

Sportevenementen

Katalysator voor participatie en cohesie?

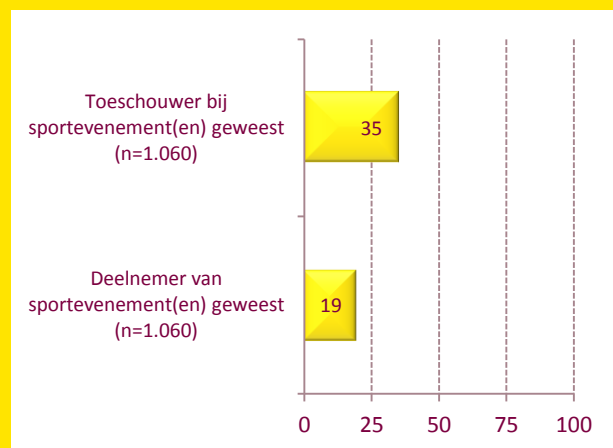
In brede kring wordt aangenomen dat 'Londen' de Spelen kreeg toegewezen onder andere omdat de overheid het evenement wilde gebruiken als aangrijpingspunt voor het bevorderen van sporten en bewegen ('Inspire a generation'). Ook de Nederlandse overheid zet in op vergroting van de sportdeelname door evenementen.

Maar hoeveel mensen zijn in Nederland in 2011 toeschouwer of deelnemer van een klein of groot sportevenement geweest, en in hoeverre voelen zij zich daardoor aangespoord om (meer) te gaan bewegen?

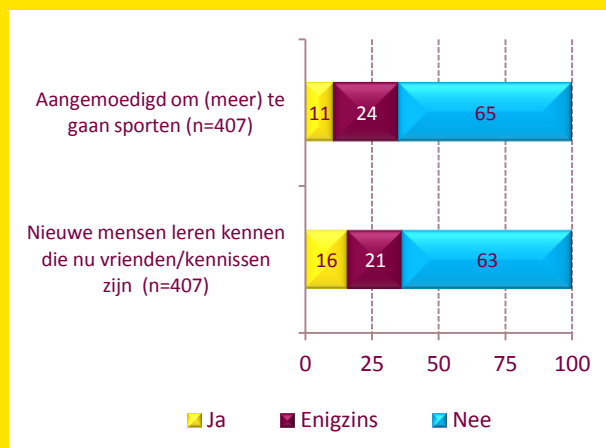
Evenementen: 4,6 miljoen toeschouwers en 2,5 miljoen deelnemers

Op jaarbasis is een derde (35%) van de bevolking (15-80 jaar) toeschouwer bij een of meerdere sportevenementen geweest (figuur 1). Dat betreft 4,6 miljoen mensen. Bijna een vijfde (19%) nam in dat jaar deel aan een of meer sportevenementen. Dat zijn 2,5 miljoen mensen. In vergelijking met niet-sporters (18%) zijn sporters (41%) vaker toeschouwer van een sportevenement. Dat contrast is qua deelname nog groter: 2% van de niet-sporters neemt deel aan sportevenementen, tegenover 25% van de sporters.

Figuur 1 In afgelopen 12 maanden bezoeker/deelnemer bij één of meer sportevenementen geweest, % van bevolking 15-80 jr.



Figuur 2 Door bezoek/deelname aan sportevenementen aangemoedigd om te sporten c.q. nieuwe mensen leren kennen, % van toeschouwers/deelnemers 15-80 jr.



Een op de tien geïnspireerd om zelf (meer) te gaan sporten

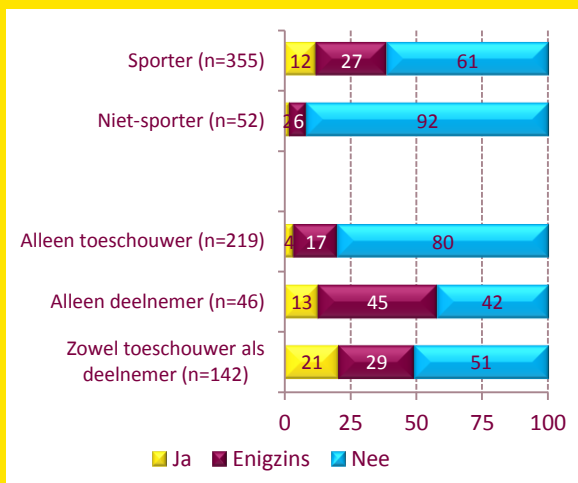
Maar in hoeverre leidt deelname aan of bezoeken van een sportevenement ook tot (meer) sporten? Een op de 10 deelnemers en toeschouwers voelt zich door sportevenementen aangemoedigd om (meer) te gaan sporten (figuur 2). Dat komt overeen met 580.000 personen. 16% van hen hebben dankzij sportevenementen nieuwe mensen ontmoet die tot de vrienden- of kennissenkring worden gerekend (840.000 personen).

49.000 niet-sporters geïnspireerd

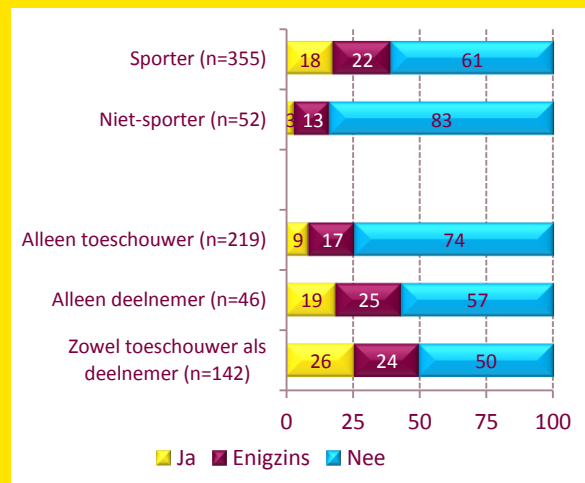
Wordt er teveel van sportevenementen verwacht? 2% van de niet-sporters voelt zich door het bezoek aan sportevenementen gestimuleerd om zelf te gaan sporten (figuur 3). Onder sporters is dat aandeel 6 maal zo hoog (12%).

De 2% geïnspireerde niet-sporters komt overeen met 12.000 mensen. Tellen we daar ook de 6% enigszins geïnspireerde niet-sporters bij op, dan zouden 49.000 niet-sporters zich door evenementen gestimuleerd voelen om te sporten.

Figuur 3 Door bezoek/deelname aan sportevenementen aangemoedigd om (meer) te gaan sporten, % van toeschouwers/deelnemers 15-80 jr.



Figuur 4 Door bezoek/deelname sportevenementen nieuwe mensen leren kennen, % toeschouwers/deelnemers 15-80 jr.



Het Mulier Instituut is een onafhankelijke en landelijk opererende stichting gericht op de bevordering van de sociaal-wetenschappelijke kennisontwikkeling en beleidseffectiviteit op het terrein van sport en samenleving.

Het instituut voert fundamenteel en praktijkgericht onderzoek uit, monitort de ontwikkelingen op het terrein van de sport en organiseert bijeenkomsten en congressen om het debat over de sport te stimuleren.

Redactie

Paul Hover
David Romijn

Neem voor meer informatie contact op met Paul Hover
p.hover@mulierinstituut.nl.

Mulier Instituut
Postbus 85445
3508 AK Utrecht
T 030-7210220
info@mulierinstituut.nl
www.mulierinstituut.nl

Betrokkenheid belangrijk

Deelnemers voelen zich vaker dan toeschouwers aangemoedigd om (meer) te gaan sporten (13% versus 4%, figuur 3). Deelnemers geven ook aan meer mensen te hebben leren kennen dan toeschouwers (figuur 4). Actieve deelname en betrokkenheid zijn dus van groot belang om de effecten van sportevenementen te vergroten.

Conclusie

Sportevenementen bieden - actief of passief - vermaak voor miljoenen mensen. Niet-sporters blijken echter in beperkte mate geïnteresseerd om een sportevenement te bezoeken. Maar een fractie van hen voelt zich hierdoor gestimuleerd om te gaan sporten. Het zijn bovenal degenen die al sporten, die zich geïnspireerd voelen door een evenement.

De resultaten geven aan dat we de impact van evenementen op de sportdeelname niet moeten overschatten. Sportevenementen kunnen een fantastische inspiratiebron zijn en bijdragen aan het draagvlak voor de sport, maar om mensen te laten sporten is meer nodig dan een aansprekend evenement.

Verder lezen

Tijdens de Olympische Spelen wordt op 9 augustus in Londen het eerste exemplaar van het boek [‘De maatschappelijke betekenis van topsport’](#) gepresenteerd. Dit boek vat de (internationale) literatuur over de maatschappelijke betekenis van topsport(eventementen) samen.

Verantwoording

De gegevens waar dit factsheet op is gebaseerd zijn in oktober 2011 verzameld door middel van een webvragenlijst. De vragen over evenementen zijn voorgelegd aan 1.060 personen van 15 tot en met 80 jaar. De vragenlijst maakte deel uit van de SportersMonitor 2011. Bij dit onderzoek is gebruik gemaakt van het Consumer Jury Panel, een representatief internetpanel naar leeftijd, geslacht en opleiding van GfK Panel Services.

Additionele tabellen over dit onderwerp zijn te downloaden op de website van het Mulier Instituut.