend. Dit project zorgt er voor dat de sport op een gestructureerde manier kan blijven voortbestaan.

Één van de grootste sterktes van het project is de nieuwe vorm van lidmaatschap. Hierdoor is lid worden van GymFed heel laagdrempelig en toegankelijk geworden. Jongeren kunnen individueel aansluiten bij de GymFed, zonder bij een club te horen. Door dit lidmaatschap is men verzekerd, zowel voor trainingen binnen als buiten. De trainingsuren moeten wel doorgegeven worden aan de federatie. Daarnaast kunnen groepen ook simpelweg via hun Facebookgroep aansluiten. Op deze manier moeten ze geen structureel geheel hebben, want dat werkt niet in die jongerencultuur. Er is geen formele structuur vereist, zoals een penningmeester of een secretaris. Jongeren die op een informele manier met vrienden aan free running doen, kunnen gemakkelijk aansluiten. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van de sociale netwerksite Facebook. Clubs of groepen die willen aansluiten betalen een eenmalige kost van 50 euro (+ tien euro per lid). De volgende voordelen krijgen de aangesloten groepen in de plaats: een verzekering voor de aangesloten sporters, die geldt voor indoor als outdoor trainingen, aansluiting bij de erkende nationale en internationale federatie bij GymFed, FIG, BOIC, VSF en BLOSO, mogelijkheid tot deelname aan opleidingen tot instructeur en bijscholingen in freerunning en parkour, beschikbaarheid van informatie over allerlei zaken (sporttechnisch, juridisch, fiscaal, opleidingen, ...), ontvangst van een gratis promotiepakket voor de uitbouw van freerunning in de club, verwijzing naar de website van de aangesloten groep/club op de website van de GymFed (We are freerunning, 2014b). Zeker de verzekering is een meerwaarde, er zijn namelijk veel jongeren die buiten aan free running doen, maar zijn hier vaak niet voor verzekerd.

Door de aansluiting bij een erkende sportfederatie wordt het gemakkelijker om gebruik te maken van sportinfrastructuur. In de zomer wordt meestal buiten getraind. Als het regent of in de winter, wil men ook wel eens binnen trainen in een zaal. De free runninggroepen worden vaak nog bekeken als een bende jongeren die wild en gevaarlijk gedrag vertonen. Door de aansluiting bij de GymFed, wordt aangetoond dat ze erkend zijn, waardoor ze gemakkelijk in sporthallen terecht kunnen. Dat is ook een motivatie om bij de GymFed aan te sluiten.

Als een individu of een groep bij GymFed aangesloten is, dan kunnen zij eveneens ondersteund worden om hun groep uit te bouwen. Zij hebben de vrijheid om zelfstandig hun trainingen te organiseren.

Daarnaast is de GymFed aan het bestuderen naar de mogelijkheden om het algemeen lidmaatschap te veranderen. Momenteel moet men inschrijven voor een volledig jaar. Men is aan het kijken om

jongeren voor een bepaalde periode aan te trekken. Zodat ze bijvoorbeeld in de winter kunnen aansluiten bij een club om free running binnen te kunnen beoefenen.

Naast een nieuwe vorm van lidmaatschap, wordt ook een vernieuwende manier van aanpak gehanteerd. Hierbij wordt vraaggericht gewerkt, er wordt geluisterd naar wat de jongeren willen, waarna men kijkt hoe hier op in gespeeld kan worden. De focus ligt hier niet op het 'moeten', maar vooral op 'kunnen'. Het project noemt niet voor niets 'We are freerunning', die 'we' is heel belangrijk. Het groepsgevoel, de vriendschap staat ook in de sport centraal. Daar wil de GymFed op inspelen. Kenmerkend aan deze jongerencultuur is dat je de jongeren niet teveel moet opleggen. Er wordt vooral naar de jongeren geluisterd en daar wordt op ingespeeld. Men merkt dat hoe vrijblijvender er gewerkt wordt, hoe gemakkelijk de jongeren terug komen. Als je veel begint te vragen, dan haken ze af. Als je dingen voorstelt en het is interessant, dan gaan ze hier sneller in meegaan. Dit probeert de GymFed dan ook te doen.

Waar bij traditionele projecten van GymFed veel meer structuur aanwezig is, wordt deze vernieuwende manier van aanpakken gekenmerkt door veel meer vrijheid. Hiernaast probeert GymFed ook op andere nieuwe trends in te spelen, zo organiseren ze eveneens workshops voor slacklining (lopen op koorden).

Verbeterpunten liggen op het vlak van de opleidingen, deze wil men in de toekomst op een hoger niveau krijgen, met meer structuur. Daarnaast moeten en kunnen er nog meer jongeren aangesproken worden.

2.8 Toekomst?

In de toekomst zal verder ingezet worden op de bestaande opleiding en masterclasses (workshops). Daarnaast probeert men ook nieuwe initiatieven op te zetten. In augustus 2015 zal een groot evenement georganiseerd worden om het project nog meer te promoten. Hiermee wil men meer clubs en jongeren aantrekken. Dit laatste is het belangrijkste werkpunt voor de toekomst. Verder wil men de huidige werking verder op punt stellen. Hierbij blijft de GymFed aandachtig voor nieuwe trends, als er iets verandert in het sportlandschap, zal men daar op proberen inspelen.

2.9 Link met sportfederaties en sportclubs?

Door de opstart van dit project wil GymFed als federatie alle free runningclubs verenigen onder haar naam. Hoewel GymFed er in geslaagd is bepaalde free runningclubs te laten aansluiten, is dit nog niet voor ze allemaal het geval. Hiernaast hebben verschillende clubs van GymFed hun aanbod uitgebreid door het aanbieden van free running aan hun leden.

3. Case III The Belgian Homeless Cup³⁴

Belgian Homeless Cup	
Organisator	Belgian Homeless Cup vzw
Doelgroep	Dak- en thuislozen
Doel	Sportief aanbod voor de doelgroep, hulpverlening en sensibilisering
Financiële ondersteuning	Private middelen (sponsoring) en Vlaamse overheid
URL	www.belgianhomelesscup.be

3.1 Wat?

De Belgian Homeless Cup is een sociaal-sportieve voetbalcompetitie voor dak- en thuislozen. Door de kracht van voetbal in te zetten wordt een re-integratieproces opgestart. Dit traject kan van sociale (opstap naar hulpverlening, opbouwen van zelfvertrouwen en positief zelfbeeld) of van professionele aard (opleiding, tewerkstelling) zijn. Ook op fysiek vlak wordt vooruitgang geboekt, door te werken aan een betere conditie en gezondheid. De hoogdagen van de BHC zijn de nationale toernooien: deze worden zo vaak mogelijk op publieke plaatsen gespeeld. Zo waren er al toernooien op de markten van onder andere Sint-Truiden, Mechelen, Brugge en Genk. Op deze manier wil de Belgian Homeless Cup een podium bieden aan de spelers en teams om hun kunnen te tonen enerzijds en om de problematiek van dak- en thuisloosheid binnen de stad onder de aandacht brengen anderzijds.

De basis van de werking zijn de lokale homeless teams. Door de inzet van 30 teams worden wekelijks meer dan 400 dak- en thuislozen bereikt. Per jaar vinden er meer dan 500 trainingen en 4 landelijke toernooien plaats. Daarnaast worden jaarlijks nog eens 150 mensen van de doelgroep bereikt via de verschillende supporterswerkingen (Belgian Homeless Cup 2014).

Om dit alles te realiseren wordt in elke betrokken stad een lokaal, sociaal netwerk opgebouwd. Deze netwerken bestaan uit een samenwerking tussen hulpverleningsorganisaties, lokale overheidsdiensten en voetbalclubs uit de Belgische voetbalcompetitie. Momenteel zijn er 57 sociale organisaties, dertien stedelijke sportdiensten en twintig voetbalclubs uit eerste, tweede, derde en vierde klasse betrokken bij het project. Dit komt neer op een gemiddelde van vijf organisaties die rond een lokaal homeless team samenwerken. Hierbij is er een duidelijke taakverdeling, de

³⁴ Uitgewerkt op basis van interview met Bert Ballegeer, coördinator Belgian Homeless Cup vzw.

voetbalclubs nemen de sportieve rol op zich (trainingen, spelers kunnen nu en dan naar wedstrijd gaan kijken, etc.) en de sociale begeleiders zijn voor de begeleiding van de individuele spelers, voor en na de training.

Daarnaast voert de Belgian Homeless Cup een actieve communicatie om de problematiek van dak- en thuisloosheid onder de aandacht te brengen.

Het project is ontstaan doordat er vraag naar was vanuit het veld. De sociale organisaties wilden met hun mensen niet enkel werken rond eten, drinken en overnachting, maar ook rond sport, ontplooiing, de positievere zaken, in plaats van enkel aan hun probleemsituaties te denken. Er bestond en bestaat nog altijd weinig sportief aanbod voor mensen uit kansengroepen binnen een gestructureerde opzet. In 2008 zochten het Activeringsproject Harde Kern Druggebruikers en het Inloopcentrum De Vaart uit Antwerpen naar een sportactiviteit voor hun doelpubliek. Op internet botsten zij op de Homeless World Cup: een internationaal voetbaltornooi voor dak- en thuislozen.

Zij besloten om hieraan deel te nemen en trainden wekelijks met een groep van een vijftiental spelers, met als uiteindelijk doel deel te nemen aan het wereldkampioenschap voor dak- en thuislozenvoetbal in Melbourne. Productiehuis deMensen besloot om over dit traject een televisiereeks te maken, die vanaf april 2009 wekelijks bekeken werd door 400 000 Vlamingen. Televisiekijkend Vlaanderen maakte zo kennis met een aantal thuislozen met verschillende achtergronden en problematieken. De spelers gaven thuislozen een gezicht, de kijkers thuis zagen dat achter de problemen mensen schuilgaan met elk hun eigen verhaal. Het beeld dat een thuisloze zelf zijn problemen 'gezocht' heeft, werd zo in een heel ander en eerlijker perspectief geplaatst.

Vanuit de praktijk was er voor deze nieuwe werkvorm veel enthousiasme, in zes Vlaamse steden werd begin 2009 een homeless team opgericht. Om te bepalen welk team zou deelnemen aan de Homeless World Cup in Milaan in 2010 moest er een competitie uitgewerkt worden, zo werd de Belgian Homeless Cup (BHC) geboren, vormgegeven door het Steunpunt Algemeen Welzijnswerk en Open Stadion (nu Football+Foundation). Voor het Steunpunt Algemeen Welzijnswerk was het voetbalproject in eerste plaats een nieuwe methodiek om met de doelgroep van dak- en thuislozen op een positieve manier aan de slag te gaan. Tegelijk leende het project zich ertoe om op een mediagenieke manier te werken aan sensibilisering omtrent de problematiek van dak- en thuisloosheid. De Football+Foundation tracht door dit project bruggen slaan tussen het sociaal engagement van voetbalclubs en sociale actoren.

Aan Vlaamse kant kwamen er jaar na jaar nieuwe deelnemende steden bij. Het duurde tot 2013 vooraleer ook Waalse steden instapten. Momenteel zijn er 12 Vlaamse steden en 5 Waalse steden met een homeless team. Ook Brussel heeft een homeless team, met daaronder nog een aparte

stedelijke competitie met nog eens 12 teams. Voetbal is voor dit project een dankbare sport. Voetbal heeft een belangrijke plaats in de samenleving en de spelers kunnen spelen voor een grote ploeg zoals Club Brugge of Anderlecht. Dit geeft hen erkenning en het gevoel dat ze ergens bij horen.

3.2 Wie?

De BHC richt zich op de doelgroep van dak- en thuislozen. Sommige spelers hebben letterlijk geen dak boven hun hoofd (dakloos), andere hebben dit wel, maar een huis is nog geen thuis (thuisloos). Onder thuislozen begrijpen de BHC bijvoorbeeld ook mensen in tijdelijke woningen, mensen zonder papieren, mensen in opvangtehuizen, mensen met een alcohol- of drugverslaving. Men heeft vaak een stereotiep beeld van 'de thuisloze'. Maar de gemiddelde dak- en thuisloze blijkt eerder een jonge vrouw te zijn dan een man van boven de 45 jaar. Maar niet alleen dat, men heeft vaak een verkeerd beeld over de manier waarop mensen dak- of thuisloos worden. In de meeste gevallen worden mensen thuisloos door een lang proces van verbroken verbindingen en uitsluiting. Er liggen verschillende oorzaken aan de basis van deze neerwaartse spiraal zoals het verlies van een baan of woning, een relatiebreuk, faillissement of ziekte. Maar ook opvoedingsproblemen en geestelijke gezondheid spelen een rol. Het bouwen aan zelfvertrouwen, een beter zelfbeeld ontwikkelen, uitgaande van de eigen krachten en mogelijkheden, opnieuw structuur brengen in het leven, de kracht van de groep en het gevoel ergens toe te behoren, dat willen de hulpverleners aan de spelers bieden. De eerste stap zetten in de richting van een nieuw begin, door deze mensen de kans te geven eens een positief verhaal te vertellen (Belgian Homeless Cup, 2014). De instroom van spelers van de lokale homeless teams gebeurt voornamelijk via de sociale werkers in het veld, zij proberen de mensen te overhalen om eens mee te komen trainen. Hierbij wordt over de BHC gesproken als een toffe, gezonde vrijetijdsbesteding waarbij ze eens even niet aan hun problemen moeten denken, maar zich anderhalf uur kunnen uitleven op een positieve manier. Het grote voordeel van voetbal is dat het onbedreigend en laagdrempelig is. Daarnaast is er ook een grote instroom via de spelers zelf, die het doorvertellen en zo anderen meenemen naar de training.

3.3 Doelstellingen en resultaten?

De BHC heeft doelstellingen op drie vlakken, op vlak van de deelnemers, van de hulpverlening en van de samenleving. Op het vlak van de *deelnemers* wil men de toeleidingsdrempels naar sociaal herstel en naar inschakeling in een hulp- of arbeidstraject verlagen door het aanbieden van vaste structuren. Vele mensen uit de doelgroep hebben een slechte band opgebouwd met de sociale organisaties, er is een breuk van vertrouwen. Voor de spelers probeert men trajecten op te starten, dit kan van sociale aarde zijn (verbetering huisvesting, bij een groep horen, een beter zelfbeeld, zelfvertrouwen, zinvolle

vrijtijdsbesteding) of een arbeidsactivering (opleiding, interimwerk, vast werk, vrijwilligerswerk, stage). Men wil de dak- en thuislozen motiveren om stappen te zetten naar re-integratie en het gevoel van eigenwaarde bij de spelers versterken. De realisatie van een groepsdynamisch proces van onderling respect, samenhorigheid en solidariteit voor de groep, het team en de entourage is eveneens een doelstelling. Op het vlak van de *hulpverlening* wil de BHC de opvangcentra stimuleren om sportactiviteiten als zinvolle dagbesteding aan te bieden, zodat men de mensen ook eens vanuit een positieve manier kan benaderen, vanuit iets wat zij kunnen, niet steeds vanuit het negatieve. Zo krijgen zo eens de kans om ergens bij te horen en ergens in te slagen. Men wil een netwerk van partners betrekken en de intersectorale samenwerking binnen de hulpverlening stimuleren. Bovendien wil men diensten die minder of geen ervaring hebben met dak- en thuislozen leren om in samenspraak met andere diensten toch hun aanbod aan te passen op maat van de dak- en thuislozen. Tot slot wil de BHC een instrument ontwikkelen om de opgedane kennis en ervaringen overdraagbaar te maken. Zo leren de organisaties onderling van elkaar en kunnen nieuwe partners gemakkelijker in het project ingeschakeld worden. Op het vlak van de *samenleving* is de doelstelling om de problematiek van de dak- en thuisloosheid meer onder de aandacht te brengen en de beeldvorming over dak- en thuislozen te nuanceren. Bovendien wil men bedrijven sensibiliseren om bij te dragen aan dit maatschappelijk verantwoord project. Tot slot wil de BHC de hindernissen voor dak- en thuislozen onder de aandacht brengen en een wil creëren om deze op te heffen.

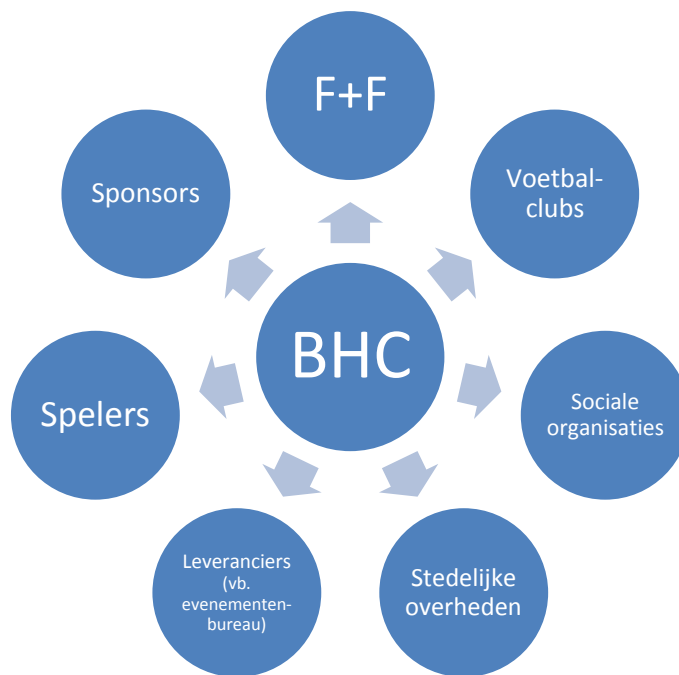
De grootste moeilijkheid van de BHC ligt in het vaststellen van de resultaten van het project op niveau van de speler. De overheid vraagt, in ruil voor de subsidies die ze verstrekken, concrete resultaten van de vooruitgang die de deelnemers hebben geboekt. Maar hier wringt het schoentje, tot nu toe kan men geen causaal verband vaststellen tussen de BHC en de vooruitgang die bepaalde deelnemers maken in hun leven. Als een speler van een bepaald homeless team op een moment aan vaste huisvesting geraakt, kan en mag men hier niet uit besluiten dat dit een gevolg is van de deelname aan de BHC (Claes, 2013). Dit maakt het moeilijk voor het project om met concrete resultaten voor de dag te komen. Er zijn vage cijfers ter beschikking, na bevestigingen bij de begeleiders over welke stappen hun deelnemers zetten. Gegevens zoals het aantal spelers, aantal trainingen, aantal sociale activiteiten, aantal professionele activiteiten, de leeftijdscategorieën, aantal deelnemers aan toernooien, zijn wel ter beschikking. De BHC beseft dat dit een hekel punt is en is op zoek naar oplossingen. Hierbij benadrukt de BHC dat de vooruitgang van de spelers steeds begint bij 'het ergens bij horen', zich erkent voelen in een groep, ergens terecht kunnen. Dit valt niet te vatten in cijfers. Voor de spelers is het eveneens een moment om anderhalf uur eens aan iets anders te denken dan hun problemen en gewoon te kunnen sporten.

3.4 Financiering?

Op dit moment wordt de BHC voor de helft gefinancierd door overheidsmiddelen en voor de helft door private middelen. Hier heeft de laatste jaren een opvallende verschuiving plaatsgevonden, in 2009 was er nog een 90/10 verhouding overheid/private middelen. De BHC is nog één van de weinige organisaties die in een Belgische context werken, dat maakt het moeilijk om financiering te krijgen in een federale staat. In 2014 is er geen financiering van Wallonië verkregen. Daarom is de BHC zich meer gaan richten op private middelen en heeft sponsorovereenkomsten met Electrabel GDF Suez, BNP Parisbas Fortis en SD Worx. Maar nu dat men ziet dat de BHC goed geplaatst is om private middelen binnen te halen, vraagt de overheid zich af of de BHC niet volledig op private middelen kan draaien zodat de overheid zich kan terugtrekken. De coördinator van de BHC is het hier niet mee eens en vindt dat de overheid minstens de verantwoordelijkheid moet dragen voor de basiswerking, zijnde de personeelskosten. Volgend jaar lopen de contracten met BNP en SD Worx af dus moet er 70 000€ gezocht worden, als de overheid haar subsidies ten minste niet terugschroeft. Het blijkt niet evident te zijn om op lange termijn een werking uit te bouwen als de korte termijn altijd onder gevaar staat van onderfinanciering.

3.5 Stakeholders en samenwerkingsverbanden?

De meest relevante stakeholders van de BHC worden weergegeven in figuur 6.3. Om te beginnen is er de Football+Foundation (F+F) als sociale vertegenwoordiger van het Belgische voetbal. Deze organisatie stimuleert voetbalclubs in België om hun sociale verantwoordelijkheid op te nemen. Hiernaast zijn de lokale netwerken van cruciaal belang, bestaande uit de voetbalclubs, de sociale organisaties en de stedelijke overheden. Deze netwerken worden gevormd op basis van intersectorale samenwerking (Claes, 2013). Daarnaast vormen de spelers zelf de basis voor het project. Ten slotte zijn de sponsors en leveranciers van belang voor de financiële en materiële verwezenlijking van het project.

Figuur 6.3 Stakeholders van de Belgian Homeless Cup

3.6 Hindernissen?

Het financiële is altijd een uitdaging geweest bij de organisatie van het project. Men moet vaak lang wachten tot de overheidssubsidies ter beschikking zijn. Hierdoor is het niet eenvoudig om een stabiele werking op te zetten.

Doorbreken in Franstalig België was ook een moeilijkheid, voornamelijk omdat het draagvlak voor voetbal en dak- en thuislozen in Wallonië niet zo groot was als in Vlaanderen. Ze stonden ook wat argwanend tegenover een 'Vlaams project'. Het is pas veranderd als een Franstalige medewerkster bij de BHC aan de slag is gegaan en door de hulp van de Koning Boudewijnstichting. Nu is er een vlotte werking in Wallonië, met vijf en bijna een zesde stad met een homeless team. Lokaal wordt het project positief onthaal, maar de overheid wil er blijkbaar geen geld aan geven.

3.7 Sterktes?

Een sterk punt van de BHC is de positieve manier waarop ze hun doelgroep benaderen. Waar ze in de maatschappij uitgesloten worden, krijgen deze mensen ook eens het gevoel dat ze ergens bijhoren. Hiernaast is het een zeer laagdrempelig en onbedreigend project. In een maatschappij waar de nadruk veel meer op het individu komt te liggen en waar mensen meer en meer zelf hun plan moeten trekken, biedt de BHC ondersteuning voor dak- en thuislozen die veelal uitgesloten worden

door de maatschappij. Hierbij zijn aspecten zoals het opzetten van een arbeidstraject, huisvesting, ... van belang, maar bijna alles wat te maken heeft met verbetering op vlak van levensdomeinen begint pas als je het gevoel hebt dat ergens bij hoort. Dat is een nood van onze doelgroep die steeds aanwezig is en blijft. Maar welzijn is meer dan materiële zaken, de doelgroep heeft uiteraard nood aan huisvesting of werk of dergelijke. Maar hiernaast is het uitermate belangrijk dat ze het gevoel hebben dat ze ergens bijhoren, ergens deel van uit maken, dit is iets wat onze lokale homeless kunnen bieden.

Bovendien is het lokaal, sociaal netwerk dat rond elk homeless team opgezet is, op zijn minst opmerkelijk. Dit zijn organisaties uit verschillende sectoren die voorheen weinig met elkaar te maken hadden en nu gezamenlijk aan een project werken. Er is een gemiddelde van 4 à 5 partners per homeless team, dit zijn meestal meerdere sociale organisaties, één of meerdere stadsdiensten en een voetbalclub.

Ten slotte is het positief dat de BHC voor de helft op private middelen kan werken, dit geeft hen redelijk wat vrijheid om hun eigen koers te varen. Het is een ondernemende vzw, als er iets is waar de overheid niet mee eens is, wordt dit betaald met de private middelen.

3.8 Toekomst?

Momenteel werkt de BHC aan twee grote toekomstplannen, zowel binnen als buiten het project van de BHC:

- Binnen het kader van de BHC zijn er drie grote plannen. Ter eerste wil men stedelijke competities uitbouwen. In Brussel is er reeds de BXL Cup, een lokale divisie van de BHC, waar 12 ploegen van verschillende sociale organisaties onderling een competitie spelen. Dit wil men ook in andere steden oprichten, zoals Kortrijk, Gent, Antwerpen en Charleroi. Er zijn verschillende sociale organisaties die niet de mogelijkheid hebben om aan de BHC mee te doen (omwille van financiële of praktische redenen), maar toch ook iets met sport willen doen. Zo zijn er in Antwerpen drie daklozenorganisaties, maar ook een centrum voor jongeren in kwetsbare situaties, een asielcentrum, een opvangcentrum. Deze organisaties zouden aan de Antwerpse competitie kunnen deelnemen, waarbij bijvoorbeeld twee keer per maand een wedstrijd wordt gespeeld. Dit zorgt er voor dat er ook andere mensen, die per definitie niet tot de doelgroep behoren, ook een aanbod krijgen. Of organisaties die niet wekelijks kunnen trainen, kunnen op deze manier aan de stedelijke competitie deelnemen. Dit kan ook een oplossing vormen voor de saturatie van de nationale competitie. Momenteel zijn er nationaal 18 teams, heel veel meer

kunnen hier niet meer bij want dan heeft de BHC onvoldoende capaciteit en middelen om dat rond te krijgen, qua aantal terreinen, de afstanden.

Ten tweede is de BHC mogelijkheden aan het bekijken om deelnemers te kunnen opleiden tot scheidsrechter, hulptrainer, etc. Hiervoor wil men een soort van BHC Academy oprichten.

Tot slot zijn er naast de nationale tornooien ook de 'awareness tornooien'. Op een nationaal tornooi spelen de homeless teams tegen elkaar. Bij 'awareness tornooien' nemen, naast enkele teams uit de BHC, ook andere lokale voetbalteams deel, zoals een team van een café, van een sponsor, van de stadsdienst etc. Bij de nationale tornooien wordt voornamelijk de problematiek van dak- en thuisloosheid onder de aandacht gebracht, bij de 'awareness tornooien' verschuift dit naar 'iedereen speelt tegen uitsluiting'. Op deze manier kan een team haar partners actief betrekken bij een evenement.

- Daarnaast is er de vraag of de BHC zich ook moeten bezig houden met andere doelgroepen en andere sporten. Vanuit verschillende hoeken is hier vraag naar (overheid, sociale organisaties). Zo heeft Armoedebestrijding de BHC eens gevraagd om te werken rond alleenstaande vrouwen met kinderen. Maar de brug leggen tussen alleenstaande vrouwen met kinderen en voetbal, is wel heel moeilijk. Andere sporten komen hier wel voor in aanmerking. De BHC voelt dat er een tendens gaande is van sociale organisaties die in sport wel iets zien om met hun mensen aan de slag te gaan. De BHC heeft expertise op dit vlak, die niet zo veel organisaties hebben, misschien is dat wel een rol die voor de BHC kan weggelegd zijn. Zij hebben reeds een netwerk uitgebouwd, hebben geloofwaardigheid, kennis van hoe je met de media werkt en bepaalde infrastructuur. De BHC is aan het bekijken of ze die rol op zich zou kunnen nemen.

Daarnaast wil de BHC in de toekomst sleutelen aan bepaalde werkpunten. Zoals hierboven al aangehaald moet er gezocht worden naar oplossingen om de resultaten van het project meer zichtbaar te maken. Daarnaast draaien veel homeless teams op het enthousiasme van lokale werkers en niet zo zeer op engagementen van de organisaties. De organisaties hechten minder belang aan het project dan de werkers, er gebeurt veel op informele wijze waardoor er minder zekerheid is en het moeilijk maakt om een stabiele werking uit te bouwen.

3.9 Link met sportfederaties en sportclubs?

Bij het analyseren van het project van de BHC kan men zich afvragen 'waarom gaat een voetbalfederatie of -club niet met dergelijk project aan de slag?'. Ook werd deze vraag gesteld aan de coördinator van de BHC, dit blijkt een moeilijk punt te zijn. De federaties en clubs zouden dit inderdaad kunnen of zelfs moeten doen, maar het ontbreekt de federaties en clubs aan expertise

over de doelgroep. Daarom kunnen de federaties en clubs samenwerkingen aangaan met organisaties waar de expertise wel aanwezig is. In een ideale wereld zouden de spelers na hun tijd bij het homeless team moeten kunnen doorstromen naar een reguliere sportclub. Maar die stap is ontzettend groot, als je er aankomt moet je lidgeld betalen, na de wedstrijd wordt een pint gedronken (die je ook weer moet betalen), je moet voetbalschoenen hebben, etc. Zo een stap is meestal te groot voor de deelnemers van de BHC. Op dit vlak zijn samenwerkingen met een sociale organisatie cruciaal, want de federaties hebben de knowhow niet. Een belangrijke vraag naar de toekomst is in welke mate er een parallel circuit moet bestaan. Of moet er binnen de reguliere sportclubs een werking voor deze doelgroep opgezet worden? Bij de eerste optie hebben sociale organisaties, zoals de BHC, veel in eigen handen en kunnen het zelf vormgeven. Bij het tweede optie moet de federatie of sportclub van goede wil zijn.

4. Case IV Mon Ventoux³⁵

Mon Ventoux	
Organisator	Sporta vzw
Doelgroep	Sedentaire, sportieve en fanate fietsers
Doel	Vorbereidingstraject en beklimming Mont Ventoux
Financiële ondersteuning	Vlaamse overheid en sponsoring
URL	www.monventoux.be

4.1 Wat?

Mon Ventoux is een beweegcampagne van Sporta-federatie voor fietsers. De campagne bestaat uit een uitgebreide voorafgaande trainingsmogelijkheden, met als ultieme beloning de beklimming van de Mont Ventoux, in de Franse Alpen. Mon Ventoux wil sedentaire, sportieve en fanate fietsers uitdagen om op basis van gepaste begeleiding en voorbereiding al fietsend de top van de Mont Ventoux te bereiken.

De idee voor dit project is ontstaan tijdens de viering van het huwelijksjubileum in Zuid-Frankrijk van Sporta-voorzitter Toon Claes. Met zijn gasten kwam hij op het idee om een gezamenlijk fietstochtje

³⁵ Dit deel werd grotendeels gebaseerd op Theeboom e.a. (2013) en werd verder verwerkt op basis van een interview met Hans Verbruggen, directeur Beleid van Sporta.

naar de top van de Ventoux te maken. Het bleek een fantastische ingeving, want iedereen had ontzettend van zijn geleverde inspanning genoten. En zo groeide de idee om meer mensen te motiveren om al fietsend de Mont Ventoux te beklimmen. Een formule werd ontwikkeld die ook voor mensen met weinig vrije tijd mogelijk is, voor mensen die willen sporten waar en wanneer men wil. Deze mensen wil Sporta de kans geven om zich te laten begeleiden en voor te bereiden op een groot evenement. Bij de eerste editie in 2005 werd gerekend op een paar honderd inschrijvingen maar het werden er meer dan duizend.

Inschrijvingen voor de Mon Ventoux campagne starten elk jaar in oktober. Sinds 2014 kan een keuze gemaakt worden uit vier verschillende formules: 'Ventourist', 'Ventousiast', 'La Cannibale(tte)' en de nieuwste formule 'La Vintoux'. Sporta heeft een pakket samengesteld voor de deelnemers, dit heeft betrekking op de voorbereidingsperioden en het evenement zelf. Tijdens de voorbereiding kunnen de deelnemers gratis deelnemen aan de Mon Ventoux-dagen, bestaande uit zeven oefenritten en één workshop-dag. Op deze dagen krijgt men: bevoorradings, bewegwijzering, douchegelegenheid, toiletten, GPS-tracks en een ongevallenzekerings. Elke deelnemer ontvangt een gepersonaliseerd online dagboek en trainingsschema. Men heeft voordeel op aankoop bij Eddy Merckx Cycles en ontvangt een praktische gids over Mon Ventoux. Ter plekke is er een feestelijk onthaal met sportieve versnapering in Bédoin. Tijdens het evenement zelf is er tijdsregistratie aan de start, onderweg en op de top. Er is medische bijstand, technische ondersteuning en mobiele toiletten aan de start, onderweg en op de top. Het evenement eindigt met een slotfeest in Village Cannibale (Malaucène) op met optredens en dj's. Tot slot gaat er tien euro per deelnemer naar de goede doelen van Mon Ventoux, in 2014 waren dit Ekso Bionics en Kindercardiologie UZ Leuven. Een belangrijk aspect van de Mon Ventoux campagne is de voorbereiding en ondersteuning die voorzien wordt voor het evenement zelf. De deelnemers kunnen zich voorbereiden door deel te nemen aan de Mon Ventoux-dagen. Er worden verscheidene trainingsritten met stijgende moeilijkheidsgraad georganiseerd. Verder voorziet Sporta heel wat relevante informatie omtrent training, voeding, veiligheid, materiaal, ... verspreid via workshops, de website en nieuwsbrieven.

4.2 Wie?

Sporta beseft dat men inventief moet zijn en blijven om deelnemers te blijven aantrekken. De deelnameformules zijn dan ook danig geëvolueerd doorheen de tijd. Rond de tijd van de opstart van het project (2004-2005) was een onderzoek gevoerd in opdracht van toenmalig minister van sport Martens, waaruit bleek dat er ongeveer één miljoen Vlamingen waren die aangaven dat ze wel willen sporten, maar nog niet toe komen. Dit waren de mensen die Sporta oorspronkelijk wilde bereiken. Dit door een sport aan te bieden die iedereen kan, namelijk fietsen. De eerste formule had tot doel

om met z'n allen één keer de top te bereiken. Om het iets attractiever te maken, werd tijdens de volgende editie de berg gedurende 24 uur opengesteld aan de Sporta-deelnemers. Deze formule heeft men laten varen. Maar Sporta beseftte dat de lat hoger moest gelegd worden om de deelnemers van de eerste en tweede editie te behouden. Naast de formule 'Ventourist', werd 'Ventousiast' opgericht waarbij de berg langs drie verschillende kanten beklommen wordt. Door de jaren heen is het project geëvolueerd met formules voor verschillende trainingsniveaus.

Sporta richt zich met zijn aanbod naar de zogenaamde 'Ventouristen', de 'Ventousiasten', de 'Kannibalen' en sinds 2014 ook op de 'Vintouristen'. Deze verschillende formules zorgen voor differentiatie zodat zowel sedentaire, beginnende als sportfanaten uitgedaagd worden.

'Ventouristen' zijn de beginnende fietsers. Zij worden door Sporta begeleid met het oog op de beklimming van de Mont Ventoux langs de minst steile kant (Sault). De beweegcampagne bevat een aangepast programma zodat ieder op zijn niveau kan trainen.

Diegenen die van een sporadische sportbeoefenaar naar een fitte fietser zijn geëvolueerd, mogen zich 'Ventousiast' noemen. Ook zij krijgen van Sporta een aangepaste begeleiding om de Ventoux minstens één keer langs de steilere flanken vanuit Bédoin of Malaucène te beklimmen.

'Kannibalen' zijn fietsers die op zoek zijn naar een extreme uitdaging. 'La Cannibale' is een fietstocht voor gevorderde fietsers waarbij verschillende cols beklommen worden, met de Mont Ventoux als laatste beproeving. 'La Cannibalette' is een verkorte versie van 'La Cannibale'.

Met 'La Vintoux' wil Sporta terug naar haar oorspronkelijke missie. Hiermee wil men namelijk terug inzetten op de niet-sportprofielen waarvoor de beklimming van de Mont Ventoux te zwaar is. Dit is een traject van twee uitgestippelde tochten aan de voet van de berg van elk ongeveer 50 kilometer. Hierbij wordt van wijnboer naar wijnboer gefietst.

Bovendien probeert Sporta heel wat bedrijven te motiveren en aan te spreken. Ongeveer 25 procent van de deelnemers nemen deel via hun bedrijf. In de toekomst zouden ze dit aantal nog willen opdrijven. Voor bedrijven worden er speciale pakketten met voordelen uitgewerkt naargelang het aantal deelnemers.

Sporta zet eveneens in op de inclusie van mensen met een fysieke en/of mentale beperking. Via de vzw To Walk Again, probeert Sporta mensen aan te zetten om deel te nemen aan Mon Ventoux. Hierbij zorgt Sporta voor de praktische ondersteuning, zo zijn er bijvoorbeeld tandems ter beschikking zodat deze mensen onder begeleiding naar boven kunnen fietsen. Sporta vindt het belangrijk dat deze mensen in het event geïntegreerd worden. Een andere doelgroep die specifiek wordt betrokken zijn transplantatiepatiënten. Zo organiseert Transplantoux, een project van het

transplantatiecentrum UZ Leuven, positieve sensibiliseringsacties rond orgaantransplantatie en motiveert getransplanteerden om gezond te bewegen en te sporten. Sporta werkt samen met Transplantoux, jaarlijks trachten een groep transplantatiepatiënten en begeleiders – onder begeleiding van artsen – naar de top te fietsen. Transplantoux wil hiermee de gunstige effecten van sportbeoefening onder de aandacht brengen en lotgenoten stimuleren om voldoende te bewegen.

De promotie van het project en de communicatie met de deelnemers vraagt veel tijd en moeite van de organisatoren. Dit maakt dan ook deel uit van het succes. Voor de promotie, het aanspreken van nieuwe deelnemers en het verhogen van naamsbekendheid maakt Mon Ventoux gebruik van de sociale media en krant 'De Zondag' als vaste mediapartner. Hierbij rekent men eveneens op de verspreiding via mond-tot-mond reclame. Ook de website van Mon Ventoux is drukbezocht, hier kan men terecht voor allerlei informatie omtrent training, voeding, veiligheid, verplaatsing, verblijf... De specifieke communicatie met de deelnemers verloopt via de praktische gids, het Mont Ventoux-dossier, de maandelijkse nieuwsbrieven en de infogids. Het digitaal platform (vooral Facebook) zorgt ervoor dat mensen die zich voor Mon Ventoux ingeschreven hebben ook de mogelijkheid hebben om met elkaar te communiceren.

4.3 Doelstellingen en resultaten?

Sporta stelt geen vaste meetbare doelstellingen voorop. Hoewel de Raad van bestuur steeds een stijging van het aantal deelnemers ambieert, wordt dit vanuit de medewerkers op het veld getemperd. De lokale Franse overheid legt een maximaal aantal deelnemers vast. Het akkoord is dat dit evenement gestaag groeit. Bovendien zijn er ook praktische en financiële beperkingen om alles organisatorisch rond te krijgen. Bij de editie van 2014 namen 3 000 fietser deel. Met de huidige organisatorische mogelijkheden en medewerkers is dit ongeveer de bovengrens. Met een gebrek aan deelnemers kampt Sporta zeker en vast niet, jaarlijks moeten er deelnemers geweigerd worden.

Sporta hecht bovendien veel belang aan de lage instapdrempel van het evenement, gekoppeld aan een kwalitatieve en individuele benadering. Een groter wordend aantal deelnemers gaat waarschijnlijk gepaard met kwaliteitsverlies. Het is voor Sporta hinken op twee gedachten. Men wil een aanbod waarbij de Ventouristen kunnen doorgroeien tot Kannibalen. Dit betekent dus dat men aan klantenbinding moet kunnen doen. Maar Sporta hecht daarnaast ook veel belang aan de niet-sportactieve mensen, om deze als Ventourist aan boord te krijgen. Met de nieuwe formule 'La Vintoux' wordt hier expliciet op ingespeeld.

Als het merendeel van de deelnemers op een correcte en veilige manier zijn persoonlijke doelstelling heeft behaald, dan is de hoofddoelstelling voor Sporta bereikt. De weersomstandigheden spelen

hierbij een belangrijke rol (hitte, wind...). Een andere doelstelling is het vlot verloop van de organisatie van het evenement. Sporta kijkt hierbij ook naar de interventiegraad. Dit drukt het aantal interventies uit die er op medisch of technisch vlak gebeurd zijn. Dit probeert men jaar na jaar terug te dringen. Hoe minder interventies, hoe meer en beter er is ingezet op preventie.

Maar wat gebeurt er met de deelnemers nadat ze hun doel, de beklimming van de Mon Ventoux, bereikt hebben? Na het evenement, tussen juni en oktober is er geen begeleiding vanuit Sporta. In deze tussentijd stuurt men verschillende nieuwsbrieven waarin men de mensen er op wijst hoe belangrijk het is om te blijven sporten. Hierbij probeert men de deelnemers dan ook mee te nemen naar de volgende editie. Bovendien maakt men de deelnemers er op attent dat Sporta, naast Mon Ventoux, ook loopevenementen organiseert, waar ze ook voor kunnen trainen.

4.4 Financiering?

Het evenement wordt gefinancierd door subsidies van de Vlaamse overheid en door sponsoring. Hiernaast worden inkomsten gegeneerd vanuit het inschrijvingsgeld en een klein deel uit merchandising. De voorbije jaren werd er break-even of gering verlies opgetekend. Dit is onder meer te wijten aan de grote werkingskosten en de relatief lage deelnemersprijs. Naast de huur-, verplaatsings-, promotie- en werkingskosten, is er een erg uitgebreide medische omkadering. Er worden ziekenwagens, een MUG en motors ingezet. De personeelskosten zijn de grootste kost, hoewel deze deels gesubsidieerd worden.

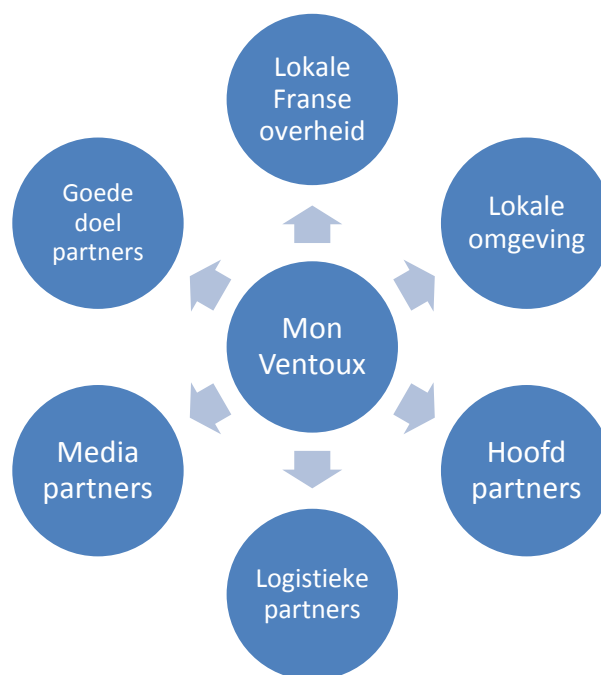
Onrechtstreeks maakt Sporta wel winst met dit evenement. Er ontstaat heel veel publiciteit, ook in de media. Hierdoor vergroot de naamsbekendheid van Sporta, waar ook andere activiteiten, zoals de sportkampen, van profiteren. Zo kan er naar de 3 000 deelnemers, waarvan velen kinderen hebben, eveneens gecommuniceerd worden over de sportkampen en andere activiteiten van Sporta.

4.5 Stakeholders en samenwerkingsverbanden?

De meest relevante stakeholders van Mon Ventoux worden weergegeven in figuur 6.4. De plaatselijke Franse beleidsactoren en de gemeente- en veiligheidsdiensten zijn een eerste belangrijke stakeholder van het evenement. De lokale verankering van het event in Frankrijk is cruciaal om dergelijk event gerealiseerd te krijgen. Het opgebouwde lokale netwerk draait nu om en bij de 200 contactpersonen. Sporta investeert in deze contacten door twee tot drie keer per jaar op bezoek te gaan in Frankrijk. De banden die ontstaan zijn zorgen ervoor dat dit evenement iets is waar de Fransen nu zelf naar uitkijken. Nu is het zo positief geëvolueerd dat de dorpen (Bédoin en Malaucène) rond de Mont Ventoux 'strijden' om het event mee te mogen helpen organiseren. Sporta doet bewust beroep op lokale verenigingen en gaat samenwerkingen aan met lokale handelaars om

goodwill op te bouwen. Daarnaast kan Sporta rekenen op een netwerk van partners bij de organisatie van het evenement. De hoofdparters, Ethias, Lotto, Christelijke mutualiteit (CM) en de Vlaamse Overheid bieden financiële ondersteuning. Logistieke ondersteuning komt van de volgende partners: Ettix, Fit Class, Wielerbond Vlaanderen, Brita, Eddy Merckx, Bio Racer en VH Huurwagens. Mediapartners zoals De Zondag, Grinta, Wielertoerist.be en ikfietsproper.be zorgen voor promotie, communicatie en naambekendheid. Tot slot zijn er de partners voor het goede doel, namelijk Ekso Bionics en de afdeling Kindercardiologie van het UZ Leuven, waar tien euro van het inschrijvingsgeld van elke deelnemer naartoe gaat.

Figuur 6.4. Stakeholders van Mon Ventoux



4.6 Hindernissen?

Een eerste grote hindernis was de opstart van het event in Frankrijk. Er ontstonden in het begin problemen omdat de Franse lokale beleidsactoren niet opgezet waren met de toestroom van Belgen. Het was niet eenvoudig om de plaatselijke lokale verankering gerealiseerd te krijgen. Eddy Merckx heeft zelfs geholpen bij de verzoening tussen Sporta en de plaatselijke beleidsactoren. Hierdoor heeft men een lokaal netwerk kunnen opbouwen. Nu beschikt Sporta over een sterk verankerd lokaal netwerk.

Vooraf het weer is elk jaar opnieuw de grootste hindernis. Kenmerkend aan de streek rond de Mont Ventoux is de snelle wijziging in weersomstandigheden. Er zijn een paar edities die vroegtijdig afgesloten moesten worden. Bij te veel regen, wind, koude en vooral de schommelingen in

temperatuur kan de veiligheid van de deelnemers niet gewaarborgd worden. Dat is een factor waar Sporta rekening mee houdt en heel goed op voorbereid is. De buienradar wordt via de plaatselijke brandweer steeds in het oog gehouden.

Tot slot begint het evenement zwaar te wegen op de medewerkers. In de eerste jaren waren de personeelsleden erg enthousiast en werd het evenement beschouwd als een teambuilding. Maar nu wordt het moeilijker om vanuit de 80 personeelsleden van Sporta er 35 te vinden die zich willen inzetten om zes dagen van huis te zijn.

4.7 Sterktes/zwaktes?

Mon Ventoux biedt een sportieve uitdaging op een unieke locatie. De Mont Ventoux is een memorabele en mythische berg, zeker voor Vlamingen, mede door de heroïsche duels die hier zijn uitgevochten tussen Merckx en Van Impe. De beklimming is beroemd en berucht (bv. overlijden Tom Simpson), en is iets attractief voor de wielervanliefhebber.

Één van de grootste sterktes van dit evenement, als het niet de grootste is, is de begeleiding en het voortraject. Door de zorg en begeleiding die de deelnemers krijgen, kan Mon Ventoux zich onderscheiden van concurrenten. Ook de randvoorwaarden zijn kwaliteitsvol, preventie en veiligheid staan centraal, mensen hechten hier veel belang aan. Er wordt gedurende negen maanden begeleiding aangeboden. Door deze voorbereidingscampagne met begeleiding wordt er gewerkt naar een doelstelling. De deelnemers kunnen trainen op hun eigen niveau en krijgen de nodige feedback, ondersteuning en aanmoediging van de organisatie. Het werken naar een doel zorgt ervoor dat deelnemers langer volhouden. De huidige 'Kannibalen' zijn de meer getrainde fietsers die volgens Sporta aanvankelijk begonnen zijn als 'Ventourist'. Volgens Sporta zijn er deelnemers die dergelijke tocht in Frankrijk niet zouden zien zitten als men zelf alles zou moeten organiseren en voorzien. Die begeleiding in de aanloop naar én tijdens de tocht in Frankrijk is daarbij cruciaal.

Veiligheid en gezondheid staan centraal bij Mon Ventoux, men is steeds alert voor mogelijke gevaren. Ondanks het hoge prijskaartje zet Sporta hier duidelijk op in. Er is medische omkadering, ziekenwagen, artsen, verplegers, samenwerking met de lokale ziekenhuizen. Een aantal medische ploegen rijden rond om mensen die over hun limiet gaan uit de wedstrijd te halen of blessures te verzorgen. Op preventief vlak worden er gefundeerde trainingsschema's aangeboden die opbouwend werken. Voor de deelnemers van La Cannibale(tte) heeft Sporta, in samenwerking met een voedingsdeskundige, een bevoorradingsplan ontwikkeld. Veiligheid is voor Sporta een cruciale factor. Daar wordt erg veel inspanning voor geleverd en er wordt sterk gecommuniceerd met de deelnemers. De veiligheid van de deelnemers zou stijgen indien de openbare wegen konden

afgesloten worden. De Mon Ventoux is echter een toegangsweg naar bepaalde dorpen en dus mag dit niet. Bovendien wordt er van elke deelnemer een medische fiche gevraagd met doktersbezoek. Deelnemers die hier niet mee in orde zijn worden geweigerd.

Door de breed uitgewerkte communicatie (iedere maand een nieuwsbrief, Facebook, Twitter, infobrochures, ...) wordt een sterke band met de deelnemers ontwikkeld. De individuele benadering (telefonisch en via e-mail) en het contact op de ontmoetingsdagen dragen daar in sterke mate toe bij. Ondanks het feit dat het een individuele sport is, worden er veel informele contacten gelegd tussen de deelnemers. Zo is er heel netwerk ontstaan van deelnemers die samen gaan trainen. Dit wordt in de hand gewerkt door het ter beschikking stellen van een forum waar de deelnemers kunnen communiceren. Hier wordt afgesproken om bijvoorbeeld samen te gaan trainen in de Ardennen.

De sfeer en de mogelijkheid tot ontspanning is voor velen cruciaal. De Sporta-medewerkers zorgen voor een warme, sportieve sfeer. Het avondsloffeest is dan een bekroning.

Met deze campagne, speelt Sporta in op de huidige hype rond de fietssport. Bovendien kan de fietssport op een heel vrijblijvende en 'lichte' manier beoefend worden. Fietsen kan men doen waar en wanneer men wil. Hiermee speelt men in op één van de nieuwe behoeften van de huidige en potentiële sportparticipanten.

Tot slot is Mon Ventoux een inclusief evenement. Zoals reeds vermeld wordt er aandacht besteed aan mensen met een beperking. Er doen verschillende handbikers en transplantatiepatiënten mee. Tandems worden voorzien voor mensen met een mentale en/of motorische beperking om met begeleiding te fietsen.

4.8 Toekomst?

Bij de volgende editie (2015) wil Sporta proberen ook de lopers een kans te geven. Hier blijkt vraag naar te zijn en de berg is juist 21,5 km lang, een halve marathon. Ook hier zou een uitgebouwd voortraject voor uitgewerkt worden. Maar dit moet met de plaatselijke besturen besproken worden omdat zij eerder weigerachtig staan tegenover een te grote massa mensen.

Om de veiligheid van de deelnemers nog meer te garanderen, gaat Sporta in de toekomst samenwerken met sportkeuringsartsen. Het doel is om de deelnemers, voordat de eerste ontmoetingsdagen in maart plaatsvinden, via de website 'sportkeuring.be' naar een sportkeuringsarts te sturen.

In de toekomst wil Sporta van La Cannibale een ‘begrip’ maken. Een heel spectaculaire fietstocht met alleen maar spraakmakende bergen in het parcours. Zodat deze tocht bij de echte wielertoeristen een soort referentie wordt, iets dat men ‘moet’ gedaan hebben. Sporta rekent op de gevorderde fietsers om financieel rond te komen. Deze formule is financieel interessanter voor Sporta. Men kan niet genoeg inactieve mensen aantrekken om uit de kosten te komen.

De medewerkers van Sporta houden regelmatig brainstormsessies, hier komen mogelijke creatieve en nieuwe ideeën uit voort voor de toekomst.

5. Case V Fit@Torfs³⁶

Fit@Torfs	
Organisator	Schoenen Torfs nv
Doelgroep	Medewerkers Schoenen Torfs
Doel	‘Gelukkige medewerkers zorgen voor gelukkige klanten’: verhogen van het welzijn van de medewerkers door het bereiken van fundamentele gedragsveranderingen op vlak van fysieke activiteit en gezondheid
Financiële ondersteuning	Eigen middelen
URL	/

5.1 Wat?

Fit@Torfs is een project rond fysieke activiteit, gezondheid en welzijn voor de werknemer van het bedrijf Schoenen Torfs. Schoenen Torfs is een schoenenretailbedrijf. Bovendien is het een familiebedrijf dat werd opgericht in 1948. Vandaag heeft het bedrijf 580 medewerkers en 73 winkels. Merkwaardig is de snelle groei van het bedrijf, gedurende de laatste zes jaar is de omzet verdubbeld. Aangezien de textiel- en schoenenmarkt tijdens deze periode stabiel is gebleven, wil dit zeggen dat Torfs aan marktaandeel gewonnen heeft. Dit zou deels komen door de profilering van Schoenen Torfs als maatschappelijk verantwoord bedrijf. Het bedrijf is sinds 2006 vijf keer als beste werkgever van België uitgeroepen. Dit vormt voor Schoenen Torfs dan ook de insteek naar maatschappelijk verantwoord ondernemen, met een focus op mensen en human resource management. Hierbij werd

³⁶ Verwerkt op basis van interview met Barbara Torfs, Directeur Communicatie en Management, Schoenen Torfs nv.

de keuze gemaakt om klantvriendelijkheid als unique selling proposition naar voor te schuiven. Dit zou pas lukken als ook de medewerkers enthousiast en gelukkig op de winkelvloer staan. Het bedrijf wordt geleid vanuit een duidelijke missie, namelijk 360 graden zorgzaamheid leidt tot 360 graden winst. Torfs wil een klantvriendelijk bedrijf zijn over 360 graden, dat wil zeggen naar de klanten, naar de medewerkers, naar de maatschappij, de leveranciers en de aandeelhouders. Men denkt dat dit zal leiden tot 360 graden winst, op financieel vlak, maar ook op vlak van gelukkige klanten en gelukkige medewerkers. Hierbij gelooft men binnen Schoenen Torfs in de versterkende werking tussen gelukkige medewerkers, gelukkige klanten en een duurzame, succesvolle business. Men gaat uit van de idee 'gelukkige medewerkers zorgen voor gelukkige klanten'. Een bottom-up aanpak wordt gehanteerd om de medewerkersbetrokkenheid te verhogen. Op één van de medewerkersdagen werd gevraagd aan de medewerkers wat duurzaamheid of zorgzaamheid binnen Schoenen Torfs voor hen betekende. Op basis van deze input is het management van Torfs aan de slag gegaan om de prioriteiten van het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen MVO-actieplan te ontwikkelen. Hierbij aansluitend heeft de betrokken manager samen met de duurzaamheidscoördinator specifieke acties uitgewerkt binnen de 360 graden-missie (MVO werkt!?, 2014). Fit@Torfs is een concreet project dat zich richt naar de medewerkers van het bedrijf waarmee de 360 graden-missie rond duurzaamheid, of zorgzaamheid zoals ze het bij Torfs noemen, in de praktijk wordt omgezet. Het is dan ook een deel van het grotere geheel van het duurzaamheidsbeleid binnen Schoenen Torfs. Andere concrete projecten zijn bijvoorbeeld ECO@Torfs waarbij afval bij verbouwing van Torfs-winkels een tweede levens wordt gegeven. Of Planet@Torfs met onder andere de samenwerking met de vzw Cunina, ter ondersteuning van de vorming en educatie van kinderen in derdewereldlanden.

Met het project Fit@Torfs wordt het belang van fitheid benadrukt, zowel voor de medewerkers, maar ook voor het bedrijf en de gehele maatschappij. Het project bestaat uit een aantal programma's rond beweging, gezondheid en welzijn in het algemeen, die worden aangeboden aan de werknemers. Al deze programma's worden georganiseerd op regionaal niveau, in de omgeving van de werknemers. Om te beginnen is er een Start 2 Run-programma. In de verschillende regio's werden werknemers die reeds de loopsport beoefenden, aangespoord om in hun regio een Start 2 Run groepje op te richten en hun collega's aan te sporen om deel te nemen. Deze lokale coaches kregen een opleiding voor de correcte begeleiding van een loopgroep. Deze opleiding werd begeleid door een professionele coach die door het management van Torfs werd ingehuurd. Bike to Work is een tweede programma. Bike to Work is een platform voor de ondersteuning van werkgevers die hun werknemers willen stimuleren met de fiets naar het werk te komen. Als bedrijf kan je op dit platform een doelstelling formuleren dat men samen met de werknemers van het bedrijf wil

bereiken. De doelstelling van Schoenen Torfs is op een jaar tijd de wereld rondfietsen via woon-werk verkeer. Met dit programma wil Torfs haar werknemers stimuleren om met de fiets naar het werk te komen. De werknemers kunnen op het platform hun kilometers inbrengen bij de bedrijfspagina van Schoenen Torfs. Een derde project gaat rond stoppen met roken. Hiervoor werd een trainster aangesteld die een aantal cursussen geeft rond stoppen met roken waarvoor de medewerkers kunnen inschrijven. Nadien worden de resultaten gemeten, hoeveel mensen op korte en lange termijn gestopt zijn en gestopt blijven. Daarnaast is er een tiendelige lessenreeks relaxatie en yoga en eveneens een programma rond gezonde voeding. In het najaar van 2014 zal gestart worden met een cursus rond slaaphygiëne. Deze cursus is vrij intensief, er wordt verwacht dat de medewerkers die zich inschrijven zes namiddagen van hun vrije tijd investeren. Want net zoals de andere programma's wordt ook deze cursus buiten de werkuren aangeboden. Dat is op zich geen probleem want het grootste deel van de medewerkers, voornamelijk de verkoopsters, werken halftijds. Deze programma's worden gratis aangeboden aan de medewerkers, zij kunnen zich hier vrijblijvend voor inschrijven. Het enige engagement dat gevraagd wordt van de medewerkers is dat ze dit gedurende hun vrije tijd doen. Alleen voor de cursus rond stoppen met roken wordt gevraagd aan de deelnemers om de helft van de cursusprijs zelf bij te dragen.

Het gehele project bestaat dus uit een samenstelling van bestaande initiatieven. Zoals blijkt uit bovenstaande, gaan deze programma's een stuk verder dan alleen sport en fysieke activiteit. Door te focussen op verschillende aspecten van beweging en gezondheid wil men het algemeen welzijn van de medewerkers verbeteren. Hierbij wil het management vooral een effect op langere termijn bekomen. Het project draait niet om een éénmalige sportdag of een éénmalige workshop rond rug- en nekklachten. Men biedt programma's aan over verschillende weken waarbij men tot fundamentele gedragsveranderingen wil komen die op langere termijn effecten kunnen genereren.

5.2 Wie?

Het project is gericht naar alle werknemers van het bedrijf Schoenen Torfs. De programma's worden aangeboden aan de werknemers. Deelname is volledig vrijblijvend, want de activiteiten worden georganiseerd buiten de werkuren.

De werknemers hebben voor de eerste keer kunnen kennismaken met het project tijdens één van de medewerkersdagen. De betreffende dag had als thema 'fitheid'. Gedurende deze 'Fit@Torfs-dag' werd de 360 graden-missie en het project toegelicht aan de werknemers, waarna ze door middel van verschillende workshops konden kennismaken met de programma's die doorheen de loop van het project aangeboden gingen worden. Aan het einde van de dag konden de werknemers opgeven voor welke workshops ze geïnteresseerd waren.

De communicatie naar de medewerkers verloopt via een interne Facebookpagina Fit@Torfs. Op deze pagina kunnen de werknemers terecht voor informatie of vragen over de programma's. Hier worden eveneens foto's gepost van de activiteiten. Het is een sociaal platform waar de medewerkers hun ervaringen met het project kunnen delen.

5.3 Doelstellingen en resultaten?

Zoals reeds vermeld hierboven, wil het management met dit project voornamelijk de nadruk leggen op fundamentele gedragsverandering en effecten op langere termijn. Om deze evoluties te kunnen vaststellen werd voor de aanvang van het project een bevraging gedaan bij de werknemers. Er werd bevraagd hoe ver ze stonden op vlak van sport en fysieke activiteit, of ze slaapproblemen hadden, rug- en nekklachten, etc. Uit deze resultaten bleek dat de het fysieke activiteitsniveau van de medewerkers iets onder het algemeen gemiddelde lag. Dit is niet zo abnormaal aangezien het grootste deel van de werknemers vrouwen zijn, met een redelijk zware fysieke baan. Opvallend in deze resultaten was de meer dan 50 procent van de respondenten aangaf dat ze slaapproblemen hadden. Ook rug- en nekklachten waren vrij veel voorkomend. Deze bevraging was een interessant uitgangspunt. In maart 2015, een jaar later, zal deze bevraging voor een tweede keer gevoerd worden, hier zal men kunnen zien in welke mate er een evolutie kan vastgesteld worden.

Er werden geen concrete doelstellingen vooropgesteld. Behalve bij het Bike to Work-programma waar men op een jaar de wereld wil rondfietsen. Verder is de hoofddoelstelling van het project dat de resultaten verbetering tonen. Bijvoorbeeld een daling in het aantal rokers, meer mensen die aan sport doen, minder mensen met slaapproblemen.

Hiernaast weet het management hoeveel mensen deelnemen aan de verschillende programma's. Zo zijn er bijvoorbeeld een achttal Start 2 Run-groepjes opgericht. Dit is op zich al een succes. Bovendien merkt men dat er meer werknemers met de fiets naar het werk gaan. Voor concrete resultaten wordt de tweede bevraging afgewacht.

Men zou het project kunnen koppelen aan 'harde' doelstellingen, zoals een daling in het absentisme van de werknemers. Zulke doelstellingen werden niet vooropgesteld, aangezien dit ook niet aansluit bij de cultuur van het bedrijf.

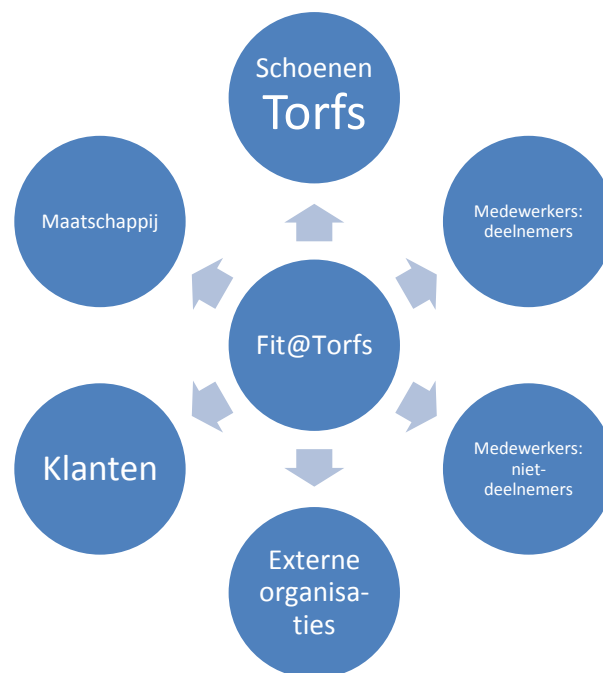
5.4 Financiering?

Met uitzondering van het programma rond stoppen met roken, worden alle programma's gratis aangeboden. De cursus stoppen met roken is redelijk duur, hiervoor wordt een bijdrage gevraagd aan de deelnemers. De begeleiders voor de programma's worden vergoed door het bedrijf.

5.5 Stakeholders en samenwerkingsverbanden

De meest relevante stakeholders van Fit@Torfs worden weergegeven in figuur 6.5. Het bedrijf Schoenen Torfs is de initiatiefnemer van het project. Binnen het bedrijf is het project een samenwerking tussen de duurzaamheidscoördinator, de personeelsdirecteur en de directeur communicatie en management. Het project is gericht naar alle medewerkers van het bedrijf. Hierbij kan een onderverdeling gemaakt worden tussen de werknemers die reeds deelnemen aan het project, deze deelnemers wil men behouden. Daarnaast zijn er de werknemers die nog niet deelnemen, deze wil men proberen te bereiken. Daarnaast zijn de externe organisaties waar het bedrijf mee samenwerkt voor de organisatie van de programma's eveneens een belangrijke stakeholder. Vertrekkend vanuit de 360 graden-missie, is ook de klant van Schoenen Torfs een belanghebbende. Via het project wil men de medewerkers gelukkig maken waardoor ook de klant gelukkig wordt. Tot slot kan ook de maatschappij als belanghebbende beschouwd worden. Daar men via het project het algemeen welzijn van de medewerkers wil bevorderen heeft het project ook een bredere maatschappelijke impact.

Figuur 6.5 Stakeholders van Fit@Torfs



5.6 Hindernissen?

Bij de opstart en gedurende de eerste maanden van het project heeft men geen grote problemen ervaren. De uitdaging zal bestaan uit het levend houden van het project en de inspanningen die geleverd worden door zowel het management als de werknemers vol te houden op langere termijn.

5.7 Sterktes/zwaktes?

Een sterkte van het project is de inbedding ervan in een groter geheel, uitgaande van een duidelijk omschreven missie. Fit@Torfs is onderdeel van het MVO-actieplan van Schoenen Torfs dat ontwikkeld werd op basis van input van de medewerkers. Bijgevolg is er onder de medewerkers ook een draagvlak voor het project.

Daarnaast Fit@Torfs fundamentele gedragsveranderingen. Het gaat niet voor niets om duurzaamheid. Door de aangeboden programma's probeert men dit te bereiken bij de werknemers en men wil éénmalige activiteiten vermijden.

Ook het tijdstip van implementatie van het project is merkwaardig. In 2011 al kwam het management met het idee om dit soort project te ontwikkelen. Maar toen voelde men aan dat de medewerkers en het bedrijf hier nog niet klaar voor waren. Het is geen toeval dat Torfs het project nu implementeert, en dat ook andere bedrijven op de kar springen. Vandaag beseffen meer en meer mensen dat het belangrijk is om rond gezondheid en fitheid te werken. Ook het aanbod hier rond zit in de lift. Er ontstaan meer en meer consultancy bedrijven die andere bedrijven adviseren en begeleiden rond deze thematiek.

Ook de combinatie van programma's rond verschillende thema's is een sterkte. Het project draait niet alleen rond sport en fysieke activiteit. Het gehele plaatje wordt aangeboden, gaande van beweging, over voeding, tot relaxatie en slaaphygiëne. Hierbij wordt tevens ook aandacht besteed aan de specifieke noden en problematieken van de werknemers, zoals nek- en rugklachten, wat veel voorkomend is in de verkoopsector. Hierbij wil men bovendien de lat niet te hoog leggen. De activiteiten zijn laagdrempelig en op beginnersniveau.

5.8 Toekomst?

In de toekomst zullen een aantal programma's voortgezet worden, zo zullen Bike to Work en Start 2 Run een vervolg kennen. Andere programma's zullen vervangen worden. Zo zal het programma rond stoppen met roken volgend jaar niet meer georganiseerd worden, men gaat er vanuit dat degene die hiertoe bereid waren daar dan ook op ingehaakt hebben. Het zal een uitdaging worden om nieuwe en relevante programma's te vinden.

Tot slot wil het management in de toekomst nog meer werknemers bereiken met vernieuwende programma's. Hiernaast zal het een uitdaging worden om de werknemers die reeds deelnemen te blijven aantrekken en uitdagen.

5.9 Link met sportfederaties en –clubs?

De link naar een sportclub is wat te vergaand, dat is ook de doelstelling niet van het project. Men wil voornamelijk dat de medewerkers zich beter, gezonder en fitter voelen. Dit hoeft niet per se in een club, dat kan evengoed met collega's of vrienden.

6. Case VI Iedereen Krolft!³⁷

Iedereen Krolft!	
Organisator	S-Sport federatie vzw
Doelgroep	Iedereen
Doel	Via een structureel krolfaanbod mensen aanzetten tot levenslang sporten
Financiële ondersteuning	Vlaamse overheid
URL	www.s-sport.be

6.1 Wat?

Iedereen Krolft! is een project van S-Sport Federatie, partner van de Socialistische Mutualiteiten. S-Sport streeft ernaar elke 50-plusser levenslang in beweging te brengen. Daartoe organiseert en promoot de federatie een toegankelijk, uitgebreid, betaalbaar en kwaliteitsvol beweeg- en sportaanbod, aangepast aan de specifieke noden en wensen van deze doelgroep. Bewegen in clubverband bevordert immers het fysiek, mentaal en sociaal welbevinden, wat resulteert in een gezondheidswinst en een hogere levenskwaliteit.

S-Sport wil met dit project een nieuwe sport introduceren in Vlaanderen, namelijk krolf. Dit is een aangename, laagdrempelige, innovatieve variant van croquet en golf die door jong en oud kan gespeeld worden in de natuur. Enkele steden/gemeenten verspreid over de vijf Vlaamse provincies openen samen met S-Sport een krolfterrein en stellen dit tien weken lang gratis ter beschikking van hun inwoners. Via een structureel krolfaanbod wil S-Sport meer mensen bereiken en aanzetten tot levenslang sporten.

³⁷ Verwerkt op basis van interview met Jan Moortgat, sporttechnisch medewerker van de S-Sport federatie en op basis van het dossier *Iedereen Krolft!* in het kader van de oproep voor 'innovatieve projecten voor laagdrempelig sporten'.

S-Sport heeft voor de eerste keer kennis gemaakt met krolf op een internationaal symposium van seniorensport, waar good practices worden gedeeld tussen de verschillende partnerfederaties. S-Sport was aan het bekijken of krolf mee in het aanbod van de federatie opgenomen kon worden. Want vanuit de federatie is er nood aan laagdrempelige sporten voor hun doelgroep. Tegelijkertijd kwam de oproep vanuit de Vlaamse overheid voor laagdrempelig en innovatieve sportprojecten. Dit was voor S-Sport een mooie kans om hier met krolf op in te tekenen, deze financiering werd goedgekeurd.

Eind 2013 werd het project opgestart. Met vijf steden/gemeenten werd een samenwerkingsverband aangegaan, waarna voornamelijk de steden met krolf aan de slag zijn gegaan. Hiervoor werden bekwame krolfbegeleiders gevormd via opleidingen door S-Sport. In elke stad/gemeente werd een krolfterrein officieel geopend met een introductiedag. Nadien kan iedereen gratis materiaal ontlend bij de gemeente om krolf te spelen op eigen gekozen tijdstip. Het is eveneens mogelijk om een gratis initiatie in de sport aan te vragen. Daarnaast biedt de stad gedurende tien weken krolf aan op een meer georganiseerde manier. Na tien weken werd een gemeentelijk krolf-kampioenschap georganiseerd. Na deze eerste fase kan de gemeente/stad vrijblijvend krolf blijven aanbieden. Hiernaast bieden de lokale S-Sport clubs ook krolf aan in de vijf steden of gemeenten. Na het eerste werkjaar zal een draaiboek opgemaakt worden zodat het project kopieerbaar wordt naar andere steden en gemeenten. S-Sport wil daarnaast eveneens inspanningen leveren om de sport kenbaar te maken bij haar eigen leden en bij de algemene bevolking (o.a. via initiaties, promotie op Bloso evenementen). Tijdens het tweede werkjaar (start eind 2014) wil S-Sport aan de hand van het opgestelde draaiboek het project uitrollen naar tien andere steden/gemeenten. Nadien zal S-Sport het draaiboek en de werkwijze evalueren en finaliseren. Daarnaast wil S-Sport krolf proberen in te bedden in de algemene werking van de federatie door de oprichting van een krolfcommissie met als hoofddoelstelling de verdere verspreiding van de sport, de organisatie van interclubs en eventuele provinciale en nationale toernooien.

6.2 Wie?

Het project wil alle inwoners van de deelnemende steden/gemeenten bereiken, dit zijn zowel individuen als specifieke doelgroepen zoals ouderen, jongeren, rusthuisbewoners, personen met een beperking, allochtonen, maar ook verenigingen, scholen, bedrijven, e.a. S-Sport wil de bewoners bereiken via een lokaal project in de buurt van de deelnemers. Aangezien S-Sport een seniorensportfederatie is, richt het project zich specifiek naar de 50-plussers (zowel bestaande clubs en leden als potentiële leden). Zo wordt specifieke aandacht besteed aan bijvoorbeeld rusthuizen en dienstencentra. S-Sport ziet in de krolfsport ook de ideale sporttak om grootouder en kleinkind

samen aan het sporten te brengen. Naast de doelgroep 'ouderen' gaat er in samenspraak met de stad/gemeente ook aandacht naar andere doelgroepen, dit in functie van de lokale situatie en setting. Doordat men scholen de kans geeft om te kunnen intekenen en een begeleide krolfinitiatie aan te vragen, probeert men de jongeren te bereiken. Ook bedrijven, verenigingen, groepen en lichte gemeenschappen kunnen intekenen en een begeleide krolfinitiatie aanvragen. Tijdens de tien weken zullen er in samenspraak met de gemeente/stad vaste oefensessies georganiseerd worden waaraan individuen kunnen deelnemen. Via een samenwerking met rusthuizen, dienstencentra, verenigingen voor personen met een beperking, OCMW's en integratiediensten tracht men rusthuisbewoners, personen met een beperking, kansarmen, sedentairen en allochtonen te bereiken. Via participatie aan BLOSO evenementen probeert S-Sport eveneens verschillende doelgroepen te bereiken (jongeren, scholen, ouderen, ...).

Bij bovenstaande intenties moet een kanttekening gemaakt worden, S-Sport is namelijk een seniorenportfederatie. Wanneer men contact zocht bij steden of gemeenten om een samenwerkingsverband op te zetten, kwam steeds de seniorenconsulent of de persoon verantwoordelijk voor doelgroepen als contactpersoon naar voren. Hoewel het project eigenlijk gericht was naar iedereen. Op deze manier is er minder contact gelegd met jeugdvereniging of bedrijven en dergelijke. Hierdoor is het project vooral in de doelgroep van senioren gebleven. Het project moet zijn weg nog vinden naar de andere doelgroepen. Hiervoor ligt de bal voornamelijk in het kamp van de steden en gemeenten aangezien de doelgroep van S-Sport de 55-plussers zijn, die al bereikt worden.

De communicatie naar potentiële deelnemers verloopt via de lokale promotiekanalen alsook de kanalen van de federatie door middel van persteksten, flyers, berichten in gemeentelijk dagblad, website, nieuwsbrief, etc. S-Sport werkt telkens in samenspraak met de stad/gemeente een lokale promotiecampagne uit. Daarenboven biedt S-Sport krolfinitiaties aan op lokale seniorenportdagen, alsook op promotie-evenementen van Bloso.

'Iedereen Krolft!' tracht op verschillende manieren de directe omgeving aan te zetten tot het beoefenen van krolf: (i) via de officiële opening van het krolfterrein kunnen geïnteresseerden onder begeleiding kennismaken met de sport, (ii) groepen (verenigingen/scholen/dienstencentra/...) kunnen gedurende tien weken via de gemeente materiaal en/of begeleiding aanvragen om krolf te spelen, (iii) vaste oefensessies worden in samenspraak met steden/gemeenten aangeboden gedurende de tien weken om de individuele geïnteresseerden wegwijs te maken in het spel (onder begeleiding van krolfpromotor) en (iv) aan het einde van de tien weken wordt in samenspraak met de gemeente/stad een gemeentelijk kampioenschap georganiseerd.

6.3 Doelstellingen en resultaten?

S-Sport wil met dit project meer mensen doen bewegen op structurele basis door de introductie van een nieuwe, laagdrempelige sport, namelijk krolf. Via de opening van lokale krolfterreinen wordt de lokale bevolking van een gemeente/stad aangezet om te starten met krolf. Op dit gebied heeft S-Sport vijf doelstellingen voorop gesteld tegen 2015: (i) minstens vijftien krolfterreinen verspreid over de vijf Vlaamse provincies wordt geopend gedurende minimum tien weken, (ii) minstens 60 personen hebben deelgenomen aan een krolfbijscholing, (iii) minstens 750 personen hebben deelgenomen aan de introductiedagen, (iv) minstens 450 personen hebben deelgenomen aan een lokaal krolfkampioenschap en (v) minstens 2400 personen hebben krolf gespeeld op een lokaal krolfterrein.

Voor de implementatie van Krolf binnen de clubwerking van S-Sport werden drie grote doelstellingen vooropgesteld tegen 2015: (i) S-Sport heeft minstens 25 krolf-initiaties gegeven in de lokale clubs, (ii) er is een duurzaam krolfaanbod in tien S-Sport clubs in Vlaanderen en (iii) krolf is ingebed in de algemene werking van de federatie via een krolfcommissie die de sport verder promoot en die na de afloop van het project de organisatie van interclubs en eventuele provinciale en nationale toernooien op zich neemt.

Uit een tussentijdse rapportering blijkt dat er per stad een 30-tal mensen deelnemen aan de competities, dus 150 deelnemers in totaal over de vijf steden. Daarnaast zijn er al zeker 1000 mensen in contact gekomen met de sport. Men zit dus op schema.

6.4 Financiering?

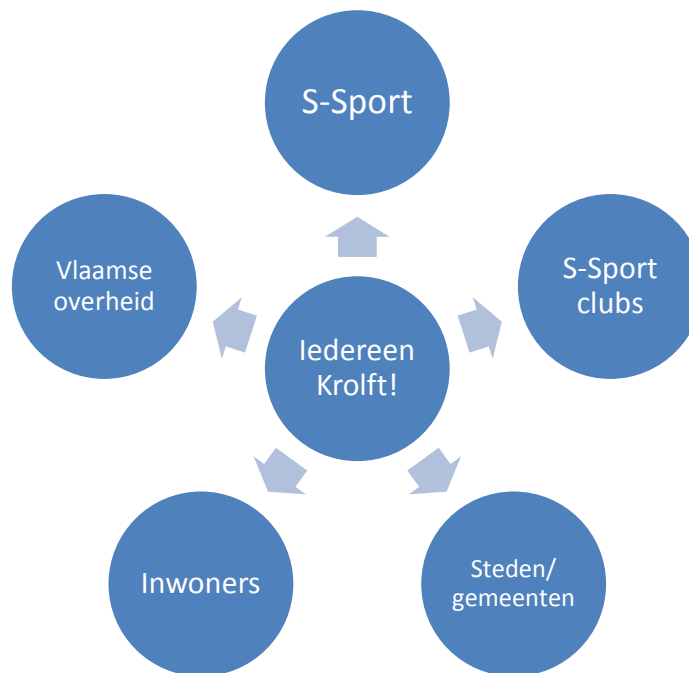
De financiering van het project gebeurt langs de ene kant op basis van de subsidies van de Vlaamse overheid. Hiernaast stelt S-Sport federatie zelf werkingsmiddelen ter beschikking. De grootste uitgaven gaan naar de opleiding van krolfbegeleiders en naar de aankoop van het materiaal.

6.5 Stakeholders en samenwerkingsverbanden?

De meest relevante stakeholders van het project Iedereen Krolft! worden weergegeven in figuur 6.6. Als initiatiefnemer van het project is S-Sport verantwoordelijk voor de promotie en coördinatie van het project. Dit gebeurt weliswaar in nauwe samenwerking met de lokale overheden. In samenspraak met de stad/gemeente wordt een promotiecampagne uitgewerkt en wordt de introductiedag en het krolfkampioenschap georganiseerd. In het kader van het project gaat de stad/gemeente een samenwerkingsverband aan met S-sport, hierbij zijn duidelijk afspraken gemaakt over de inbreng van elk van beide partijen. Daarnaast zijn de clubs van S-Sport belanghebbende organisaties daar men krolf op structurele basis wil aanbieden in de S-Sport club in de betreffende stad of gemeente. Een andere groep van belanghebbenden zijn de inwoners van de betreffende stad of gemeente. Het

project wil zo veel mogelijk van de inwoners bereiken. Tot slot is de Vlaamse overheid een stakeholder van het project omwille van de financiële ondersteuning, waarvoor S-Sport eveneens verantwoord moet afleggen.

Figuur 6.6 Stakeholders van het project *Iedereen Krolft!*



6.6 Hindernissen?

Doordat S-Sport een seniorenportfederatie is, werd de sporttak bij aanvang redelijk éénzijdig geïntroduceerd. Bij de eerste contacten met de betreffende steden en gemeenten werd men steeds doorverwezen naar de plaatselijke seniorenconsulent. Onder invloed van deze contactpersoon werd het aanbod van de sport dan ook voornamelijk gericht naar ouderen. Aangezien deze ouderen ook de doelgroep van S-Sport is, hebben ze geen vat op het verspreiden van het aanbod naar andere doelgroepen. Voor de implementatie is S-Sport afhankelijk van de inzet en motivatie van de lokale sportpromotor om het project naar buiten te brengen en de verschillende doelgroepen aan te spreken. Het is de taak van de sportpromotor om de bevolking in de stad aan te spreken en te motiveren. Doordat het aanbod voornamelijk op ouderen gericht was, is er een vertekend beeld over krolf ontstaan. Dit gaf de indruk dat het uitsluitend een sport is voor ouderen. Maar dit is niet het geval. S-Sport heeft initiaties aangeboden op onder andere het Gordel festival, hier namen alleen maar kinderen en ouders deel. Aan de perceptie van krolf zal nog gesleuteld moeten worden.

6.7 Sterktes/zwaktes?

Krolf is als sporttak vernieuwend in Vlaanderen. Krolf kan beschouwd worden als een goed alternatief en innovatieve variant van golf. De spelvorm is gelijklopend (spelen naar 12 holes), maar de techniek is veel eenvoudiger doordat er een hamer aan het uiteinde van de stok is gemonteerd en de bal groter is om te raken. Men heeft geen specifieke sportaccommodatie nodig om de sport te beoefenen. Een grasterrein van 50 op 20 meter is voldoende. Elke natuurlijke hindernis (hoog gras, boomstammen, wortels, e.a.) moet omzeild worden. Naast een terrein (weide, park, grasveld, ...) heeft men enkel een krolfset nodig bestaande uit kunststoffen stokken en veldhockeyballen. Krolf is een sociale sport waar in groep gespeeld wordt in de open natuur. De sport heeft haar degelijkheid en nut al bewezen in landen zoals Denemarken waar meer dan 135 clubs de sport beoefenen. In Denemarken focust men ook op het terugbrengen van de mensen naar de natuur door middel van krolf. Groeiende interesse is er vanuit Engeland, Duitsland en Oostenrijk. De sport is makkelijk te implementeren en te spelen.

Ook de manier van aanpakken is merkwaardig. Doordat het krolfterrein gedurende tien weken onbeperkt opengesteld wordt, kunnen zowel individuen, lichte gemeenschappen (bijvoorbeeld vriendengroepen) als verenigingen deelnemen en op een vrijblijvende manier de sport beoefenen. Dit kan bovendien in de directe omgeving van de burger en op een zelf gekozen tijdstip. Hierdoor speelt het project in op de huidige tendens: mensen bewegen en sporten wanneer dit voor hen het best uitkomt. De participatiedrempel wordt verlaagd doordat elke burger gratis gebruik kan maken van het krolfterrein en -materiaal en eveneens een gratis initiatie kan aanvragen.

Hiernaast is de sport ook op technisch en fysiek vlak laagdrempelig. Men hoeft vooraf geen specifieke technische vaardigheden te bezitten om de sport te beoefenen. Door de eenvoudige techniek is er ook minder kans op blessures. Op fysiek vlak is men continu in beweging, hoewel de holes maximum 40 meter uit elkaar liggen. Dit heeft als positief gevolg dat iedereen krolf kan spelen: jongeren, ouderen, mensen met beperkingen, rusthuisbewoners,

Met het oog op duurzaamheid heeft S-Sport enkele opmerkelijke elementen ingebouwd in het project zodat het project ook zonder de financiële ondersteuning van de Vlaamse Overheid verdergezet kan worden. Zo krijgen de lokale sportpromotor/sportfunctionaris en vrijwilligers de kans hebben om een bijscholing krolf te volgen, waardoor zij in de toekomst de sporttak zelf verder kunnen initiëren. Hiervoor werd een cursus 'Krolfbegeleider' uitgewerkt, waardoor steeds nieuwe lesgevers kunnen bijgeschoold worden. Hiernaast kan de stad/gemeente het krolfmateriaal (1 krolfset) definitief toegewezen krijgen, na de periode van tien weken. Bovendien kan de lokale S-Sport club het krolfmateriaal gebruiken om zo de sport op te nemen in het wekelijks sportaanbod. En

door het eenvoudige karakter en de lage kostprijs kan de sport gemakkelijk opgestart worden in heel Vlaanderen. S-Sport heeft eveneens verschillende initiatieven genomen om een bovenlokale werking op te zetten in de toekomst. Onder andere het draaiboek waardoor het project kopieerbaar wordt naar andere steden en gemeenten in Vlaanderen en de oprichting van een krolfcommissie dragen hier toe bij.

6.8 Toekomst?

Naar de toekomst toe is het voornamelijk de bedoeling om krolf ook op te starten in andere steden en gemeenten in Vlaanderen. Hierbij ligt de focus voornamelijk op de ontwikkeling van het lokale aanbod, zowel door de stad of gemeente als door de lokale S-Sport club. Hierdoor wil men zo veel mogelijk mensen bereiken uit verschillende doelgroepen. Hier moet men aandachtig zijn dat de perceptie van de mensen rond krolf zich niet beperkt tot krolf als een sport voor ouderen.

Daarnaast zal men bekijken of er in de toekomst eveneens potentieel is om een bovenlokale werking op te zetten.

6.9 Link met sportfederaties en sportclubs?

Iedereen Krolft! is een tweeledig project. Langs de ene kant wordt het project opengesteld voor iedereen door het samenwerkingsverband met de steden. Hier is het de bedoeling dat de stad zelf bepaalde doelgroepen aanspreekt, mogelijks met ondersteuning van de S-Sport club ter plaatse. Langs de andere kant wordt krolf ook in de eigen federatie uitgewerkt. De sport wordt voorgesteld in de S-Sport clubs. Hierbij worden opleidingen en initiaties georganiseerd. Van hieruit probeert S-Sport een structurele werking op te zetten om een volwaardige sporttak met competities uit te bouwen. Hierbij sluit het ene luik het andere niet uit. Als een groepje senioren worden aangesproken via de stad of gemeente om aan krolf te doen, kunnen zij steeds terecht bij de lokale S-Sport club. Of als er nog geen lokale S-Sport club is, kan er in samenwerking met de stad of gemeente een kleine club opgericht worden die dan onder S-Sport federatie fungeert.

7. Case VII Fithandbal³⁸

Fithandbal	
Organisator	Vlaamse Handbalvereniging vzw
Doelgroep	30-plussers
Doel	Structureel laagdrempelig aanbod voor 30-plussers
Financiële ondersteuning	Vlaamse overheid
URL	/

7.1 Wat?

Fithandbal is een project van de Vlaamse Handbalvereniging (VHV). De VHV heeft tot doel de handbalsport te promoten en te structureren. Zij doet dit door het organiseren van initiatie, competitie en recreatie voor heren en dames, jongeren en volwassenen, beoefenaars en toeschouwers en maakt nationale en internationale uitwisseling en kruisbestuiving mogelijk.

Fithandbal is een nieuw concept dat de VHV heeft leren kennen via hun Deense collega's. In Denemarken is handbal een heel populaire sport, er spelen tien keer zoveel handballers als in België. Handbalfitness is een activiteit die de meeste clubs daar in hun aanbod hebben. De VHV heeft dit concept overgenomen en fithandbal genoemd.

Met dit project wil de VHV de leemte in haar huidig aanbod opvullen, want momenteel is er geen specifiek aanbod voor volwassenen boven de 30 jaar. Veel spelers en speelsters stoppen rond hun 30^{ste} omdat hun lichaam de zware belasting door het fysieke contact niet meer aankan en de tijdsinvestering te zwaar wordt. De federatie zit momenteel met een grote drop-out van actief spelende leden vanaf 30 jaar. Geen enkele handbalclub in Vlaanderen heeft een aanbod voor 30-plussers en daar wil de VHV via dit project verandering in brengen. Bovendien was er de vraag gekomen van bepaalde clubs uit het Antwerpse om een aanbod voor volwassenen te voorzien. Enkele ouders in deze clubs wilden kennismaken met de sport. Aangezien het moeilijk is om mensen die nooit gehandbald hebben, voor te bereiden op competitie, heeft men gekozen voor een meer recreatieve variant, namelijk fithandbal. Daarnaast merkte de VHV dat de clubs kampen met een tekort aan vrijwilligers. Veel ouders komen hun kinderen afzetten voor de training en zijn dan weer

³⁸ Uitgewerkt op basis van een interview met Katrien De Backer van de Vlaamse Handbalvereniging en het dossier Fithandbal in het kader van de oproep voor 'innovatieve projecten voor laagdrempelig sporten'.

weg. Door dit project wil men ook de ouders aanspreken om kennis te maken met de sport en zo via een kleine omweg hen te betrekken bij de werking van de club. De ouders kunnen laagdrempelig instappen in de lessen fithandbal, zo hoopt men de betrokkenheid te vergroten waardoor men beroep kan doen op deze mensen voor vrijwilligerstaken.

Via fithandbal wil men wekelijks een sportieve activiteit aanbieden, waarbij elke training verdeeld is in drie blokken: (i) cardiovasculaire oefeningen, (ii) stabilisatie- en krachtoefeningen en (iii) handbaloefeningen en wedstrijdjes. Gedurende de eerste twee blokken wordt de nadruk gelegd op het individuele fitheidsniveau, maar binnen een sociale context omdat handbal nog steeds een teamsport is. Deze trainingen verschillen op bepaalde vlakken van de reguliere handbaltrainingen, waardoor men tegemoet komt aan huidige evoluties en de noden van de doelgroep. Door geen lichaamscontact toe te laten, worden er nieuwe spelregels ingevoerd zodat de sport fysiek minder zwaar wordt. Deze spelregel biedt bovendien de mogelijkheid om de sport gemengd te spelen, wat bij de trainingen fithandbal dan ook het geval is. Hierdoor wordt eveneens het sociale karakter bevorderd. Met deze activiteit wil de VHV een nieuwe vorm van handbalbeleving op de kaart zetten. In de plaats van competitief, wedstrijdgericht en met specifieke doelen te trainen, wordt er tijdens de fithandbal getraind om fit te blijven, om zich te amuseren en omdat het een leuke groepssport is.

Hiernaast wil de VHV een nieuwe manier van lidmaatschap toepassen. In de meeste clubs wordt nog steeds gewerkt met een vast lidmaatschap per seizoen. Met dit project wil men daar van afstappen door een systeem met tienbeurtenkaarten in te voeren. Hierdoor wordt de deelname aan de fithandbaltrainingen vrijblijvender en laagdrempeliger. Deze doelstelling heeft de VHV nog niet bereikt. Doordat het grootste deel van de deelnemers aan de fithandbaltrainingen ouders van jeugdspelers zijn, zijn zij ook mee ingestapt in het traditionele lidmaatschap voor een volledig jaar. Naar volgend seizoen wil men de clubs aansturen om dit systeem in te voeren.

Voor de opstart van het project werden enkele secretarissen van clubs aangeschreven. Hieruit kwamen al snel zes clubs die wilden meewerken. Tot voor kort is de communicatie rond het project voornamelijk via mond-aan-mond reclame gegaan. De communicatie naar andere clubs om het project over Vlaanderen te verspreiden, wordt een uitdaging. Deze communicatie zal voornamelijk via de interne kanalen van de federatie gaan en via de website om de handbalclubs te bereiken en te motiveren om fithandbal in hun aanbod te voorzien. Dit zal ondersteund worden door de uitwerking van een tiendelige lessenmap fithandbal. Hierdoor wil men de drempel voor sportclubs verlagen om fithandbal te integreren in hun aanbod.

Tot slot wordt ongeveer vijf keer per jaar een driehoekstornooi georganiseerd tussen de fithandbalploegen. Tijdens die toernooien staan amusement en fair-play centraal.

7.2 Wie?

Met dit project richt de VHV zich op de doelgroep van 30-plussers. Door het aanbieden van fithandbal wil men de leemte vullen die zich in het huidige aanbod voordoet. Een groot deel van deze doelgroep heeft weinig tijd en wil of kan zich wekelijks moeilijk engageren. Doordat fithandbal vrijblijvend en gevarieerd is, hoopt men deze doelgroep aan te spreken.

Met fithandbal richt de VHV zich op twee groepen van deelnemers. Aan de ene kant zijn dit handbalspelers die rond hun 30 jaar gestopt zijn met handballen en daarom uit de club gestapt zijn. Door hen fithandbal aan te bieden, wil men hen blijven betrekken bij de clubwerking. Langs de andere kant richt fithandbal zich op 30-plussers die nog nooit gehandbald hebben. Ouders waarvan hun kind in de club handbal speelt, supporters van de seniorenploegen of sympathisanten die de ploegsport graag eens willen uitproberen. Bij voorkeur verlopen de fithandbaltrainingen gelijktijdig met de trainingen van de jeugd. De ouders komen hun kind afzetten op de training en kunnen zelf meedoen met de fithandbaltraining. Dit is moeilijk te verwezenlijken met de beschikbare sportinfrastructuur. Wat men vaak ziet is dat volwassenen die handbal spelen, gemakkelijk ook hun kinderen meenemen naar de handbalclub. Maar aangezien veel volwassenen al gestopt zijn met handbal als ze kinderen krijgen, gebeurt dit minder vaak. Door meer volwassenen in de handbalclub te krijgen, hoopt men eveneens op een grotere instroom van jeugdspelers. Zowel ex-spelers, als personen zonder handbalervaring zijn welkom op de fithandbaltrainingen. Men wil de trainingen zo laagdrempelig mogelijk houden zodat iedereen die interesse heeft, kan instappen.

7.3 Doelstellingen en resultaten?

Met dit project wil de VHV het nieuwe concept fithandbal lanceren binnen de Vlaamse handbalclubs. Hierdoor wordt een aanbod voorzien voor 30-plussers, wat voorheen nog onbestaande was. Het doel op langere termijn is dat fithandbal ingeburgerd wordt in meer dan de helft van de Vlaamse handbalclubs (28) en dat er in elke provincie een tornooicircuit voor de doelgroep wordt aangeboden.

Om dit doel te bereiken werd bij aanvang van het eerste werkjaar (2013-2014) het project opgestart in de provincies Antwerpen en Vlaams-Brabant. Hierbij engageerden zes clubs zich om mee te werken aan dit project. Gedurende dit eerste jaar wil men voornamelijk kennis opbouwen waarna het project vanaf het tweede jaar (2014-2015) uitgebreid kan worden naar de andere provincies in Vlaanderen. Tijdens het tweede werkjaar wil men zes extra clubs motiveren om in te stappen in het project.

De einddoelstelling na de eerste twee werkjaren is een minimum van twaalf clubs met een aanbod in fithandbal. Hierbij rekent de VHV op minstens tien deelnemers per fithandbaltraining. Aan het einde van dit tweejarig project wil men dus meer dan 120 volwassen ouderen dan 30 jaar bereikt hebben.

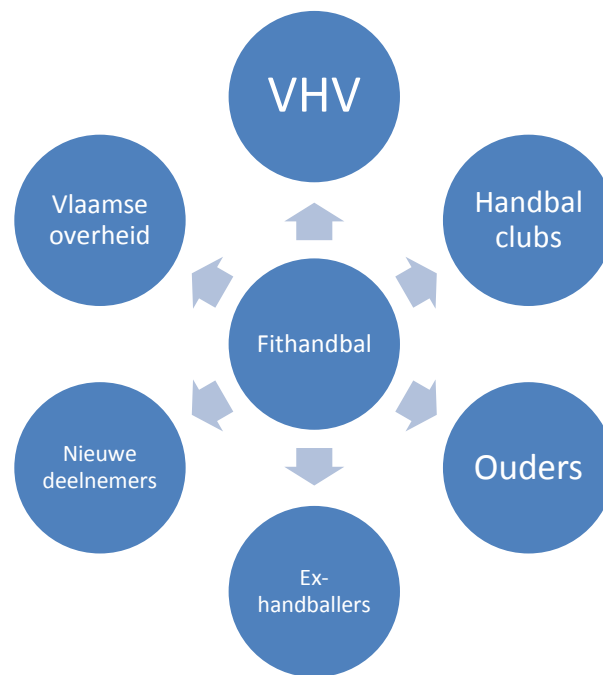
Naast de stijging in ledenaantal wil de VHV via deze weg ook het engagement van de deelnemers binnen de clubwerking verhogen, zodat men op de mensen beroep kan doen voor bepaalde vrijwilligerstaken. Drie clubs van de zes gaven aan dat de betrokkenheid van de ouders gegroeid is. Hierdoor was het gemakkelijker voor deze clubs om de deelnemers aan te spreken om nu en dan eens te helpen in de club. Daarnaast is de sfeer rond de vrijwilligers positiever geworden, het gaat minder om 'moeten', maar meer om een leuk samenzijn. Ook het fair-play gedrag van de supporters en het respect naar de jeugd en de omkadering van de club is groter geworden.

7.4 Financiering?

Een deel van de financiering komt van de Vlaamse overheid via de projectaanvraag laagdrempelige, innovatieve sportprojecten. Een ander deel wordt door de federatie voorzien. De kosten voor de fithandbaltrainingen worden gedekt door de bijdrage van de deelnemers. Indien nodig kan een deel van de zaalkosten terugbetaald worden door de federatie. Hierdoor kan het lidgeld laag gehouden worden en worden de clubs niet op kosten gejaagd. Daarnaast biedt de federatie de tiendelige lesmap aan en een aantal Vlabus-uren die de clubs kunnen inzetten om het project op te starten

7.5 Stakeholders en samenwerkingsverbanden?

De meest relevante stakeholders van het project fithandbal worden weergegeven in figuur 6.7. Als initiatiefnemer is de VHV een stakeholder. VHV zorgt voornamelijk voor de ondersteuning van de sportclubs, onder andere door het voorzien van de lesmap, en voor de coördinatie en promotie van het project. Daarnaast zijn de sportclubs een stakeholder, zij moeten het project in de praktijk brengen en aanbieden aan mogelijke deelnemers. Hierbij richt men zich voornamelijk op ouders van jeugdspelers en op ex-handballers, maar eveneens op mensen die nog niet gehandbald hebben. Tot slot is de Vlaamse overheid een belanghebbende. Door de goedkeuring van het project, worden gedurende twee jaar financiële middelen voorzien.

Figuur 6.7 Stakeholders van het project Fithandbal

7.6 Hindernissen?

De opstart en het verloop van het project zijn redelijk vlot gegaan. Zonder veel moeite of energie werden de geïnteresseerde clubs gevonden, mede doordat in bepaalde clubs reeds vraag was naar dit soort project. Het eerste werkjaar is wel redelijk chaotisch verlopen, zonder al te veel structuur. Maar dit is misschien ook de sterkte van het project. De toernooien werden ad random georganiseerd, maar verliepen elke keer weer succesvol. Naar volgend seizoen gaat men vanuit de federatie meer structuur proberen te bieden.

De trainingen verliepen in het begin vrij handbalspecifiek. De opdeling in drie blokken werd niet in alle clubs toegepast. Het hangt natuurlijk van de doelgroep af, als zij gedurende heel de training wedstrijd willen spelen, kan dat. Maar de bedoeling is toch om ook de eerste twee blokken te integreren. Door het uitbrengen van de lesmap wil men dit stimuleren.

Daarnaast is de samenloop van ex-handballers en niet-handballers in één ploeg een moeilijkheid. Dit heeft men opgelost door de toepassing van een nieuw puntensysteem. Afhankelijk van de ervaring of het geslacht telt een doelpunt voor één of meer punten. Daarnaast werden de deelnemers gesensibiliseerd om het fun-aspect hoog te houden en iedereen te betrekken, ongeacht de ervaring.

7.7 Sterktes/zwaktes?

Met dit project wil de VHV inspelen op de trend van de 'Start to ...'-projecten. Hoewel deze initiatieven vaak op individuele sporters gericht zijn, wilde de VHV bekijken hoe zij dit in het handbal konden toepassen. Men wilde proberen of het mogelijk was om individueel en op maat te sporten, maar toch in teamverband. Veel mensen hebben nood om te sporten in groep, voor het sociaal contact. Fithandbal speelt hier op in.

Een bijkomend aspect ligt op het gebied van ethisch verantwoord sporten. Door deelname aan de fithandbaltrainingen krijgen de ouders inzicht in het spel en de spelregels. Hierdoor blijken ze als supporter langs de kant van de jeugdwedstrijden, beter gedrag te vertonen. Er wordt minder geroepen op de kinderen en de scheidsrechter, omdat ze nu zelf hebben kunnen ondervinden hoe het in zijn werk gaat. Er is meer respect voor het spel vanuit de tribune.

Hiernaast wil men de toetrede tot de trainingen laagdrempelig houden door differentiatie in niveau te voorzien. Er wordt geen startniveau van de deelnemers vereist, zodat iedereen die wil, kan deelnemen (ook zonder handbalervaring). De trainer zorgt voor differentiatie in de oefeningen zodat ieder zijn eigen niveau kan oefenen. De regel dat er geen fysiek contact gemaakt mag worden tijdens het handbalspel, zorgt ervoor dat kracht een kleinere rol speelt. Indien nodig kan hierbij een aangepast doelpuntensysteem gehanteerd worden om iedereen voldoende te betrekken bij het handbalspel. Fair play en recreativiteit staan centraal, waardoor de nadruk op het plezier ligt en de inclusie van elke deelnemer. Deze vorm van handbal bestond voorheen niet in het Vlaamse handballandschap.

Handbal is en blijft een ploegsport. Daarom staat het sociale aspect centraal tijdens de trainingen en toernooien, wat een meerwaarde biedt aan deze manier van sporten. De training eindigt dan ook met een handbalwedstrijd om de groepsgeest te bevorderen. Men wil de fitheid op een leuke manier verbeteren, zonder te veel nadruk te leggen op de prestatie.

Door een duidelijke taakverdeling tussen de federatie en de clubs, wil de VHV het vervolg en de duurzaamheid van het project verzekeren. De clubs zorgen voor de zaal en de trainer en maken reclame in hun club. De VHV stippelt het project uit voor de clubs, legt de toernooien vast, volgt het project op en ondersteunt met materiaal en kosten van zaal en trainer. Door het opstellen van een tiendelig lessenspakket voor de trainers die de fithandbal geven, wordt de drempel verlaagd voor clubs om mee in het project te stappen. Hierdoor wil men op langere termijn het project verder uitbreiden zodat het concept ook in andere handbalclub ingeburgerd geraakt.

7.8 Toekomst?

Momenteel loopt het project in clubs in Antwerpen en Vlaams Brabant. De uitdaging voor komend seizoen is de uitbreiding van het project naar de andere provincies in Vlaanderen. Men wil er voor zorgen dat de clubs de meerwaarde van het project inzien. Het zou normale zaak moeten worden binnen de handbalwereld dat er ook voor 30-plussers trainingsmogelijkheden zijn. Specifieke communicatiestrategieën zullen ontwikkeld moeten worden om nieuwe clubs te motiveren en de bekendheid van het project zowel binnen als buiten de handbalwereld te verhogen.

In de toekomst wil de VHV het project uitbouwen zodat de trainingen van de volwassen gelijktijdig kunnen verlopen met deze van de jeugd. Op vlak van infrastructuur is dit niet eenvoudig. Momenteel verlopen deze trainingen op aparte tijdstippen.

Het vormt een uitdaging om ex-handballers en niet-handballers samen in een ploeg te zetten. Mogelijks wordt er in de toekomst een parallel circuit opgezet, één voor ex-handballers, één voor nieuwe handballers. Dat moet de toekomst uitwijzen, hiervoor moet er voldoende groei zijn en moet de vraag voldoende groot zijn.

Er is nood aan bijscholing van de fithandbaltrainers. In de huidige trainersopleiding wordt weinig ingegaan op deze nieuwe doelgroep. Een extra bijscholing, specifiek gericht op fithandbal, is wenselijk.

HOOFDSTUK 7

EXPLORATIEF INTERPRETATIEKADER

1. Kenmerken van innovatie

In hoofdstukken 5 en 6 gaven we een overzicht van innovatieve praktijkvoorbeelden en enkele good practices. Bij de selectie van deze voorbeelden en cases werd op zich geen representativiteit nagestreefd. De focus lag voornamelijk op initiatieven vanuit het middenveld, mede gestimuleerd door de overheid. Bovendien werd in sterke mate geopteerd voor innovaties binnen de sportsector. Met deze mogelijke beperkingen in het achterhoofd trachten we nu een aantal kenmerken van innovatieve projecten te detecteren. Meer bepaald dient het om elementen te gaan die bijdragen tot het innovatieve karakter van een project. Hiervoor zijn we op een inductieve wijze te werk gegaan, met name op basis van zowel literatuur, de praktijkvoorbeelden als de good practices. Op deze manier komen we tot een set van ‘innovatiekenmerken’ die we in tabel 7.1 weergeven. We benadrukken dat het hier om een verkennende analyse gaat waarop in toekomstig onderzoek verder gebouwd kan worden. De lijst van hier gepresenteerde kenmerken dient dus niet als exhaustief beschouwd te worden.

Tabel 7.1. Kenmerken die bijdragen aan het innovatieve karakter van een project in de sport

Kenmerken van innovatie
Creativiteit
Doelgroepen
Duurzaamheid
Flexibiliteit
Laagdrempeligheid
Samenwerkingsverbanden
Vraaggestuurdheid
Alternatieve financiering

Onderstaand bespreken we de hier opgelijste kenmerken.

Door **creativiteit** en originaliteit aan de dag te leggen, zal men zich kunnen onderscheiden van concurrenten in een evoluerend sportlandschap. Een creatief idee kan zelf ontwikkeld worden, onder meer door een brainstorming onder medewerkers (zie bijvoorbeeld case IV *Mon Ventoux* en case V

Fit@Torfs). Men kan echter ook te rade gaan bij (inter)nationale contacten. Zo werd voor case VI (*Iedereen Krolft!*) en VII (*Fithandbal*) inspiratie gezocht in Denemarken. Ook case III (*Belgian Homeless Cup*) is voortgekomen uit een internationaal project. Creativiteit komt tot stand door out of the box denken en doen.

De focus op **doelgroepen** kan ook een kenmerk van innovatie zijn. Enerzijds kan een onderverdeling in doelgroepen gemaakt worden op basis van geografische aspecten. Bij case I (*FitClass*) wordt onder andere gefocust op de buurtbewoners van een FitClass. Case VI (*Iedereen Krolft!*) wil eveneens alle inwoners van de betreffende stad/gemeente aanzetten tot levenslang bewegen. Anderzijds kunnen doelgroepen onderverdeeld worden op basis van socio-demografische, socio-culturele of socio-economische kenmerken. Zo richt case II (*We are freerunning*) zich op jongeren, terwijl case VII (*Fithandbal*) 30-plussers als doelgroep beoogt. Cases II, IV, V, VI en VII trachten een aanbod te bieden voor de lichtgeorganiseerde sporter. Daarnaast kan ook gefocust worden op de inclusie van bepaalde doelgroepen. Zo richt case III (*Belgian Homeless Cup*) zich specifiek tot dak- en thuislozen om via sport een re-integratietraject op te zetten. Case IV (*Mon Ventoux*) hecht belang aan de inclusie van andersvaliden en transplantatiepatiënten. Deze case zet bovendien in op een breed doelpubliek door het aanbieden van verschillende deelnameformules. Differentiatie in functie van verschillende doelgroepen lijkt dus aangewezen.

Duurzaamheid is een andere mogelijk kenmerk van innovatie. Duurzaamheid kan betrekking hebben op verschillende aspecten. Zo kan een innovatieve ontwikkeling duurzame effecten nastreven. Case V (*Fit@Torfs*) wil duurzame gedragsveranderingen teweeg brengen bij haar werknemers, om tot langetermijneffecten te komen op vlak van fysieke activiteit, gezondheid en welzijn. Ook een innovatieve ontwikkeling op zich kan duurzaam zijn. Zo werden bij case VI (*Iedereen Krolft!*) en VII (*Fithandbal*) elementen ingebouwd om het project te kunnen verderzetten na afloop van de overheidsondersteuning. Duurzaamheid kan ook gericht zijn naar de werking en organisatie van een initiatief. Zo streeft case I (*FitClass*) naar een duurzame uitbouw van haar netwerk door toepassing van een franchiseconcept.

Uit de voorgaande hoofdstukken mocht blijken dat de nieuwe sporter op zoek is naar **flexibiliteit**. Men wil zelf kiezen wanneer, waar en met wie men aan sport doet. De andersgeorganiseerde sporter lijkt zijn weg naar de sportclub moeilijk te vinden. Door meer flexibiliteit in te bouwen in de werking en organisatie zou men hier een oplossing kunnen bieden. Zo kunnen verschillende vormen van lidmaatschap ontwikkeld worden. Denk maar aan een tienbeurtenkaartsysteem (case VII *Fithandbal*) of een lidmaatschap per seizoen (case II *We are freerunning*). Daarnaast kan de flexibiliteit bevorderd worden door het openstellen van infrastructuur. Zo wordt bij case VI (*Iedereen Krolft!*) het terrein

gedurende tien weken opengesteld voor de buurtbewoners zodat ze kunnen deelnemen wanneer het hen goed uitkomt.

Laagdrempeligheid is een volgend mogelijk kenmerk van innovatie. De stap naar de sportclub is voor bepaalde mensen te groot, omwille van verschillende drempels. Een mogelijke reden is de sterke focus van vele clubs op competitie. Via een laagdrempelig aanbod kan men hier aan tegemoet komen. Dit kan gecreëerd worden door de nadruk te leggen op het recreatief bewegen met mensen van hetzelfde niveau (zie bijvoorbeeld case I *FitClass*). De sociale drempel weerhoudt mensen ervan om naar de sportclubs te gaan aangezien men de veiligheid van de eigen omgeving moet verlaten. Daarom is het van belang een veilige, sociale omgeving te creëren in en rond de sportclub. De mogelijkheid om te sporten met mensen van een gelijkaardig niveau kan hiertoe bijdragen (zie cases I, III, IV, V, VI, VII). Daarnaast heerst er in een sportclub vaak een organisatiecultuur die onbekend is voor nieuwe leden. Zij weten niet wat er van hen verwacht wordt, deze culturele drempel moet de nodige aandacht krijgen. De mobiliteitsdrempel heeft betrekking op de bereikbaarheid en toegankelijkheid van het aanbod. Door bijvoorbeeld het uitbouwen van een dens netwerk (zie case I *FitClass*) of het openstellen van sportterreinen in de nabije omgeving van de inwoners van een gemeente (zie case VI *Iedereen Krolft!*), kan deze drempel verlaagd worden. Bepaalde mensen worden niet bereikt omdat de informatie over het aanbod hen niet bereikt. Het vermijden van de informatiedrempel, vereist een effectieve communicatiestrategie. Laagdrempeligheid kan daarnaast ook bevorderd worden door een vereenvoudigde vorm van lidmaatschap. Zo kan men bij case II (*We are freerunning*) rechtstreeks lid worden van de federatie via de eigen Facebookgroep, zonder dat er een formele omkadering vereist is. Ook voor de financiële drempel moet men aandachtig blijven. Alternatieve (sociale) betalingsformules kunnen hiervoor uitgedacht worden, tweedehands sportkledij kan ter beschikking gesteld worden, etc. De website www.laagdrempeligesportclub.be biedt oplossingen aan de sportclub om participatiedrempels weg te werken.

Door het opzetten van **samenwerkingsverbanden** kan een win-winsituatie gecreëerd worden. Hierdoor kunnen de taken verlicht worden, ideeën en expertise uitgewisseld worden waardoor beide partijen elkaar versterken. Samenwerkingsverbanden kunnen opgezet worden binnen de sportsector. Zo kunnen lokale clubs bijvoorbeeld samenwerken door de uitwisseling van materiaal en trainers. Ook sportfederaties zullen zich in de toekomst efficiënter moeten organiseren. Het opzetten van samenwerkingsverbanden kan hiertoe bijdragen. Hiernaast kunnen sportclubs en sportfederaties bruggen leggen met overheids- of marktactoren. Bovendien lijken intersectorale samenwerkingsverbanden aangewezen. Dit is de uitgelezen kans voor het uitwisselen van expertise. Case III (*Belgian Homeless Cup*) is een mooi voorbeeld van intersectorale samenwerking, met name tussen de sociale sector en de sportsector.

Vraaggestuurdheid is een mogelijk kenmerk van innovatie. Uit voorgaande hoofdstukken is gebleken dat de traditionele aanbodgestuurde werking van sportclubs en sportfederaties niet meer afdoend tegemoet komt aan de nieuwe sport- en bewegingsbehoeften. Een omschakeling naar een vraaggestuurde werking lijkt aangewezen om de hedendaagse sporter te blijven aanspreken en een sterke positie als sportaanbieder in het sportlandschap te behouden. Door deze omschakeling naar vraaggestuurdheid wordt een groter draagvlak voor het aanbod gecreëerd.

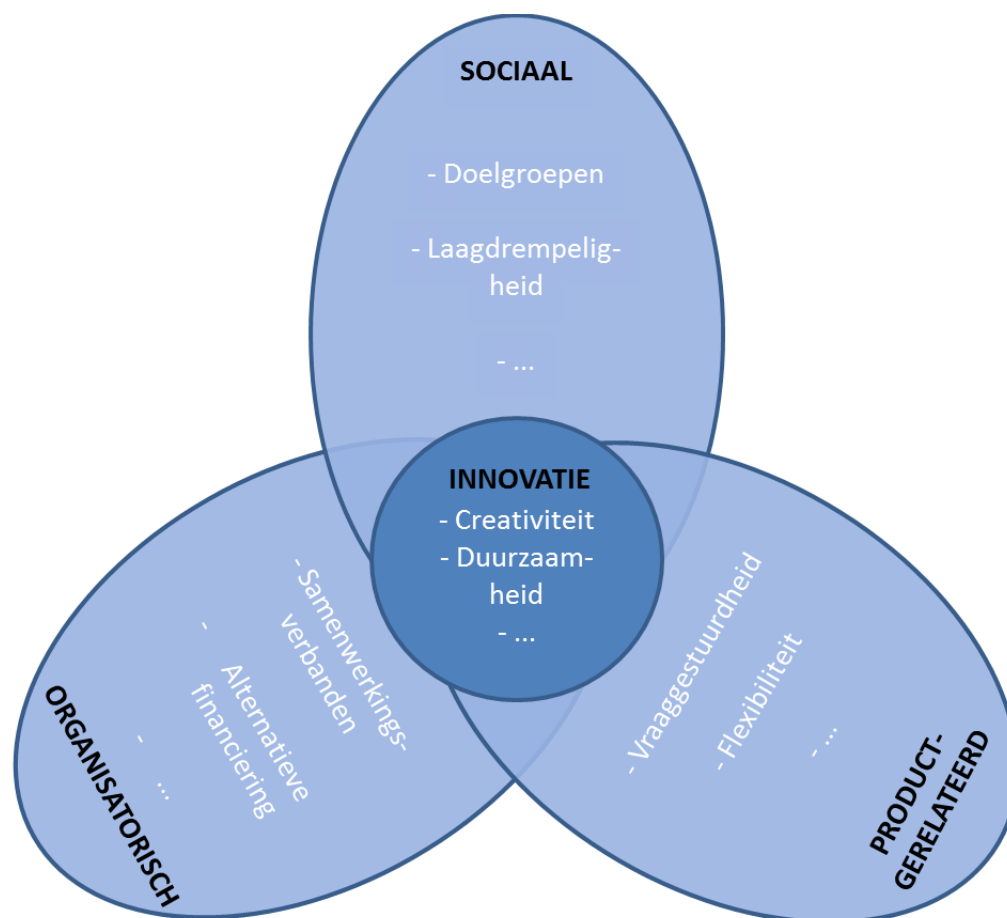
Het huidige saneringsbeleid maakt duidelijk dat in tijden van recessie het minder evident is om op (externe) financiële middelen beroep te doen. Om een stabiele werking op te zetten of te behouden, lijkt een zoektocht naar **alternatieve financiering** aangewezen. Hierbij is een verruiming van het gezichtsveld vereist. Zo zal men niet uitsluitend beroep kunnen doen op subsidies. Als alternatief kan men bedrijven overtuigen om de werking en organisatie te ondersteunen (zie bijvoorbeeld case III *Belgian Homeless Cup* en case IV *Mon Ventoux*). Daarnaast kan ook de burger aangesproken worden, bijvoorbeeld door middel van crowdfunding waarbij de burger initiatieven steunt die hij/zij de moeite waard vindt.

2. Uitgebreid conceptueel model met betrekking tot innovatie in de sport

De hier beschreven innovatiekenmerken kunnen gekoppeld worden aan het model rond innovatie dat we in hoofdstuk 4 introduceerden. Meer bepaald kunnen we de gedetecteerde kenmerken toeschrijven aan een van de drie dimensies van innovatie – i.c. productgerelateerd, organisatorisch en sociaal – of aan innovatie in het algemeen. We geven dit weer in figuur 7.1.

Wie wil inzetten op nieuwe doelgroepen of laagdrempeligheid zal voornamelijk **sociaal innoveren**. We denken hierbij aan potentiële leden onder non-participanten, i.c. mensen die de weg naar de (club)sport nog niet gevonden hebben. Wie het aanbod zo goed mogelijk op de vraag wil afstemmen of wie meer flexibiliteit wenst na te streven in de dienstverlening, zal hoofdzakelijk focussen op **productgerelateerde vormen van innovatie**. Wie daarentegen voornamelijk nieuwe samenwerkingsverbanden beoogt, bijvoorbeeld met andere sportclubs of verenigingen, of op zoek gaat naar alternatieve financieringsmodellen bevindt zich in eerste instantie op het terrein van de **organisatorische vernieuwing**.

Figuur 7.1. Kenmerken toegeschreven aan productgerelateerde, organisatorische en sociale innovatie



Het hier voorgestelde model kan voor actoren binnen de clubgeorganiseerde sport als een tool worden aangewend om een antwoord te bieden aan de uitdagingen die steeds meer aan deze sector worden voorgelegd. Zoals eerder aangegeven is dit model tot stand gekomen op basis van een verkennende analyse. Toekomstig onderzoek kan dit model verder aanvullen en optimaliseren.

Voor welke vorm van innovatie men ook kiest, er zal echter steeds rekening gehouden moeten worden met een 'schaarsteprobleem'. Achter de drie innovatiedimensies – sociaal, productgerelateerd en organisatorisch – gaan bepaalde principes/waarden schuil die onderling rivaliseren. We lichten dit toe aan de hand van tabel 7.2.

Tabel 7.2. Principes waarop de drie innovatiedimensies gebaseerd zijn

<i>vorm van innovatie</i>	SOCIAAL	PRODUCTGERELATEERD	ORGANISATORISCH
<i>principe</i>	toegankelijkheid	kwaliteit	efficiëntie
<i>omschrijving</i>	goedkoop laagdrempelig verdelend	goed betrouwbaar omvattend	snel functioneel zuinig
<i>focus</i>	vraag markt	aanbod product	middelen structuur

Bij sociale innovatie staat het principe van **toegankelijkheid** centraal. Men wil (zoveel mogelijk) mensen toegang geven tot de dienstverlening en voorziet daarom in een goedkoop, laagdrempelig en/of verdelend aanbod. In die zin ligt de focus op de vraag en de markt.

Het principe van **kwaliteit** primeert bij productgerelateerde innovatie. Hier wil men een goede, betrouwbare en/of omvattende dienstverlening garanderen. Vandaar dat het aanbod/product hier zelf centraal staat.

Voor organisatorische innovatie speelt het principe van **efficiëntie** een cruciale rol. Men wenst de dienstverlening op een snelle, functionele en/of zuinige manier te laten verlopen. De middelen waarmee en de structuur waarin men opereert zijn hier bepalend.

Omwille van hun rivaliserende karakter zijn de parameters 'toegankelijkheid', 'kwaliteit' en 'efficiëntie' slechts deels met elkaar te combineren. Één toegankelijk én kwalitatief én efficiënt zijn is doorgaans niet compatibel³⁹. Daartoe zijn de financiële en praktische mogelijkheden waarover men beschikt vaak ontoereikend. Men zal dus een keuze moeten maken. Indien men voor toegankelijkheid en kwaliteit kiest, zal men minder aandacht kunnen besteden aan efficiëntie. Kiest men voor kwaliteit en efficiëntie, dan zal toegankelijkheid minder prioritair worden. Wordt er gekozen voor toegankelijkheid en efficiëntie dan boet men in op kwaliteit. Of anders geformuleerd: streeft men in een innovatief project naar 'goedkoop' en 'goed', dan zal men 'snel' moeten laten vallen. Streeft men naar 'goed' en 'snel', dan valt 'goedkoop' weg. Wordt er gestreefd naar 'goedkoop' en 'snel', dan verdwijnt 'goed'. Vernieuwen brengt dus het maken van keuzes met zich mee.

³⁹ Voor de incompatibiliteitsthese baseerden we ons op het werk van Denier (2007).

De keuzes die gemaakt worden zijn afhankelijk van de strategische en operationele doelstellingen die men vanuit een organisatie formuleert. Het is echter net de keuzevrijheid die ook in de toekomst het diverse en heterogene karakter van de sport- en bewegingssector zal blijven typeren. Vernieuwing in deze sector hoeft dus geenszins met zich mee te brengen dat het aanbod nu volledig geüniformiseerd, gestandaardiseerd of genormeerd zal verlopen. Integendeel, de innovatie in de sport zal er juist uit bestaan dat de eigenheid en identiteit van elke organisatie en aanbieder zoveel mogelijk gerespecteerd zal blijven worden.

HOOFDSTUK 8

BELEIDSAANBEVELINGEN

Op basis van de in dit onderzoek beschreven bevindingen formuleren we onderstaand een reeks van beleidsaanbevelingen. Deze aanbevelingen worden geclusterd in vijf thema's en vloeien voort uit onze observaties van maatschappelijke veranderingen en de innovatieve praktijkvoorbeelden en cases die in ons onderzoek aan bod kwamen. De hier geformuleerde aanbevelingen willen een bron van inspiratie zijn voor vernieuwend denken en handelen in de sector van de clubgeorganiseerde sport.

1. Tendensen

1. Maatschappelijke veranderingen weerspiegelen zich ook in het sportverenigingsleven. Sportverenigingen moeten actief inspelen op die maatschappelijke veranderingen.
2. Veranderingen in de samenleving worden vaak ervaren als een moeilijkheid. Maar ze bieden ook kansen voor vernieuwing. Sportclubs moeten vernieuwingskansen aangrijpen om hun profiel en werking aan te passen.
3. Vergrijzing is een uitdaging maar vooral ook een kans en een taak. Het sportverenigingsleven moet door een actief beleid nog meer en beter inspelen op de vergrijzing van de samenleving. Het verenigen van senioren vergt een specifieke aanpak voor en door sportclubs.
4. De groeiende aandacht voor fysieke activiteit als bijdrage tot fitheid en gezondheid biedt een uitstekende kans tot vernieuwing in het sportverenigingsleven. Sportverenigingen moeten stevig inspelen op deze tendens.
5. De vraag naar programma's rond gezond en actief bewegen is groot. Sportclubs kunnen hier een divers en vernieuwend antwoord bieden. Sportclubs moeten omgevingen zijn waar een gezonde en fitte leefstijl kan aangeleerd en verworven worden.
6. De omvang van niet-competitieve sportbeoefening in Vlaanderen is beduidend groter dan die van competitieve sportbeoefening. Het sportclublandschap moet daarom ook voorzien in een ruim aanbod van niet-competitieve sportbeoefening. De groei mogelijkheden voor het verenigde sportleven zitten vooral in de niet-competitieve sportbeoefening.

7. Het verenigingsleven is een sterkhoudend kenmerk van de samenleving in Vlaanderen. De sportsector zorgt voor het grootste aandeel in het verenigingsleven. Overheden, markt en middenveld moeten met alle middelen diverse en nieuwe vormen van het sportief verenigingsleven aanmoedigen en ondersteunen.
8. Sportverenigingen zijn omgevingen die zich goed lenen tot diverse vormen van innovatie. Organisatorische innovatie, sociale innovatie en productgerelateerde innovatie kunnen toegepast worden in sportclubs en sportfederaties. Innovatieprocessen moeten gestimuleerd en begeleid worden.
9. De voorgestelde praktijkvoorbeelden in dit boek tonen aan dat innovatief denken en handelen in sportverenigingen volop aan de orde en van diverse aard is. De uitwisseling van werkbare modellen en goede voorbeelden moet dit vernieuwingsproces stimuleren.
10. Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) moet een gebruikelijke praktijk worden, ook bij sportorganisaties.
11. Digitale communicatie en nieuwe media hebben een onstuitbare invloed op vormen van vereniging en binding. Sportclubs moeten deze mogelijkheden gebruiken om vernieuwende vormen van ledenwerving, ledenbinding, communicatie en organisatie te ontwikkelen.

2. Sportclubs

12. Sportclubs blijven pijlers voor de sportbeoefening. De oprichting, het beheer en de bloei van sportclubs gebeurt op de eerste plaats door het initiatief van burgers maar moet door de overheid duurzaam en vernieuwend ondersteund worden.
13. Het landschap van sportclubs is 'organisch': ze zijn heel divers in schaal, doelen, programma, bereik, organisatie, leden, partners, In dit landschap moet een sportclub bewust een eigen profiel en eigenheid bepalen en koesteren.
14. De regels van goed bestuur winnen terrein in diverse sectoren overal in de bedrijfswereld, overheidsdiensten en burgerorganisaties. Ook sportclubs moeten de regels van goed bestuur geleidelijk toepassen. Sportclubs moeten hierin begeleid worden.
15. Waar te weinig sportclubs zijn, onder meer in een aantal steden in Vlaanderen, moet de lokale overheid de oprichting van sportclubs door burgers bevorderen. Waar teveel sportclubs zijn of

waar ze elkaar beconcurreren moeten diverse vormen van samenwerking gestimuleerd worden of zelfs fusie overwogen durven worden.

16. Er moet ruimte blijven voor zowel grote, middelgrote als kleine sportclubs. Elke schaalgrootte heeft lokale eigenheden en voordelen.

3. Overheden

17. Overheden moeten sportverenigingen actief ondersteunen in hun vernieuwing. Daarom moet op de eerste plaats de administratieve druk op sportverenigingen teruggedrongen worden zodat ruimte en energie voor vernieuwing vrijkomt.
18. In verstedelijkte en verarmde buurten en wijken is vaak een tekort aan sportmogelijkheden in het algemeen en aan sportclubs in het bijzonder. Overheden moeten in deze buurten het ontstaan van sportclubs bevorderen.
19. De impact van de economische crisis mag niet onderschat worden. Het lidgeld van sportverenigingen wordt voor een toenemend aantal gezinnen en burgers een (te) zware uitgavenpost.
20. Overheidsbesparingen op sportverenigingen zullen een groot aantal mensen uitsluiten en dit moet vermeden worden. Sociale correctie in de beleidsvoering en beleidssanering is aangewezen.
21. Beschikbare sportinfrastructuur blijft een knelpunt voor de ontwikkeling van het sportverenigingsleven. Voorzien in infrastructuur moet een basisopdracht en een prioriteit voor overheden blijven. Overheden moeten het voorbeeld geven bij de ontwikkeling van innovatieve sportinfrastructuur, ook aangepast aan de nieuwe noden voor gezond bewegen.
22. Waar te weinig sportinfrastructuur beschikbaar is moeten sportclubs alternatieve ruimten en omgevingen benutten. De publieke ruimte, zoals pleinen, veldjes, parken en straten moet meer voor sportbeoefening ingezet worden en inzetbaar zijn.

4. Leden en lidmaatschap

23. Sport blijft bij uitstek een uniek domein dat mensen bindt en verbindt. Die krachtige hefboom voor een gezonde samenleving moet op alle mogelijke manieren gesteund worden.

24. Lid zijn van een sportvereniging moet op diverse manieren kunnen. Het jaarlidmaatschap is niet de enige formule. Flexibele vormen van binding en lidmaatschap moeten inspelen op meer informele of formele manieren waarop mensen zich vandaag verenigen.
25. Ook de snel groeiende lichte sportvormen en lichte sportbeoefenaars zoeken vormen van binding en verbinding. Sportclubs moeten vormen van ledenbinding ontwikkelen die aangepast zijn aan de verwachtingen van lichte sportbeoefenaars.
26. Sportevenementen, ook in de top- en spektakelsport moeten ingezet worden om brede vormen van sportbeoefening te promoten en om nieuwe vormen van ledenbinding te genereren.
27. Nieuwe bewegingsvormen in de samenleving kunnen door sportverenigingen opgepikt worden als een vernieuwend aanbod dat nieuwe leden aantrekt.
28. Sportclubs die willen groeien, moeten hun aanbod diversifiëren zodat nieuwe doelgroepen bereikt worden.

5. Partners

29. Sportclubs kunnen samenwerkingsvormen ontwikkelen met commerciële en overheidspartners, zowel rond evenementen als rond duurzame projecten en nieuwe vormen van ledenwerving en binding.
30. Ook de commerciële sector moet kunnen samenwerken met sportclubs onder meer om duurzame programma's rond sportief bewegen op te zetten.
31. Vernieuwende vormen van samenwerking tussen partners uit verschillende domeinen, als sport, onderwijs, ondernemingen, zorg en sociale voorzieningen, leiden tot nieuwe initiatieven in, met en rond het sportverenigingsleven.
32. Samenwerkingsvormen geven aanleiding tot het uitwisselen van expertise en good practices. Van op lokaal tot op internationaal niveau kunnen uitwisselingen plaatsvinden, zowel binnen de sportsector, als met andere sectoren.
33. Samenwerking tussen sportclubs kan op verschillende manieren bevorderd worden, van eenvoudige praktische afspraken tot fusie.

BIBLIOGRAFISCHE REFERENTIELIJST

- 3X3 Basketball (2014). 3X3 Basketball. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.3x3basketball.be/>.
- Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie (ADSEI) en het Federaal Planbureau (FPB) (2011). Bevolkingsvooruitzichten 2010-2060. FBP en ADSEI: Brussel.
- Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie (ADSEI) en het Federaal Planbureau (FPB) (2014). Data. Bevolkingsvooruitzichten 2013-2060. Online geraadpleegd op 25 september 2014 via http://www.plan.be/databases/database_det.php?lang=nl&ID=35.
- Bale, J. & Maguire, J. (1994). *The global sports arena. Athletic talent migration in an interdependent world*. London: Frank Cass.
- Barber, B., (2013). *If mayors ruled the world: Dysfunctional nations, rising cities*. Yale University Press. Online geraadpleegd op 9 september 2014 via <http://benjaminbarber.org/books/if-mayors-ruled-the-world/>.
- Bauwens, M. & Lievens, J. (2013). *De wereld redden. Met peer-to-peer naar een postkapitalistische samenleving*. Antwerpen: Houtekiet.
- Beck, U. (1992). *Risk society. Towards a new modernity*. London: Sage.
- Beckers, T. (1989). Heeft sport nog een toekomst? *Vrijetijd en samenleving* 7(2): 83-94. Beckers, T. & Vander Poel, H. (1992). *Vrijetijd tussen vorming en vermaak. Een inleiding tot de studie van de vrijetijd* (2^e uitgave). Leiden: Stenfert Kroese.
- Beech, J. & Chadwick S. (2008). *Sportmanagement*. Amsterdam: Pearson Education.
- Belfius (2012). *Fiche 5: de vergrijzing van de bevolking*. Online geraadpleegd op 5 september 2014 via https://www.belfius.be/publicsocial/NL/Media/Fiche%205%20-%20De%20vergrijzing%20van%20de%20bevolking_tcm_31-52421.pdf.
- Belgian Homeless Cup (2014). Website Belgian Homeless Cup. Online geraadpleegd op 22 augustus 2014 via <http://www.belgianhomelesscup.be/>.
- Bloso (2014a). Erkenning Vlaamse sportfederaties 2010 tot 2014. Online geraadpleegd op 13 oktober 2014 via https://www.bloso.be/Subsidiering/sportfeds_VSF_OSV/Statistieken/VlaamseSportfederaties/Pages/Erkenning.aspx.
- Bloso (2014b). Facultatieve opdracht prioriteitenbeleid. Online geraadpleegd op 13 oktober 2014 via http://www.bloso.be/Subsidiering/sportfeds_VSF_OSV/Statistieken/VlaamseSportfederaties/Pages/Prioriteitenbeleidsportfederaties.aspx.
- Bloso (2014c). Finse piste. Online geraadpleegd op 13 oktober 2014 via <https://www.bloso.be/sportinfrastructuur/adviesverlening/aks/Pages/Finsepiste.aspx>.
- Boeckx, M. (2006). *Start to Run. Lopen wordt kinderspel*. Brugge: Vanden Broele.
- Boot, J. & Klinkert, J. (2002). *Inleiding in de medische sociologie*. Assen: Van Gorcum.
- Borgers, J., Thibaut, E., Vandermeersch, H., Vanreusel, B., Vos, S. & Scheerder, J. (2013). Sports participation styles revisited: a time-trend study in Belgium from the 1970s to the 2000s. *International Review for the Sociology of Sport*.

- BOS+ (2014). BOS+ stelt zich voor. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.bosplus.be/nl/algemeen/overons>.
- Boudry, L., Cabus, P., Corijn, E., De Rynck, F., Kesteloot, C. & Loeckx, A. (2003). *De eeuw van de stad. Witboek over stadsrepublieken en rastersteden*. Brussel: Project Stedenbeleid.
- Bpost bank Cycling Tour (2014). Info. Online geraadpleegd op 29 september 2014 via <http://www.sport.be/cyclingtour/2014/nl/algemeen/>.
- Breedveld, K. (2006). Verschillen in sportdeelname. In: K. Breedveld & A. Tiessen-Raaphorst (Eds.). *Rapportage sport 2006*. Den Haag: Sociaal & Cultureel Planbureau.
- Broeke, A. (2002). De huidige en toekomstige basiscompetenties van de sportmanager. In: *Sportmanagement, lage landen, hoge verwachtingen*. Congres 25 en 26 april 2002, Antwerpen: BLOSO/De Vlaamse Sportfederatie (VSF)/NOC*NSF/De Nederlands Vereniging voor Managers in de Sport (NVMS).
- Byars, M. (1999). *50 sports wares. Innovations in design and materials* (ProDesign Series). Crans-Près-Céliny: RotoVision.
- Castells, M. (1996). *The information age. Economy, society and culture* (Volume 1: The rise of the network society). Oxford: Blackwell.
- Collard, D. & Hoekman, R. (2012). *Sportdeelname in Nederland: 2006-2011: factsheet*. Utrecht: Mulier Instituut.
- Coser, L.A. (1974). *Greedy institutions. Patterns of undivided commitment*. New York: Free Press.
- Claes, E. (2013). *Sport and social capital: the case of the Belgian Homeless Cup*. Leuven: KU Leuven. Masterproef aangeboden tot het behalen van de graad van Master in de Lichamelijke Opvoeding en Bewegingswetenschappen.
- Crossan, M. M. & Apaydin, M. (2010). A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. *Journal of Management Studies*, 47, 1154-1191.
- Crum, B. (1991). *Over versporting van de samenleving. Reflecties over de bewegingsculturele ontwikkelingen met het oog op sportbeleid*. Rijswijk: Ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur.
- Damanpour, F. (1996). Bureaucracy and innovation revisited. Effect of contingency factor, industrial sector and innovation characteristics. *Journal of High Technology Innovation Management*, 7, 149-173.
- Damanpour, F. & Aravind, D. (2012). Organizational structure and innovation revisited. From organic to ambidextrous structure. In: M. Mumford (Ed.). *Handbook of organizational creativity*. Elsevier.
- Damanpour, F. & Schneider, M. (2006). Phases of the adoption of innovation in organizations. Effects of environment, organization and top managers. *British Journal of Management*, 17, 215-236.
- De Beer, P. (2004). Individualisering zit tussen de oren. In: J.W. Duyvendak, M. Hurenkamp (eds.), *Kiezen voor de kudde. Lichte sportgemeenschappen en de nieuwe meerderheid*. (pp.18-38). Amsterdam: Van Gennep.
- De Bock, S. (2014) Multimove: een succesformule voor de motorische ontwikkeling van kinderen. *Vlaamse Sportfederatie VSF Magazine* 2 – 2014: 10-12.
- De Haan, J. & Breedveld, K. (2000). *Trends en determinanten in de sport. Eerste resultaten uit het AVO 1999* (Werkdocument 68). Den Haag: Sociaal & Cultureel Planbureau.

- De Knop, P. & Scheerder, J. (2006). Globalisering en lokalisering in de sport. In: P. De Knop, J. Scheerder & B. Vanreusel (Eds.). *Sportsociologie. Het spel en de spelers*. (pp. 125-136). Maarssen: Elsevier Gezondheidszorg.
- De Meyer, G. (2003). *Manifest van een cultuurpopulist. Over de media, het middenveld en de cultuur van het volk*. Leuven: Acco.
- Dejonghe, L. (2004). *Sport en economie. Een noodzaak tot symbiose*. Nieuwegein: Arko Sports Media.
- Deleeck, H. (2009). *De architectuur van de welvaartsstaat opnieuw bekeken*. Leuven: Acco.
- Denier, Y. (2007). *Efficiency, justice and care. Philosophical reflections on scarcity in health care* (International Library of Ethics, Law & the New Medicine 33). Dordrecht: Springer.
- Departement CJSJ Cultuur, Jeugd, Sport en Media (2014a). Proeftuinen Sport. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.cjsj.vlaanderen.be/sport/projecten/proeftuinen-sport/>.
- Departement CJSJ Cultuur, Jeugd, Sport en Media (2014b). Innovatieve projecten voor laagdrempelig sporten. Online geraadpleegd op 25 september 2014 via <http://www.cjsj.vlaanderen.be/sport/subsidiering/innovatieve-projecten-voor-laagdrempelig-sporten/>.
- Dess, G. G. & Picken, J. C. (2000). Changing roles: leadership in the 21st century. *Organizational Dynamics*, 28(3), 18–34.
- Dooghe, G. (1995). *De vergrijsde toekomst. Ouderen in maatschappelijk perspectief*. Leuven: Acco.
- Duyvendak, J.W. & Hurenkamp, M. (2004). *Kiezen voor de kudde. Lichte gemeenschappen en de nieuwe meerderheid* (Kennis, Openbare mening en Politiek). Amsterdam: Van Genneep.
- DVV Running Tour (2014). Algemene info. Online geraadpleegd op 29 september 2014 via <http://www.sport.be/runningtour/2014/nl/algemeen/>.
- Ecolife (2014). Missie & visie. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.ecolife.be/missie-visie>.
- Ecolife, ISB & BOS+ (2014). *De sport van duurzaamheid. Een analyse over duurzaamheidsimpacten, internationale dynamieken, instrumenten en trends bij sport*. In kader van het project 'Ecosportief, sporten doe je spoorloos'.
- Elchardus, M., Huyse, L. & Hooghe, M. (2001). *Het maatschappelijk middenveld in Vlaanderen. Een onderzoek naar de sociale constructie van democratisch burgerschap*. Brussel: VUB Press.
- Elling, A. & De Knop, P. (2006). In- en uitsluiting in de sport. In: P. De Knop, J. Scheerder & B. Vanreusel (Eds.) *Sportsociologie. Het spel en de spelers*. 2^{de} uitgave (pp. 380-389). Maarssen: Elsevier Gezondheidszorg.
- Elling, A. & Knoppers, A. (2005). Sport, gender and ethnicity. Practices of symbolic inclusion/exclusion. *Journal of Youth and Adolescence*, 34(4): 257-268.
- Fit & Actief (2013). FitClass magazine mei/juni 2013. Online geraadpleegd op 29 september 2014 via <http://www.fitclass.be/sites/default/files/mag-new.pdf>.
- Fit-o-city (2014). Fit-o-city. Home. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.fit-o-city.be/home>.
- Florida, R. (2012) *The raise of the creative class*. 2nd Edition. New York: Basic Books.
- Football Foundation (2014). Partnerships. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.footballfoundation.org.uk/partnerships/>.

- Football Kick-Off (2014). Football Kick-Off. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.footballkickoff.be/>.
- Football Memories (2014). About the project. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via http://www.footballmemories.org.uk/content/the_project/.
- Glorieux, I, Minner, J. & Vandeweyer, J. (2005). *De tijd staat niet stil, Veranderingen in de tijdsbesteding van Vlamingen tussen 1999 en 2004*. Brussel: VU Bruseel/Onderzoeksgroep TOR.
- Goffman, E. (1961). *Asylums. Essays on the social situation of mental patients and other inmates*. Chicago, IL: Aldine.
- Golazo (2014). Over Golazo. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.golazo.be/nl/aboutgolazo/>.
- Good Gym (2014). How it works. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via http://www.goodgym.org/how_it_works.
- Goodger, J.M. (1982). Theories of change in sport. Comments on some recent contributions. *International Review of Sport Sociology* 17: 99-109.
- Gratton, C. and Taylor, P. (2000). *Economics of sport and recreation*. London: Spon Press.
- Green, K. (2002). Lifelong participation, physical education and the work of Ken Roberts. *Sport, Education and Society*, 7(2): 167-182.
- Groth, J. & Corijn, E. (2005). Reclaiming urbanity. Indeterminate spaces, informal actors and urban agenda setting. *Urban Studies*, 42(3): 503-526.
- GSF Gezinssportfederatie (2014). GIZI. Sport- en taalstimulering bij 4-6-jarigen. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.gsf.be/gizi>.
- Guttman, A. (1994). *Games and empires. Modern sports and cultural imperialism*. New York: Columbia University Press.
- Han, J.K., Namwoon, K. & Srivastava, R. (1998). Market orientation and organizational performance: Is innovation a missing link? *The Journal of Marketing*, 62(4), 30-45.
- Hoeber, L. and Hoeber, O. (2012), Determinants of an innovation process: a case study of technological innovation in a community sport organisation. *Journal of sport Management* 26(3), 213-223.
- Hoekman, R., Collard, D. & Cevaa, A. (2011). *Sportinfrastructuur in Nederlands. Quickscan sportaccommodaties en sportorganisaties*. 's Hertogenbosch: Mulier Instituut.
- Hoekman, R. & de Jong, D. (2011). Sport een stap te ver? In: A. Elling & F. Kemper (Eds.). *Het kost veel tijd en je wordt er moe van. Verklaringen voor sportdeelname en inzichten in de leefwereld van niet-sporters*. (pp. 83-100). Nieuwegein/'s Hertogenbosch: Arko Sports Media/W.J.H. Mulier Instituut.
- Hoekman, R., Knol, F. & van der Poel, H. (2010). Ruimte en accommodaties voor sport. In: A., Tiessen-Raaphorst, D., Verbeek, J., de Haan & K., Breedveld (Eds.). *Sport: een leven lang. Rapportage Sport 2010*. (pp. 204-218). Den Haag/'s Hertogenbosch: Sociaal Cultureel Planbureau (SCP)/W.J.H. Mulier Instituut.
- Houben, M., Mortelmans, D., Jacobs, T. & Vanden Boer, L. (2004). *Geslachts- en leeftijdspatronen in uithuizigheid bij Vlaamse ouderen* (PSW Paper 2004/2). Antwerpen: Universiteit Antwerpen.
- Hull, C. E. & Lio, B. H. (2006). Innovation in non-profit and for-profit organizations: Visionary, strategic, and financial considerations. *Journal of Change Management*, 6(1), 53-65.

- Hustinx, L. (2009). De individualisering van het vrijwillig engagement. In: G. Buijs, P. Dekker & M. Hooghe (Eds.). *Civil society tussen Oud en Nieuw*. (pp. 211-225). Amsterdam: Aksant.
- Hustinx, L. & Lammertyn, F. (2003). Collective and reflexive styles of volunteering: a sociological modernization perspective. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 14(2): 167-187.
- ISB (Vlaams Instituut voor sportbeheer en recreatiebeleid) (2014a). *Besparing(sintenties) gemeenten voor sport*. Persrapport maart 2014.
- ISB (Vlaams Instituut voor sportbeheer en recreatiebeleid) (2014b). Buurtsport. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.isbvzw.be/nl/557/papers/113/buurtsport.html>.
- ISB (Vlaams Instituut voor sportbeheer en recreatiebeleid) (2014c). ISB lanceert 'Ecosportief, sporten doe je spoorloos!'. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.isbvzw.be/press/2839>.
- ISBO International Speed Badminton Organisation (2014). ISBO Organisation. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.isbo-speedbadminton.com/isbo/organisation/>.
- KaBOOM! (2014). KaBOOM!. Online geraadpleegd op 29 september 2014 via <http://kaboom.org/>.
- KBVB Koninklijke Belgische Voetbalbond (2014a). Good practices binnenland. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.belgianfootball.be/nl/good-practices-binnenland>.
- KBVB Koninklijke Belgische Voetbalbond (2014b). +Projecten. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.belgianfootball.be/nl/projecten>.
- King Pong (2014). Over King Pong. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://kingpong.vttl.be/index.php?r=site/presentation>.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2006). *Marketing. De essentie*. Amsterdam: Pearson Education Benelux.
- Kriekels, J. (2013). *Innovate or die*. Tilt: Lannoo.
- Laermans, R. (1993a). Meer individuele mogelijkheden, minder sociale dwang? Enkele cultuursociologische kanttekeningen bij het naoorlogse individualiseringsproces. In: W.A. Dumon, G. Fauconnier, R. Maes, G. Bouckaert, B.J. De Clercq & D. De Groff (Eds.). *Scenario's voor de toekomst. Feestbundel naar aanleiding van 100 jaar sociale wetenschappen aan de KU Leuven* (pp. 137-151). Leuven: Acco.
- Lee, R. P., Ginn, G. O. & Naylor, G. (2009). The impact of network and environmental factors on service innovativeness. *Journal of Services Marketing*, 23(6), 397-406.
- Les Mills (2014). About us. Online geraadpleegd op 10 oktober 2014 via <http://www.lesmills.com/>.
- Let's Go Urban (2014). Let's Go Urban. Online geraadpleegd op 29 september 2014 via <http://www.letsgourban.be/>.
- Limstrand, T. (2008). Environmental characteristics relevant to young people's use of sport facilities. A review. *Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports* 18: 275-287.
- Loret, A. (1995). *La génération glisse. Dans l'eau, l'air, la neige... La révolution du sports des 'années fun'*. Paris: Autrement.
- Lucassen, J. & Breedveld, K. (2008). Sportmarkt biedt kansen voor verenigingen én noot tot actie. Fricties tussen verenigingsaanbod en wensen van sportbevolking in beeld. *Sport, Bestuur & Management* 11(1): 28-29.

- Lucassen, J. & Tiessen-Raaphorst, A. (2006). De kwaliteit van dienstverlening in een pluriform sportmarkt. In: K. Breedveld & A. Tiessen-Raaphorst (Eds.). *Rapportage Sport 2006*. (pp. 342-369). Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.
- Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen MVO Vlaanderen (2014). Wat is MVO. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.mvovlaanderen.be/over-mvo/wat-is-mvo/>.
- Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen MVO werkt!? (2014). Presentaties. Cases. Wouter Torfs Schoenen Torfs. 360° zorgzaamheid. Online geraadpleegd op 4 oktober 2014 via <http://mvowerkt.be/presentaties>.
- MacKay, H. (2001). The information society. Continuity or change? In: H. Mackey, W. Maples & P. Reynolds (Eds.). *Investigating the information society*. London: Open University.
- Marée, M., Gijssels, C., Loose, M., Rijpens, J. & Franchois, E. (2008). *Verenigingen in België*. Een kwantitatieve en kwalitatieve analyse van de sector, editie 2008. Brussel: Koning Boudewijnstichting.
- Mazzucato, M. (2013). *The entrepreneurial state. Debunking public vs private sector myths*. London: Anthem.
- McConnell, V.P. (2002). Composieten in sportartikelen. In: I. Verpoest (Ed.). *Van bakeliet tot composiet. Design met nieuwe materialen*. (pp. 90-115). Oostkamp: Stichting Kunstboek.
- McDonald, R. E. & Srinivasan, N. (2004). Technological innovations in hospitals: What kind of competitive advantage does adoption lead to? *International Journal of Technology Management*, 28(1), 103-117.
- Moens, M. & Scheerder, J. (2004). Social determinants of sports participation revisited. The role of socialization and symbolic trajectories. *European Journal for Sport and Society*, 1(1): 35-49.
- Mohr, L. B. (1969). Determinants of innovation in organizations. *The American Political Science Review*, 63, 111-126.
- Moore, L. (2007). Sport & commodification. A reflexion on key concepts. *Journal of Sport and Social Issues*, 31(2): 128-142.
- Mortelmans, D. (2007). *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven: Acco.
- Multimove (2014). Multimove voor kinderen. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.multimove.be/>.
- Nassen, D. (2014). Sociale innovatie en sport. Alternatieve ondernemings- en financieringsvormen. *Vlaams Tijdschrift voor Sportbeheer* 241, 104-107.
- Newell, S. & Swan, J. (1995). The diffusion of innovations in sport organizations: An evaluative framework. *Journal of Sport Management*, 9(3), 317-333.
- Ogburn, W.F. (1922). *Social change. With respect to culture and original nature*. New York, NY: Heubsch.
- OKRA-SPORT (2014). Over OKRA-SPORT. Elke Club telt. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.okrasport.be/page?page=22573>.
- Pelleriaux, K. (2001). *Demotie en burgerschap. De culturele constructie van ongelijkheid in de kennismaatschappij*. Brussel: VUBPress.
- Pilates (2014). Pilates. Online geraadpleegd op 10 oktober 2014 via <http://www.pilateslessen.be/>.
- Pine, B.J. & Gilmore, J.H. (1999). *The experience economy. Work is theatre and every business a stage. Goods and services are no longer enough*. Boston, MA: Harvard Business School.

- Pinxten, R. (1994). *Culturen sterven langzaam: over interculturele communicatie*. Antwerpen: Hadewijch.
- Poli, R. (2010). Understanding globalization through football. The new international division of labour, migratory channels and transnational trade circuits. *International Review for the Sociology of Sport*, 35(4): 491-506.
- Putnam, R. (1993). *Making democracy works. Civic traditions in modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Putnam, R. (2000). *Bowling alone. The collapse and revival of American community*. New York, NY: Simon & Schuster.
- Rafoss, K. & Troelsen, J. (2010). Sport facilities for all? The financing, distribution and use of sports facilities in Scandinavian countries. *Sport in Society* 13(4), 643-656.
- Rein, I., Kotler, P. & Shields, B. (2006). *The elusive fan. Reinventing sports in a crowded marketplace*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Renson, R. (1998). Rebellion of the body. In: J. Møller & J.S. Andersen (Eds.). *Society's watchdog or showbizz' pet?* (pp. 110-126). Vejle: Danish Gymnastics & Sports Association.
- Renson, R. (2006). Boodschappen uit de toekomst. Sport en bewegingscultuur in het derde millennium (Epiloog). In: P. De Knop, J. Scheerder & B. Vanreusel (Eds.). *Sportsociologie. Het spel en de spelers*. 2^{de} editie. (pp. 525-536). Maarssen: Elsevier Gezondheidszorg.
- Renson, R. & Meulders, B. (2005). Cultural aspects of sport and development. In: ICSSPE (Ed.). *International forum sports and development. Economy, culture, ethics* (Bad Boll, 2005). (pp. 1-6). Bad Boll: Evangelische Akademie/International Council of Sport Science & Physical Education.
- Robbins, S.P. & Coulter, M. (2003). *Management*. 7th edition. Pearson Education.
- Robinson, D., Hewitt, T. and Harris, J. (2000). Why inter-organisational relationships matter. In D. Robinson, T. Hewitt and J. Harris (Eds.), *Managing development. Understanding inter-organizational relationships*. (pp. 1-16). London: Sage.
- Rogers, E.M. (1983). *Diffusion of innovations*. New York, NY: Free Press.
- Scheerder, J. (2000). *Fysieke gezondheid, verschijning, ervaring en het hedendaagse vrijetijdslichaam*. *Vrijetijdstudies*, 18(3/4), 5-20.
- Scheerder, J. (2004). *Spelen op het middenveld. Vrijetijdssport als ontspanning, ontplooiing en ontmoeting* (Cultuursociologische Essays 4). Tiel: Lannoo.
- Scheerder, J. (2006a). Sport en senioren. Naar een kwalitatief actief vrijetijdsaanbod voor toekomstige ouderengeneraties. In: P. De Knop, J. Scheerder & B. Vanreusel (Eds.). *Sportsociologie. Het spel en de spelers*. 2^{de} uitgave. (pp. 380-389). Maarssen: Elsevier Gezondheidszorg.
- Scheerder, J. (2006b). Prestatie, sensatie en digitalisatie. Het lichaam in de postmoderne bewegingscultuur. In: P. De Knop, J. Scheerder & B. Vanreusel (Eds.). *Sportsociologie. Het spel en de spelers*. (pp. 270-276). Maarssen: Elsevier Gezondheidszorg.
- Scheerder, J. (2007). *Tofsport in Vlaanderen. Groei, omvang en segmentatie van de Vlaamse recreatiesportmarkt*. Antwerpen: F&G Partners.
- Scheerder, J. & Boen, F. (2009). *Vlaanderen loopt! Sociaal-wetenschappelijk onderzoek naar de loopsportmarkt*. (Sociaalwetenschappelijk onderzoek naar Bewegen & Sport 1). Gent: Academia Press.

- Scheerder, J., Boen, F., Vos, S., Pelssers, J., Thibaut E. & Vandermeersch, H. (2011a). *Ouderen in-actie(f)? Sociaal-wetenschappelijk onderzoek naar sportdeelname en sportbehoeften van 55-plussers in Vlaanderen* (Sociaalwetenschappelijk onderzoek naar Bewegen & Sport 4). Gent: Academia Press.
- Scheerder, J., Borgers, J., Vanreusel, B. & Vos, S. (2014a). *Geen loopcultuur zonder lichte loopinfrastructuur? Een studie naar het aanbod en gebruik van Finse pistes in Vlaanderen* (Beleid & Management in Sport 20). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.
- Scheerder, J., e.a. (2015). *Sport light* (Beleid & Management in Sport 23). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid. (in voorbereiding)
- Scheerder, J., Lagae, W. & Boen, F. (Eds.) (2011). *Vlaanderen fietst! Sociaalwetenschappelijk onderzoek naar de fietssportmarkt*. (Sociaalwetenschappelijk onderzoek naar Bewegen & Sport 3). Gent: Academia Press.
- Scheerder, J., Taks, M., Vanreusel, B. & Renson, R. (2005). Social changes in youth sports participation styles 1969-1999. The case of Flanders (Belgium). *Sport, Education & Society*, 10(3): 321-341.
- Scheerder, J., Thibaut, E., Pauwels, G., Vandermeersch, H. & Vos, S. (2011b). *Sport in clubverband. Analyse van de clubgeorganiseerde sport in Vlaanderen (Deel 1)* (Beleid & Management in Sport 8). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.
- Scheerder, J., Thibaut, E., Pauwels, G., Vandermeersch, H., Winand, M. & Vos, S. (2012). *Sport in clubverband. Uitdagingen voor de clubgeorganiseerde sport (Deel 2)* (Beleid & Management in Sport 9). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.
- Scheerder, J., Thomis, M., Vanreusel, B., Lefevre, J., Renson, R., Vanden Eynde, B., Beunen, G. (2006). Sports participation among females from adolescence to adulthood. A longitudinal study. *International Review for the Sociology of Sport*, 41(3-4): 413-430.
- Scheerder, J. & Van Bottenburg, M. (2010) Sport light. De opkomst van lichte organisaties in de sport. In: Pattyn, B. & Raymaekers, B. (eds.) *In gesprek met morgen* (Lessen voor de eenentwintigste eeuw 16). (pp. 89-120). Leuven: Universitaire Pers.
- Scheerder, J. & Vandermeersch, H. (2013). *Beweging in beleid/beleid in beweging. Het publieke beheer van de sport- en bewegingssector* (Management & Bestuur in Sport 4). 2^{de} herziene uitgave. Gent: Academia Press.
- Scheerder, J., Vandermeersch, H., Borgers, J., Thibaut, E. & Vos, S. (2013). *Vlaanderen sport! Vier decennia sportbeleid en sportparticipatie* (Sociaalwetenschappelijk onderzoek naar Bewegen & Sport 5). Gent: Academia Press.
- Scheerder, J., Vandermeersch, H., Van Tuyckom, C., Hoekman, R., Breedveld, K. & Vos, S. (2011d). *Understanding the game: sport participation in Europe. Facts, reflections and recommendations* (Sport Policy & Management 10). Leuven: University of Leuven/Research Unit of Social Kinesiology & Sport Management.
- Scheerder, J. & Vanreusel, B. (2006). 'Sport' in beweging. De bewegingscultuur in een veranderende samenleving. In: P. De Knop, J. Scheerder & B. Vanreusel (Eds.). *Sportsociologie. Het spel en de spelers*. 2^{de} uitgave. (pp. 35-61). Maarssen: Elsevier Gezondheidszorg.
- Scheerder, J. & Vanreusel, B. (2009). Over gulzige instituties en lichte gemeenschappen. Het Vlaams Sport-voor-Allen beleid in een stroomversnelling. In: H. Wittock & T. Van Steendam (Eds.). *Sport verruimd. 5 jaar Vlaams Sportbeleid (2004-2009)*. (pp. 30-53). Kessel-Lo: Van der Poorten.

- Scheerder, J. & Vanreusel, B. (2011). De actieve sportbeoefening in Nederland en Vlaanderen. Een gelijkspel? In: P. De Knop, J. Scheerder & B. Vanreusel (Eds.). *Sportsociologie. Het spel en de spelers*. (2^e editie). (pp.103-122). Maarssen: Elsevier Gezondheidszorg.
- Scheerder, J., Vanreusel, B., Beunen, G., Claessens, A., Renson, R., Vanden Eynde, B., Lefevre, J. (2008). Lifetime adherence to sport and physical activity as a goal in physical education. In search of evidence from longitudinal data. In: Seghers J., Vangrunderbeek H. (Eds.), *Physical education research. What's the evidence*. (pp. 29-40). Leuven: Acco.
- Scheerder, J. & Vos, S. (2010a). *Sportclubs in beeld. Basisrapportering over het Vlaamse Sportclub Panel 2009 (VSP09)* (Beleid & Management in Sport 4). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.
- Scheerder, J., & Vos, S., m.m.v. Breesch, D., Lagae, W. & Van Hoecke, J. (2010b). *De fitnesssector in beeld. Basisrapportering over het Vlaamse Fitness Panel 2009 (VFP09)* (Beleid & Management in Sport 3). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.
- Scheerder, J. & Vos, S. (2011). Social stratification in adults' sport participation from a time-trend perspective. Results from a 40-year household study. *European Journal for the Sociology of Sport* 8(1/2): 31-44.
- Scheerder, J. & Vos, S. (2014). *De krijtlijnen van het speelveld. Organisatie en planning van sport en sportbeleid in Vlaanderen* (Management & Bestuur in Sport 7). 2^{de} uitgave. Gent: Academia Press.
- Scheerder, J., Vos, S., Pabian, S., De Martelaer, K., Lefevre, J., Philippaerts, R. (2011c). Actieve vrijetijdssport in Vlaanderen: trends, profielen en settings. In: J. Lievens & H. Waeye (Eds.). *Participatie in Vlaanderen. Eerste analyses van de Participatiesurvey 2009*. (pp. 43-82). Leuven: Acco.
- Scheerder, J., Vos, S., Vandermeersch, H. & van Poppel, M. (2014b). *Sportdiensten in beeld. Basisrapportering over het Vlaamse Sportdienst Panel (VSDP1.0)* (Beleid & Management in Sport 21). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.
- Scheerder, J., Zintz, T. & Delheye, P. (2011e). The organisation of sport in Belgium. Between public, economic and social profit. In: C. Sobry (Ed.). *Sport structures in Europe*. Paris: Ministry of Youth & Sport.
- Schnabel, P. (2006). Een prettig gevuld bestaan. Hoe ouderen hun tijd besteden. In: D. Van den Brink & F. Heemskerk (Eds.). *De vergrijzing leeft. Kansen en keuzes in een verouderde samenleving*. (pp.179-191). Amsterdam: Bert Bakker.
- Schumpeter, J. (1944). *Capitalism, socialism and democracy*. London: Allen & Unwin.
- Schwartz, C. (2006). Stilstaan bij bewegen. Sport, wetenschap en technologie. *Sportimonium* 26(1-2): 7.1-7.4.
- Sladek, S. & Rubingh, B. (2014). *Lid worden? Waarom zou ik?* Nieuwegein: Arko Sports Media.
- Smits, W. (2011). Join the club. Een profiel van leden van verenigingen en vrijwilligers. In: J. Lievens & H. Waeye (Eds.). *Participatie in Vlaanderen 2. Eerste analyses van de Participatiesurvey 2009*. (pp. 83-119). Leuven: Acco.
- Smits, W. & Elchardus, M. (2004). *Maatschappelijke participatie van jongeren. Bewegen in de sociale, vrijetijds- en culturele ruimte*. Vrije Universiteit Brussel: Vakgroep Sociologie.

- Sociale Innovatiefabriek (2014a). Praktijk. Let's Go Urban. Online geraadpleegd op 29 september 2014 via <http://www.socialeinnovatiefabriek.be/nl/praktijk/lets-go-urban#sthash.j9BFi580.dpbs>.
- Sociale Innovatiefabriek (2014b). Praktijk. KaBOOM! Online geraadpleegd op 29 september 2014 via <http://www.socialeinnovatiefabriek.be/nl/praktijk/kaboom#sthash.OY2mQmbN.dpbs>.
- Soenen, R. (2006). *Het kleine ontmoeten. Over het sociale karakter van de stad*. Antwerpen: Garant.
- Soenen, R. (2009). *De connecties van korte contacten. Een etnografie en antropologische reflectie betreffende transacties, horizontale bewegingen, stedelijke relaties en kritische indicatoren* (Nieuwe reeks van doctoraten in de sociale wetenschappen en in de sociale en culturele antropologie 147). Leuven: KU Leuven/Faculteit Sociale Wetenschappen.
- Speedminton (2014). Speedminton the new dimension in racket sports. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.speedminton.com>.
- Spinning® (2014). About us. Online geraadpleegd op 10 oktober 2014 via <http://www.spinning.com/>.
- Sport en Bewegen (2014a). Onderzoek. We App To Move. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.sportenbewegen.be/onderzoeksprojecten/we-app-to-move/>.
- Sport en Bewegen (2014b). Onderzoek. Beweeghal van de toekomst. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.sportenbewegen.be/onderzoeksprojecten/beweeghal-van-de-toekomst/>.
- Sport Light (2014). Over ons. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://sebertpenen.wix.com/sportlight#!about/c1c32>.
- Sport-Event (2014). Sport-Events. Home. Online geraadpleegd op 29 september 2014 via <http://www.sport-events.be/website/>.
- Sportinnovatieplatform.nl (2014). Nieuws. 's Werelds eerste meerzijdige sportveld ligt in Eindhoven. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via http://www.sportinnovatieplatform.nl/nieuws/319/%E2%80%99s_Werelds_eerste_meerzijdige_sportveld_ligt_in_Eindhoven/.
- Stapel, J. & Keukens, R. (2009). *Sociologie voor gezondheidszorg en verpleegkunde*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Street Action (2014). Over Street Action. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.streetaction.be/street-action/>.
- Surowiecki, J. (2004). *The wisdom of crowds*. New York: Anchor.
- SVR Studiedienst Vlaamse Regering (2014). Vreemde bevolking per gewest. Online geraadpleegd op 12 oktober 2014 via <http://www4.vlaanderen.be/dar/svr/Cijfers/Pages/Excel.aspx>.
- Theeboom, M., Willem, A. & De Rycke, J. (2013). *Onderzoek naar de effectiviteit van sportpromotionele events*. Onderzoek uitgevoerd in opdracht van het Steunpunt Beleidsrelevant Onderzoek Sport. December 2013.
- Thibault, L., Slack, T. & Hinings, B. (1993). A framework for the analysis of strategy in nonprofit sport organizations. *Journal of Sport Management*, 7(1): 25-43.

- Tiessen-Raaphorst, A. (2010a). *Factsheet sportdeelname in Nederland*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau (SCP).
- Tiessen-Raaphorst, A. (2010b). Sportdeelname. In: A., Tiessen-Raaphorst, D., Verbeek, J., de Haan & K., Breedveld (Eds.). *Sport: een leven lang. Rapportage Sport 2010*. (pp. 204-218). Den Haag/'s Hertogenbosch: Sociaal Cultureel Planbureau (SCP)/W.J.H. Mulier Instituut.
- Tiessen-Raaphorst, A., Verbeek, D., de Haan, J. & Breedveld, K. (Red.) (2010). *Sport: een leven lang. Rapportage sport 2010*. Den Haag/'s Hertogenbosch: Sociaal & Cultureel Planbureau/W.J.H. Mulier Instituut.
- Toivonen, M. & Tuominen, T. (2009). Emergence of innovations in services. *The Service Industries Journal* 29(7): 887-902.
- Tushman, M. L. & O'Reilly, C. A. (1996). Ambidextrous organizations. Managing evolutionary and revolutionary change. *California Management Review*, 38(4), 8-30.
- Van Aken, T. (1997). *Sport en postmodernisme. Een verkennend literatuuronderzoek*. (Leuven: KU Leuven; niet-gepubliceerde licentiaatsverhandeling in de lichamelijke opvoeding).
- Van Bottenburg, M. (2001). *Global games*. Urbana/Chicago: University of Illinois Press.
- Van Bottenburg, M. (2004). Individueel en collectief gedrag in de sport. In: J.W. Duyvendak & M. Hurenkamp (Eds.). *Kiezen voor de kudde. Lichte gemeenschappen en de nieuwe meerderheid* (Jaarboek Tijdschrift voor de Sociale Sector) (pp. 85-103). Amsterdam: Van Genneep.
- Van Bottenburg, M. (2005). *There's no business like sportbusiness*. (Oratie uitgesproken op 8 juni 2005). Tilburg: Fontys Economische Hogeschool.
- Van Bottenburg, M. (2006). *Het kapitaal van de sport*. Nieuwegein: Arko Sports Media.
- Van Bottenburg, M. & De Bosscher, V. (2011). An assessment of the impact of sports development on sports participation. In: B. Houlihan & M. Green (Eds.). *Routledge Handbook of Sports Development* (pp. 599-613). London: Routledge.
- Van der Poel, H. (2007). *Tijd voor vrijheid. Inleiding tot de studie van de vrijetijd*. Amsterdam: Boom.
- Van der Wal, J.W., Van den Brink, C. & Kerkhof, B. (2008). *Nieuwe wegen naar winst. Sport en innovatie* (Sport & kennis). Deventer: DaM.
- Van Dijk, J. (2001). *De netwerkmaatschappij. Sociale aspecten van nieuwe media*. Leiden: Hilarius.
- Van Rijn, M. & van Damme, D. (2011). *Evenementenlogistiek. De realisatie van evenementenconcepten in veilige en servicegerichte omgevingen*. S.L.: RijnDam.
- Van Tuyckom, C., Vos, S. & Scheerder, J. (2011). *Metten en weten over zweten*. Gent: Academia Press.
- Vandenbroucke, F. (2000a). *Op zoek naar een redelijke utopie. De actieve welvaartsstaat in perspectief*. Leuven: Garant.
- Vandenbroucke, F. (2000b). De actieve welvaartsstaat. Een Europese ambitie. *Onze Alma Mater* 54(1): 28-48.

- Vanreusel, B. (1975). *De hartfrequentie bij het beoefenen van de Fit-O-Meter. Onderzoek naar het belang van openluchtoefenpaden in het kader van de Sport voor Allen* (Masterproef aangeboden tot het verwerven van de graad van licentiaat in de lichamelijke opvoeding). Leuven: KU Leuven/Instituut voor Lichamelijke Opvoeding.
- Vanreusel, B. (1990). Sportdeelname. Een stijlanalyse. *Hermes* 21(2-3): 735-747.
- Vanreusel, B. (1994). Situatie van de huidige sportvereniging en vrijwilligers. In: NKS (Ed.). *Sportvereniging tussen vrijwilligheid en vrijblijvendheid. Congresverslag* (Sportcahiers 20). (pp. 15-23). 's-Hertogenbosch: Nederalnds Katholieke Sportfederatie..
- Vanreusel, B. (1998). Leerlingen en hun bewegingscultuur. In: Stegeman H., Faber K. (Eds.), *Onderwijs in bewegen. Basisthema's in de lichamelijke opvoeding*. Houten/Diegem: Bohn Stafleu Van Loghum, 115-142.
- Vanreusel, B. (2001). Sport. Bewegingscultuur tussen idealisering en degradering. In: B. Raymaekers, A. Van de Putte (Eds.). *Moeten, mogen, kunnen. Ethiek en wetenschap* (Lessen voor de 21^{ste} eeuw 7). (pp. 70-86). Leuven: Universitaire Pers Leuven.
- Vanreusel, B. & Scheerder, J. (2000). *Sport: cultuur in beweging. Een verkenning van cultuurtrends in de sport*. Brussel: Koning Boudewijnstichting.
- Vekeman, A., Colpaert, J., Praet, A., Meulders, M., Scheerder, J. (2011). De niet-gebruikswaarde bij waardering van cultuur en sport. In: Lievens J., Waeghe H. (Eds.), *Participatie in Vlaanderen 2. Eerste analyses van de Participatiesurvey 2009*. Leuven/Den Haag: Acco Academic, 375-407.
- Verhaar, J. (2010). *Projectmanagement. Een professionele aanpak van evenementen*. Den Haag: Boom uitgevers.
- Verpoest, I. (2002). Met het oog op snelheid en vorm. In: I. Verpoest (Ed.). *Van bakeliet tot composiet. Design met nieuwe materialen*. (pp. 84-89). Oostkamp: Stichting Kunstboek.
- Versonnen, A. & Bogaert, H. (2008). *Bevolkingsvooruitzichten 2007-2008* (Planning Paper 105). Brussel: Federaal Planbureau/Algemene Directie Statistiek & Economische Informatie.
- VJF Vlaamse Judofederatie (2014). Judo 55+. Algemeen info. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.vjf.be/category/judo-55/algemene-info>.
- VJJF Vlaamse Ju-Jitsu Federatie (2014). sChOOL JITSU. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.vjjf.be/?menu=0&sub=16>.
- Vlaamse overheid (2001). *Decreet van 13 juli 2001 houdende de regeling van de erkenning en subsidiëring van de Vlaamse sportfederaties, de koepelorganisatie en de organisaties voor de sportieve vrijetijdsbesteding*. Belgisch Staatsblad, gepubliceerd op 14 september 2001.
- Vlaamse overheid (2007). *Decreet van 9 maart 2007 houdende de subsidiëring van gemeente- en provinciebesturen en de Vlaamse Gemeenschapscommissie voor het voeren van een Sport voor Allen-beleid*. Belgisch Staatsblad, gepubliceerd op 4 mei 2007.
- Vlaamse overheid (2008). *Decreet van 18 januari 2008 houdende de flankerende en stimulerende maatregelen ter bevordering van de participatie in cultuur, jeugdwerk en sport*. Belgisch Staatsblad, 4 april 2008.
- Vlaamse overheid (2009). *Door samenspel scoren. Naar een gezond, duurzaam, resultaatgericht sportbeleid* (Beleidsnota Sport 2009-2014). Brussel: Vlaamse Regering.

- Vlaamse overheid (2012). *Decreet van 6 juli 2012 houdende de stimulering en subsidiëring van het lokaal sportbeleid*. Belgisch Staatsblad, gepubliceerd op 16 augustus 2012.
- Vlaamse overheid (2013). *Beleidsbrief sport. Beleidsprioriteiten 2013-2014* (18 oktober 2013). Brussel: Vlaams Parlement.
- Vlaamse overheid (2014). *Decreet van 21 maart 2014 houdende wijziging van diverse bepalingen van het decreet van 18 januari 2008 houdende de flankerende en stimulerende maatregelen ter bevordering van de participatie in cultuur, jeugdwerk en sport*. Belgisch Staatsblad, 16 juni 2014.
- Vlaamse Regering (2014). *Regeerakkoord Vlaamse Regering 2014-2019* (23 juli 2014). Brussel.
- Vonck, E., Verte, D., De Donder, L., Buffel, T., De Witte, N. & Dury, S. (2010). Older people and sport. looking beyond the health perspective. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 2(1), ISSN 1309-8063 (online).
- Vos, S. & Scheerder, J., m.m.v. Breesch, D., Késenne, S., Lagae, W., Van Hoecke, J. & Vanreusel, B. (2011). De aanbodzijde van de sportmarkt op lokaal niveau. Eigenheid, gelijkenissen en interorganisatiele verhoudingen. In: R. Philippaerts (Ed.). *Sport voor Allen. Strategieën voor laagdrempelig bewegen en sporten in Vlaanderen*. (pp. 33-69). Leuven: Acco.
- Vos, S. & Scheerder, J. (2012a). (Samen)spel tussen overheid, middenveld en markt? Een analyse van gelijkenissen, verschillen en interorganisatiele verhoudingen tussen aanbieders van breedtesport in Vlaanderen. *Praktijkids Sportmanagement V.3 Cases – Afl.44/juni 2012*: Vos. 1-26.
- Vos, S. & Scheerder, J. (2012b). *Haven voor sportclubs? Analyse van de clubgeorganiseerde sport in de stad Antwerpen* (Beleid & Management in Sport 14). Leuven: KULeuven/Onderzoekscentrum voor Sportbeleid & Sportmanagement.
- Vos, S. & Scheerder, J. (2014). Fact or fiction? An empirical analysis of cooperation between mass sport providers at the local level. *European Journal for Sport & Society* 11(1):7-34.
- Vrind (2013). *Vlaamse regionale indicatoren*. Studiedienst Vlaamse Regering (SVR): Brussel.
- VSF Vlaamse Sportfederatie (2014). Participatieproject kansengroepen: enkele wijzigingen. Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.vlaamsesportfederatie.be/nieuws/participatieproject-kansengroepen-enkele-wijzigingen>.
- We are freerunning (2014a). Informatie over freerunning. Online geraadpleegd op 2 oktober 2014 via <http://www.wearefreerunning.be/informatie/>.
- We are freerunning (2014b). Clubs. Online geraadpleegd op 2 oktober 2014 via <http://www.wearefreerunning.be/clubs/>.
- Westerbeek, H., Smith, A., Turner, P., Emery, P., Green, C., van Leeuwen, L. & Rubingh, B. (2005). *Management van sportaccommodaties en –evenementen*. Nieuwegein: Arko Sports Media.
- Wicker, P., Breuer, C. & Pawlowski, T. (2009). Promoting Sport for All to age-specific target groups. The impact of sport infrastructure. *European Sport Management Quarterly* 9(2): 103-118.
- Wielerbond Vlaanderen (2014). Gezond groeien in de koers. Help mijn kind koerst! Online geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://ggidk.dewielerbond.be/Nieuwsbericht.aspx?Categorie=7&NieuwsberichtID=8>.

- Wilterdink, N., Van Bottenburg, M., Gerritsen, J.W. (1996). Politieke modernisering en natiestaat. In: J. Van Hoof & J. Van Ruysseveldt (Eds.). *Sociologie en de moderne samenleving: maatschappelijke veranderingen van de industriële revolutie tot in de 21^{ste} eeuw* (pp. 187-215). Heerlen: Open Universiteit.
- Winand M., Rihoux, B., Qualizza, D. & Zintz, T. (2011a). Combinations of key determinants of performance in sport governing bodies. *Sport, Business and Management: An International Journal* 1(3): 234-251.
- Winand, M., Scheerder, J., Vos, S. & Zintz, T. (2011b). *Attitude, changement et innovation. Les fédérations sportives communautaires de Belgique*. Gestion & Management du Sport, 11. Leuven/Louvain-la-Neuve: KULeuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement – Université catholique de Louvain/Chaire Olympique Henri de Baillet Latour & Jacques Rogge en Management des Organisations Sportives.
- Winand, M., Vos, S., Zintz, T. & Scheerder, J. (2013). Determinants of service innovation: a typology of sports federations. *International Journal of Sport Management & Marketing* 13(1/2): 55-73.
- Zumba® (2014). About. Online geraadpleegd op 10 oktober 2014 via <http://www.zumba.com/>.

OVER DE AUTEURS

JEROEN SCHEERDER is professor sportbeleid en sportmanagement aan de Faculteit Bewegings- & Revalidatiewetenschappen van de KU Leuven. Hij staat aan het hoofd van de Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid, waar een vijftiental onderzoekers sociaalwetenschappelijk beleidsgericht sport- en bewegingsonderzoek verrichten. Jeroen Scheerder studeerde antropologie, bewegingswetenschappen en marketing. Hij doceert binnen het vakgebied van (publiek) beleid en management inzake sport en fysieke activiteit en verzorgt gastlezingen in internationale onderwijsprogramma's. Hij is gastprofessor aan de universiteiten van Cassino, Jyväskylä, Kaunas, Keulen en Porto, en is gastdocent in de *Expert Class in Professioneel Sportmanagement* aan de Vrije Universiteit Brussel, de *Advanced Studies in Sports Law & Policy* aan de KU Leuven, de *BanaBa in Advanced Business Management/Sportmanagement* aan de KHLeuven en de opleiding tot sportfunctionaris van de Vlaamse Trainersschool (VTS). Van 2005 tot 2007 was hij gastprofessor sportsociologie aan de Faculteit Politieke & Sociale Wetenschappen van de Universiteit Gent. Samen met Prof. Koen Breedveld en drs. Remco Hoekman van het Nederlandse Mulier Instituut richtte hij in 2010 het Europese MEASURE-netwerk op. In 2012 werd hij verkozen tot vicepresident van de *European Association for Sociology of Sport* (EASS). Sinds 2014 is hij president van deze Europese wetenschapsorganisatie. Jeroen Scheerder verricht sociaalwetenschappelijk onderzoek met betrekking tot participatie en consumptie van sport en fysieke activiteit enerzijds en het (marketing)beleid van private en publieke sport- en bewegingsorganisaties anderzijds. Zijn wetenschappelijke expertise situeert zich daarnaast in de ontwikkeling van sociaalwetenschappelijke meetinstrumenten, met name interviews, focusgroepen, panels en surveys. Hij is (co-)auteur van meer dan 50 artikels in peer-reviewed tijdschriften, is editor/auteur van een 20-tal boeken omtrent sport, beleid en participatie, en is reekseditor van de MBS-boeken (*Management & Bestuur in Sport* uitgegeven bij Academia Press), van de BMS-rapporten (*Beleid & Management in Sport*, www.faber.kuleuven.be/BMS), samen met Prof. Steven Vos, drs. Jeroen Meganck en drs. Erik Thibaut) en van de SBS-boeken (*Sociaalwetenschappelijk onderzoek naar Bewegen en Sport* uitgegeven bij Academia Press, samen met Prof. Steven Vos). Hij voerde studies uit voor diverse opdrachtgevers, waaronder de Europese Commissie, de Koning Boudewijnstichting, de Vlaamse overheid, de stad Antwerpen, Tofsport Vlaanderen en een aantal sportfederaties. Hij is (co-)promotor van tien doctoraatsprojecten binnen de domeinen sportbeleid, sportbestuur, sportmarketing en sportsociologie en een van de promotoren van het wetenschappelijk Steunpunt voor beleidsgericht

onderzoek Sport (2012-2015) en van het wetenschappelijk Steunpunt voor beleidsgericht onderzoek Cultuur, Jeugd & Sport (2007-2011). Tussen 1999 en 2007 was hij tewerkgesteld bij een aantal overheidsinstanties op het gebied van sport, cultuur en toerisme. Uithoudingssport is een van zijn passies.

E-mail: Jeroen.Scheerder@faber.kuleuven.be

ELIEN CLAES is wetenschappelijk medewerker binnen de Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid aan de KU Leuven. Ze studeerde af als master in de Lichamelijke Opvoeding en Bewegingswetenschappen (major Sportmanagement) in 2013. Daarnaast behaalde ze de graad van leerkracht in de Lichamelijke Opvoeding binnen de Specifieke Lerarenopleiding van de KU Leuven in 2014. Haar onderzoeksinteresses gaan onder meer uit naar sportbeleid en –management, en meer specifiek de sociale pijler hiervan. Elien voert momenteel onderzoek naar het sportfederatielandschap op Vlaams en internationaal niveau.

E-mail: Elien.Claes@faber.kuleuven.be

BART VANREUSEL is professor aan de Faculteit Bewegings- en Revalidatiewetenschappen (FaBeR) van de KU Leuven. Hij is lid van de onderzoeksgroep Sport- en Bewegingsbeleid in het Departement Bewegingswetenschappen. Hij doceert onder meer sociale kinesiologie en sociologie van sport en bewegingscultuur. Hij is lid van de European Association for Sociology of Sport en voormalig secretaris-generaal van de International Sociology of Sport Association. Hij publiceerde bijdragen in internationale peer-reviewed tijdschriften en boeken over sportsociologische thema's. Samen met Paul De Knop en Jeroen Scheerder publiceerde hij onder meer het handboek *Sportsociologie: het spel en de spelers*. In Vlaanderen was hij voorzitter en huidig lid van de Vlaamse Sportraad, het adviesorgaan voor sportbeleid. Hij bestudeert processen van sociale verandering in de sport, van lokale sportbeoefening en Sport voor Allen tot wereldsportevenementen, met een bijzondere aandacht voor 'sport and sociale change' projecten in het kader van sport en ontwikkelingsamenwerking. Hij blijft actief buitensportbeoefenaar.

E-mail: Bart.Vanreusel@faber.kuleuven.be