

Anders sporten

Best practices van anders georganiseerde sport voor volwassenen in Utrecht.

Factsheet 2016/4

Mei 2016

Nynke Terpstra
Remko van den Dool

mulier instituut

Tabel 1 Informatie per *best practice*

| | Leeftijd | Man/vrouw | Aanbod bijzondere doelgroepen | Kosten per maand | Wijk |
|-------------------|-----------------------------|-------------------------------------|--|------------------|------------------------|
| MBVO | 70+ | 100% vrouw | Ouderen | € 17,33 | Overvecht |
| LOOP | 50+ | 90% vrouw | Mensen met diabetes en dementie | €11,67 - €18,33 | Rondom Utrecht West |
| De Halter | Van jong tot oud | Jong meer jongens, ouder meer dames | Fighting4Power voor meiden, vutFITness voor ouderen, kinderen met een contactstoornis | €7 - €25 | Dichterswijk |
| The Bootcamp Club | Jongvolwassenen/volwassenen | 80% vrouw | Mommy 2B Bootcamp (voor zwangere meiden) | €22,50 - €37,50 | Verspreid over de stad |
| Bodysports | 16+ | 75% vrouw | Diabetes, obesitas, COPD, CVA, mensen met een niet aangeboren hersenaandoening en fysiotherapie. | €50 - €60 | Oog in Al |

Naast traditionele sportverenigingen zijn in Utrecht ook sportaanbieders te vinden die sport anders georganiseerd aanbieden. Wat zijn de succesfactoren van deze aanbieders?

Onderzoek en vraagstelling

Aan de hand van vijf *best practices* is onderzocht wat de succesfactoren zijn van anders georganiseerd sportaanbod in Utrecht. Deze organisaties zijn op verzoek van de gemeente Utrecht door Harten voor Sport en de Vereniging Sport Utrecht geselecteerd als typische voorbeelden van anders georganiseerde sport. Het betreft zowel commerciële als welzijnsorganisaties. Om te kunnen beantwoorden wat deze *best practices* gemeen hebben en wat hen tot succes maakt, is van elke *best practice* iemand van de organisatie en een deelnemer bevestigd. Daarnaast hebben we gebruik gemaakt van de informatie op de websites van de organisaties.

Beschrijving *best practices*

- Meer Bewegen Voor Ouderen (MBVO): oefeningen voor ouderen in een buurthuis in Overvecht.
- Wandelgroep LOOP: buiten wandelen in groepen op vaste tijden.

- De Halter: een krachtsportvereniging met de nadruk op worstelen voor diverse groepen.
- The Bootcamp Club: diverse groepslessen in parken op flexibele tijden.
- Bodysports: een combinatie van fitness en fysiotherapie waarbij aan een persoonlijk programma wordt gewerkt.

Samenvatting succesfactoren

De kenmerken die tot succes leiden bij anders georganiseerde sport zijn: sterke focus op de doelgroep, aanpassing van het niveau aan het individu, goede begeleiding, sterke nadruk op sociale activiteiten, regelmatige inventarisatie van behoeften en de samenwerking met andere organisaties. In tabel 2 is een overzicht te zien van de gemeenschappelijke kenmerken van de *best practices* in Utrecht.



Tabel 2 Kenmerken *best practices* anders georganiseerde sport Utrecht.

Een '+' duidt op een sterke aanwezigheid, de '+/-' op matige aanwezigheid en de '-' op afwezigheid.

| | MBVO | LOOP | De Halter | The Bootcamp Club | Bodysports |
|--|------|------|-----------|-------------------|------------|
| Sterke focus op doelgroep | + | + | + | + | + |
| Aanpassen op niveau individu | + | + | + | + | + |
| Goede begeleiding | + | + | + | + | + |
| Sterke nadruk op sociale activiteiten | + | + | + | + | +/- |
| Regelmatig inventarisatie behoeften | +/- | +/- | + | + | + |
| Samenwerking met andere organisaties | + | + | + | +/- | - |
| Ondersteuning vanuit gemeente | - | - | - | - | - |

Sterke focus op de doelgroep

De vijf *best practices* in de gemeente Utrecht trekken allen specifieke doelgroepen aan. Mond-tot-mondreclame is een van de meest succesvolle manieren waarop nieuwe leden binnenkomen. In tabel 1 is onder andere een overzicht gegeven van de doelgroepen per *best practice*. Opvallend is dat het met name vrouwen zijn die participeren, vooral bij de activiteiten voor ouderen. Dit komt volgens de organisatie doordat vrouwen in het algemeen ouder worden en meer behoefte hebben aan sociale interactie. Een medewerkster van The Bootcamp Club: "Vrouwen hebben meer behoefte aan groepsles. Mannen trainen meer alleen. Vrouwen willen meer groepsdruk, gezelligheid en het sociale aspect". Het is opvallend dat alle *best practices* ook activiteiten aanbieden voor kwetsbare of moeilijke doelgroepen.

Aanpassen op niveau individu

Er is bij de *best practices* veel aandacht voor de capaciteiten en behoeften van de deelnemers. Dit wordt op twee manieren gedaan: door een grote verscheidenheid aan aanbod en/of door aanpassingen per individu in de les. Zo heeft The Bootcamp Club keuzemogelijkheden waaronder Bootcamp 4 Babes, Early Bird Bootcamp ('s morgens vroeg), Kickbox Bootcamp en Yoga Bootcamp. In hun reguliere lessen wordt onderscheid gemaakt in lage, medium en hoge intensiteit. Bij De Halter zijn speciale lessen voor de verschillende doelgroepen mogelijk. Bij MBVO, Wandelgroep LOOP en Bodysports zijn in de les aanpassingen per individu gemaakt. Zo worden bij Bodysports persoonlijke doelstellingen opgesteld, vertelt een medewerker: "Er is een uitgebreide intake. Iedereen heeft een personal coach, om de doelstellingen en je motivatie te bespreken". De begeleidster van MBVO probeert iedereen bij de oefening te betrekken: "Voor mensen die niet mee kunnen komen probeer ik oefeningen aan te passen. Mensen betrekken is heel belangrijk, dat ze bij de groep horen. Iemand doet bijvoorbeeld de oefeningen op de rollator".

Goede begeleiding

Bij alle *best practices* is sprake van professionele begeleiding. De trainers/begeleiders hebben een relevante opleiding of cursus gedaan. Dit is volgens de begeleidster van MBVO een voordeel: "Het is een voordeel dat ik fysiotherapeut ben omdat ik wat meer kan inspelen op lichamelijke gebreken. Ik ben ook heel erg bezig met valpreventie, dit is heel belangrijk bij ouderen". Volgens de begeleidster van Wandelgroep LOOP is het zelfs een risico als er geen professionele begeleiding is: "Je kan veel schade aanrichten als je niet weet wat je doet, zeker met oudere mensen". De professionele begeleiding beperkt zich echter niet tot lichamelijke aspecten, ook de mentale aspecten krijgen aandacht: "Andere begeleiders kunnen zich moeilijk inleven in mensen die niet kunnen sporten of sport niet leuk vinden. Daar zijn wij goed in. De begeleiders kunnen goed inschatten wat er speelt en kunnen daar op een goede manier mee omgaan", aldus de eigenaar van Bodysports.

Sterke nadruk op sociale activiteiten

De respondenten zien dat het sociale aspect een belangrijke rol speelt. Bij alle *best practices* ontstaan vanuit de sportactiviteit vriendengroepen. Een medewerkster van The Bootcamp Club zegt: “Zelfde mensen vormen vaak een groep en dat worden ook vriendengroepen die leuke dingen gaan doen. Het sociale aspect is heel belangrijk. Veel belangrijker dan in de sportschool”. De organisaties spelen op het sociale aspect in. Zo bieden vier van de vijf organisaties daarvoor de gelegenheid om wat te drinken tijdens of na de sportactiviteit. Een aantal van de *best practices* doet nog meer, zoals bij MBVO: “De deelnemers betalen ook één euro per maand voor mensen die ziek zijn of iets speciaals hebben: de lief- en leedpot. We hebben ook één uitje per jaar. Ook met Kerst is het gezellig”.

Regelmatig inventarisatie behoeften

Bij de *best practices* wordt regelmatig gevraagd of de leden/deelnemers tevreden zijn. Dit gebeurt met gesprekken en/of enquêtes. Er wordt vervolgens ingespeeld op deze behoeften van (potentiële) leden. Een voordeel van anders georganiseerde sport is dat ze zich niet aan de (spel)regels van de traditionele sporten hoeven te houden en dus beter met individuele wensen rekening kunnen houden: “Verzoekjes qua locatie doe ik vaak wel” (Wandelgroep LOOP). Ook wordt soepeler omgegaan met deelnemers die even krap bij kas zitten: “Mensen die het echt niet kunnen betalen: loop mee. Als tegenprestatie doe je weer wat anders” (De Halter). Tevens zijn de meeste organisaties continu bezig met (technische) vernieuwing en ontwikkeling van materialen en lesaanbod.

Samenwerking met andere organisaties

Alle *best practices* werken samen met andere organisaties zoals welzijnsinstellingen, winkels, Harten voor Sport en gezondheidsinstellingen. Leden/deelnemers worden vanuit die organisaties naar de sportactiviteiten doorgestuurd. Volgens een bestuurslid van De Halter is samenwerking essentieel: ‘Anders ga je het niet redden, het is noodzakelijk. We werken alleen maar samen met anderen’. De *best practices* zoeken organisaties die passen bij hun doelgroepen.



Rol van de gemeente

Bij geen van de *best practices* is er momenteel directe ondersteuning van de gemeente, terwijl vier van de vijf daar wel behoefte aan hebben. De begeleidster van MBVO zou ondersteuning van de gemeente zeer op prijs stellen: “Ik krijg geen subsidie, moet alles zelf regelen. In Harmelen en Montfoort is dat niet. Eigenlijk komt het net niet uit. Het is een betaalde hobby”. De accommodatie is niet optimaal: “Het lage plafond is lastig voor het gooien met ballen, benauwend”. Bij De Halter gaat het met name om de regelgeving: “Er is een spanningsveld tussen de verwachtingen van de gemeente en de mogelijkheden van het Rijk. Bepaalde regelgevingen spreken ontwikkelingen tegen. Er is een visienota 2020, waarin ondernemende verenigingen gestimuleerd worden. Dat kan niet met markt en overheid”.

Motieven van deelnemers

Deelnemers van de vijf *best practices* zijn ondervraagd. De meest genoemde redenen om deel te nemen zijn in tabel 3 weergegeven. Daarnaast worden verschillende redenen aangedragen waarom deelnemers niet lid zijn van een traditionele sportvereniging. Zo zijn enkele deelnemers lichamelijk gezien daartoe niet meer in staat. Er wordt aangegeven dat ze het anders sporten leuker vinden of geen types zijn voor een traditionele sportvereniging.

Motief gezondheid

Alle deelnemers geven aan dat gezondheid/fit blijven/in beweging zijn de belangrijkste reden is waarom ze deelnemen. Voor een deelnemer van The Bootcamp Club is fit blijven de belangrijkste reden: "Ik merk dat ik me beter voel door te bewegen. Het werkt heel goed, het geeft heel veel voldoening, ik heb altijd spierpijn. Je komt wel echt flink moe thuis, dat is lekker".

Motief gezelligheid/sfeer

Voor de meesten speelt gezelligheid en sfeer een belangrijke rol. Een deelnemer van MBVO geeft het volgende aan: "We kunnen MBVO niet meer missen en we kunnen elkaar niet meer missen. Een deelnemer van Bodysports geeft aan dat sfeer belangrijk is: "Ik voel me hier echt thuis. Je krijgt er een kennissenkring bij, als je dit veel doet. De sfeer is gewoon goed, heel anders dan bij andere fitnesscentra".

Motief maatwerk

Er wordt volgens de deelnemers goed ingespeeld op de wensen van de deelnemers. Voor een deelnemer van Bodysports is dit erg belangrijk: "Deze manier van sporten speelt meer in op doelgroep en behoeften. Dit is een uitgelezen manier voor mij om te sporten". Ook voor een deelnemer van The Bootcamp Club is maatwerk belangrijk. Voor deze deelnemer komt maatwerk in de vorm van het brede aanbod en flexibiliteit: "Wat ik fijn vind is dat ze superveel lessen aanbieden gedurende de hele dag. Die flexibiliteit vind ik fijn, zeker met mijn onregelmatige werk".

Motief begeleiding

De deelnemers blijken enthousiast over de begeleiding. Niet alleen vanwege de professionaliteit en kennis, maar ook vanwege de klik met de begeleider(s). Volgens een deelnemer van Wandelgroep LOOP is de begeleider essentieel: "Degene die het organiseert sprak me aan. Daar valt of staat het mee. Heel professioneel. Begeleiding is zeer actief en zeer enthousiast".

Conclusie

De *best practices* zijn een succes omdat ze goed inspelen op de behoeften van de deelnemers. Dit doen ze door zich duidelijk te richten op bepaalde doelgroepen, maatwerk per individu te bieden, de nadruk te leggen op sociale activiteiten, te zorgen voor goede begeleiding, samen te werken met organisaties die bij de doelgroep passen, in te spelen op ontwikkelingen en regelmatig de tevredenheid van de deelnemers te peilen.

Tabel 3 Vijf belangrijkste redenen om deel te nemen

| Nr. | Naar volgorde van belang |
|-----|---------------------------------|
| 1 | Gezondheid/fit blijven/beweging |
| 2/3 | Gezelligheid/sfeer |
| 2/3 | Maatwerk |
| 4/5 | Begeleiding |
| 4/5 | Stimulans van groep |

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.

Neem voor meer informatie contact op met: Nynke Terpstra of Remko van den Dool via n.terpstra@mulierinstituut.nl of r.vandendool@mulierinstituut.nl

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