

Het sport- en beweggedrag van Young Urban Professionals tijdens de coronamaatregelen en hun verwachtingen voor de toekomst

Factsheet 2020/25

Eva Heijnen & Vicky Dellas

Inleiding

Sinds half maart 2020 gelden in Nederland maatregelen om verspreiding van het coronavirus tegen te gaan. Alle sportaccommodaties en fitnesscentra werden gesloten en volwassenen (18+) mochten enkel thuis of buiten sporten en bewegen, met maximaal twee andere personen op anderhalve meter afstand. Versoepeling van deze maatregelen vond plaats vanaf 11 mei toen volwassenen weer mochten sporten bij buitensportaccommodaties (op anderhalve meter afstand) en per 1 juli waren alle binnen- en buitensporten weer toegestaan. In deze factsheet gaan we in op het sport- en beweggedrag van Young Urban Professionals tijdens de periode **15 maart tot en met 11 mei 2020**. Dit zijn hoogopgeleide professionals tussen de 25 en 35 jaar die in een stedelijke omgeving wonen.

Young Urban Professionals zijn een belangrijke groep consumenten in de sportsector. De deelname aan sport en bewegen door volwassenen is het hoogst onder jongvolwassenen en hoger opgeleiden[1]. De huidige Young Urban Professionals worden ook aangeduid als de millennialgeneratie en als invloedrijke groep gezien bij veranderingen in consumptiegedrag[2]. Millennials worden vaak omschreven als innovators en early adopters[3]. Innovators en early adopters accepteren snel nieuwe ideeën en producten en zijn voorlopers van nieuwe trends[4]. De factoren die Rogers[4] beschrijft voor een succesvolle innovatie van nieuwe ideeën, producten en trends zijn ook op sporten van toepassing[5]. De cijfers zijn verzameld door middel van een online vragenlijst die door 329* respondenten is ingevuld. Aanvullend op de vragenlijst zijn negentien interviews afgenomen. De verantwoording van het onderzoek is te vinden op de laatste pagina.

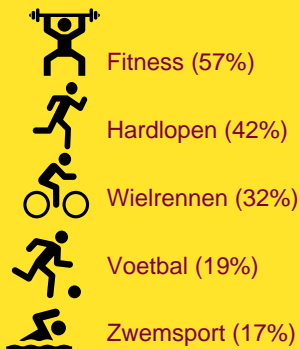
'Normaal' voorjaar zonder coronamaatregelen



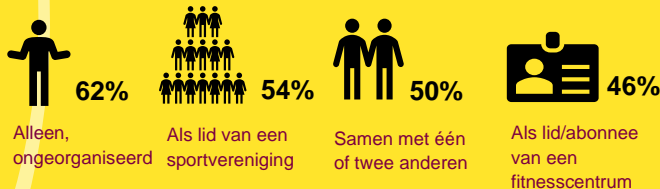
Gemiddeld 2,7 uur per week wandelen in de vrije tijd (n=328)

(n=329, meerdere sporten mogelijk)

Gemiddeld 6,1 uur per week besteed aan alle sporten (n=322, basis is sporters)



(n=322, basis is sporters, meer antwoorden mogelijk)



(n=322, basis is sporters, meer antwoorden mogelijk)



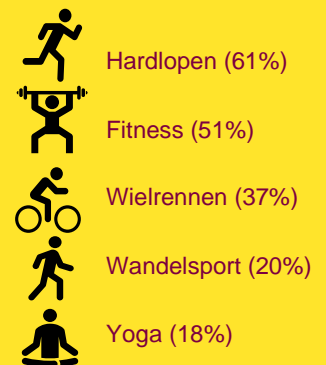
Voorjaar met coronamaatregelen tussen 15 maart tot 11 mei 2020



Gemiddeld 4,1 uur per week wandelen in de vrije tijd (n=329)**

(n=329, meerdere sporten mogelijk)

Gemiddeld 5,3 uur per week besteed aan alle sporten (n=310, basis is sporters)**



(n=310, basis is sporters, meer antwoorden mogelijk)



(n=310, basis is sporters, meer antwoorden mogelijk)



* De n verschilt af en toe van de 329 omdat een extreme waarde niet is meegenomen in de analyse van die vraag of doordat respondenten de vraag niet hebben ingevuld.

** De verschillen tussen een 'normaal' voorjaar zonder coronamaatregelen en afgelopen voorjaar met coronamaatregelen zijn significant.

Het nieuwe sporten was even schakelen en riep verschillende gevoelens en reacties op. Variërend van lichte paniek: *'Hoe moet ik nu mijn schema vasthouden met sporten? Ik zag mezelf niet thuis sporten en dat zou een grote impact hebben op mijn werk en persoonlijk leven'* (man, 26 jaar, individuele sporter), tot wel even kunnen genieten van het niet hoeven sporten: *'In het begin heb je net zoals bij de zomerstop van korfbal, van het is ook wel even lekker. [...] Na een aantal weken bedenk je wel dat je iets anders moet verzinnen omdat er tot september niks is. Je gaat niet 6 maanden stilzitten. Je zoekt dan alternatieven'* (man, 32 jaar, teamsporter). Het merendeel heeft minder gesport dan onder normale omstandigheden, maar heeft positieve ervaringen met nieuwe sporten en wandelen opgedaan. Het sociale aspect van sporten is door velen gemist: *'Ik miste echt het sociale aspect van sporten. [...] ik vond dit mentaal erg zwaar [...] het gebrek aan sporten in een groep zorgde voor minder motivatie'* (vrouw, 29 jaar, individuele sporter). Frustraties liepen uiteen van belemmerd worden door de anderhalve meter tot het ongemakkelijk vinden om thuis te sporten.



De woordwolk is gebaseerd op alle antwoorden die zijn gegeven op de vraag: 'Welke drie woorden komen als eerste in je op als je denkt aan sporten en bewegen tijdens de coronamaatregelen?' Hoe groter het woord, hoe vaker het woord genoemd is.

Top vijf aangeschafte producten die zonder de coronamaatregelen niet waren aangeschaft (n=329)

1. Matje (19%)
2. Weerstandsbanden (14%)
3. Gewichten (12%)
4. Sportkleding (11%)
5. Springtouw (8%)



26 procent gebruikte een app zoals Runtastic of Strava als ondersteuning bij het sporten en bewegen tijdens de coronamaatregelen en had dit product in 'normale' omstandigheden niet gebruikt (n=329)

Het gebruik van een applicatie kan bijdragen aan het behalen en verbeteren van persoonlijke doelen, waardoor de motivatie om tijdens de coronamaatregelen te blijven sporten en bewegen wordt gestimuleerd: *'Dat probeer ik een beetje op te vangen door Strava. Daar heb je van die uitdagingen zoals per maand een bepaalde hoeveelheid kilometer of op één dag 100 kilometer...'* (vrouw, 23 jaar, teamsporter). Ook hebben sommigen online sport- en yogalessen gevolgd. Degenen die sportproducten hebben gekocht om het thuis sporten te faciliteren, geven aan dat dit op een positieve manier heeft bijgedragen aan de kwaliteit van het thuis sporten en het volhouden ervan: *'Met die weerstandsbanden kan ik bijna net zoveel doen als dat ik naar de sportschool ga'* (man, 29 jaar, individuele sporter). De nieuwe sportproducten zijn door sommigen betaald met het geld dat ze hebben bespaard door een bevroren sportschoolabonnement of door de weggevallen sociale activiteiten rond het sporten: *'Je gaat daarna vaak toch wel wat drinken met elkaar. Zo in de maand is dat dan toch best veel. Van dat geld heb ik nu mijn fiets opgeknapt'* (man, 33 jaar, individuele sporter).



62 procent heeft zich (heel) makkelijk aangepast aan de nieuwe manier van sporten en bewegen in de periode van de coronamaatregelen (n=329)



93 procent vond het belangrijk om te blijven sporten en bewegen tijdens de coronamaatregelen (n=329)

In de interviews zijn twee belangrijke aspecten naar voren gekomen die bijdragen aan het makkelijk aanpassen aan de nieuwe manier van sporten en bewegen. Dit zijn intrinsic motivatie en ervaring met de (manieren van) sporten die wel mogelijk zijn. Zowel bij zichzelf als bij anderen zagen de respondenten dat het moeilijk was om aan de maatregelen aan te passen als de motivatie voor het sporten voornamelijk uit het sociale aspect van sporten wordt gehaald of als men bijvoorbeeld nooit eerder heeft hardgelopen of gefietst: *'Ik heb veel vrienden die veel hardlopen en fietsen, maar ik ben afhankelijk van de sportschool. Ik ben niet zo'n duursporter en daar komt het toch wel een beetje op neer in de coronatijd.'* (vrouw, 27 jaar, individuele sporter).

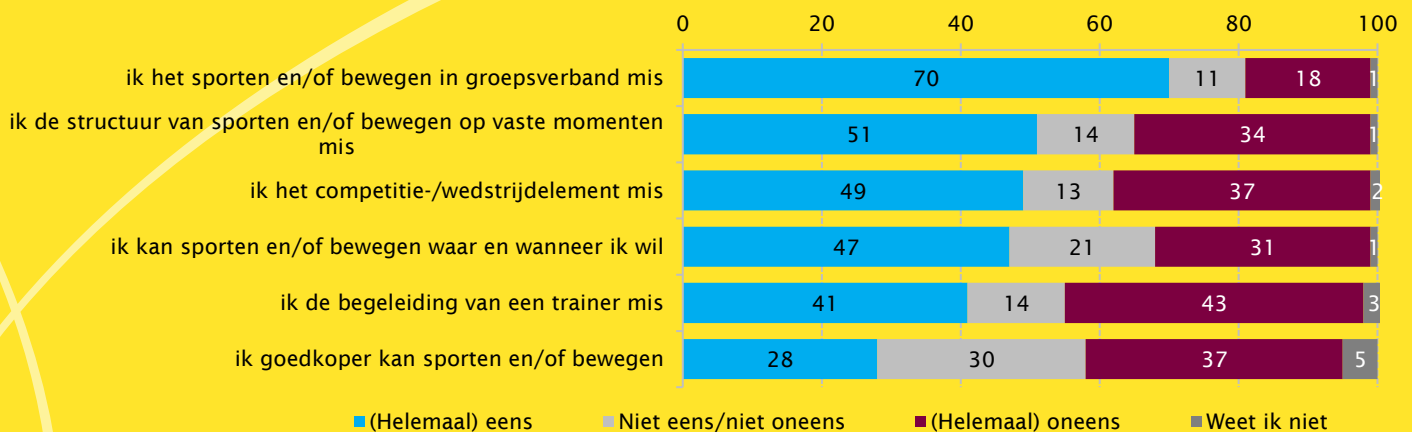
Top vijf motieven om te sporten en bewegen in een 'normaal' voorjaar zonder coronamaatregelen (n=329)

1. Lichaamsbeweging/gezondheid (74%)
2. Behouden/opbouwen van conditie (41%)
3. Uitlaatklep voor dagelijks leven/ontspanning (41%)
4. Gezelligheid/sociale contacten (32%)
5. Leuke activiteit/plezier (27%)

Top vijf motieven om te sporten en bewegen in het voorjaar met coronamaatregelen (n=329)

1. Lichaamsbeweging/gezondheid (83%)
2. Uitlaatklep voor dagelijks leven/ontspanning (56%)
3. Behouden/opbouwen van conditie (48%)
4. Lekker buiten zijn (29%)
5. Afslanken/uiterlijk (21%)

Ik ben door het sporten en/of bewegen tijdens de coronamaatregelen gaan inzien dat ... (in procenten, n=329)

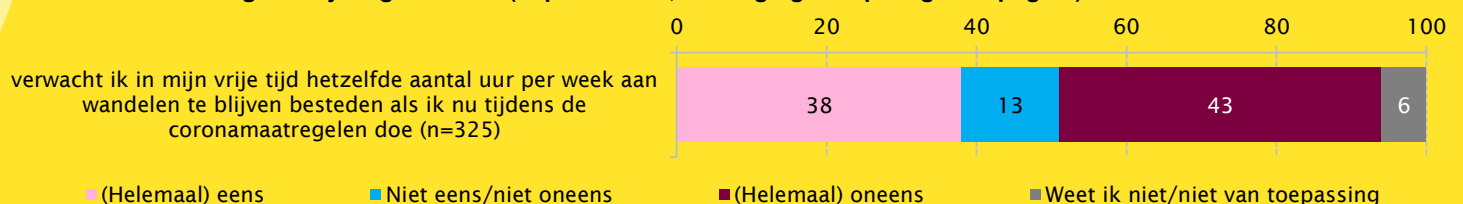


In de interviews benoemen respondenten inzichten die neerkomen op *'ik heb iemand nodig om mee te sporten'*, *'ik heb kennis gemaakt met nieuwe leuke sporten'*, *'ik vind het prettig om te sporten waar en wanneer ik dat wil'* en *'ik heb een doel nodig om te blijven sporten en bewegen'*.



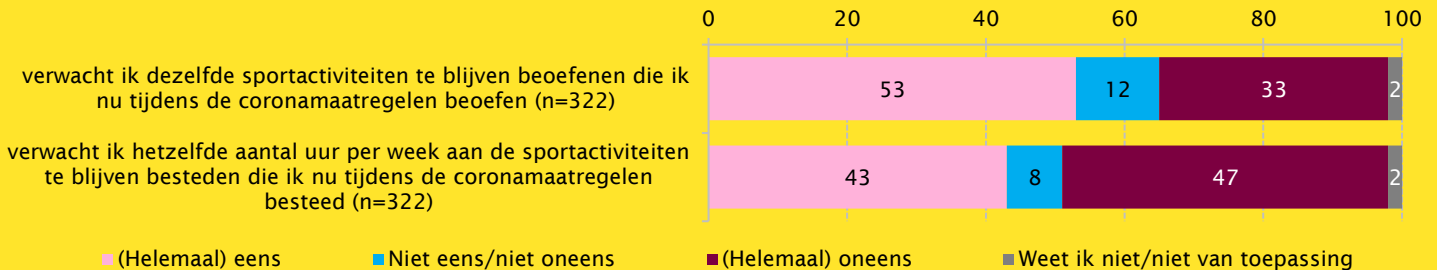
48 procent geeft aan dat nieuwe inzichten ervoor zorgen dat na het afschaffen of versoepelen van de coronamaatregelen het sporten en bewegen anders wordt ingericht (n=329)

Als de coronamaatregelen zijn afgeschaft... (in procenten*, vervolg figuur op volgende pagina)



*De n per stelling is verschillend, omdat respondenten deze vraag niet kregen als ze tijdens corona niet hadden gewandeld.

Als de coronamaatregelen zijn afgeschaft... (in procenten*)



*De n per stelling is verschillend, omdat respondenten deze vraag niet kregen als ze geen sport tijdens corona hadden beoefend.

Bijna alle geïnterviewde Young Urban Professionals kijken ernaar uit het sporten zoals ze dat voor de coronamaatregelen deden op te pakken. Wel is het merendeel van plan om de nieuwe sportactiviteiten, waarmee ze positieve ervaringen hebben opgedaan, hierin te integreren. Zoals andere sporten of wandelen en fietsen: *'Het samen fietsen zal iets afnemen, doordat ik 's avonds weer training ga geven, maar de avonden dat ik geen training geef, zullen we blijven fietsen'* (man, 29 jaar, individuele sporter). Een aantal, waaronder voornamelijk young professionals die in de zorg werken geven aan in de toekomst zorgvuldiger en verantwoordelijker om te gaan met de risico's van het coronavirus of andere virussen dan voorheen: *'Ik vind het voor mezelf wel belangrijk om voorzichtig te zijn rondom het coronavirus en ook echt verantwoordelijkheid te nemen. Ik zal wel bewust blijven van de risico's en de maatregelen proberen te blijven handhaven om verantwoordelijkheid te nemen, juist ook omdat ik in de zorg werk.'* (vrouw, 29 jaar, individuele sporter). Een veel genoemde reden om het sport- en beweeggedrag van voor de coronamaatregelen op te pakken, is omdat dit aansluit bij een vaste structuur van het invullen van de week.

Conclusie

De Young Urban Professionals uit dit onderzoek hebben zich relatief makkelijk kunnen aanpassen aan de sport- en beweegmogelijkheden tijdens de coronamaatregelen tussen 15 maart en 20 mei. Het gebruik van applicaties, online sportlessen, de aanschaf van sportproducten, intrinsieke motivatie en reeds aanwezige kennis van alternatieve mogelijkheden hebben hieraan bijgedragen. De respondenten kijken er naar uit de manier van sporten en bewegen van voor de coronaperiode weer op te pakken, maar zijn wel van plan nieuwe manieren van sporten en bewegen en inzichten, opgedaan in de afgelopen periode, mee te nemen. De integratie van deze twee dimensies kan weleens een uitdaging zijn. Het is aannemelijk dat met de versoepeling van de maatregelen de agenda's van deze groep jonge stedelingen weer snel worden gevuld. Hoe het proces van deze integratie zal verlopen, wordt in een volgende meting onderzocht.

Verantwoording

De kwantitatieve resultaten in deze factsheet betreffen 329 respondenten van 25 tot en met 35 jaar, met een afgeronde hbo of wo-opleiding, werkzaam en wonend in een stedelijk gebied. Respondenten zijn benaderd via sociale media tussen 15 mei en 28 juni en zijn bevraagd over de periode 11 maart tot 15 mei. De data zijn gewogen op de kenmerken leeftijd en sekse. Door de weging zijn de uitkomsten representatief voor de populatie op deze kenmerken. De resultaten zijn onderdeel van een onderzoek naar de mate waarin het sporten en bewegen gedurende de periode 11 maart tot 15 mei heeft geleid tot veranderingen in sport- en beweeggedrag en in hoeverre eventuele veranderingen blijven standhouden wanneer de maatregelen wegvallen. Een rapport waarin deze vraag wordt beantwoord volgt. Over enkele maanden wordt een vragenlijst uitgezet onder dezelfde respondenten met aanvulling van nieuwe respondenten. Naast de vragenlijst zijn negentien interviews gehouden. De respondenten verschilden van elkaar in geslacht, leeftijd en type sport (teamsport en individuele sport). In de vervolgmeting worden dezelfde respondenten weer benaderd voor een interview.

Literatuur

1. RIVM (2020). Clublidmaatschap. Bekeken op 10 augustus 2020 via <https://www.sportenbewegenincijfers.nl/kernindicatoren/sportdeelname-wekelijks>.
2. Fromm, J., & Garton, C. (2013). Marketing to millennials: Reach the largest and most influential generation of consumers ever. AMACOM Div American Mgmt Assn.
3. Lantos, G.P. (2014). Marketing to Millennials: Reach the Largest and Most Influential Generation of Consumers Ever. *Journal of Consumer Marketing*, 31(5), pp. 401-403. <https://doi.org/10.1108/JCM-03-2014-0909>
4. Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovations*. 5th ed., New York, NY: Free Press,
5. Hoeijmakers, R. & Romijn, D. (2018). *Onze sport is booming. Een casestudie naar de opkomst van padel, beachvolleybal en boulderen*. Utrecht: Mulier Instituut.