
TOPSPORTEVENEMENTEN ALS AANJAGER VOOR DE SPORTPARTICIPATIE

Verkennd onderzoek naar de doelen, interventies, en effecten van Le Grand Départ 2010, het WK Tafeltennis 2011 en de World Open Squash 2011.

Aline van Bedaf

Mulier Instituut
Utrecht, maart 2012



MANAGEMENT SAMENVATTING

Het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport steunt de organisatie van topsportevenementen omdat deze de economie kunnen bevorderen, Nederland kunnen promoten in het buitenland, de nationale trots kunnen bevorderen, en zouden kunnen leiden tot een toename van de actieve sportparticipatie (Rijksoverheid, 2011a). De toename van de actieve sportparticipatie is tevens opgenomen in het Olympisch Plan 2028 met als doel tot een samenleving te komen waarbij *'het beoefenen en beleven van sport voor jong en oud een belangrijke kwaliteit is in hun leven'*, Concreet gezien is tot doel gesteld dat de actieve sportparticipatie in 2016 op 75% zal moeten liggen (NOC*NSF, 2009). De wijze waarop topsportevenementen hier een bijdrage aan kunnen leveren is tot op heden nog in beperkte mate onderwerp van onderzoek geweest (Coalter, 2004 in Weed, Coren & Fiore, 2009). Gevolg is dat organisatoren van Nederlandse topsportevenementen nog weinig kennis hebben en zich zodoende niet bewust zijn van het feit dat de sportparticipatie niet automatisch stijgt ten gevolge van (het kijken naar) deze topsportevenementen (Olympisch Vuur & Mulier Instituut, 2012). Weed, Coren & Fiore (2009 in van Bottenburg et.al., 2011) geven aan dat aanvullende activiteiten naast het topsportevenement, alsmede een begeleidend beleid, voorwaarden zijn om een aanjaagfunctie te bewerkstelligen. Meer inzicht in de interactie tussen topsportevenementen en de sportparticipatie is dus met het zicht op het overheidsbeleid gewenst. Doel van dit onderzoek is dan ook het verkrijgen van inzicht in de mate waarin topsportevenementen de rol van aanjager voor de breedtesport (willen) vervullen door [1] de opgestelde doelen met betrekking tot sportparticipatie in kaart te brengen, [2] te analyseren hoe topsportevenementen dit willen bereiken, [3] of en hoe dit geëvalueerd wordt, en [4] of de doelen behaald worden. Hoofdvraag luidt dan ook: 'in hoeverre vervullen topsportevenementen de rol van aanjager voor de breedtesport?'. Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden zijn drie topsportevenementen opgenomen in dit onderzoek: Le Grand Départ 2010, WK Tafeltennis 2011 en de World Open Squash 2011. Voor het in kaart brengen van de aanjaagfunctie van deze topsportevenementen is gebruik gemaakt van het Integrated Change Model (I-Change Model), dat er vanuit gaat dat gedrag (hier sportparticipatie) kan worden beïnvloed door predisponerende factoren, informatiefactoren, bewustzijn, motivatiefactoren, intentiestatus, capaciteitsfactoren, en barrières (de Vries et al., 2004). Niet alle topsportevenementen hadden concrete doelen ten opzichte van het verhogen van de sportparticipatie. Tevens blijft evaluatie van deze doelen vaak achterwege, waardoor de precieze rol van deze topsportevenementen als aanjager dan ook niet kan worden vastgesteld. Voor toekomstige (organisatoren van) topsportevenementen die willen inzetten op het verhogen van de sportparticipatie is het dan ook essentieel om de doelen volgens de SMART criteria op te stellen. Op deze manier zijn deze concreter en daardoor ook gemakkelijker de evalueren. Evaluatie is hier cruciaal, omdat alleen zo gezien kan worden of de doelen daadwerkelijk zijn behaald en of het topsportevenement (of breedtesportcampagne) in de rol van aanjager een succes genoemd kan worden.

VOORWOORD

Dit onderzoek is geschreven als stageopdracht bij het Mulier Instituut, centrum voor sociaal wetenschappelijk sportonderzoek in Utrecht.

Het onderzoek kan gekenmerkt worden als een verkennend onderzoek naar de effecten van topsportevenementen op de sportparticipatie (ook wel aanjaagfunctie genoemd), wat onderdeel uitmaakt van de zogenoemde maatschappelijke spin-off van topsportevenementen. Het onderzoek past daardoor binnen de activiteiten van het Mulier Instituut dat de ontwikkelingen op dit gebied nadrukkelijk in de gaten houdt, specifiek gericht op de activiteiten omtrent het binnenhalen van de Olympische Spelen van 2028. Het uitvoeren van dit onderzoek heeft geresulteerd in een vergroot inzicht in de werking van topsportevenementen als het gaat om gedragsverandering, ofwel waar topsportevenementen op moeten inspelen om daadwerkelijk gedragsverandering te bewerkstelligen en dus sportparticipatie te kunnen vergroten.

Dank gaat uit naar de medewerkers en begeleiders van het Mulier Instituut; Paul Hover en Astrid Cevaal. Daarnaast gaat dank uit naar de stagebegeleider vanuit Wageningen Universiteit; Karin Peters. Allen hebben veel tijd en aandacht gestoken in het begeleiden van dit onderzoek.

Utrecht, 5 maart 2012
Aline van Bedaf

Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	1
1.1	Aanleiding.....	1
1.2	Doelstelling en onderzoeksvragen	2
1.3	Aanpak.....	2
1.4	Leeswijzer	4
2	Theoretisch Kader.....	5
2.1	Topsportevenementen ter sportstimulering.....	6
2.2	Gedragsveranderingsmodellen	7
2.3	I-Change Model	10
3	Methoden	12
3.1	Le Grand Départ 2010 en het WK Tafeltennis 2011.....	12
3.2	World Open Squash 2011.....	13
4	Case Study: Le Grand Départ 2010.....	15
4.1	Doelen	15
4.2	Middelen	16
4.3	Resultaat.....	18
4.4	Rationale achter interventies	22
4.5	Deelconclusie.....	23
5	Case Study: WK Tafeltennis 2011	24
5.1	Doelen	24
5.2	Middelen	25
5.3	Resultaat.....	27
5.4	Denkwijze achter interventies.....	29
5.5	Deelconclusie.....	30
6	Case Study: World Open Squash 2011	31
6.1	Doelen	31
6.2	Middelen	32
6.3	Resultaat.....	33
6.4	Denkwijze achter interventies.....	34
6.5	Deelconclusie.....	35
7	Conclusies en aanbevelingen	37
7.1	Conclusies.....	37
7.2	Aanbevelingen.....	38
	Literatuurlijst	40
	Bijlagen	

1 INLEIDING

1.1 Aanleiding

Sport en bewegen wordt door de Nederlandse overheid gezien als een belangrijk middel om de fysieke en mentale gezondheid van de Nederlandse bevolking te verbeteren. Mensen die voldoende sporten of bewegen hebben minder last van psychische klachten, minder kans op hart- en vaatziekten en verschillende vormen van kanker, en kunnen op latere leeftijd langer zelfstandig wonen (Rijksoverheid, 2011b). Daarnaast beïnvloedt sport en bewegen de vijf speerpunten uit het gezondheidsbeleid¹, omdat een gezonde levensstijl hiermee samenhangt. Mensen die vaker bewegen en sporten (en dus een gezondere levensstijl hebben) blijken vaker [1] gezond te eten, [2] minder te roken, en [3] maken zich minder schuldig aan overmatig alcoholgebruik. Ook leidt bewegen tot [4] minder depressies en [5] diabetes en verlicht het daardoor de druk op de gezondheidszorg (Rijksoverheid, 2011b). Sport is ook belangrijk omdat het plezier kan opleveren (NOC*NSF, 2011a). Daarnaast heeft sport een belangrijke waarde in de maatschappij: sport kan kinderen leren te respecteren, kan kinderen leren omgaan met winst of verlies, kan mensen uit een sociaal isolement halen, kan mensen minder kwetsbaar maken, en kan bijdragen aan de leefbaarheid in wijken en buurten (NISB, 2010; NOC*NSF, 2011a). In het Olympisch Plan 2028 zijn, mede vanwege bovengenoemde redenen, een drietal ambities opgenomen waarvan één gericht op een vitale samenleving. Hierin wordt gesteld dat Nederland in 2016 een samenleving zou moeten zijn waarbij *'het beoefenen en beleven van sport voor jong en oud een belangrijke kwaliteit is in hun leven'* waarbij als doel gesteld is dat de actieve sportparticipatie in 2016 op 75% moet komen te liggen (NOC*NSF, 2009, p.19). Middelen die hiervoor worden ingezet hebben tot doel de sport toegankelijker te maken voor alle doelgroepen, tevens wordt de topsport ondersteund (Rijksoverheid, 2011b). Het ondersteunen van topsport heeft tot doel een plek in de top 10 van sportlanden² te verwerven. Ook topsportevenementen³ worden niet uit het oog verloren; het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport steunt de organisatie van topsportevenementen omdat zij van mening is dat deze kunnen leiden tot maatschappelijke spin-off bijvoorbeeld in de vorm van een toename van de actieve sportparticipatie (Rijksoverheid, 2011a & 2011b).

Het gebruik van andere activiteiten rondom evenementen (ook wel breedtesportcampagne of side events genoemd), om zo maatschappelijke spin-off te behalen, wordt gesteund door de Rijksoverheid. In de periode 2010-2011 maakte de Rijksoverheid, in het kader van dit evenementenbeleid, gebruik van pilots waarbij sportevenementen werden ondersteund om kennis en ervaring op te doen met betrekking tot het realiseren van maatschappelijke spin-off (Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, 2011). De uitkomsten van de pilotfase zullen invloed hebben op het uiteindelijke vernieuwde evenementenbeleid (Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, 2010).

¹ Beleid wordt door Lamers (1997 in Hoyng & de Jong, 2007) omschreven als "een plan om een gewenste toekomstige situatie te bewerkstelligen door een weloverwogen planmatige reeks van handelingen uit te voeren".

² De top 10 wordt opgesteld door het Internationaal Olympisch Comité en bestaat uit de top 10 landen op de Olympische en Paralympische medaillespiegel (NOC*NSF, 2011b).

³ Een georganiseerde, verplaatsbare gebeurtenis waarbij een wedstrijdvorm centraal staat, bijgewoond door een verzameling mensen, die zich daarvoor in een bepaald tijdvak en in een inrichting of op een terrein bevindt of beweegt (Respons, 2011).

Uit onderzoek blijkt dat de eventuele bevordering van sportparticipatie door middel van topsportevenementen het resultaat is van complexe, onduidelijke interacties die tot op heden niet inzichtelijk zijn gebracht (Coalter, 2004 in Weed, Coren, & Fiore, 2009). Ook hebben organiserende partijen in Nederland nog te weinig kennis en bewustzijn van het feit dat de sportparticipatie niet automatisch stijgt ten gevolge van (het kijken naar) topsportevenementen (Olympisch Vuur & Mulier Instituut, 2012). Meer inzicht in de interacties tussen topsportevenementen en de sportparticipatie is dan ook gewenst.

1.2 Doelstelling en onderzoeksvragen

De doelstelling van dit onderzoek is het verkrijgen van *inzicht in de mate waarin topsportevenementen de rol van aanjager voor de breedtesport vervullen door [1] de opgestelde doelen met betrekking tot sportparticipatie in kaart te brengen, [2] te analyseren hoe topsportevenementen dit willen bereiken, [3] of en hoe dit geëvalueerd wordt, en [4] of de doelen behaald worden.*

Door het verkrijgen van inzicht wordt de relatie tussen topsportevenementen en sportparticipatie inzichtelijker, en kan het zodoende bijdragen aan het evenementenbeleid van de Rijksoverheid omtrent het behalen van maatschappelijke spin-off. De hoofdvraag die op de doelstelling van het onderzoek aansluit is: *In hoeverre vervullen topsportevenementen de rol van aanjager voor de breedtesport?*

1.3 Aanpak

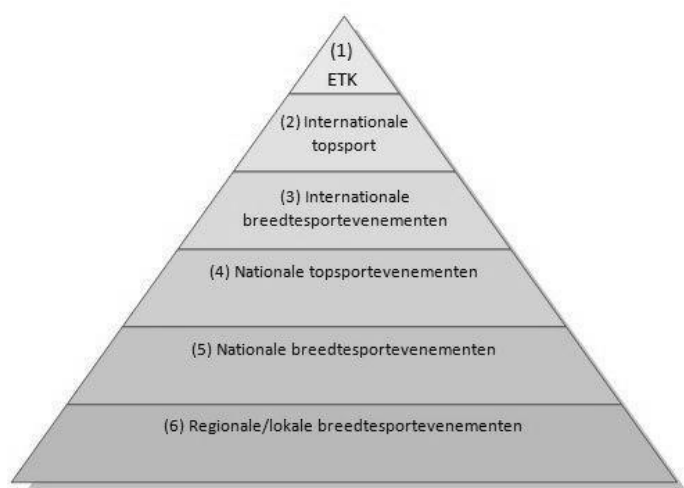
Om meer inzicht te krijgen in de mate waarin topsportevenementen de rol van aanjager voor de breedtesport vervullen is een aantal onderzoeksvragen opgesteld die in dit rapport naar voren komen:

1. Heeft het topsportevenement een doel met betrekking tot sportparticipatie, en wat houdt dit doel precies in?
2. Wat is eraan gedaan om dit doel te bereiken?
3. Is er een evaluatie uitgevoerd en waar richtte de evaluatie zich op?
4. Zijn de gestelde doelen met betrekking tot de sportparticipatie behaald, en wat was het effect van het topsportevenement op de sportparticipatie?

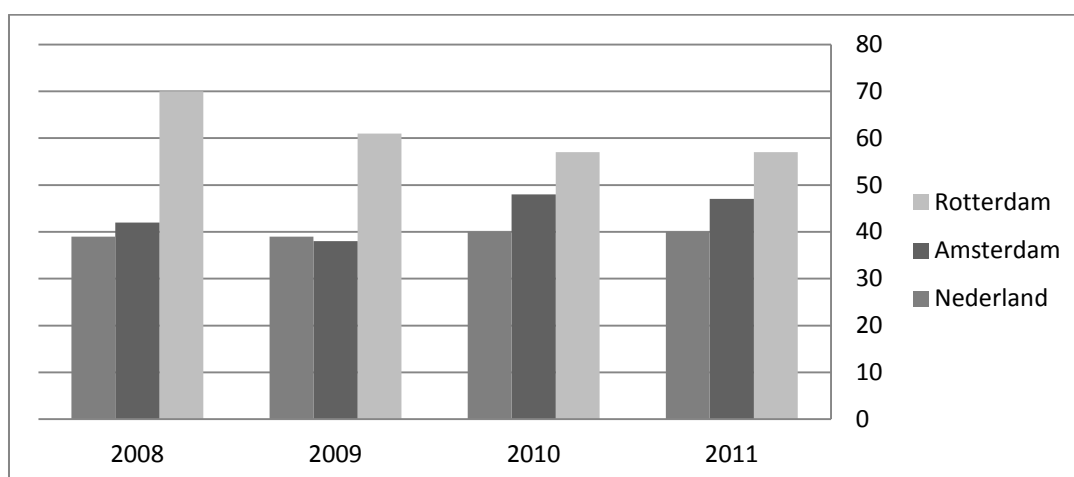
De topsportevenementen waarvoor de onderzoeksvragen zijn beantwoord zijn drie evenementen die [A] op de Evenementen Topsport Kalender (ETK) van NOC*NSF staan. Deze ETK evenementen behoren tot de hoogste categorie sportevenementen, en is puur gericht is op internationale topsporters, zie ook figuur 1. Deze ETK evenementen vallen volgens Bjelac & Radovanovic (2003) onder de op prestatie gerichte evenementen, op wereldwijde schaal.

Omdat de Gemeente Rotterdam⁴ een groot aantal sportevenementen organiseert en, hoewel een daling is waar te nemen, nog steeds een hoger aantal sportevenementen per inwoner heeft dan het landelijk gemiddelde (zie figuur 2), wordt [B] gekozen voor topsportevenementen in Rotterdam. Doordat zo eenzelfde gemeentelijk beleid bij de evenementen behoort, vergroot dit de vergelijkbaarheid van de evenementen.

⁴ Voor het sportbeleid van de Gemeente Rotterdam zie: Sportnota Rotterdam 2016, Uitvoeringsprogramma Sport 2011-2014 en Visiedocument Side Events: de inzet vanuit het Uitvoeringsprogramma Sport 2011-2014.



Figuur 1 Hiërarchie sportevenementen (Respons, 2010)



Figuur 2 Totaal aantal sportevenementen per 1.000.000 inwoners. Eigen bewerking (Respons, 2011).

Omdat onderzoek naar de aanjaagfunctie van topsportevenementen op de breedtesport alleen tot conclusies kan leiden als de topsportevenementen ook [C] de intentie hebben om deze aanjaagfunctie te vervullen, is dit het derde selectiecriteria. Tot slot moeten de geselecteerde evenementen [D] recent hebben plaatsgevonden en [E] voldoende secundaire literatuur beschikbaar hebben om het onderzoek uit te kunnen voeren.

Aan de hand van de voor dit onderzoek gebruikte selectiecriteria, is gekomen tot een selectie van de volgende drie topsportevenementen: Le Grand Départ 2010, WK Tafeltennis 2011, en de World Open Squash 2011. Laatstgenoemd evenement vond tijdens de onderzoeksperiode plaats, waardoor een andere onderzoeksmethode werd ingezet bij gebrek aan secundaire literatuur. Daarnaast richtte de breedtesportcampagne zich bij dit evenement op vakdocenten van scholen, waardoor zowel de doelstellingen als de onderzoekspopulatie een afwijkend karakter kennen in vergelijking met de andere twee topsportevenementen.

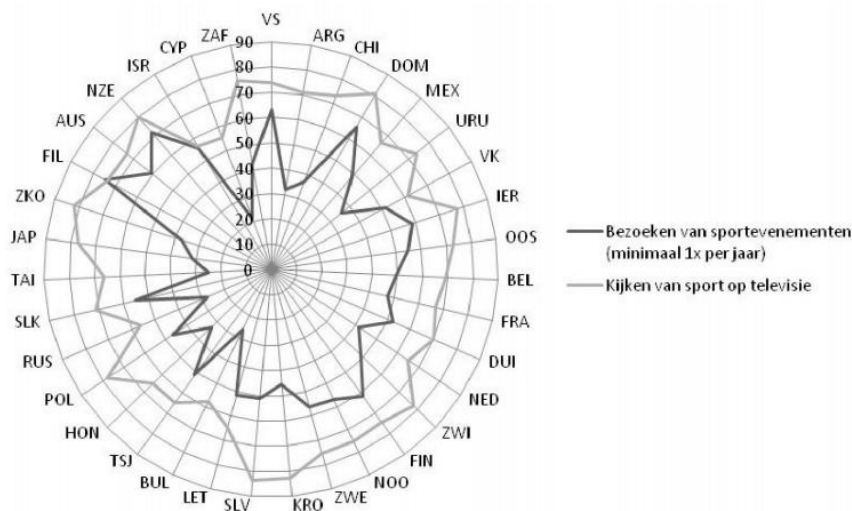
1.4 Leeswijzer

In het volgende hoofdstuk wordt het theoretisch kader voor dit onderzoek uiteengezet, gevolgd door de methodologie in hoofdstuk 3. In hoofdstuk 4 worden de deelvragen beantwoord voor Le Grand Départ Rotterdam 2010, gevolgd door het WK Tafeltennis 2011 in hoofdstuk 5, en de World Open Squash 2011 in hoofdstuk 6. De conclusies en aanbevelingen volgen in het laatste hoofdstuk.

2 THEORETISCH KADER

Sporten⁵ en bewegen⁶ zijn populaire vormen van vrijetijdsbesteding, zo heeft 57% van de Nederlanders jaarlijks ten minste eenmaal gesport in de vrije tijd en heeft 55% van de Nederlanders deelgenomen aan waterrecreatie en -sport (NBTC-Nipo Research, 2011). Sport kan worden opgedeeld in actieve- en passieve sportparticipatie. De actieve sportparticipatie wordt idealiter gemeten op basis van de Richtlijn Sportdeelname Onderzoek (RSO), waarbij het percentage aangeeft welk percentage van de bevolking minimaal 12 keer per jaar sport (NISB, 2011). Uit onderzoek is gebleken dat in 2007 65% van de Nederlanders voldoet aan de RSO norm. In 2003 lag dit percentage nog op 61%, er was dus een stijging te zien (Breedveld, Kamphuis & Tiessen-Raaphorst, 2008). De meeste Nederlanders (70%) nemen deel aan solosporten, waarbij zwemmen het grootste aandeel heeft (36%). Zwemmen is tevens de meest beoefende sport onder Nederlanders (Breedveld, Kamphuis & Tiessen-Raaphorst, 2008). Hoe de sportparticipatie zich na 2007 heeft ontwikkeld is onduidelijk.

Topsport kan steeds meer worden gezien als een activiteit gericht op entertainment of spektakel, en dus ten behoeve van stadionpubliek en mediapubliek (Coakley, 2009). Sport wordt zodoende ook passief beleefd (van Leeuwen, 2010). Onder passieve sportbeoefenaars vallen onder andere toeschouwers, televisiekijkers en krantenlezers (Schuyt & van Bottenburg, 1996). Jaarlijks bezoekt ruim 40% van de bevolking minimaal één sportevenement, en 65% van de Nederlanders kijkt naar sport op televisie (van Leeuwen, 2010). In Nederland lijkt de interesse in sport af te nemen, gekenmerkt door dalende bezoekersaantallen en kijkcijfers naar sport op televisie. In andere landen stijgen echter zowel het aantal bezoekers aan sportevenementen als het percentage kijkers naar sport op televisie nog steeds waardoor deze dan ook hoger liggen (zie figuur 3) (van Leeuwen, 2010).



Figuur 3 Bezoeken en kijkers naar televisie naar land in procenten in 2007 (van Leeuwen, 2010)

⁵ "Een menselijke activiteit die veelal plaatsvindt in een specifiek organisatorisch verband maar die ook ongebonden kan worden verricht, doorgaans met gebruikmaking van een – al dan niet in de eigen woonplaats gesitueerde – ruimtelijke voorziening en/of omgeving, op een manier die is gerelateerd aan voorschriften en gebruiken die in internationaal verband ten behoeve van prestaties met een competitie- of wedstrijdelement in de betreffende activiteit of verwante activiteiten tot ontwikkeling zijn gekomen" (van den Dool, 2011a).

⁶ Activiteiten met een fysieke inspanning die gelijk staat aan de inspanning bij stevig doorlopen of fietsen (van den Dool, 2011b).

2.1 Topsportevenementen ter sportstimulering

Het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport steunt de organisatie van topsportevenementen omdat dergelijke evenementen de economie zouden kunnen bevorderen, en Nederland kunnen promoten in het buitenland. Ook zouden topsportevenementen de nationale trots kunnen bevorderen, en volgens velen (zie kader) kunnen leiden tot een toename van de actieve sportparticipatie (Rijksoverheid, 2011a). Dit effect wordt door Weed, Coren & Fiore (2009) ook wel het 'demonstration effect' genoemd, daar waar van Bottenburg (2003) spreekt van het 'trickle down effect' in de 'Double Pyramid Theory', waarin topsport een aanjaagfunctie op de breedtesport zou hebben, en breedtesport een aanvoerfunctie voor de topsport. De aanjaagfunctie van de topsport vindt volgens van Bottenburg (2003) voornamelijk plaats door het grote mediabereik van topsport.

Over de aanjaagfunctie van de topsport op de sportparticipatie is veel geschreven; zo zou topsport een stimulerende rol kunnen hebben op de sportparticipatie (Andreff, et al., 1987 in van Bottenburg, 2003). Ook zou het kijken naar sport tot imitatie ervan en dus deelname aan sport kunnen leiden (van Bottenburg, et al., 2011). Onderzoek van Lamprecht en Stamm (2000 in van Bottenburg, 2003) toont aan dat sportbeoefening wel de interesse in de (top)sport verhoogd maar dat men door aanraking met topsport alleen (via de media) niet zelf meer gaat sporten. De snelheid waarmee het topsportevenement vervliegt en de traagheid waarmee een gedragsverandering plaatsvindt is hier onder andere debet aan (Olympisch Vuur & Mulier Instituut, 2012).

Weeds, Coren & Fiore (2009) geven aan dat het 'demonstration effect' mede wordt bepaald door de successen van (lokale) sporters, alsmede de locatie van het evenement (nabij). Met andere woorden, de aanjaagfunctie van topsport zou meer aanwezig zijn als het evenement in eigen land wordt gehouden of als er Nederlands sportief succes waar te nemen is (Olympisch Vuur & Mulier Instituut, 2012). De effecten zouden echter alleen maar op de korte termijn waarneembaar zijn en niet de sportparticipatie onder mensen die niet sporten en nooit gesport hebben verhogen, hoewel dit een relatief kleine groep betreft (Olympisch Vuur & Mulier Instituut, 2012). Het 'demonstration effect' heeft wel de potentie om er voor te zorgen dat sporters vaker gaan sporten, ook aan andere sporten gaan deelnemen, van sport veranderen, of opnieuw beginnen met sporten (Weed, Coren & Fiore, 2009 & Coalter, 2007).

Coalter (2007) verwacht dat het effect vooral waarneembaar zal zijn bij verenigings- en competitiesporten. Van Bottenburg (2003) geeft aan dat de effecten ook bij nieuwe, onbekende

Daarnaast hoopt sportwethouder Antoinette Laan dat het evenement een vliegwieleffect heeft, zodat meer Rotterdammers gaan sporten. Wethouder Antoinette Laan over de World Ports Classic (De Volkskrant, 2011).

"Bovendien kan het evenement ook een motor vormen om meer Rotterdamse jongeren aan het sporten te krijgen." Groenlinks-raadslid Nourdin El Ouali over de Olympische Jeugdspelen van 2022 (Megastad FM, 2011a).

"Fantastisch dat we dit evenement hebben binnengehaald. Dit betekent een belangrijke impuls voor top- en breedtesport in Amsterdam. Hiermee hebben we met het WK roeien in 2014 een tweetal mooie en grote topsportevenementen in de stad." Amsterdamse wethouder Eric van der Burg over het EK atletiek van 2016 (NOS, 2011)

"De verwachting is dat de YOG veel Rotterdamse jongeren zullen inspireren om te gaan sporten." Sportwethouder Rotterdam Antoinette van der Laan over de Youth Olympic Games van 2018 of 2022 (Megastad FM, 2011b)

sporten alsmede in sporten met een goede organisatie en infrastructuur kunnen optreden. Ook zou het omgekeerde effect kunnen plaatsvinden in de vorm van een 'discouragement effect', waarbij het kijken naar topsport een ontmoedigende werking zou hebben op het beoefenen van de sport omdat het topsportniveau onbereikbaar lijkt (van Bottenburg et al., 2011). Weed et al. (2009 in van Bottenburg et al., 2011) geven aan dat een topsportevenement alleen onvoldoende is om een effect te hebben op de sportparticipatie, zeker onder de doelgroep die niet sport en nooit gesport heeft, en dus aanvullende activiteiten en een begeleidend beleid noodzakelijk zijn (Olympisch Vuur & Mulier Instituut, 2012). Onderzoek van Kock (2010) toont aan dat topsportevenementen effect kunnen hebben op de sportparticipatie, mits er actief actie wordt ondernomen door de bij het evenement te betrekken partijen, zoals bijvoorbeeld sportverenigingen. Kortom, extra activiteiten of campagnes lijken noodzakelijk.

2.2 Gedragsveranderingsmodellen

Uit het feit dat topsportevenementen worden beschouwd als aanjager van de breedtesport door het positieve effect op de deelnamefrequentie in de sport, het deelnemen aan andere sporten, het veranderen van sport of het opnieuw beginnen met sport, kan geconcludeerd worden dat van topsportevenementen wordt verwacht dat zij verschillende stadia van gedragsverandering kunnen beïnvloeden. Om inzicht te verkrijgen in deze stadia van gedragsverandering, worden verschillende modellen beschreven in de literatuur.

In het onderzoek van Bauman et al. (2002) worden vier modellen gebruikt om de invloeden op gedrag uiteen te zetten: Health Belief Model, Transtheoretical Model, Social Cognitive Theory, en de Theory of Planned Behavior. Daarnaast zijn vele beïnvloedende factoren aangestipt door Bauman et al. (2002) die ook positief, dan wel negatief de sportparticipatie beïnvloeden, die echter niet binnen een van deze modellen vallen. Voorbeelden van deze factoren zijn: biologische factoren, sociaal-economische status (opleidingsniveau, welvaartsniveau, en verdeling/besteding van de vrije tijd), en aanmoediging van de sociale omgeving (de Haan & Breedveld, 2000). Zo blijkt onder meer de sportparticipatie onder jongeren en hoog opgeleiden hoger te liggen (van den Dool, Elling & Hoekman, 2009). Bauman et al. (2002) pleiten dan ook voor het ontwikkelen van nieuwe modellen, het creatief gebruiken van de huidige modellen, of het gebruik van uitgebreidere modellen waarbij de nieuwe factoren zoveel mogelijk worden meegenomen.

Social Cognitive Theory

De Social Cognitive Theory, voorheen Bandura's Social Learning Theory, gaat ervanuit dat gedrag wordt beïnvloed door verwachtingen en motieven (Rosenstock, Strecher & Becker, 1988). Samengevat houdt de Social Cognitive Theory in dat als het huidige gedrag als bedreiging of negatief wordt gezien en een gedragsverandering dit huidige gedrag doet afnemen, er een gedragsverandering optreedt. Wel moet er beschikt worden over de competenties om het huidige gedrag daadwerkelijk te veranderen. Toegepast op topsportevenementen zou het model inhouden dat bezoekers de betreffende sport gaan uitoefenen als zij hier meer waarde aan hechten dan aan ander gedrag, en als met het uitoefenen van de sport geen belemmeringen worden ervaren. Voor dit onderzoek is de theorie niet omvattend genoeg omdat de aanname is dat bezoekers ontevreden zouden moeten zijn betreft het huidige gedrag, alvorens de sport van het evenement te gaan uitoefenen. Dit terwijl de sport ook naast huidige vrijetijdsactiviteiten beoefend zou kunnen worden.

Theory of Planned Behavior

Het gedrag van een individu kan volgens de Theory of Planned Behavior worden voorspeld vanuit attitudes, de subjectieve norm, en de waargenomen gedragscontrole. Centraal hierbij is de intentie om bepaald gedrag te vertonen. Intenties omvatten de motivaties die ten grondslag liggen aan het al dan niet vertonen van bepaald gedrag (Ajzen, 1991). De attitudes geven aan in welke mate individuen participatie of non-participatie als positief of negatief beoordelen. De waargenomen gedragscontrole geeft aan in hoeverre men het gaan participeren in de sport als gemakkelijk vertoonbaar gedrag beschouwt, dus welke barrières of knelpunten men ziet. De subjectieve norm omvat de sociale invloeden/aanmoedigingen van onder andere familie, vrienden, et cetera (Ajzen, 1991). In tegenstelling tot het voorgaande model, komt in de Theory of Planned Behavior de verscheidenheid van de factoren die invloed hebben op het gedrag van een individu meer tot uitdrukking, echter veel genoemde factoren uit de Haan en Breedveld (2000) ontbreken nog.

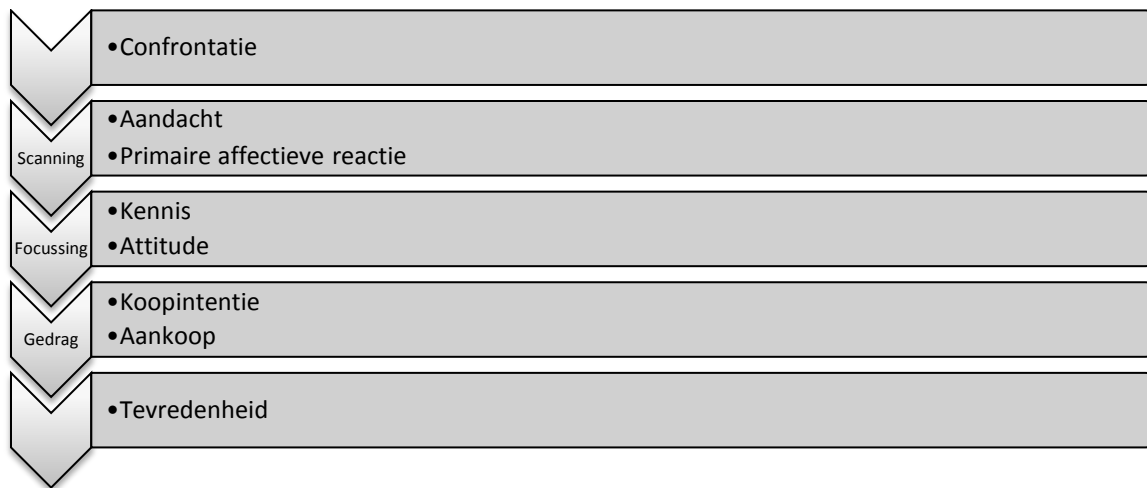
AIDA Model

Het AIDA Model gaat er vanuit dat gedragsverandering over verschillende stadia plaatsvindt. Het AIDA Model is afkomstig uit de marketing, en heeft zodoende betrekking op de stadia die een individu doorloopt alvorens over te gaan tot een aankoop: een lidmaatschap van een sportvereniging, het gaan participeren in een sport, of het gebruik maken van de betreffende sport in een gymles.

De stadia die volgens dit model doorlopen worden zijn 'attention' (aandacht), 'interest' (belangstelling), 'desire' (wens om het product te bezitten, of sport uit te voeren), en 'action' (leidt tot de feitelijke aankoop of uitvoering van de sport) (Verhage, 2004). Voor dit onderzoek geldt dat het topsportevenement en de breedtesportcampagne invloed uitoefenen op de 'attention', waarna het individu 'interest' zou krijgen in de sport. Dit wordt gevolg door de 'desire' om de sport uit te gaan oefenen of in te zetten in een gymles, en de 'action' in de vorm van het werkelijk gaan sporten of inzetten van de sport in de gymles. Dit model kan in combinatie met de factoren uit andere modellen mogelijk bijdragen aan het beantwoorden van de hoofdvraag in deze studie.

Scanning-focussing-hiërarchie

Een uitgebreidere versie van het AIDA Model is de Scanning-focussing-hiërarchie, waaraan Floor en van Raaij (2002) later de eerste confrontatie aan hebben toegevoegd (zie figuur 4). Dit model gaat er vanuit dat gedragsverandering optreedt in drie fasen. In de scanningsfase oriënteert het individu zich op alle mogelijke producten of sporten. In de focusfase probeert het individu de marketing uitingen te begrijpen en wordt een attitude gevormd. Deze focusfase verloopt uiteindelijk in een intentie en een gedragsverandering, dus de intentie om de sport te gaan uitoefenen en dit ook daadwerkelijk te gaan doen.

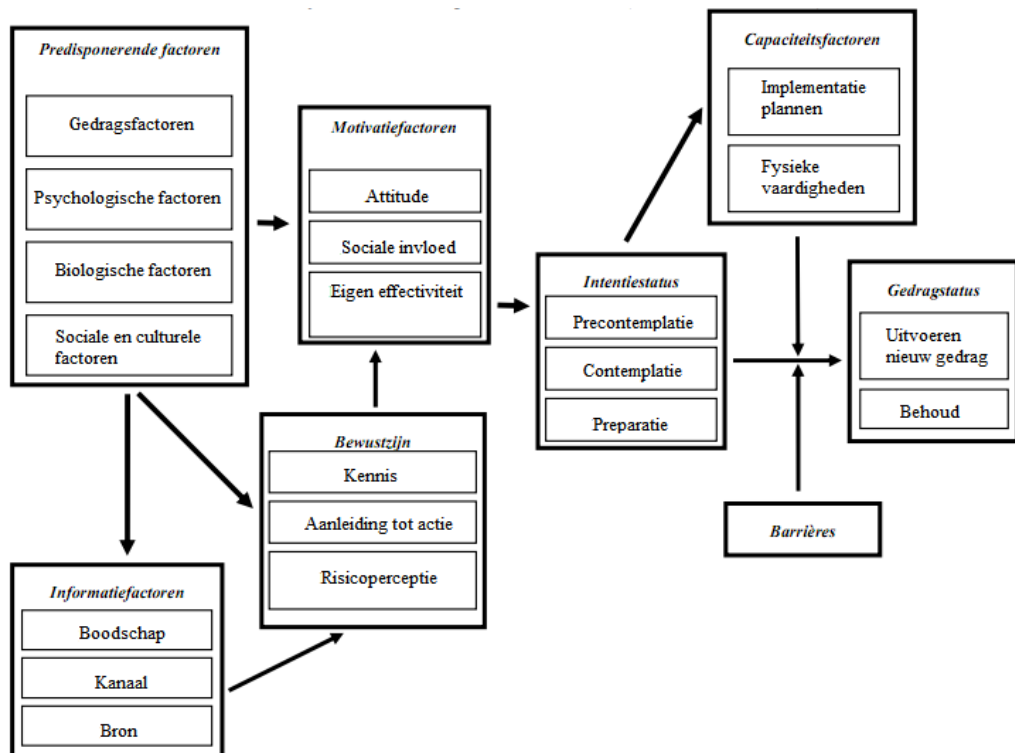


Figuur 4 Scanning-focussing-hiërarchie (Floor & van Raaij, 2002)

2.3 I-Change Model

Het I-Change Model is omvattender dan de hierboven beschreven modellen, en wordt dan ook veelal toegepast in onderzoek naar gedrag (de Vries et al., 2004 & Bouckaert, Verhoest, & Voets, 2002). Volgens het I-Change Model (zie figuur 5) wordt gedrag bepaald door de intentiestatus en de capaciteitsfactoren, ofwel de implementatieplannen en de fysieke vaardigheden om dit gedrag uit te kunnen voeren. Intentiestatus wordt bepaald door de motivatiefactoren, bestaande uit attitudes, sociale invloeden en de eigen effectiviteit. Dit is overeenkomstig met de Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991). In navolging van de Social Cognitive Theory, gaat het I-Change Model er ook vanuit dat de motivatiefactoren worden beïnvloed door factoren die invloed hebben op het bewustzijn, de ontvangen informatie (informatiefactoren), en bepaalde factoren zoals geslacht, lifestyle en cultuur (predisponerende factoren) (Rosenstock, Strecher & Becker, 1988). Hiermee komt het tevens overeen met de Scanning-focussing-hiërarchie omdat de belangrijkste fasen in dit model overeenkomen met de fasen van het I-Change Model. Zo valt de confrontatie onder informatiefactoren, scanning onder bewustzijn, focussing onder motivatiefactoren, en gedrag onder intentiestatus en gedragsstatus. Omdat de andere modellen in dit model naar voren komen, wordt in dit onderzoek gebruikt gemaakt van het I-Change Model.

Bij het gebruik van topsportevenementen behoren zowel het evenement zelf, alsmede de aanvullende activiteiten (bijvoorbeeld een breedtesportcampagne) tot de zogenaamde informatiefactoren die direct invloed hebben op het bewustzijn, ofwel of de bezoekers bekend raken met de mogelijkheden om de sport uit te oefenen. Of een sport daadwerkelijk uitgeoefend gaat worden na afloop van het evenement en de breedtesportcampagne, valt onder de gedragsstatus wat zodoende beschouwd kan worden als de afhankelijke variabele. De sportparticipatie wordt verder beïnvloed door de motivatiefactoren, intentiestatus, capaciteitsfactoren, en barrières die ook beïnvloed kunnen worden door het topsportevenement en de breedtesportcampagnes. Echter of het topsportevenement (of de breedtesportcampagne eromheen) voldoende invloed uit oefenen op deze factoren om zo de gedragsstatus positief te beïnvloeden is niet duidelijk. Immers beide hebben weinig invloed op belemmeringen die veelal genoemd worden door niet-sporters; 'tijdsgebrek', 'al voldoende beweging', 'het is geen gewoonte', en het 'leuker vinden van andere bezigheden' (van den Dool, Elling & Hoekman, 2009).



Figuur 5 I-Change Model (de Vries et al., 2007)

3 METHODEN

Het onderzoek dat ingaat op drie topsportevenementen, is uitgevoerd door middel van document analyses, en kwalitatief onderzoek. Een overzicht van de onderzoeksmethoden per topsportevenement is te vinden in tabel 1. In de deelparagrafen worden de onderzoeksmethodes nader beschreven.

Tabel 1 Overzicht gebruikte methoden per topsportevenement

	Le Grand Départ Rotterdam 2010	WK Tafeltennis 2011	World Open Squash 2011		
	Onderzoeksvraag 1-4	Onderzoeksvraag 1-4	Onderzoeksvraag 1 en 2	Onderzoeksvraag 3	Onderzoeksvraag 4
Document Analyse	X	X	X		
Kwalitatief Interview bondsmedewerker				X	
Kwalitatief interview doelgroep campagne					X

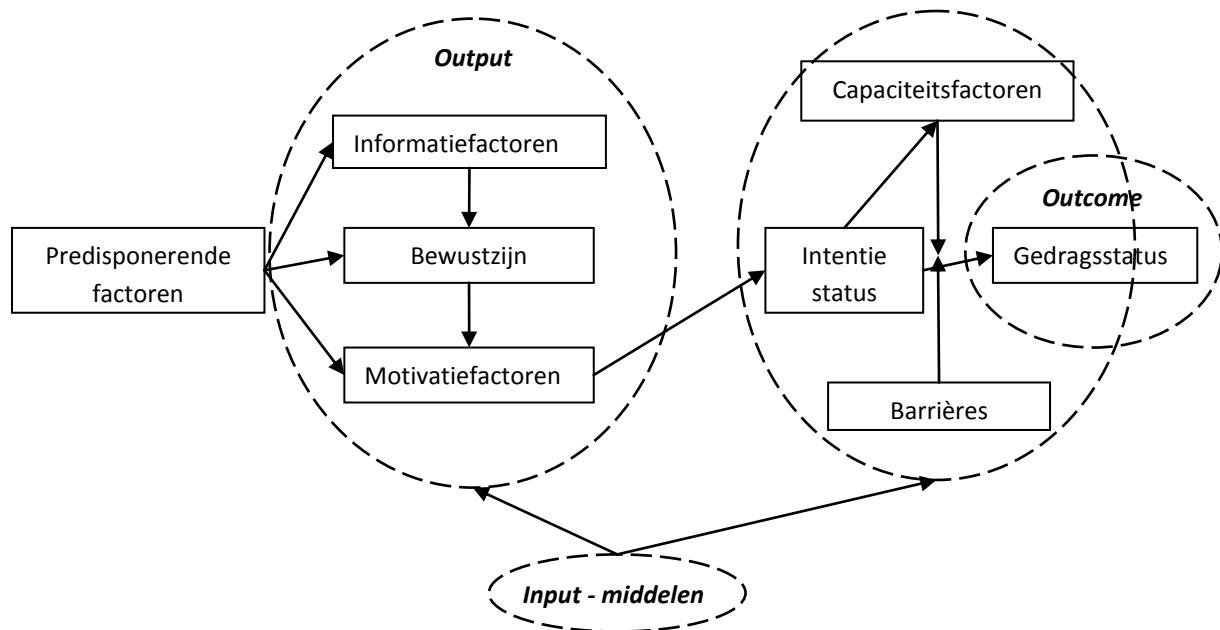
3.1 Le Grand Départ 2010 en het WK Tafeltennis 2011

Om de deelvragen “heeft het topsportevenement een doel met betrekking tot sportparticipatie, en wat houdt dit doel precies in?” en “wat is eraan gedaan om dit doel te bereiken?” (de input) te beantwoorden is gebruik gemaakt van een document analyse. De document analyse is gebaseerd op secundaire data in de vorm van beleidsdocumenten van de betreffende sportbonden en -evenementen die tot de topsportevenementen behoren. Ook is gebruik gemaakt van (nieuws)artikelen omtrent de evenementen en breedtesportcampagnes, en de internetpagina's van de topsportevenementen en sportbonden. De (nieuws)artikelen en internetpagina's zijn gezocht met behulp van de zoekmachine Google, alsmede de webpagina's van belangrijke actoren van de case studies. Hierbij is gezocht op de naam van de breedtesportcampagnes alsmede de afzonderlijke onderdelen; ‘Le Grand Départ’, ‘Join the Table’, ‘Rotterdam Fietsstad’, ‘Rotterdam Fitter’, ‘New Energy’, en ‘Table Stars’.

Voor de beantwoording van de derde en vierde deelvraag “is er een evaluatie uitgevoerd en waar richtte de evaluatie zich op?” en “zijn de gestelde doelen met betrekking tot de sportparticipatie behaald, en wat was het effect van het topsportevenement op de sportparticipatie?” is er, voor zover beschikbaar, gebruik gemaakt van evaluatierapporten om zo in kaart brengen of de vooraf gestelde doelen geëvalueerd zijn, behaald zijn, of nog geëvalueerd worden. Er werd gebruik gemaakt van secundaire data, omdat deze sneller voor handen is dan wanneer zelf onderzoek uitgevoerd moet worden. Er diende echter wel rekening te worden gehouden met de mogelijke subjectiviteit van auteurs van de secundaire literatuur, het doel waarvoor de literatuur in eerste instantie was geschreven, en de wijze waarop het geanalyseerd werd (Gratton & Jones, 2004). De evaluatierapporten zijn opgevraagd bij de organisatoren van de topsportevenementen of breedtesportcampagnes, of bij de sportbonden.

De resultaten van beide evenementen zijn opgedeeld naar output, de concrete prestaties die geleverd zijn, en outcome, het maatschappelijke effect (waaronder een verhoging van de

sportparticipatie) (VNG, VROM & IPO, 2010). Deze drie fasen zijn in figuur 6 geïntegreerd in het I-Change Model.



Figuur 6 Proces van input naar outcome

3.2 World Open Squash 2011

Om de eerste en tweede deelvraag te beantwoorden is gebruik gemaakt van document analyse op basis van secundaire data, alsmede een interview (kwalitatief onderzoek) met SBN. Een interview was hier een geschikte methode omdat het World Open Squash 2011 in oktober plaatsvond, er daardoor weinig secundaire data voorhanden was en er ook nog geen evaluatie uitgevoerd is. Ook werd deze methode ingezet voor beantwoording van de vierde deelvraag, omdat met deze vorm van kwalitatief onderzoek het lukt om niet kwantificeerbare gegevens zoals gevoelens, gedachten, ervaringen, en het gedrag van beleidsmedewerkers of sporters in kaart te brengen (Gratton & Jones, 2004). Een interview was hier een passende methode omdat het inging op het 'hoe' en 'waarom', en daarom leidde tot meer inzicht in het gebruik van een topsportevenement om de sportparticipatie te verhogen.

Er is gebruik gemaakt van een semigestructureerd interview, waarbij vragen werden gesteld aan de hand van een topiclijst. Op deze manier werden wel alle onderwerpen of topics die behandeld moesten worden aangekaart. Echter hoe de vragen zouden worden gesteld, en hoe gedetailleerd er zou worden ingegaan op de topics stond niet van te voren vast waardoor er sprake was van een flexibelere benadering (Boeije, 2010). Deze flexibele benadering zorgde ervoor dat, voor de geïnterviewde belangrijke onderwerpen die niet in de topiclijst stonden toch ter sprake konden komen en er zo meer inzicht verkregen kon worden in de opinie en visie van de geïnterviewde (Gratton & Jones, 2004). De topiclijst voor dit interview werd opgesteld aan de hand van [1] de reeds verkregen secundaire literatuur met betrekking tot het evenement en de breedtesportcampagne, [2] de deelvragen, en er werd gevraagd naar [3] aanvullende informatie voor beantwoording van de eerste twee deelvragen. De topiclijst is te vinden in bijlage II.

Voor de beantwoording van de vierde deelvraag werden ook interviews gehouden met de door SBN benaderde doelgroep; vakdocenten. Onder de vakdocenten werd een weloverwogen doelgerichte steekproef genomen uit het totaal van 90 vakdocenten. Voor deze vorm van steekproeftrekking is gekozen omdat voor dit onderzoek een klein aantal respondenten werd gebruikt, die zowel positief als negatief tegenover de breedtesportactiviteiten van SBN stonden (van Tuyckom, Vos & Scheerder, 2009). Het totaal aantal benaderde vakdocenten, is bepaald door het moment van saturatie. Indien een extra interview geen aanvullende informatie oplevert, zijn voldoende vakdocenten benaderd (Strauss & Corbin, 1990 in van Tuyckom, Vos & Scheerder, 2009). Ook hier werd gebruik gemaakt van interviews omdat zo inzicht verkregen kon worden in de attitudes, ervaringen, en het gedrag van de vakdocenten. Uit praktische overwegingen is gebruik gemaakt van telefonische interviews (Gratton & Jones, 2004). Telefonische interviews zijn in principe gelijk aan mondelinge interviews, echter via een medium en dus niet 'face-to-face' (de Leeuw et al., 1989 in van Tuyckom, Vos & Scheerder, 2009). Ook blijkt uit literatuur dat de resultaten van telefonische interviews nauwelijks afwijken van mondelinge interviews, waardoor deze interviewvorm binnen dit onderzoek een goed alternatief was (van Tuyckom, Vos & Scheerder, 2009).

Er is gebruik gemaakt van een semigestructureerd interview aan de hand van een topiclijst. De topiclijst bestond hier uit de verschillende factoren uit het I-Change Model om zo inzicht te verkrijgen in de wijze waarop het evenement en de breedtesportcampagne invloed uitoefenden op de door SBN benaderde doelgroep. Ook zorgde deze benadering ervoor dat er inzicht werd verkregen in de factoren die meer beïnvloeding nodig hadden om daadwerkelijk te kunnen resulteren in een verhoogde participatie. De topiclijst voor het interview met de vakdocenten is te vinden in bijlage III. Omdat gebruik werd gemaakt van telefonische interviews is de topiclijst zo opgesteld dat ieder interview maximaal 20 minuten zou duren, een tijd die voor telefonische interviews acceptabel is (van Tuyckom, Vos & Scheerder, 2009). Ook bij dit evenement zijn de resultaten van het onderzoek beschreven volgens het model in figuur 6.

Validiteit en betrouwbaarheid

Om de validiteit⁷ en betrouwbaarheid⁸ van het onderzoek te verbeteren, werden een aantal maatregelen genomen. Allereerst werd gebruik gemaakt van een topiclijst, waardoor een snelle en overeenkomstige manier van verwerking mogelijk was (van Tuyckom, Vos & Scheerder, 2009). Het gebruik van een topiclijst zorgde er tevens voor dat alle belangrijke topics ter sprake kwamen, en dat herhaling van het onderzoek mogelijk is (Boeije, 2010). Bij alle interviews werd gebruik gemaakt van opnameapparatuur, waardoor belangrijke informatie niet verloren kon gaan (Boeije, 2010). Ook zijn tijdens alle interviews notities gemaakt om eventuele belangrijke toevoegingen in het onderzoek op te kunnen nemen, en eventuele problemen met de opnameapparatuur op te vangen.

⁷ Een valide meetinstrument meet wat er daadwerkelijk gemeten dient te worden. Een gewaarborgde validiteit zorgt er dus voor dat de conclusies uit het onderzoek valide/geldig zijn (Gratton & Jones, 2004).

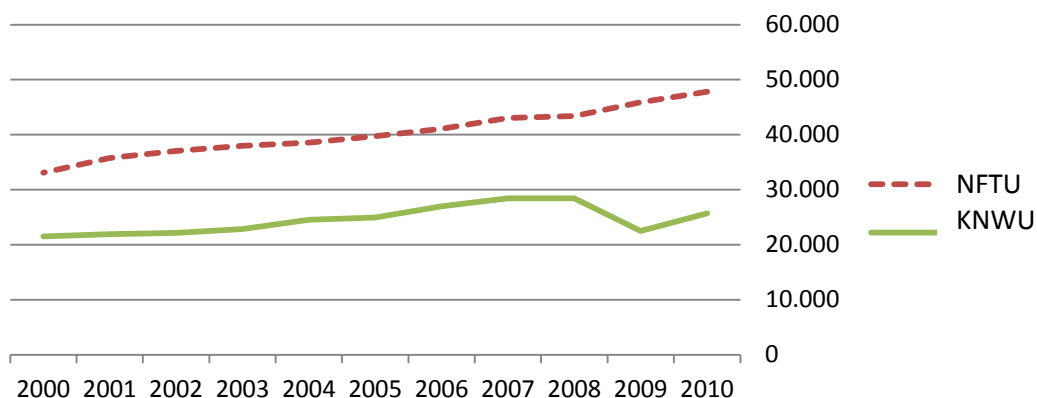
⁸ De betrouwbaarheid van een meetinstrument verwijst naar de consistentie van de resultaten, dus of herhaling van het onderzoek leidt tot eenzelfde resultaten (Gratton & Jones, 2004).

4 CASE STUDY: LE GRAND DÉPART 2010

4.1 Doelen

Gemeente Rotterdam

De Gemeente Rotterdam wilde topsport gebruiken als ‘katalysator’ voor andere doelstellingen, waaronder het bevorderen van de participatie in de breedtesport, city marketing en het aantrekken van bezoekers naar de stad (Vereniging van Nederlandse Gemeenten, 2010). Daarin is veel aandacht geschonken aan de mogelijke gevolgen of legacy⁹ van de start van de Tour de France in Rotterdam (ook wel Le Grand Départ genoemd), waarvoor side events werden georganiseerd (zie paragraaf 4.2). Met het inzetten van side events trachtte de Gemeente Rotterdam een bijdrage te leveren aan de doelstelling om de sportparticipatie in de stad te verhogen. In 2016 zou de sportparticipatie gestegen moeten zijn tot 70%, tegen 52% in 2007 (Gemeente Rotterdam, 2009). Hoewel het Olympisch Plan 2028 stelt dat de sportparticipatie in heel Nederland zou moeten stijgen naar 75%, wordt vanwege de huidige achterstand van Rotterdam wat betreft de sportparticipatie door hen een lager percentage nagestreefd (Gemeente Rotterdam, 2009). In het bijzonder wilde de gemeente een toename van het fietsgebruik realiseren omdat het fietsbezit in Rotterdam gemiddeld 10% lager lag dan in Nederland, deels veroorzaakt door de verschillende inwonerssamenstelling van de gemeente (Gemeente Rotterdam, 2007). Gelijktijdig was een hogere deelname aan fietssport een kans om de sportparticipatie te verhogen gezien de stijgende landelijke deelname aan deze sport (zie figuur 7).



Figuur 7 Georganiseerde deelname aan fietssporten in Nederland (van den Dool, 2011c)

Tot slot werd het evenement gekoppeld aan andere gemeentelijke doelstellingen, waaronder de realisatie van fietspaden en -stallingen (Vereniging van Nederlandse Gemeenten, 2010). Rotterdam wilde zich op deze manier op de kaart zetten als fiets-, sport-, en duurzame stad (Gemeente Rotterdam, 2010b).

Organisatie Le Grand Départ 2010

De organisatie had een aantal doelstellingen opgesteld die met behulp van de start van de Tour de France en de aanvullende activiteiten behaald dienden te worden. Deze doelstellingen luiden:

- Een succesvol evenement neerzetten met een direct economisch resultaat.

⁹ Gevolgen van een evenement die langer aanwezig blijven dan het evenement zelf. De gevolgen kunnen zowel gepland als ongepland en zowel positief als negatief zijn (Cornelissen, Bob & Swart, 2011).

- Indirecte impact op de stad: wat blijft er over na de Tour?
- Een historische gebeurtenis organiseren.
- Het benadrukken van sport voor kinderen in de strijd tegen overgewicht, in navolging van de Tour de France organisatie in Frankrijk.
- Het terugdringen van CO2 uitstoot door het stimuleren van fietsen, als onderdeel van het Rotterdam Climate Initiative.

(Rotterdam Sportstad & Het Portaal, 2009 p.36)

Doelgroepen

Er was bij de doelen gericht op de sportparticipatie en het fietsgebruik in het bijzonder, speciale aandacht voor allochtone Rotterdammers, die zich voornamelijk via het openbaar vervoer verplaatsen, vrouwen (die gemiddeld gezien minder sporten dan mannen), en jeugd (Team Side Events, Grand Départ, 2010; Rotterdam Sportstad & Het Portaal, 2009). Deze doelgroepen kwamen naar voren bij de aanvullende activiteiten rondom de Tour de France, die op hen gericht waren.

Het richten op deze doelgroepen sloot aan bij fietsbeleid van de Gemeente Rotterdam, waarbij ook de nadruk lag op allochtonen vanwege het lage percentage fietsbezit alsmede het feit dat allochtonen fietsen veelal als onveilig beschouwen, en jeugd omdat deze groep steeds minder de fiets gebruikte (Fietsberaad, 2010; Gemeente Rotterdam, 2007). De derde doelgroep genoemd in het fietsbeleid, de werknemers om de druk van het woon-werkverkeer te verlagen, werd niet specifiek genoemd bij de activiteiten. Concreet gezien wil Rotterdam het fietsgebruik met in totaal 30% laten toenemen tot 2025 (Gemeente Rotterdam, 2011a).

De organisatie van Le Grand Départ Rotterdam 2010 had doelstellingen opgesteld ten aanzien van het aantal te bereiken personen per doelgroep, ofwel het aantal bezoekers van de side events (zie tabel 2) (Team Side Events, Grand Départ, 2010).

Tabel 2 Doelstellingen omtrent bereik per doelgroep (Team Side Events, Grand Départ, 2010)

Doelgroep	Doelstelling
Alle Rotterdammers	807.250
Jeugd tot 18 jaar	37.500
Ouderen	1.500
Niet-westerse vrouwen	1.500
Gehandicapten	11.500
Wielersportliefhebbers	15.000

4.2 Middelen

De side events (235 aparte activiteiten in totaal) vonden plaats van 25 juni 2009 tot en met 5 juli 2010 en werden georganiseerd door de gemeentelijke dienst 'Sport en Recreatie' (Verkaik, 2010). Om de doelstellingen te bereiken werden side events georganiseerd aan de hand van vier thema's, waarvan het vierde thema (Rotterdam Schoner in de vorm van de 'New Energy Tour') bij de andere drie thema's werd toegepast om het milieu extra aandacht te geven. De invulling van de drie andere thema's wordt hieronder toegelicht.

Thema: Rotterdam Fitter**Het vergroten van de sportdeelname van scholieren, niet-westerse vrouwen, ouderen en gehandicapten.**

Middelen die hiervoor werden ingezet zijn:

1. Aangepaste fietsactiviteiten
2. Fietsclinics
3. Drie side events: virtueel parcours, tijdritbak/fietsspel, en de 'New Energy Tour'



Figuur 8 Tijdritbak, virtueel parcours en de Dikke Banden Races (Team Side Events, Grand Départ, 2010)

Deze drie middelen werden ingezet als aanvulling bij andere bestaande evenementen, om zo de doelgroepen te informeren en enthousiasmeren.

Speciaal voor de doelgroep kinderen (basisschool, brugklassen, en speciaal onderwijs) was er een programma opgesteld via de scholen (Team Side Events, Grand Départ, 2010). Naast de clinics en demonstraties die onder andere door wereldtoppers werden gegeven op deze scholen vonden er ook wedstrijden plaats waarvan de beste rijders mochten deelnemen aan de finale op 2 juli (dag voor de proloog) (Verkaik, 2010; Gemeente Rotterdam, 2010a). Ook de verschillende deelgemeentes hadden activiteiten georganiseerd gericht op deze doelgroep. Dit gebeurde in de vorm van clinics en Dikke Banden Races: wedstrijden op een afgezet parcours waarvoor samenwerking werd gezocht met de Koninklijke Nederlandsche Wielren Unie (Koninklijke Nederlandsche Wielren Unie, 2010). Ook hiervan was de finale op 2 juli. Ook werd er door de organisatie van Le Grand Départ een spreekbeurtenpakket ontwikkeld.

Tot slot werd het marktplaats van Rotterdam jaarlijks gedurende acht weken een sport- en speelplaats voor kinderen. Dit project behoort tot 'Kindvriendelijk Rotterdam' en wordt zodoende gesteund door de deelgemeente Centrum en Bureau Binnenstad. Het project werd in 2010 opgehangen aan Le Grand Départ (Gemeente Rotterdam, 2010b).

Thema: Rotterdam Fietsstad**Rotterdam versterken als fietsstad.**

Voor de promotie van het fietsen werden de eerder genoemde drie middelen gebruikt, maar werd ook gepoogd stedelijke ontwikkelingen te versnellen (Koninklijke Nederlandsche Wielren Unie, 2010). Eén ontwikkeling betrof de invoering van het regionale fietsroutenetwerk waardoor fietsers nu zelf een route kunnen samenstellen op basis van afstand of thema (waaronder de proloog van Tour de France) (Gemeente Rotterdam, 2010a).

Rondom de daadwerkelijke start van de Tour de France werden ook nog andere side events georganiseerd. Dit waren onder andere:

- Fietsen voor Kika

- Tijdrit voor handbikers en rolstoelers
- Toertocht voor handbikers en rolstoelers
- Open Nederlandse Kampioenschappen Fietskoeriers
- Fietstocht Very Important VIP's
- Ronde van Katendrecht
- Eneco's Tour
- Ronde van het Groene Hart
- New Energy Business Ride

(Gemeente Rotterdam, 2010b) (Team Side Events, Grand Départ, 2010)

Thema: Le Grand Départ Rotterdam 2010

Economisch rendement

Om economisch rendement te behalen werd een verhoogd bezoekersaantal nagestreefd. Om dit te behalen werd de Tour de France gepromoot door gebruik te maken van een aantal evenementen en activiteiten. Rotterdammers kwamen in aanraking met de Tour de France door promotie in de stad, waaronder een geel gekleurde Erasmusbrug, gele bloemperken, een expositie in de Kunsthal, en vignetten op de fietspaden die bij de Proloog werden bereden (Gemeente Rotterdam, 2010b). Deze evenementen en activiteiten werden georganiseerd om de Tour de France en Rotterdam te verbinden, en zodoende de bekendheid te vergroten. Direct gericht op het economisch rendement van de Tour de France, maakte Rotterdam gebruik van drie People Villages¹⁰. Ook de side events (waaronder het virtueel parcours) werden ingezet in deze People Villages (Team Side Events, Grand Départ, 2010). Hierdoor kan geconcludeerd worden dat de activiteiten gericht op het economisch rendement ook bijdragen aan de andere twee thema's.

4.3 Resultaat

Output

Bereik Le Grand Départ Rotterdam 2010

De evaluatie, uitgevoerd door de organisatie van Le Grand Départ, bestond uit een analyse van de uitvoering van de activiteiten om inzicht te krijgen in wat in de toekomst beter zou kunnen en een analyse van het aantal bereikte mensen ten opzichte van de doelstellingen (zie tabel 3). Bij de meeste doelgroepen zijn de doelstellingen ruimschoots behaald, echter bij de niet-westerse vrouwen is het definitieve bereik achter gebleven.

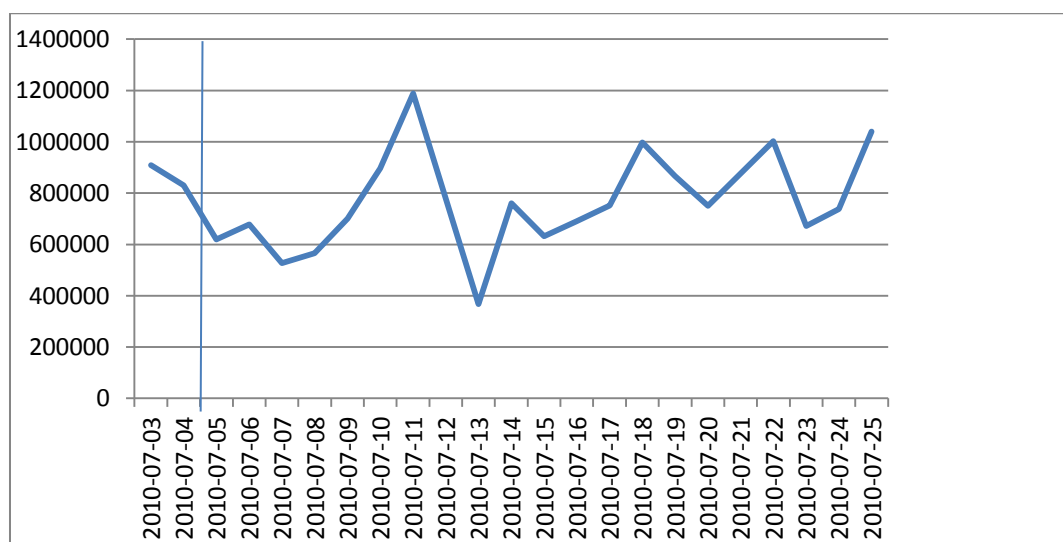
¹⁰ Locatie waarop een combinatie van fiets stimuleringsactiviteiten, muziek, catering, en grote schermen waren ingericht, om een samensmelting van fun, fit en entertainment ontstond (Team Side Events, Grand Départ, 2010).

Tabel 3 Overzicht bereikte mensen (aanwezig bij de events) per doelgroep (Team Side Events, Grand Départ, 2010)¹¹

Doelgroep	Gerealiseerd bereik	Gerealiseerd bereik ten opzichte van doelstelling in %
Alle Rotterdammers	1.014.841	126%
Jeugd tot 18 jaar	91.377	244%
Ouderen	29.190	1946%
Niet-westerse vrouwen	750	50%
Gehandicapten	33.366	290%
Wielersportliefhebbers	34.561	230%

Daar bovenop werden liefst 300.000 extra bezoekers aangetrokken en beelden van Rotterdam waren over heel de wereld te zien (Gemeente Rotterdam, 2011b).

Het topsportevenement werd in Nederland uitgezonden via de televisie. Het aantal bereikte Nederlanders (aantal kijkers) is te zien in figuur 9. De proloog en de start van de 2^e dag in Rotterdam werden gezien door respectievelijk 909.000 en 830.000 Nederlanders (Verkerk, 2011). De kijkcijfers waren echter het hoogst voor de etappe op 11 juli: de etappe waar Robert Gesink derde werd, wat de beste Nederlandse prestatie was in de Tour de France van 2010.



Figuur 9 Aantal televisiekijkers Tour de France 2010 (Verkerk, 2011)

Overgebleven na Le Grand Départ 2010

De organisatie van Le Grand Départ 2010 geeft aan dat de side events ook na het vertrek van de Tour de France gevolgen hadden voor de Rotterdammers. Het resultaat bestond uit:

- Fietsrouteboekjes
- Aanleg fietsroutenetwerk

¹¹ Definitief bereik berekent door middel van drie tellingen per activiteit, verspreid over de dag en daar het gemiddelde van te nemen. Dit zou voorkomen dat mensen die lang bleven als drie personen werden geteld. Opgemerkt moet worden dat zo niet het totaal aantal bezoekers is geteld, maar het gemiddeld aantal aanwezige mensen op een bepaald tijdstip.

- Reparatie van fietsen
- Extra bewegings- en voedingslessen tijdens en na schooltijd
- Deelnemende kinderen hebben meegekregen dat fietsen leuk, gezond, en goed voor het milieu is
- Winnaars van de finales op 2 juli hebben een fiets als prijs gekregen
- Materiaal van de side events blijft de komende jaren beschikbaar voor de diverse afdelingen sportstimulering in de deelgemeenten
- Spreekbeurtenpakket blijft beschikbaar
- Follow up gericht op de speciale doelgroepen, zoals een folder betreft handbiken in Rotterdam

(Team Side Events, Grand Départ, 2010).

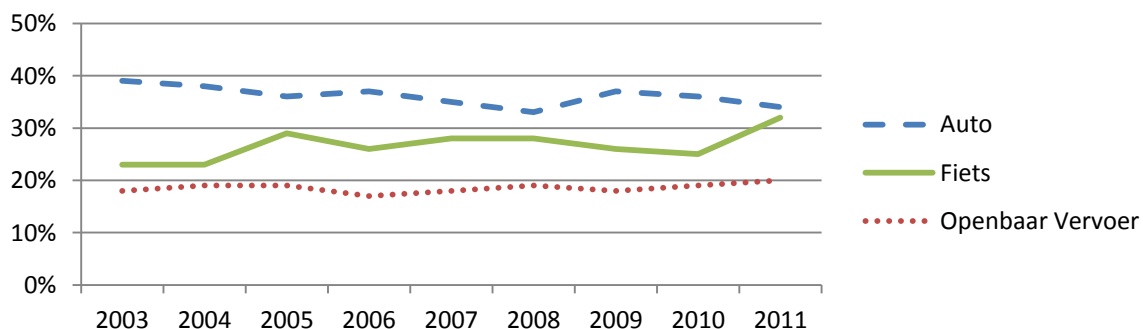
Outcome

Evaluatie

Wat betreft de evaluatie van het thema Rotterdam Fietsstad heeft de organisatie van Le Grand Départ geen specifiek onderzoek uitgevoerd om te bezien of de doelstelling met betrekking tot een verhoging van de sportparticipatie en het fietsgebruik zijn behaald (Verkaik, 2010).

Effecten op sportparticipatie

De Gemeente Rotterdam voerde onderzoek uit op het gebied van het vervoer in de stad. Hierbij werd het fietsgebruik onderzocht op basis van passages, fietsbezit en enquêtes¹². In figuur 10 zijn de resultaten weergegeven. Hieruit blijkt dat het percentage van alle Rotterdammers die meer dan drie keer per week gebruik maken de fiets afnam sinds 2007, maar tussen 2010 en 2011 weer is gestegen met 6%.

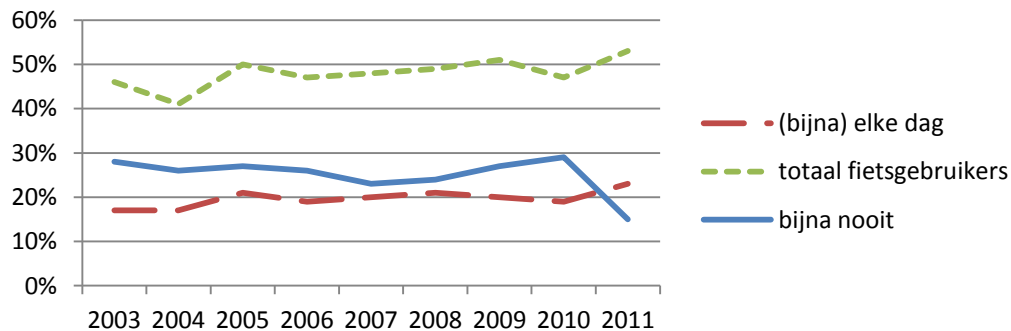


Figuur 10 Percentage Rotterdammers die meer dan drie maal per week van een vervoerssoort gebruik maakt (de Graaf, 2011).

Dit sluit aan bij de stijging van het aantal Rotterdammers dat vrijwel elke dag gebruik maakt van de fiets, dat is volgens de enquêteresultaten gestegen van 19% in 2010 tot 23% in 2011. Het percentage

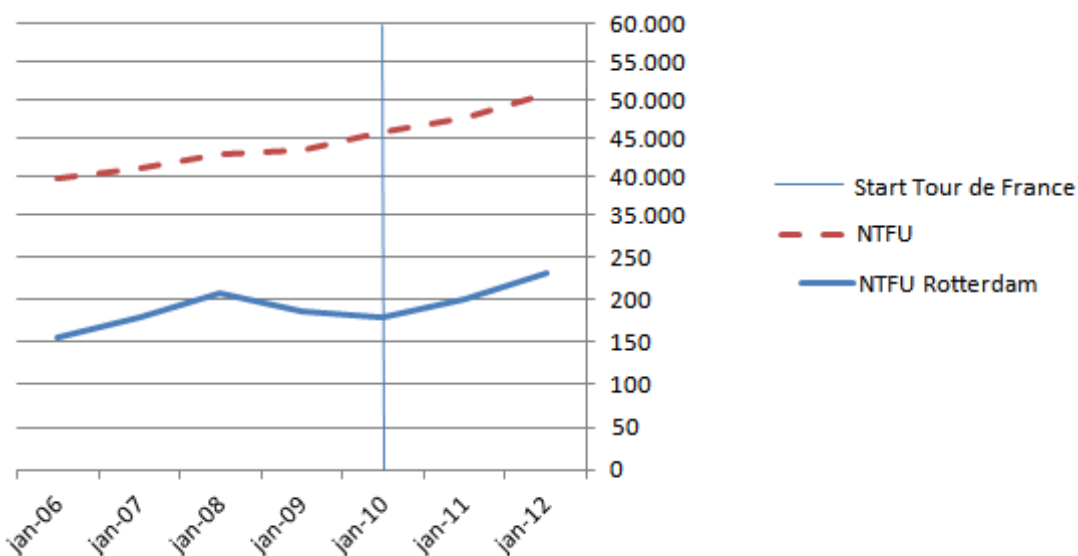
¹² Onder passages (gemeten tot en met 2010) wordt het totaal aantal passerende fietsen op een gekozen plaats, binnen een vaste periode verstaan. Het fietsbezit wordt bepaald aan de hand van het aantal Rotterdammers (4 jaar en ouder) dat in het bezit is van minimaal één fiets (gemeten tot en met 2011). Door middel van enquêtes wordt de waardering ten opzichte van het fietsen, alsmede de frequentie van het fietsgebruik bevraagd (gemeten tot en met 2011).

Rotterdamers dat nooit gebruik maakte van de fiets is in diezelfde periode gedaald van 29% tot 15%, zie figuur 11 (de Graaf, Rotterdammers over het verkeer 2011, 2011).



Figuur 11 Fietsgebruik Rotterdammers (de Graaf, Rotterdammers over het verkeer 2011, 2011)

Ook het aantal toerfietsers in Rotterdam is gestegen in de periode na Le Grand Départ 2010. De ledentallen van de Nederlandse Toer Fiets Unie laten een continue stijging zien over de afgelopen jaren, echter het aantal leden in Rotterdam liet een daling zien tussen 2008 en 2010. Na 2010 werd ook in Rotterdam weer een stijging van het ledental ervaren (zie figuur 12) (Nederlandse ToerFiets Unie).



Figuur 12 Ledentallen NTFU in Nederland en Rotterdam (NTFU, 2012 & Tolboom, 2012)

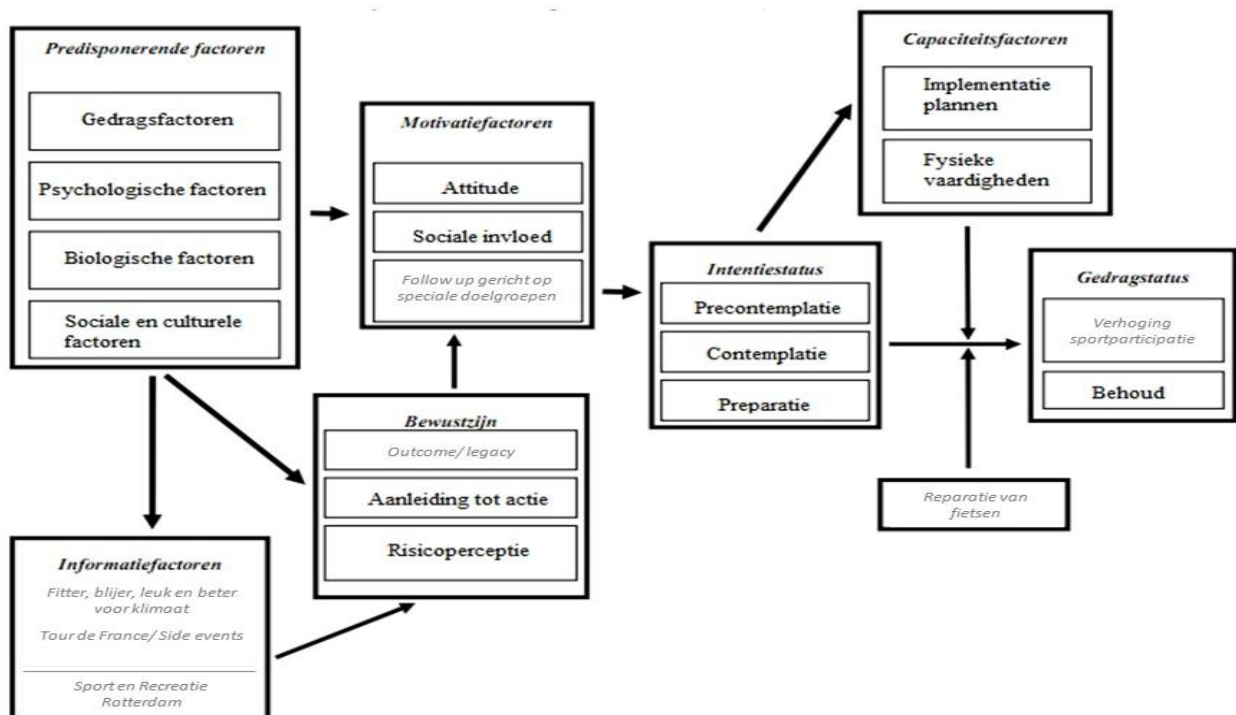
Hoewel de geregistreerde deelname van de fiets (ledentallen van de bonden) alsmede het gebruik van de fiets dus zijn gestegen in de Gemeente Rotterdam, kan niet gezegd worden dat dit het gevolg is van de breedtesportcampagne rondom de start van de Tour de France. Wel is bekend dat er circa 30 kilometer fietspad is verbeterd en nieuw aangelegd en dat ook het aantal stallingen tussen 2010 en 2011 is toegenomen (de Graaf, Rotterdammers over het verkeer 2011, 2011). Het blijft zodoende onduidelijk of het gestegen fietsgebruik in Rotterdam toegeschreven kan worden aan Le Grand Départ omdat dit effect niet geïsoleerd kan worden van de andere ontwikkelingen.

Overige bekende effecten

Tot slot heeft de Gemeente Rotterdam onderzoek uitgevoerd onder de inwoners gericht op de attitude ten aanzien van grote topsportevenementen. Dit onderzoek heeft uitgewezen dat 80% van de Rotterdammers voorstander was van het organiseren van een evenement als Le Grand Départ. Tevens is 70% van de Rotterdammers er trots op dat de Tour de France in hun stad plaatsvond (Gemeente Rotterdam, 2010c).

4.4 Rationale achter interventies

Het gebruik van de side events, alsmede de Tour de France zelf waren de kanalen die Sport en Recreatie Rotterdam heeft ingezet om de boodschap 'Fietsen daar word je fitter en blijer van, de stad wordt er leuker van en het is ook nog eens goed voor het klimaat' te communiceren (Rotterdam Climate Initiative, 2011). Voor de doelgroep konden het evenement en de side events daarom aangemerkt worden als informatiefactoren, zie figuur 13. Deze informatiefactoren beïnvloedden het bewustzijn ten aanzien van fietsen. Zo had de gegeven informatie bijvoorbeeld de intentie dat kinderen meekregen dat fietsen leuk, gezond en goed voor het milieu is (Team Side Events, Grand Départ, 2010). Onder de benaderde doelgroepen bevonden zich doelgroepen die fietsen niet veilig (ouderen) en waarvoor fietsen wellicht lastig is (niet-westerse vrouwen en gehandicapten) (Gemeente Rotterdam, 2011c). De activiteiten gericht op deze speciale doelgroepen, zorgden ervoor dat deze doelgroepen meer vertrouwen hadden ten aanzien van hun eigen kunnen betreft het fietsen (eigen effectiviteit). Ook werden barrières weggenomen door de activiteiten bij de side events: met name de reparatie aan fietsen heeft ervoor gezorgd dat mensen in het bezit zijn van een goed werkende fiets. Door het inzetten van informatiefactoren en het beïnvloeden van het bewustzijn, de motivatiefactoren en het wegnemen van een barrière zou volgens de organisatie de sportparticipatie in de vorm van het verhogen van het fietsgebruik positief beïnvloed worden.



Figuur 13 Verondersteld mechanisme verhoging sportparticipatie door inzet Le Grand Départ 2010

4.5 Deelconclusie

De doelen die de Gemeente Rotterdam stelde naar aanleiding van Le Grand Départ zijn een stijging van de sportparticipatie van 52% in 2007 naar 70% in 2016 en een toename van het fietsgebruik (Gemeente Rotterdam, 2009a & Gemeente Rotterdam, 2007). Deze doelen voldoen meer aan de SMART¹³ criteria dan de doelen die de organisatie van Le Grand Départ op had gesteld. Deze doelen, zie paragraaf 4.1, zijn dermate opgesteld dat evaluatie ervan nauwelijks mogelijk is.

De middelen die zijn ingezet in het kader van Le Grand Départ beïnvloedden de informatiefactoren, die vervolgens weer het bewustzijn van de deelnemers zouden hebben beïnvloed. Tot slot werden barrières weggehaald, bijvoorbeeld met de reparatie van fietsen. Er is niet direct ingezet op de predisponerende factoren, intentiestatus, en capaciteitsfactoren.

Er is geen evaluatie uitgevoerd naar de effecten van Le Grand Départ op de sportparticipatie of het fietsgebruik (Verkaik, 2010). Wel blijkt uit jaarlijks gemeentelijk onderzoek dat het fietsgebruik is toegenomen tussen 2010 en 2011 (toename van 6%), dat het aantal Rotterdammers dat dagelijks gebruik maakt van de fiets is gestegen van 19% in 2010 tot 23% in 2011 en dat het ledental van de NTFU in Rotterdam ook is toegenomen (Tolboom, 2012 & de Graaf, 2011). Er kan echter niet aangegeven worden in welke mate deze stijging veroorzaakt is door Le Grand Départ (de Graaf, 2011).

¹³ Specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdsgebonden

5 CASE STUDY: WK TAFELTENNIS 2011

5.1 Doelen

De Nederlandse Tafeltennisbond (NTTB) had een meerjarenbeleidsplan opgesteld gericht op een verbetering van de marktpositie van de NTTB en tafeltennis in het algemeen, versterking van de topsport, en verdere ontwikkeling van de organisatie (NTTB, 2009). Het beleidsplan past bij de Sportagenda 2012 en het Olympisch Plan 2028; de NTTB sloot zich aan bij de ambitie die tot doel heeft dat 75% van de Nederlanders regelmatig aan sport deelneemt (Aquina, 2011). Tevens droeg de NTTB bij aan de evenementenambitie van Nederland door middel van de organisatie van het WK in 2011 (NTTB, 2009).

De NTTB had het WK aangegrepen om hun marktpositie te verbeteren. Dit hebben zij gedaan door middel van een breedtesportcampagne onder het motto 'Join the Table' waarbij de NTTB tafeltennis wilde neerzetten als een sport voor iedereen (Aquina, 2011). Doel was om het WK te gebruiken als "springplank om nieuwe doelgroepen te bereiken" (Aquina, 2011). De NTTB had de volgende doelstelling opgesteld; *'met goede programma's en het WK als middel uiteindelijk [1] meer tafeltennissers aan zich te binden, [2] participatie van vrijwilligers te stimuleren en [3] het imago van tafeltennis als laagdrempelige sport voor iedereen te verbeteren en versterken'*¹⁴ (NTTB, 2011a).

De activiteiten rondom het WK waren voor de NTTB het begin van de breedtesportcampagne, want deze is na het WK voortgezet om zo een bijdrage te leveren aan de lange termijndoelen van het Meerjarenbeleidsplan 2010-2016 en aan de doelstelling in het Olympisch Plan 2028 (NTTB, 2011a).

Een concreet en meetbaar doel dat was gesteld ten aanzien van de breedtesportcampagne was de doelstelling om minstens 10.000 kinderen kennis te laten maken met tafeltennis (2011 WTTC, 2011). Ook heeft de NTTB het potentiële bereik per doelgroep aangegeven, met andere woorden: het maximaal haalbare bereik van de breedtesportcampagne (zie tabel 4).

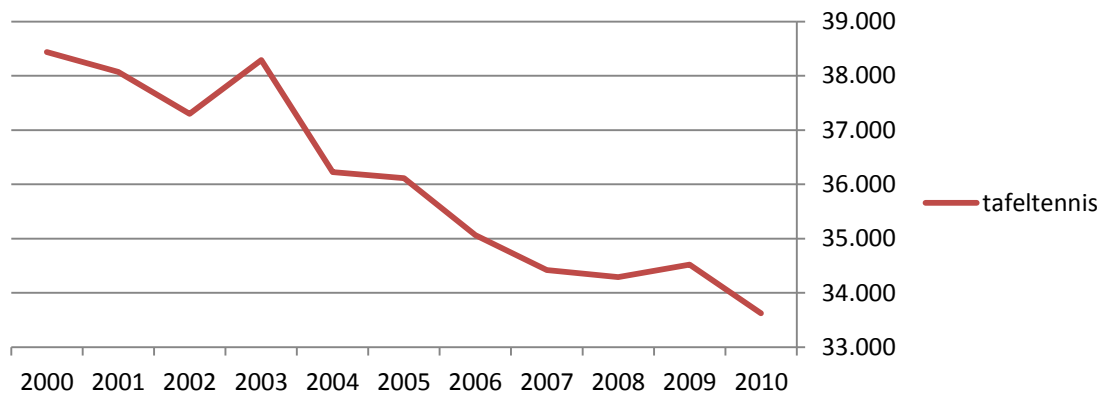
Tabel 4 Potentieel bereik per doelgroep (Projectgroep Tafeltennisfans WK 2011, 2009)

Huidige NTTB leden	35.000
Potentiële NTTB leden ¹⁵	41.000
Sportwisselaars (35 jaar en ouder)	1.400.000
Jeugd 6-9 jaar in Rotterdam en omgeving	66.000
Jeugd 12-14 jaar in Rotterdam en omgeving	67.000
Aziatische gemeenschap	96.000
Totaal	1.705.000

Tot slot stelde de Projectgroep Tafeltennisfans WK 2011 (2009) dat de breedtesportcampagne minimaal 25.000 e-mailadressen op moest leveren van potentiële nieuwe leden. In de periode na het WK in Rotterdam zou, door middel van activiteiten behorend tot de breedtesportcampagne, jaarlijks 2% van deze 25.000 potentiële leden lid moeten worden van een tafeltennisvereniging om zo de teruggang in leden om te vangen (zie figuur 14).

¹⁴ Tafeltennis wordt door niet-tafeltennissende Nederlanders vooral gezien als ouderwets (47%) en moeilijk te leren (32%) (Hover & de Jong, 2011). Voor een uitgebreidere omschrijving van het huidige imago, zie bijlage I.

¹⁵ Tafeltennisbeoefenaars zonder lidmaatschap van de NTTB.



Figuur 14 Ontwikkeling ledentallen NTTB (van den Dool, 2011c)

5.2 Middelen

Om het tafeltennis te promoten heeft de NTTB breedtesportevenementen georganiseerd voor (vanaf mei 2010), tijdens en na het WK. De NTTB werkte samen met onder andere Rotterdam Sport Support, Rotterdam Topsport, Sport en Zaken van de NISB, NOC*NSF Gehandicaptensport en de Chinese Sportfederatie. Speciaal voor Rotterdammers richtten Rotterdam Sport Support en Rotterdam Topsport zich specifiek op het inzetten van tafeltennis in Rotterdam en het enthousiasmeren van de Rotterdammers. Dit is onder andere tot uiting gekomen tijdens de 'Rotterdamse binnenstaddag' waarbij op een aantal locaties in het centrum van Rotterdam werd getafeltennist (Stichting Tafeltennisevenementen Nederland, 2011).

De breedtesportcampagne richtte zich op bepaalde doelgroepen die door de NTTB als meest kansrijk worden gezien: bedrijven, gehandicapten, en Chinezen die in Nederland wonen. De campagnes gericht op deze groepen werden gesubsidieerd door het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (Aquina, 2011). Kinderen (6-10 jaar) en de huidige leden van de NTTB zijn de andere doelgroepen die de NTTB heeft benaderd, en de activiteiten gericht op deze doelgroepen heeft de NTTB zelf gefinancierd (NTTB, 2011a).

Bedrijven, sportbonden en verenigingen

In het Olympisch Plan 2028 werd bedrijfssport genoemd als middel om toe te werken naar een 'Vitaal Nederland'. Omdat veel bedrijven een tafeltennistafel hebben staan, zag de NTTB kansen bij deze doelgroep (NTTB, 2011a). Maar ook sportbonden en andere sportverenigingen werden door de NTTB aangesproken. In dit kader had de NTTB een programma opgesteld om tafeltennis nog toegankelijker te maken.

Voorafgaand en na het WK:

- Bedrijven kunnen voordelig tafeltennismateriaal bestellen.
- Het organiseren van clinics bij bedrijven (NTTB, 2011b).
- Samenwerking met de Koninklijke Nederlandse Hockey Bond, waarbij hockeyverenigingen een gratis tafeltennistafel werd aangeboden in ruil voor het organiseren van een

tafeltennistooi¹⁶. De winnaars konden op de zogenaamde 'verenigingsdag' op het WK tegen elkaar strijden (Gemeente Rotterdam, 2011b).

- Het aanmoedigen van een interne laddercompetitie.

Tijdens het WK:

- Het organiseren van een bedrijvendag: 'Business Ping Pong Challenge' (een toernooi tussen teams van verschillende bedrijven) en verenigingsdag.
- Vergaderingen en bijeenkomsten gericht op het bedrijfsleven en sportbonden om een bijdrage te leveren aan de verdere ontwikkeling van de organisatie van de NTTB (Gemeente Rotterdam, 2011b).

Gehandicapten

De doelgroep gehandicapten werd in het meerjarenbeleidsplan genoemd als belangrijke doelgroep om te binden aan de NTTB, omdat gehandicapten bij de NTTB in de reguliere competities uit kunnen komen (NTTB, 2011a). Belangrijke partners van de NTTB die bij de organisatie hiervan betrokken waren zijn; NOC*NSF Gehandicaptensport, Fonds Gehandicaptensport, Rotterdam Sport Support, Mytylscholen in Rotterdam, en revalidatiecentra in en rondom Rotterdam.

Voor deze doelgroep werden georganiseerd:

Voorafgaand en na het WK:

- Clinics door spelers uit het Nederlandse team en sporters met een beperking.

Tijdens het WK:

- 'Gehandicapten Tafeltennis Festival' waarbij verschillende activiteiten werden georganiseerd voor mensen met een beperking, waaronder een tafeltennistooi, een tafeltennistraining en een demonstratie.
- Het Dutch Open voor gehandicapten, met deelnemende tafeltennissers uit de hele wereld (NTTB, 2011b).



Figuur 15 Impressie Gehandicapten Tafeltennisfestival

¹⁶ In navolging van deze samenwerking is de NTTB ook een samenwerking aangegaan met de Koninklijke Nederlandse Voetbal Bond, waardoor vijf verenigingen in de pilotfase een tafeltennistafel zullen ontvangen (NTTB, 2011c).

Chinezen die in Nederland wonen

In Azië is tafeltennis een populaire sport, daarom besteedde de NTTB extra aandacht aan deze doelgroep. Omdat de Chinese gemeenschap de grootste Aziatische groep is in Nederland richtte de NTTB zich met haar activiteiten specifiek op Chinezen.

Tijdens het WK:

- 'China Ping Pong Experience', georganiseerd in samenwerking met de Chinese Ambassade en de Chinese Sport Federatie, waarbij Chinezen individueel en in teamverband tegen elkaar konden spelen. Ook werd er een demonstratie gegeven door een Nederlandse selectiespeler (NTTB, 2011a & NTTB, 2011b).
- Bezoek van het Chinese team aan de NTTB Funhal¹⁷.

Na het WK:

- Chinese studenten worden uitgenodigd bij tafeltennisverenigingen voor een proeftraining en kennismaking met de vereniging (NTTB, 2011e).

Kinderen

Het programma voor kinderen bestond uit:

Voorafgaand en na het WK:

- De WK Masterclinics bij verenigingen door heel Nederland.
- Clinics op basisscholen in Rotterdam.
- Samenwerking tussen scholen en tafeltennisverenigingen in Rotterdam (zogenaamde schoolsportverenigingen) werden gestimuleerd (NTTB, 2010).
- Introductie van het Table Stars programma: Table Stars bestaat uit zes oefeningen die, bij afronding, leiden tot een diploma. Het programma wordt via scholen en verenigingen ingezet om kinderen in aanraking te laten komen met tafeltennis (Aquina, 2011).

Tijdens het WK:

- 'Table Stars World', waar kinderen de oefeningen verder konden perfectioneren, prijzen konden winnen, handtekeningen konden verzamelen, en zich konden laten schminken.
- Jeugddag (11 mei) met daarin de finales van het basisscholenkampioenschap en een wedstrijd tussen de Amsterdamse- en Rotterdamse schooljeugd, medegeorganiseerd door Rotterdam Sportsupport.
- De finale om het landskampioenschap van de jeugd werd gespeeld in Ahoy.
- De Jeugdcup werd gespeeld: een toernooi tussen teams vanuit alle NTTB-afdelingen (NTTB, 2011b).

5.3 Resultaat

Evaluatie

In de evaluatie van de breedtesportcampagne voor het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport heeft de NTTB beschreven hoe de activiteiten waren georganiseerd, wat de activiteiten inhielden, welke vervolgstappen er voor de verschillende doelgroepen gepland staan, en hoe de financiële afrekening eruit zag (NTTB, 2011a). De evaluatie geldt als verantwoording voor de ontvangen pilotsubsidie van het ministerie. Doordat de breedtesportcampagne als een pilot stond

¹⁷ De hal in Ahoy waarin de activiteiten rondom de breedtesportcampagne plaatsvonden tijdens het WK.

aangemerkt, lag de nadruk bij de evaluatie met name op de succes- en verbeterpunten die een bijdrage kunnen leveren aan het evenementenbeleid in de toekomst, alsmede het maximaliseren van de spin-off van sportevenementen ten aanzien van de doelstellingen uit het Olympisch Plan 2028 (NTTB, 2011a).

Omdat de breedtesportactiviteiten al in mei 2010 zouden beginnen, zouden de in 5.1 genoemde doelstellingen in eerste instantie na afloop van het WK gerealiseerd moeten zijn. Echter de subsidie vanuit het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport werd pas in september 2010 toegekend waardoor er pas in 2011 gestart kon worden met het uitvoeren van de breedtesportcampagne. Of de kwantitatieve doelstellingen na het WK behaald zijn is dus nog niet duidelijk, want die evaluatie heeft nog niet plaatsgevonden (NTTB, 2011a).

Output

Het aantal bereikte mensen, ofwel het aantal mensen dat in aanraking is gekomen met de breedtesportcampagne, is door de NTTB weergegeven in het evaluatierapport (zie tabel 5). In tabel 4 is het maximale bereik genoemd, echter deze doelgroepen komen niet overeen met de gebruikte doelgroepen voor de breedtesportactiviteiten. Hierdoor kan alleen voor het project Table Stars, dat werd ingezet op de scholen, gesteld worden dat een totaalbereik is gerealiseerd van 150%.

Tabel 5 Overzicht bereikte mensen per doelgroep (NTTB, 2011a)

Doelgroep	Aantal deelnemers
Gehandicapten	200
Bedrijven	350
Chinezen	150 ¹⁸
Table Stars: aantal deelnemers via scholen	15.000 ¹⁹
Table Stars: aantal deelnemers in Ahoy	500
Clinics	2.000
Bezoekers NTTB-breedtesporthal	7.500

Het totaal aantal WK Masterclinics dat heeft plaatsgevonden ligt op 20, daar waar er 40 waren gepland. Reden die de NTTB hiervoor gaf is de kortere tijdsspanne van de breedtesportcampagne en de beperkte beschikbaarheid van de Nederlandse selectie zo kort voor het WK (NTTB, 2011a).

Outcome

De outcome bestond volgens de NTTB uit:

- Een, voor de NTTB, positieve ervaring²⁰ met betrekking tot de clinics, en zodoende het blijvend inzetten van dit middel ten behoeve van ledenwerving.
 - Contacten met bedrijven, andere sportverenigingen en -bonden.
 - Contacten met actoren in de gehandicaptensport; NOC*NSF Gehandicaptensport, Fonds Gehandicaptensport, Stichting Mee Rotterdam, Rotterdam Sport Support, Revalidatiecentrum Rijndam, en Mytyschool de Brug in Rotterdam.
 - Contacten met Chinese bedrijven, en onderwijsinstellingen met Chinese studenten.
- (NTTB, 2011a).

¹⁸ Ook waren 100 Chinese studenten als vrijwilliger werkzaam op het WK (NTTB, 2011a).

¹⁹ Gemonitord aan de hand van het aantal uitgegeven diploma's (NTTB, 2011a).

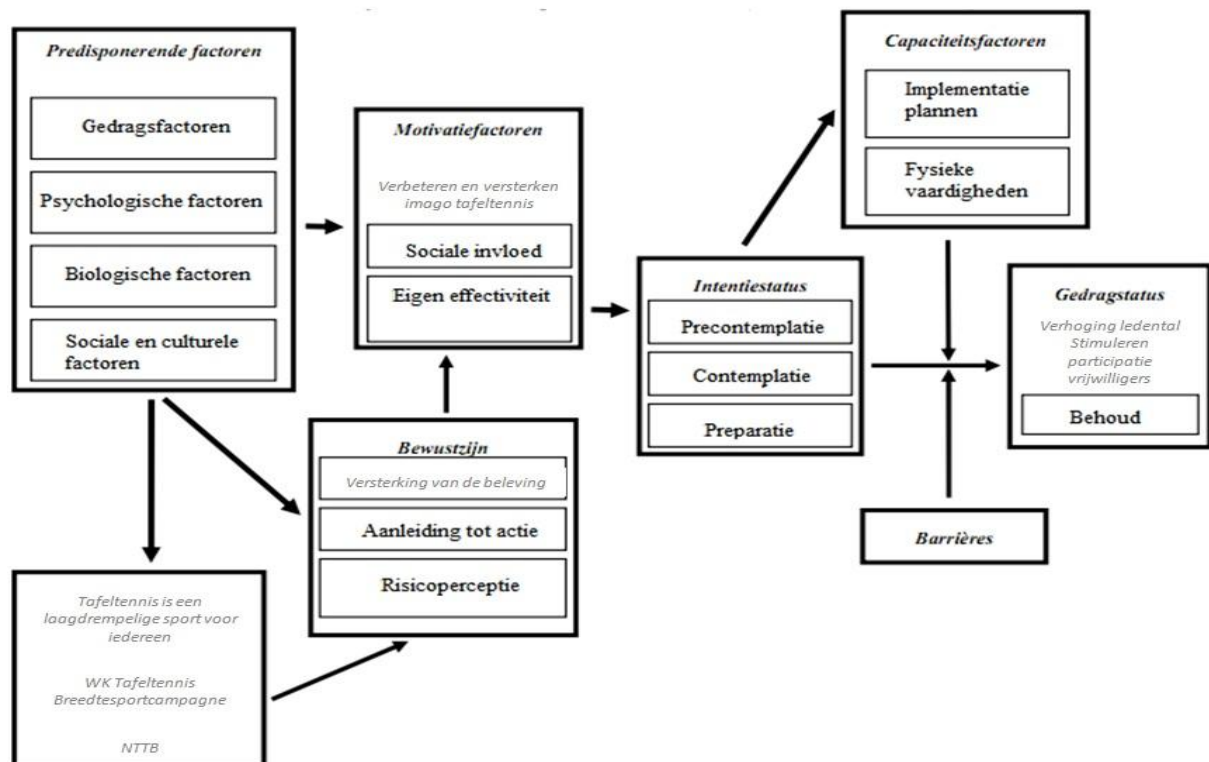
²⁰ Veroorzaakt door de populariteit van de onderdelen van de clinic, en het aantal bezoekers per clinic (NTTB, 2011a).

Naast bovengenoemde outcome zal Table Stars (vanwege de populariteit en het totaalbereik van 150%) verder ontwikkeld en ingezet worden om kinderen (6-10 jaar) enthousiast te maken voor tafeltennis. Ook zullen de Table Stars programma's worden toegespitst op specifiekere doelgroepen, waaronder kinderen met een beperking, andere leeftijdscategorieën, en jeugdleden van tafeltennisverenigingen (NTTB, 2011a). Naast Table Stars, zal ook het motto 'Join the Table' gehandhaafd worden in de toekomst, waarbij de NTTB verenigingen wil gaan stimuleren om door middel van een divers aanbod, verschillende doelgroepen aan te spreken (bijvoorbeeld door kinderopvang, speciaal aanbod voor gehandicapten, en zaalverhuur aan bedrijven) (NTTB, 2011d). De opgedane contacten met actoren in de gehandicaptensport, (Chinese) bedrijven en onderwijsinstellingen zullen hierbij ingezet worden (NTTB, 2011a).

De ledentallen van de NTTB worden pas in de loop van 2012 geanalyseerd, omdat dan een goede vergelijking kan worden gemaakt met voorgaande jaren (NTTB, 2011f). Deze analyse zal ook ingaan op de verdeling van de leden over verschillende leeftijdscategorieën, omdat een daling van het ledenaantal niet altijd hoeft te betekenen dat de breedtesportcampagne niet heeft gewerkt. Volgens Koppelman (2011) komt dit doordat veel oudere leden stoppen door een te hoge leeftijd of overlijden en zo voor een daling van het ledenaantal zorgen, terwijl het aantal jeugdleden tegelijkertijd wel kan stijgen. Wel is bekend dat het aantal leden op 30 juni 2011 op 30.685 lag, een daling van 809 leden ten opzichte van precies een jaar eerder. De NTTB schat dan ook in dat het ledenaantal van 2011 op 32.818 komt te liggen. Vergeleken met de 33.627 leden in 2010 is dat een daling (NTTB, 2012). Tot slot is het project gericht op het verhogen van het jeugdledenaantal in Rotterdam tussentijds geëvalueerd. Dit project heeft ertoe geleid dat er twee nieuwe schoolsportverenigingen zijn opgericht en dat het aantal jeugdleden in Rotterdam is gestegen met 25% (NTTB, 2011a).

5.4 Denkwijze achter interventies

Hoewel een toename van het ledenaantal van de NTTB het finale doel was (zie [1] in de doelstelling van de NTTB), had de breedtesportcampagne zelf een 'versterking van de beleving van de sport' tot doel. Een spin-off in de vorm van een hoger ledenaantal zou dan volgens de NTTB 'vanzelf ontstaan' (Gabriëlse in Aquina, 2011). Als het evenement en de breedtesportcampagne ingevuld worden in het model, blijkt dat er toch meerdere factoren van invloed zijn op de verhoging van het ledental. Het evenement en de breedtesportcampagne zelf werden door de NTTB ingezet om de boodschap 'tafeltennis is een laagdrempelige sport voor iedereen' te communiceren (NTTB, 2011a). Het primaire doel, de versterking van de beleving van de sport, kan het bewustzijn van potentiële leden verhogen met als gevolg een verbeterde bekendheid met tafeltennis. Ook de motivatiefactoren werden beïnvloed, omdat een verbetering en versterking van het imago van tafeltennis een positief effect zal hebben op de sociale invloed. De middelen waren niet gericht op de intentiestatus, capaciteitsfactoren en barrières (zie figuur 16). Echter, de breedtesportcampagne in Rotterdam deed dat wel indirect: door het oprichten van twee nieuwe schoolsportverenigingen, het geven van trainingen/clincs op scholen, en het scholenkampioenschap zijn potentiële leden in contact gekomen met de Rotterdamse verenigingen wat de intentiestatus ogenschijnlijk heeft bevorderd. Ook hebben de potentiële leden zo meer inzicht verkregen in hun fysieke vaardigheden.



Figuur 16 Verondersteld mechanisme verhoging ledenaantal door inzet van de WK Tafeltennis 2011

5.5 Deelconclusie

Voor het WK Tafeltennis was de NTTB de enige actor die een doel had opgesteld ten aanzien van een ledentalstijging. Dit concrete doel voldoet aan de SMART criteria en luidt: in de periode na het WK in Rotterdam zou, door middel van activiteiten behorend tot de breedtesportcampagne, jaarlijks 2% van deze 25.000 potentiële leden lid moeten worden van een tafeltennisvereniging om zo de teruggang in leden om te vangen (Projectgroep Tafeltennisfans WK 2011, 2009).

De breedtesportcampagne van de NTTB zette in op de informatiefactoren die het bewustzijn beïnvloedden. Ook werden de motivatiefactoren beïnvloed. Er werd echter niet direct ingezet op de predisponerende factoren, intentiestatus, capaciteitsfactoren en barrières.

Door het later dan gepland verkrijgen van de subsidie van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport zijn niet alle middelen volgens plan uitgevoerd. Grootste aanpassing betrof de tijdsspanne: de campagne werd begin 2011 gestart in plaats van de geplande start in mei 2010. De evaluatie met betrekking tot het gestelde doel staat nog op de planning voor 2012. Dit omdat de ledentallen van de NTTB pas aan het eind van elk jaar worden geanalyseerd en er voordien dan ook geen goede evaluatie mogelijk is (NTTB, 2011f). De tussentijdse evaluatie van de ledentallen geeft weer dat het ledenaantal over 2011 lijkt te gaan dalen ten opzichte van het jaar ervoor: van 33.627 naar 32.818 leden (NTTB, 2012). Ook is het project in Rotterdam tussentijds geëvalueerd, waaruit is gebleken dat de campagne in die stad heeft geleid tot een stijging van het jeugdedenaantal bij verenigingen met 25% (NTTB, 2011a).

6 CASE STUDY: WORLD OPEN SQUASH 2011

6.1 Doelen

SBN had een jaarplan opgesteld met daarin vier speerpunten:

1. Naar een sterke organisatie met een passend organisatiemodel.
2. Ledenwerving.
3. Communicatie, PR en marketing; inzet van internet, squash in de spotlights brengen, en profileren/exploiteren positief marketingprofiel van squash.
4. Sporttechnisch (topsport, breedtesport, en wedstrijd sport).
(SBN, 2010)

Wat betreft het tweede speerpunt de ledenwerving, stelde SBN dat een ledentalstijging van 15.600 naar 70.000 leden het doel is omdat het huidige ledental niet in overeenstemming is met het aantal squashers in Nederland, zoals te zien in figuur 17. Op dit moment is slechts 3% van de squashende Nederlanders lid van SBN.



Figuur 17 Organisatiegraad squashers in procenten (bewerkt uit NOC*NSF, 2006; NOC*NSF, 2008; NOC*NSF, 2010; Centraal Bureau voor de Statistiek, 2011)

Ledenwerving dient volgens SBN te geschieden door het aanbieden van een passend aanbod voor iedere nog niet georganiseerde squasher. Voornaamste doelgroepen zijn hier scholieren, studenten, en het bedrijfsleven (SBN, 2010). Ook het gebruik van evenementen werd door SBN in het jaarplan genoemd bij dit doel: *“groei van het aantal geregistreerde squashspelers met meer dan de gebruikelijke 1 tot 2% per jaar omzetten naar 10% per jaar. Koppeling van meer nevenevenementen aan de door SBN georganiseerde en onder regie van SBN gehouden evenementen”* (SBN, 2010, pag.6). De SBN had zichzelf tot doel gesteld om elke twee jaar een internationaal evenement te organiseren, voor 2011 lag de nadruk op het World Open Squash, wat dan ook werd aangegrepen om een breedtesportcampagne aan te koppelen.

SBN wilde het World Open Squash benutten om te werken aan ‘het breder positioneren van het topsportevenement’ (SBN, 2010, pag.10). Het werven van leden wordt gezien als een vorm van structureel resultaat van deze bredere positionering, waarbij de World Open Squash door SBN dan

ook werd gezien als ‘kapstok’ voor activiteiten om diverse leeftijdsgroepen kennis te laten maken met squash (Borst & Zwakenberg, 2011). Doel van de structurele campagnes is *“dat het niet na het project stopt, het is niet iets eenmaligs, er zou dus nu in Rotterdam, door hopelijk iets aan de gang te houden bij die vakleerkrachten, structureel iets moeten ontstaan van squash op basisscholen”* (Borst & Zwakenberg, 2011). In de concretere uitwerking van de plannen, zijn deze groepen verder gespecificeerd naar: basisschool groepen 6, 7 en 8, sportklassen op middelbare scholen, en squashcentra met een actief jeugdbeleid (Zwakenberg, 2011a).

Wat betreft de ledengroei noemde SBN geen percentage dat bereikt diende te worden door middel van het topsportevenement en de breedtesportcampagne. Dit omdat SBN niet verwacht dat de voornaamste doelgroep (basisscholieren) direct voor de sport zullen kiezen, maar dit wellicht pas op de langere termijn (0-4 jaar) doen (Borst & Zwakenberg, 2011). Een mogelijke ledengroei op de langere termijn ten gevolge van het topsportevenement en de breedtesportcampagne is volgens hen lastig te meten, waardoor het effect ervan op de sportparticipatie nooit vastgesteld zal worden (Borst & Zwakenberg, 2011).

6.2 Middelen

SBN had een aantal activiteiten ingezet in het kader van de World Open Squash en deze worden ook in de periode na het evenement gecontinueerd. Dergelijke campagnes worden zowel bij- als na elk internationaal evenement ingezet, en vinden dus structureel iedere twee jaar plaats.

De ingezette activiteiten omvatten volgens het jaarplan zowel het opleiden als nascholen van coaches en scheidsrechters, het opzetten van competities en netwerkbijeenkomsten voor het Rotterdamse bedrijfsleven, en het aanspreken van de Rotterdamse schooljeugd en studenten in de vorm van kampioenschappen en het organiseren van squash in het onderwijs (SBN, 2010). Vergeleken met eerdere breedtesportcampagnes, is die rondom het World Open Squash toegespitst op Rotterdam omdat het evenement daar plaatsvond en SBN grote bereidheid tot medewerking ondervond vanuit deze gemeente (Zwakenberg, 2011b).

Bedrijfsleven

De doelgroep bedrijven is uiteindelijk niet benaderd door SBN, maar wel door de organisatie van de World Open Squash. De benaderde bedrijven behoorden al tot de sponsorpoule van het evenement, en waren op die manier al betrokken bij squash. De bedrijven maakten tijdens het evenement gebruik van de voor hen georganiseerde clinics en personeelsdagen. SBN zorgde hier voor de aanwezigheid van trainers (Borst & Zwakenberg, 2011).

Middelbare scholen

De middelbare scholen werden door SBN zelf benaderd. Hierbij zijn de scholen een samenwerking met een squashcentrum aangegaan en hebben de vakleerkrachten van de scholen trainingen gekregen van squashtrainers van SBN. Op deze manier werden de vakleerkrachten aangemoedigd om zelf squashlessen te verzorgen, en werd zodoende een toegankelijker en goedkoper aanbod gecreëerd voor de scholen. De World Open Squash werd hier gebruikt als noemer om het traject aan op te hangen zodat scholen eerder geneigd zouden zijn deel te nemen. Ook werden de deelnemende middelbare scholen uitgenodigd voor de finale dag tijdens de World Open Kids Day waar leerlingen training konden krijgen van gecertificeerde SBN-trainers (Borst & Zwakenberg, 2011).

Huidige leden

Voor de huidige leden werd de World Open Squash ingezet om een band te behouden met de huidige leden. De jeugdleden van SBN zijn door SBN benaderd om deel te nemen aan dezelfde activiteiten als voor de middelbare scholieren werden georganiseerd op de World Open Kids Day. Zo konden zij dus deelnemen aan door SBN-trainers gegeven trainingen (Borst & Zwakenberg, 2011).

Basisscholen

De basisscholen werden benaderd door de gemeentelijke dienst 'Sport en Recreatie'. De vakleerkrachten van deze 90 basisscholen kregen trainingen aangeboden, zodat zij (al dan niet met ondersteuning van een squashleraar of SBN) lessen konden gaan geven op school of bij squashcentra, uiteindelijk gevolgd door een schooltoernooi. De winnaars van deze schooltoernooien zouden het tijdens het World Open Squash tegen elkaar opnemen tijdens de algehele scholenfinale (Zwakenberg, 2011a). Omdat dit voor SBN het grootste deel was van de breedtesportcampagne ligt de nadruk in de volgende paragrafen dan ook op de breedtesportcampagne gericht op basisscholen.

6.3 Resultaat

Evaluatie

Het traject dat is gestart bij de basisscholen wordt door SBN gemonitord om te bezien hoe de samenwerking tussen de basisscholen en de squashcentra zich verder ontwikkelt. Evaluatie van het effect op het ledental is hier volgens SBN lastig: *"die conclusie kunnen we vooraf al trekken, dat het op de ledenaanwas als zodanig geen invloed heeft, niet op korte termijn, en niet met deze doelgroepen. Het is puur promotie, kennismaking met de sport."* (Borst & Zwakenberg, 2011).

Het traject dat loopt bij de twee middelbare scholen wordt ook door SBN gemonitord om te kijken of het traject voortgezet kan worden en ook bij andere scholen en squashcentra weggezet kan worden. Ook hier gaat de evaluatie niet in op de gevolgen voor de ledentallen van SBN.

Output

De doelgroep studenten is uiteindelijk niet opgenomen in de breedtesportcampagne. Twee redenen die SBN hiervoor aanvoerde zijn [1] tijdgebrek en [2] het lastig bereiken van deze doelgroep via de studentenverenigingen. Tijdgebrek wordt veroorzaakt door het geringe personeelsaantal van de SBN en het lastig bereiken van deze doelgroep door de jaarlijkse wisselingen in het bestuur van de studentenverenigingen (Borst & Zwakenberg, 2011).

Van de 90 basisscholen in de omgeving van Rotterdam die benaderd zijn en de instructie hebben gehad zijn uiteindelijk 4 a 5 basisscholen daadwerkelijk naar een squashcentra toegegaan. Van de door SBN benaderde middelbare scholen hebben uiteindelijk twee scholen uit Alphen aan de Rijn deelgenomen aan het programma, middelbare scholen uit Rotterdam toonden geen interesse.

Outcome

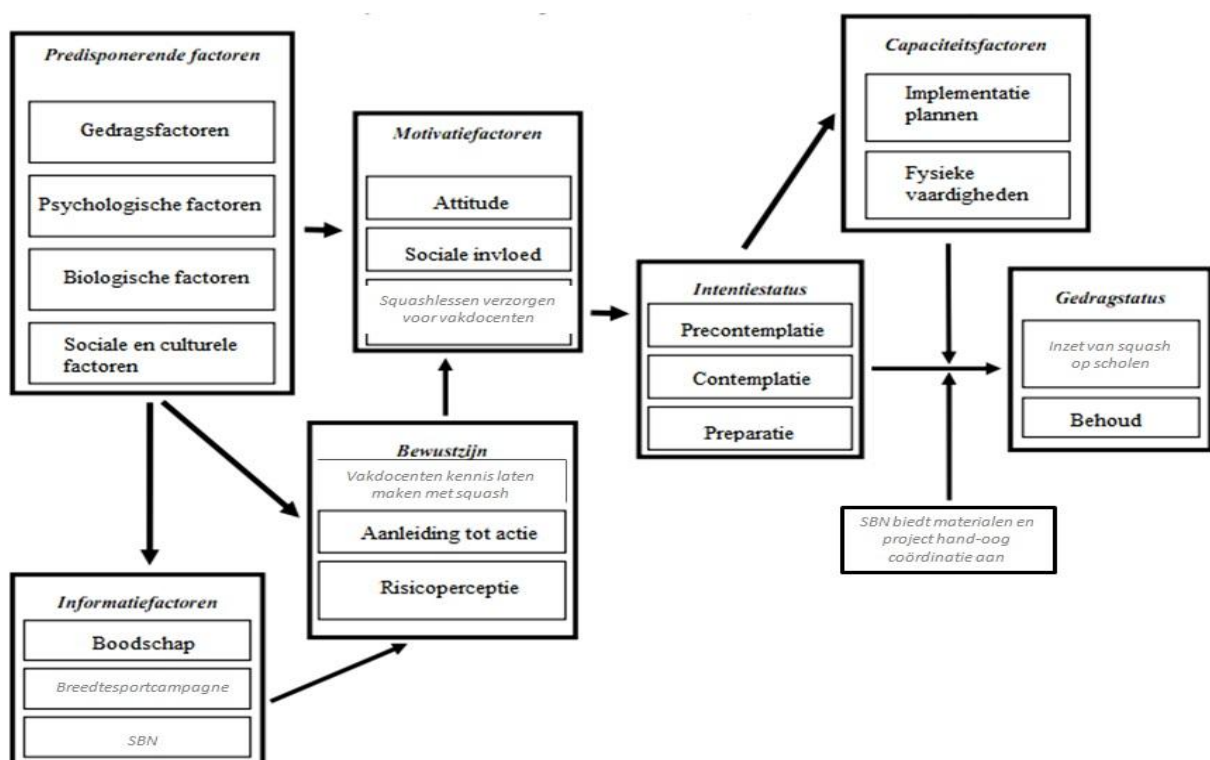
De outcome die volgens SBN is overgebleven van het traject en het topsportevenement bestaat uit:

- De centra en de twee middelbare scholen die samen hebben gewerkt willen het traject continueren.
- Contact opgebouwd met de nieuwe voorzitter van de studentensportbond Nederland.

- Contacten opgebouwd met bedrijven die betrokken waren bij het World Open Squash (clinics hebben gevolgd of personeelsdagen hadden).
- Basisschoolkinderen hebben kennis gemaakt met squash.
(Borst & Zwakenberg, 2011)

6.4 Denkwijze achter interventies

SBN zet de breedtesportcampagne in rondom het World Open Squash omdat een dergelijk evenement extra aandacht geeft aan de sport en de breedtesportcampagne. SBN geeft aan dat het gemakkelijker is om activiteiten behorend tot de breedtesportcampagne te promoten onder de noemer van een topsportevenement zoals het World Open Squash (Borst & Zwakenberg, 2011). Het evenement zelf valt daarom niet direct onder de informatiekanalen die door SBN worden ingezet, maar dient als marketingmiddel (zie figuur 18). De breedtesportcampagne zou ertoe moeten hebben geleid dat kinderen (voornamelijk basisschoolscholieren) kennis maakten met squash. Hiervoor werd het bewustzijn van de vakdocenten (intermediairs) ten aanzien van squash beïnvloed. De kinderen worden namelijk benaderd via de vakdocenten op scholen. De motivatiefactoren werden dan ook beïnvloed door het geven van squashlessen aan vakdocenten, zodat zij in staat werden gesteld om squashlessen te verzorgen voor de schoolgaande kinderen. Ook trachtte SBN een aantal barrières die vakdocenten mogelijk tegen zouden komen weg te nemen: SBN biedt het benodigde materiaal aan en heeft tevens een project hand-oog coördinatie beschikbaar om in te zetten in de lessen.



Figuur 18 Verondersteld mechanisme verhoging ledenaantal door inzet van de World Open Squash 2011

Uit het onderzoek onder de vakdocenten is gebleken dat vrijwel alle vakdocenten met de breedtesport campagne in aanraking zijn gekomen, echter geen van de vakdocenten heeft het topsportevenement bezocht. De campagne was met name gericht op de motivatiefactoren, daar waar docenten de meerwaarde van squash zijn gaan inzien, naar eigen zeggen omdat het een nieuwe sport is voor basisschoolkinderen, veel beweging bevordert, uitdagend is, en goed is voor de hand-oog coördinatie. Ook blijkt de intentiestatus te zijn beïnvloed, daar alle vakdocenten squash in de toekomst willen gaan inzetten in de gymles. Hoewel SBN aangeeft in te spelen op het wegnemen van de verwachte barrière (gebrek aan spelmateriaal), blijken juist barrières ervoor te zorgen dat de intentie niet wordt omgezet in gedrag: geen van de zes vakdocenten heeft squash ingezet in de gymles. De vakdocenten geven aan dat ze de kosten van een bezoek aan een squashcentrum te hoog vinden, hebben niet de geschikte ruimte, denken dat het te moeilijk is voor basisscholieren, of zeggen niet te beschikken over het juiste materiaal. Door de vakdocenten wordt dan ook aangegeven dat SBN meer zou moeten doen om deze barrières weg te nemen of te verminderen, en in het verdere verloop van de campagne deze factor dan ook extra aandacht te geven door de beschikbaarheid van spelmateriaal te verbeteren, of clinics te geven in de gymzalen zodat vakdocenten inzicht krijgen in de mogelijkheden in hun eigen zaal.

“Want ja, squashen zonder squashracket... ja dat is mij ook nog nooit gelukt.”

“Materialen aanbieden, of de mogelijkheden tot lenen. Niet huren, maar lenen.”

“...dat ze het nog breder konden maken eigenlijk. Dus makkelijker toepasbaar in kleine zalen en misschien het geven van een clinic in gymzalen in plaats van naar squashcentra te gaan en zo.”

6.5 Deelconclusie

Doel van SBN luidt: ‘groei van het aantal geregistreerde squashspelers met meer dan de gebruikelijke 1 tot 2% per jaar omzetten naar 10% per jaar’ (SBN, 2010, pag.6). Echter SBN geeft aan dat het geen directe ledengroei verwacht vanuit de campagne rondom het World Open Squash (Borst & Zwakenberg, 2011). Het gestelde doel voldoet grotendeels aan de SMART criteria, echter realistisch lijkt de stijging van het aantal leden niet vanwege het erg hoge percentage dat tot doel gesteld is.

SBN zet in op het beïnvloeden van de informatiefactoren, het bewustzijn, de motivatiefactoren en de barrières. De predisponerende factoren, intentiestatus en capaciteitsfactoren werden dus niet direct beïnvloed. De doelgroep die SBN heeft benaderd (de vakdocenten) geeft aan dat zij is benaderd met de campagne, maar de vakdocenten hebben het topsportevenement niet bezocht. Opvallend is dat hoewel de intentiestatus niet direct beïnvloed is, deze toch invloed heeft ondervonden via de informatiefactoren, het bewustzijn en de motivatiefactoren: alle vakdocenten wel de intentie hebben om squash in te zetten in de gymles. De factoren die verder beïnvloed dienen te worden om deze intentie om te zetten in een werkelijke gedragsverandering zijn de capaciteitsfactoren en barrières. De vakdocenten geven veelal aan dat ze meer informatie nodig hebben over hoe zij squash kunnen inzetten in hun gymzaal (capaciteitsfactor) omdat de reis naar een squashcentrum en de kosten ervan barrières blijken, ook het verkrijgen van materialen en het omgaan met beperkte beschikbare ruimtes worden gezien als barrière.

Van de oorspronkelijke plannen heeft SBN alleen de 90 basisscholen in Rotterdam en twee middelbare scholen in omgeving Rotterdam benaderd. Van de 90 benaderde basisscholen hebben er uiteindelijk 4 á 5 de gang naar een squashcentrum gemaakt (Borst & Zwakenberg, 2011). Er staat geen evaluatie gepland met betrekking tot een stijging van de ledentallen door het inzetten van de campagne, omdat SBN hier geen stijging van verwacht op de korte termijn (Borst & Zwakenberg, 2011).

7 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

7.1 Conclusies

In tabel 6 is een overzicht weergegeven van de aspecten met betrekking tot de onderzoeksvragen per topsportevenement. Opvallend is hierbij dat alleen bij Le Grand Départ meerdere partijen doelen hadden opgesteld, waarbij de gemeente Rotterdam concretere doelen had opgesteld ten aanzien van de sportparticipatie dan de organisatie zelf die de campagne heeft gevoerd. Ook is de evaluatie met betrekking tot een stijging van het fietsgebruik uitgevoerd door de gemeente Rotterdam, en niet door de organisatie.

Tabel 6 Evaluatie interventies

		Tour de France		NTTB	SBN
		Organisatie Le Grand Départ	Gemeente Rotterdam		
Doel					
	Specifiek	-	+	+	+
	Meetbaar	-	+-	+	+
	Acceptabel	+-	+	+	+
	Realistisch	+	+	+	-
	Tijdgebonden	-	+-	+	+
Factoren I-Change Model					
	Informatiefactoren	+		+	+
	Bewustzijn	+		+	+
	Predisponerende factoren	-		-	-
	Motivatiefactoren	+		+	+
	Intentiestatus	-		-	-
	Capaciteitsfactoren	-		-	-
	Barrières	+		-	+
Resultaat					
	Evaluatie met betrekking tot sportparticipatie	- ²¹		+ ²²	-
	Middelen uitgevoerd volgens plan	+		-	-
	Sportparticipatie/ ledental gestegen	+		- ²³	0 ²⁴

De NTTB is in dit onderzoek de enige organisatie die het topsportevenement niet heeft benut om barrières weg te nemen bij potentiële leden. Daarentegen hebben zij wel ingespeeld op het beïnvloeden van de informatiefactoren, het bewustzijn en de motivatie om te gaan tafeltennissen. Omdat de NTTB een doelstelling hadden opgesteld die voldoet aan de SMART criteria is deze ook te evalueren. Hoewel de evaluatie nog op de planning staat, is bij de tussentijdse telling in juni 2011 een daling van het ledental waargenomen (zie paragraaf 5.2).

SBN heeft een zeer grote ledentalstijging tot doel gesteld, echter deze stijging zal volgens SBN niet behaald worden door de campagne rondom het World Open Squash gericht op vakdocenten. Een

²¹ Gemeente Rotterdam heeft het fietsgebruik wel geëvalueerd.

²² Landelijke evaluatie staat gepland.

²³ Op basis van tussentijdse evaluatie.

²⁴ Onbekend

evaluatie van het ledental staat dan ook niet gepland waardoor het weinig zinvol is om het 'trickle down effect' inzichtelijk te maken. Opvallend is dat de campagne los stond van het topsportevenement, gezien het feit dat geen van de met de campagne benaderde vakdocenten in aanraking is gekomen met het topsportevenement.

Een eenduidig antwoord formuleren op de hoofdvraag van dit onderzoek, "In hoeverre vervullen topsportevenementen de rol van aanjager voor de breedtesport?" is op basis van de drie gekozen topsportevenementen uitgesloten. Hoewel alle drie topsportevenementen inzetten op het verhogen van de sportparticipatie, worden de doelen niet door allen opgesteld aan de hand van de SMART criteria, wordt niet altijd ingezet op belangrijkste factoren (van het I-Change Model) die gedrag beïnvloeden, en is niet bij alle topsportevenementen een evaluatie gepland met betrekking tot het behalen van de doelen met betrekking tot de sportparticipatie.

De Grand Départ is in dit onderzoek het enige topsportevenement waarvan bekend is dat de sportparticipatie (fietsgebruik) positief heeft beïnvloed. Echter wat de rol van het topsportevenement hierin was is nooit geëvalueerd en zal ook nooit inzichtelijk gebracht kunnen worden (de Graaf, 2011). Daarbij werd het topsportevenement zelf bij alle drie de evenementen op een andere wijze benut. Zo werd het evenement door SBN alleen gebruikt als marketingmiddel ten behoeve van de breedtesportcampagne, maar hing de NTTB de breedtesportcampagne op aan het topsportevenement waarbij de finales van de breedtesportcampagne plaatsvonden tijdens het topsportevenement. De organisatie van de Grand Départ maakte gebruik van een vergelijkbare opzet als de NTTB, echter hier had ook de gemeente Rotterdam doelen opgesteld en meerdere middelen ingezet om deze te bereiken. Hierdoor was het scala van middelen uitvoeriger. In hoeverre topsportevenementen de breedtesport aanjagen wordt dus door de organisatoren van de evenementen zelf niet inzichtelijk gebracht.

7.2 Aanbevelingen

Uit de analyse van de interventies (zie tabel 6) blijkt dat het opstellen van doelen die voldoen aan de SMART criteria belangrijk zijn met betrekking tot het verhogen van de sportparticipatie. Gezien de tijd en kosten die gemoeid gaan met inzetten op de aanjaagfunctie van topsport(evenementen) op de breedtesport is een evaluatie om te bezien of het succes heeft opgeleverd essentieel. Aanbeveling betreffende de beleidskant van de aanjaagfunctie van topsport(evenementen) op de sportparticipatie is dan ook het opstellen van doelen volgens de SMART criteria, alsmede het evalueren van het evenement ten aanzien van de doelen om zo te bezien of deze zijn behaald en het evenement, dan wel de breedtesportcampagne, een succes genoemd kunnen worden.

Alle drie de topsportevenementen hebben ingezet op informatiefactoren, bewustzijn en motivatiefactoren. Le Grand Départ en SBN hebben ook ingezet op het wegnemen van barrières. Voor het veranderen van gedrag is het noodzaak om in te zetten op zoveel mogelijk, liefst alle, factoren. Topsportevenementen die in de toekomst inzetten op het verhogen van de sportparticipatie zouden ook in moeten zetten op activiteiten gericht op de intentiestatus, de capaciteitsfactoren, en rekening moeten houden met de predisponerende factoren. Op deze manier is het meer waarschijnlijk dat het topsportevenement en de breedtesportcampagne daadwerkelijk leiden tot een hogere sportparticipatie en dus de aanjaagfunctie van de topsport op de breedtesport sterker en effectiever wordt.

Bovenstaande aanbevelingen gelden ook voor SBN, die inzetten op het beïnvloeden van het gedrag van vakdocenten waar het gewenste gedrag het inzetten van squash in de gymlessen is. Uit het onderzoek onder vakdocenten is gebleken dat alle vakdocenten wel de intentie hebben om squash in de toekomst in te gaan zetten in de gymlessen. Echter de reden waarom dit nu nog niet wordt gedaan blijkt voornamelijk te vallen onder de barrières: beperkte ruimte, materiaal ontbreekt, en de kosten zijn te hoog. Voor SBN ligt hier dus de taak om deze barrières weg te nemen zodat de reeds aanwezige gedragsintentie wordt omgezet in een werkelijke gedragsverandering. De vakdocenten hebben in dit onderzoek zelf aangegeven hoe deze barrières weggenomen zouden kunnen worden:

- De squashactiviteiten zouden meer moeten omvatten dan alleen tegen een muur slaan, dus breder zijn dan dat.
- De clinics zouden gegeven moeten worden in gymzalen in plaats van squashcentra, zodat het geven van squashlessen in de gymzaal tastbaarder wordt.
- In navolging van de tastbaarheid, zou SBN een lesmap kunnen ontwikkelen met een uitleg van oefeningen die uitvoerbaar zijn in de gymzaal.
- SBN zou de materialen (rackets, ballen) kosteloos moeten aanbieden aan de scholen.

Uiteraard zou bovenstaande, inspelend op de informatiefactoren, goed gecommuniceerd moeten worden naar de vakdocenten zodat zij bekend raken met de mogelijkheden die aangeboden worden.

LITERATUURLIJST

- 2011 WTTTC (2011). *WK brengt tafeltennissers bij elkaar*. Geraadpleegd op 16 november 2011 op <http://www.wktafeltennis.nl/nieuws/330/wk-brengt-tafeltennissers-bij-elkaar.html>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision Processes*. Vol.50 , 179-211.
- Aquina, L. (2011). *Campagne 'Join the table' benut WK voor tafeltennispromotie*. Geraadpleegd op 9 oktober 2011 op: <http://www.sportknowhowxl.nl/nieuwsberichten/5830>
- Bauman, A., Sallis, J., Dzewaltowski, D. & Owen, N. (2002). Toward a better understanding of the influences on physical activity. *American Journal of Preventive Medicine*, 23 , 5-15.
- Bjelac, Z. & Radovanovic, M. (2003). Sports events as a form of tourist product, relating to the volume and character of demand. *Journal of Sport Tourism* 8(4) , 260-269.
- Boeije, H. (2010). *Analysis in qualitative research*. Londen: Sage
- Borst, M. & Zwakenberg, M. (2011). *Interview Squash Bond Nederland*. Afgenomen op 5 december 2011 te Zoetermeer.
- Bottenburg, M. van (2003). *Top- en breedtesport: een siamese tweeling?* 's-Hertogenbosch: W.J.H. Mulier Instituut.
- Bottenburg, M. van, Elling, A., Hover, P., Brinkhof, S. & Romijn, D. (2011). *De maatschappelijke betekenis van topsport*. Utrecht: Departement voor Bestuurs- en Organisatiewetenschap Universiteit Utrecht & Mulier Instituut.
- Breedveld, K., Kamphuis, C. & Tiessen-Raaphorst, A. (2008). *Rapportage Sport 2008*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau/ W.J.H. Mulier Instituut.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2011). *Actieve en passieve sportparticipatie; personen van 6 jaar en ouder*. Geraadpleegd op 15 november 2011 op: <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=80909NED&D1=17&D2=0&D3=0&D4=a&VW=T>
- Coakley, J. (2009). *Sports in society*. New York: McGraw-Hill International Edition.
- Coalter, F. (2007). London Olympics 2012: 'the catalyst that inspires people to lead more active lives'? *The Journal of The Royal Society for the Promotion of Health*. Vol. 127, No.3 , 109-110.

- Cornelissen, S., Bob, U. & Swart, K. (2011). Towards redefining the concept of legacy in relation to sport mega-events: Insights from the 2010 FIFA World Cup. *Development Southern Africa*. Vol. 28, No. 3, September , 307-317.
- Dool, R. van den, Elling, A. & Hoekman, R. (2009). *SportersMonitor 2008: een beschrijving van actuele sportissues*. 's-Hertogenbosch: W.J.H. Mulier Instituut.
- Dool, R. van den (2011a). *Richtlijn Sportdeelname Onderzoek*. Geraadpleegd 13 september 2011: http://www.mulierinstituut.nl/projecten/monitoringprojecten/richtlijn-sportdeelname-onderzoek-rso_.html
- Dool, R. van den (2011b). *Module actieve leefstijl*. Geraadpleegd op 27 september 2011 op: <http://www.mulierinstituut.nl/projecten/monitoringprojecten/rso/downloads-vragenlijsten.html>
- Dool, R. van den (2011c). *Ledentallen verenigingen 2010*. E-mail ontvangen op 11 november 2011
- Fietsberaad (2010). *Status speelt geen rol bij achterblijvend fietsgebruik allochtonen*. Geraadpleegd op 14 november 2011 op: <http://www.fietsberaad.nl/index.cfm?lang=nl§ion=nieuws&mode=newsArticle&repository=Status+speelt+geen+rol+bij+achterblijvend+fietsgebruik+allochtonen>
- Floor, J. & Raaij, W. van (2002). *Marketingcommunicatiestrategie*. Groningen: Stenfert Kroese.
- Gemeente Rotterdam (2007). *Actieplan Rotterdam Fietst!* Geraadpleegd op 26 oktober 2011 op: <http://www.fietsberaad.nl/library/repository/bestanden/actieplanFiets%20rotterdam.pdf>
- Gemeente Rotterdam (2009). *Sportnota Rotterdam 2016*. Rotterdam: Gemeente Rotterdam.
- Gemeente Rotterdam (2010a). *Wethouder Vervat lanceert fietsroutenetwerk*. Geraadpleegd op 7 oktober 2011 op: http://www.betrokkenbijrotterdam.nl/wethouder_vervat_lanceert_fietsroutenetwerk
- Gemeente Rotterdam (2010b). *RTM #4*. Rotterdam: Gemeente Rotterdam.
- Gemeente Rotterdam (2010c). *Spin-off Grand Départ gunstig voor Rotterdam*. Geraadpleegd op 7 oktober 2011 op: <http://www.rotterdam.nl/spinoffgranddepartgunstigvoorrotterdam>
- Gemeente Rotterdam (2011a). *Investeren in duurzame groei: Programma Duurzaam*. Geraadpleegd op 1 november 2011 op: <http://www.rotterdam.nl/BSD/Document/Perskamer/Programma%20Duurzaam%20gemeente%20Rotterdam.pdf>
- Gemeente Rotterdam (2011b). *RTM #4*. Rotterdam, Zuid-Holland, Nederland.

- Gemeente Rotterdam (2011c). *Rotterdammers over het verkeer*. Geraadpleegd op 16 december 2011 op: <http://www.rotterdam.nl/COS/publicaties/Vanaf%202005/11-3442.Rotterdammers%20over%20het%20verkeer%202011.pdf>
- Graaf, P.A. de (2011). *Rotterdammers over het verkeer 2011*. Rotterdam: Gemeente Rotterdam Servicedienst.
- Graaf, P.A. de (2012). *Re: Fietsgebruik*. E-mail ontvangen op 16 januari 2012.
- Gratton, C. & Jones, I. (2004). *Research methods for sport studies*. Londen: Routledge.
- Haan, J. de & Breedveld, K. (2000). *Trends en determinanten in de sport*. Geraadpleegd op 22 november 2011 op: <http://www.scp.nl/dsresource?objectid=21302&type=org>
- Hover, P. (2012). Factsheet sportdeelname (in voorbereiding). Utrecht: Mulier Instituut.
- Hover, P. & Jong, M. de (2011). *Van evenbeeld tot tegenpool*. Utrecht: Mulier Instituut
- Hoyng, J. & Jong, I. de (2007). *Beleidswijzer*. Bennekom: NISB
- Kock, J. (2010). *De meerwaarde van topsportevenementen voor de breedtesport*. Geesteren: Hogeschool Arnhem en Nijmegen
- Koninklijke Nederlandsche Wielren Unie (2010). *Rotterdam geeft KNWU een waardecheque van 50.000 euro*. Geraadpleegd op 10 oktober 2011 op: http://www.knwu.nl/nieuws/rotterdam_geeft_knwu_een_waardecheque_van_50000_euro.html
- Koppelman, I. (2011). *Re: informatie WK breedtesportcampagne*. Email ontvangen op 4 november 2011.
- Leeuwen, J. van (2010). *Kijken naar sport; passieve deelname in crossnationaal perspectief*. 's-Hertogenbosch: W.J.H. Mulier Instituut.
- Megastad FM (2011a). *"Olympische Jeugdspelen naar Rotterdam"*. Geraadpleegd op 10 november 2011 op: <http://www.megastadfm.nl/sport.php?id=19230>
- Megastad FM. (2011b). *Rotterdam onderzoekt haalbaarheid jeugdspelen*. Geraadpleegd op 30 november 2011 op: <http://www.megastadfm.nl/article.php?id=19500>
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (2010). *Beleidskaders pilots sportevenementen*. Geraadpleegd op 19 september 2011 op: <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/kamerstukken/2010/02/18/beleidskaders-pilots-sportevenementen.html>

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (2011). *Beleidsbrief Sport: 'Sport en Bewegen in Olympisch perspectief'*. Geraadpleegd op 19 september 2011 op: <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/sport/documenten-en-publicaties/kamerstukken/2011/05/19/beleidsbrief-sport-sport-en-bewegen-in-olympisch-perspectief.html>

NBTC-Nipo Research (2011). *Kerncijfers over vrijetijd van Nederlanders*. Geraadpleegd op 13 september 2011 op: <http://www.nbtcniporesearch.nl/nl/Home/Resultaten/kerncijfers.htm>

NISB (2010). *Samenwerking NISB en Olympisch Vuur voor vergroten sportdeelname in Nederland*. Geraadpleegd op 28 oktober 2011 op: kic.nisb.nl/site/nieuws/show/6235

NISB (2011). *Sportparticipatie*. Geraadpleegd op 13 september 2011 op: <http://www.30minutenbewegen.nl/scrivo/asset.php?id=314167>

NTFU (2012). *Samenwerking sleutel tot succes*. Geraadpleegd op 2 februari 2012 op: <http://www.ntfu.nl/Nieuws/tabid/205/Year/2011/Month/12/NewsModule/616/newsId/340/Default.aspx>

NTTB (2009). *Beleid met effect; meerjarenbeleidsplan 2010-2016*. Zoetermeer: NTTB.

NTTB (2010). *Rotterdam start met voorbereidingen WK Tafeltennis*. Geraadpleegd 12 december op: <http://nttb.nl/newsdet.asp?myid=&gid=1&newsid=114>

NTTB (2011a). *Sportbeleving door nieuwe verbindingen*. Zoetermeer: Nederlandse Tafeltennisbond.

NTTB (2011b). *Programma side events WK Tafeltennis*. Geraadpleegd op 11 oktober 2011 op: <http://www.nttb.nl/webdocs/clubadvies/verenigingsmailing/voorlopig%20programma%20side%20events.pdf>

NTTB (2011c). *KNVB en NTTB gaan samenwerken*. Geraadpleegd op 11 oktober 2011 op: <http://www.jointhetable.nl/newsdet.asp?gid=10184&myid=184&newsid=1354&menu=50>

NTTB (2011d). *Join the Table gaat verder, ook na de WK tafeltennis*.

Geraadpleegd op 10 oktober 2011 op:

http://www.ttnieuws.nl/nieuws/3190/Join_the_table_gaat_verder,_ook_na_de_WK_tafeltennis/

NTTB (2011e). *Pilot werving Chinese studenten van start*. Geraadpleegd op 30 december 2011 op:

<http://www.nttb.nl/newsdet.asp?gid=1&myid=91&newsid=1762&filter=>

NTTB (2011f). *Re: informatie WK breedtesportcampagne*. Ontvangen op 4 november 2011.

Zoetermeer: Nederlandse Tafeltennisbond.

NTTB (2012). *Agenda voor de bondsraadvergadering van de NTTB 19 november 2011*. Geraadpleegd op 10 januari 2012 op: www.nttb.nl/webdocs/overnttb/bondsraad/vergaderboek.pdf

NOC*NSF (2006). *Ledentallenrapportage 2005*. Arnhem: NOC*NSF

NOC*NSF (2008). *Ledentallenrapportage 2007*. Arnhem: NOC*NSF

NOC*NSF (2009). *Olympisch Plan 2028*. Geraadpleegd op 28 oktober 2011 op:

<http://www.olympisch->

[vuur.nl/data/sitemanagement/media/downloads/Olympisch%20Plan%202028%20%20in%20lage%20resolutie.pdf](http://www.olympisch-vuur.nl/data/sitemanagement/media/downloads/Olympisch%20Plan%202028%20%20in%20lage%20resolutie.pdf)

NOC*NSF (2010). *Ledentallenrapportage 2009*. Arnhem: NOC*NSF

NOC*NSF (2011a). *Sportparticipatie*. Geraadpleegd op 28 oktober 2011 op:

www.nocnsf.nl/sportparticipatie

NOC*NSF (2011b). *Nederland in de top 10*. Geraadpleegd op 27 december 2011 op:

<http://www.sportknowhowxl.nl/files/NederlandTop10NOCNSF.pdf>

NOS (2011). *EK atletiek in 2016 in Amsterdam*. Geraadpleegd op 5 november 2011 op:

<http://nos.nl/artikel/310186-ek-atletiek-in-2016-in-amsterdam.html>

Projectgroep Tafeltennisfans WK 2011 (2009). *Project Tafeltennisfans WK 2011*. Zoetermeer: NTTB

Respons (2010). *Nieuwsflits*. Geraadpleegd op 29 september 2011 op:

<http://www.respons.nl/nieuwsflits/2010april.html>

Respons (2011). *Sport Evenementen Monitor*. Geraadpleegd op 11 november 2011 op:

<http://wan.respons.nl:8080/respons/secure/job.action>

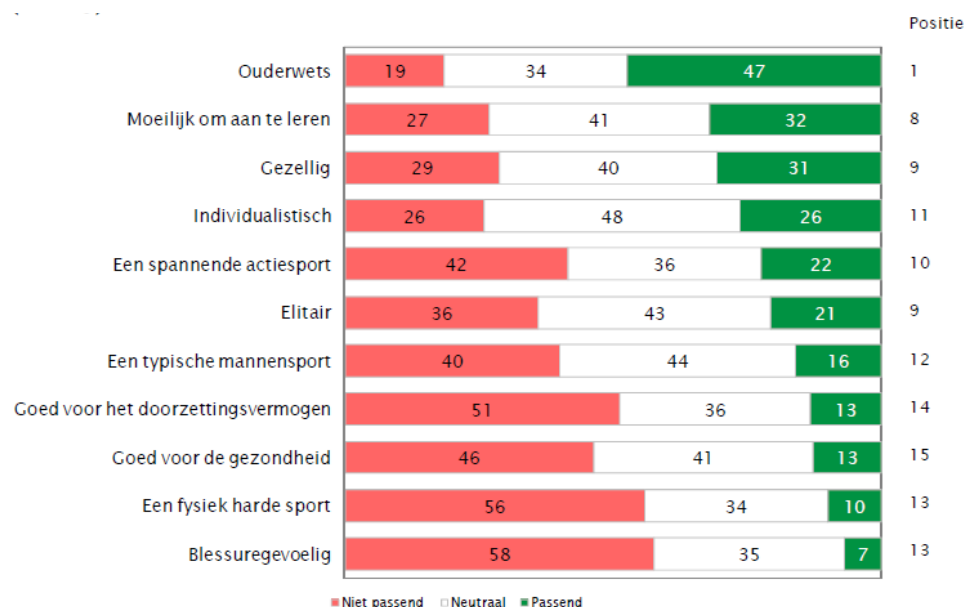
Rijksoverheid (2011a). *Topsport*. Geraadpleegd op 28 september 2011 op:

<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/sport/topsport>

- Rijksoverheid (2011b). *Bewegen en Gezondheid*. Geraadpleegd op 13 september 2011 op:
<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/sport/bewegen-en-gezondheid>
- Rijksoverheid (2011c). *Landelijke Nota Gezondheidsbeleid*. Geraadpleegd 28 september 2011 op:
www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/sport/documenten-en-publicaties/notas/2011/05/25/landelijke-nota-gezondheidsbeleid.html
- Rosenstock, I., Strecher, V. & Becker, M. (1988). Social Learning Theory and the Health Belief Model. *Health Education Quarterly*. Vol.15 (2) , 175-183.
- Rotterdam Climate Initiative (2011). *Erop uit met New Energy bij Le Grand Départ*. Geraadpleegd op 16 december 2011 op:
http://www.rotterdamclimateinitiative.nl/nl/newenergy/erop_uit_met_new_energy_bij_le_grand_depart?news_id=490
- Rotterdam Sportstad & Het Portaal (2009). *Aanscherping sportbeleid Gemeente Rotterdam*. Rotterdam: Rotterdam Sportstad & Het Portaal.
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2004). *Methoden en technieken van onderzoek*. Amsterdam: Pearson Education Benelux.
- SBN (2010). *Jaarplan 2011*. Zoetermeer: Squash Bond Nederland
- Schuyt, K. & van Bottenburg, M. (1996). *De maatschappelijke betekenis van sport*. Geraadpleegd op 13 september 2011 op:
<http://www.vanbottenburg.nl/downloads/57.%20Van%20Bottenburg%20-%20De%20maatschappelijke%20betekenis%20van%20sport.pdf>
- Stichting Tafeltennis evenementen Nederland. (2011). WK Tafeltennis meer dan topsport alleen. Geraadpleegd op 11 oktober 2011 op:
https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:HoxYxfsZFDgJ:www.wktafeltennis.nl/var/downloads/var/mediamanager/files/110413%2520NCA%2520WK009%2520WK%2520Tafeltennis%2520meer%2520dan%2520topsport.pdf+WK+Tafeltennis+meer+dan+topsport+alleen&hl=nl&gl=nl&pid=bl&srcid=ADGEESg4xGuE2YW8O-rMfPz4uAoYqNFrPkVjo6lZoo3E1M71ArZKUnUUnczfCRt0OTf7XM08oEcXBehhmO1OluConK1VesZ1FbZxtx2PP3QtJiHpamfAm7_jbJ7Jnzlg9HY65fPEH-4&sig=AHIEtbQD22IujrpLWES-LIEei1LEciJT6A
- Team Side Events, Grand Départ (2010). *Totaal evaluatie side events; Le Grand Départ Tour de France 2010*. Rotterdam: Gemeente Rotterdam.
- Tolboom, E. (2012). *RE: Iedentallen regio Rotterdam*. Email ontvangen op: 1 februari 2012.
- Tuyckom, C. van, Vos, S. & Scheerder, J. (2009). *Metten en weten over zweten*. Gent: Academia Press

- Vereniging van Nederlandse Gemeenten (2010). *Tour de France in Rotterdam*. Geraadpleegd op 7 oktober 2011 op: <http://www.vng.nl/smartsite.dws?ch=DWF%2F&id=98674>
- Verhage, B. (2004). *Grondslagen van de marketing*. Groningen: Stenfert Kroese.
- Verkaik, P. (2010). *Scriptie: de effecten van een topsportevenement op de breedtesport*. Rotterdam: Hogeschool Rotterdam.
- Verkerk, E. (2011). *Re: onderzoek bereik Tour de France*. Ontvangen op 9 november 2011. Hilversum: Kijk- en Luisteronderzoek.
- VNG, VROM & IPO. (2010). *Eindrapport Output en Outcome gerichte kwaliteitscriteria*. Geraadpleegd op 7 januari 2012 op: www.vng.nl/Documenten/Extranet/Milieu/20101116-Eindrap%20output%20en%20outcome.pdf
- Volkskrant, de (2011). *World Ports Classic, wielerfeest voor drie provincies*. Geraadpleegd op 14 december 2011 op: <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2698/Sport/article/detail/3036560/2011/11/16/World-Ports-Classic-wielerfeest-voor-drie-provincies.dhtml>
- Vries, H. de, Mesters, I., Steeg, H. van de & Honing, C. (2004). The general public's information needs and perceptions regarding hereditary cancer: an application of the Integrated Change Model. *Elsevier Ireland Ltd.* , 154-165.
- Vries, S. de., Overbeek, K. van., Jongert, M., Simons, M., Chorus, A. & Bakker, I. (2007). *Evaluatie Scoren voor Gezondheid*. Geraadpleegd op 4 november 2011 op: http://www.tno.nl/downloads/TNO-KvL_Rapport_Evaluatie_scoren_voor_gezondheid_2009.pdf
- Weed, M., Coren, F. & Fiore, J. (2009). *A systematic review of the evidence base for developing a physical activity and health legacy from the London Olympic and Paralympic Games*. Canterbury: Canterbury Christ Church University; Centre for sport, physical education & activity research.
- Zwakenberg, M. (2011a). *110314 Voorstel Basisscholentract*. Zoetermeer: Squash Bond Nederland
- Zwakenberg, M. (2011b). *RE: Topiclijst vakdocenten*. E-mail ontvangen op 16 december 2011

Bijlage I



Referentiesporten: badminton, fitness, golf, hardlopen, hockey, schaatsen, skiën, tafeltennis, tennis, turnen, voetbal, vechtsporten (judo en karate), volleybal, wielrennen, zwemmen (15)
Bron: SportersMonitor (2008)

Figuur I,a Passendheid aspecten bij tafeltennis in procenten volgens de niet-tafeltennissende Nederlandse bevolking (15-80 jaar) (Hover & de Jong, 2011)

	Passendheid	Positie
Wedstrijdsport	53	8
Goed voor conditie	36	17
Strijd	34	7
Saai	33	2
Recreatiesport	33	6
Voor jonge mensen	27	9
Gezond	25	14
Gezellig	23	8
Actie	21	11
Moelijk te leren	20	7
Laagdrempelig	17	8
Makkelijk te leren	14	8
Volkssport	9	13
Uitdagend	9	18
Niet mijn soort mensen	9	10
Ouderwets	8	6
Meisjes-/vrouwensport	8	8
Van deze tijd/modern	6	17
Voor oude mensen	5	9
Jongens-/mannensport	5	15
Duur, kostbaar	2	17
Mijn soort mensen	2	16
Avontuurlijk	1	17
Gevaarlijk	0	18
Statusverhogend	0	20

Referentiesporten: handboogschieten, hockey, judo, wielrennen, volleybal, voetbal, paardrijden, roeien, toerfietsen, tafeltennis, tennis, korfbal, atletiek, schaken, skaten/skeelers, gymnastiek, basketbal, badminton, fitness, zwemsport (20)

Bron: Schouten (2004), bewerking Mulier Instituut

Figuur I,b Passendheid aspecten bij tafeltennis volgens de Nederlandse bevolking (12< jaar) (Hover & de Jong, 2011)

BIJLAGE II

Topiclijst interview SBN

- Naar aanleiding van de reeds verkregen secundaire literatuur
 - o Waarom is SBN in 2004 opnieuw begonnen met het tellen van de leden (dus vanaf het nulpunt)?
 - o Wie staan er geregistreerd als lid?
 - o Wat is volgens SBN de reden voor de afname van het ledental?
 - o Wat is volgens SBN de reden voor het lage aantal jeugdleden?
- Deelvragen
 - o Wanneer is het evenement of de campagne geslaagd als middel om ledengroei te bewerkstelligen?
 - o Vindt er een evaluatie plaats ten aanzien van de ledengroei met betrekking tot het evenement en de breedtesportcampagne?
 - o Wat is volgens SBN het verwachte effect van het evenement en de breedtesportcampagne ten aanzien van de doelstelling?
- Aanvullingen eerste deelvraag
 - o Waarom is het evenement ingezet om een groei van het ledental te realiseren?
 - o In hoeverre wordt het succes van Nederlandse squashers ingezet om een groei van het ledental te realiseren?
 - o Wat is de toegevoegde waarde van het evenement/waarom is alleen een breedtesportcampagne niet voldoende?
 - o Wat was het concrete, meetbare doel bij de inzet van het evenement en de breedtesportcampagne?
- Aanvullingen tweede deelvraag
 - o Waar bestond de breedtesportcampagne uit?
 - o Waarom/hoe zouden deze activiteiten voor ledengroei gaan zorgen?
 - o Welke vervolgstappen worden er ondernomen?

BIJLAGE III

Topiclijst interviews vakdocenten

Heeft u squash ingezet in gymlessen?

Heeft u een bezoek gebracht aan een squashcentrum in het kader van een gymles?

Maakt squash momenteel onderdeel uit van uw aanbod in de gymlessen?

- Nu wel – hoe beleven de leerlingen het volgens u?
- Nu niet/eerder wel – hoe schat u in dat de leerlingen het beleefd hebben?
- Nu niet/eerder ook niet
- Nu niet, wel belangstelling

Informatiefactoren

- Hoe bent u betrokken geraakt bij squash?
 - Zelf actief?
 - SBN campagne?
 - WK?

Bewustzijn

- Wat sprak u aan wat betreft de campagne van SBN?
- Wat sprak u niet aan wat betreft de campagne van SBN?
- In hoeverre heeft het WK ervoor gezorgd dat u hebt overwogen squash te gaan inzetten in de gymles?

Motivatiefactoren

- Om welke redenen zou u squash inzetten in de gymlessen?
 - Wat is de toegevoegde waarde van squash?
 - Ten opzichte van andere (racket)sporten?
- In hoeverre wordt het inzetten van squash in de gymles volgens u gesteund?
 - Door de school?
 - Door SBN?

Intentiestatus

- Gaat u squash in de toekomst inzetten tijdens de gymlessen?
 - Waarom?

Capaciteitsfactoren en barrières

- Om welke redenen zou u squash niet inzetten in de gymlessen? (positiever stellen)
 - Aanbodzijde: materiaal ontbreekt, centra niet nabij
 - Vraagzijde: geen gewilde sport, ervaring leerlingen

Wat had SBN moeten doen om ervoor te zorgen dat u squash ging inzetten tijdens de gymles?

Heeft u zelf nog opmerkingen met betrekking tot dit onderzoek?