

Een beetje meer denken



↑ KOEN BREEDVELD

Je kan tegenwoordig geen sportbeleidsnota meer openslaan of er wordt gesproken van “de sportconsument”. Die eist service, kwaliteit, klantgerichtheid, flexibiliteit en shopt naar hartenlust van sport naar sport. Een uitdaging kortom voor de vereniging, die uiteraard niet voldoende flexibel is en te weinig oog heeft voor kwaliteit. Daarnaast zou het sportconsumentisme de bijl aan de wortel zijn van de vereniging, met zijn afhankelijkheid van toegewijde vrijwilligers.

In zijn proefschrift *From participation to consumption* veegt Jan-Willem van der Roest de vloer aan met dit simplistische denken. Ook in zogeheten ‘moderne’ verenigingen spelen vrijwilligers een belangrijke rol. De leden van die verenigingen zijn niet ‘consumentistischer’ dan leden van klassieke verenigingen, en er is volgens Van der Roest nauwelijks bewijs dat leden van sportverenigingen zich in toenemende mate consumentistisch opstellen.

Nu valt op die laatste stelling nog wel wat af te dingen – zie de opmars van de fitnessindustrie – maar afgezien daarvan heeft Van der Roest een punt: we denken veel te eendimensionaal en doen geen recht aan de complexiteit van de realiteit. We plakken labels op zaken die veelzijdig zijn en leggen relaties tussen kwes-

ties die geen verband houden. Individualisering betekent niet dat mensen niet sociaal meer zijn, het betekent dat ze zelf vorm willen geven aan hun sociabiliteit. Individualisering is ook niet per se een bedreiging voor een sportclub, het uiteenvallen van veel andere verbanden biedt juist kansen voor de sport met al zijn verbindingskracht. En langs dezelfde band: privatisering betekent niet alleen meer commercie, maar ook meer zelfredzaamheid en daarmee vrijwilligerswerk. Geen tijd is zelden een reden om niet aan sport te doen, maar geeft aan dat sport laag op het prioriteitenlijstje staat. Commercie in de sport is niet van nu, maar staat aan de oorsprong van de moderne sport.

De werkelijkheid is complex. Dat vereist een zorgvuldige analyse. Die tijd gunnen we ons steeds minder. We beschikken over meer informatie dan ooit, maar nemen nauwelijks de tijd om die tot ons te nemen. Maar wie aan de oppervlakte blijft, dringt niet door tot de kern. De sport is meer van het doen dan van het denken, hoorde ik ooit iemand zeggen. Maar een beetje meer denken laat je zo veel meer doen.

Koen Breedveld
Directeur Mulier Instituut