

Praatje bij een plaatje

Kansen voor gezonde sportkantines

DOOR JANINE VAN KALMTHOUT (MULIER INSTITUUT)

In deze rubriek belichten we een thema uit het sportverenigingsleven in Nederland. In deze editie van Sport, Bestuur en Management staat de gezonde sportkantine centraal, op basis van een peiling bij het MI Verenigingspanel begin 2015.

De balans tussen het aantal 'gezonde' en 'minder gezonde' producten in het assortiment van sportkantines slaat volgens zeven op de tien verenigingsbestuurders meer door naar ongezond dan naar gezond (figuur 1). Gezond is in het onderzoek omschreven als: groente, fruit, volkorenbrood, pasta, koffie, thee, water en magere zuivelproducten. Als minder gezond gelden producten zoals gefrituurde snacks, fastfood, frisdranken, roomijs, snoep en (gevulde) koeken. Het betreft hier het aanbod, niet de verdeling van de verkoop. In de meeste kantines bestaat het assortiment uit overwegend ongezonde producten. In verenigingskantines (14%) is vaker sprake van een gezonder aanbod dan in de exploitantenhoreca (5%).

Een kwart van de kleine verenigingen heeft naar verhouding meer gezonde dan ongezonde producten in het assortiment. Bij grote verenigingen is dat bij twaalf procent van de clubs het geval. Een kwart van de verenigingen die individuele sporten aanbieden heeft een gezond aanbod, tegen drie procent van de teamsportverenigingen.

Verschuiving vraag naar gezonde producten?

In vergelijking met 2011 geven verenigingsbestuurders in 2014 iets vaker aan dat er vraag is naar gezonde(re) producten in verenigingskantines (figuur 2). De helft

geeft aan dat er geen tot nauwelijks vraag naar gezonde(re) producten is.

Wat doet het met de omzet?

Het zijn vooral de verenigingen met een positieve houding ten aanzien van gezonde producten die behoefte hebben aan een gezonder aanbod: 'Bij sporten hoort gezonde voeding'. Een deel van de verenigingen is daar ook al mee bezig: 'Langzame verandering is al gestart (bijv. broodjes gezond)'. Aan de andere kant zijn er ook verenigingen die geen zeggenschap hebben over het aanbod in de kantine of onbekend zijn met de mogelijkheden.

De grootste groep – de helft van alle verenigingen – geeft aan dat ze misschien wel een gezonder aanbod in de kantine wil (figuur 3). Dit is een forse stijging ten opzichte van 2011, ten koste van de groep die het niet weet. De verenigingen die 'misschien' een gezonder aanbod willen zijn over het algemeen verenigingen die nu meer ongezond aanbod hebben. Zij vinden vooral de vraag naar gezonde producten belangrijk. Enerzijds is het uitgangspunt vaak dat de leden maar moeten aangeven wat ze willen: 'De afnemers zijn zelfstandige mensen, die kunnen voor zichzelf beslissen'. Anderzijds is men bevreesd voor vraagtval en de omzet. Met name bij de verenigingen met een eigen kantine zorgt de kantine voor een belangrijk deel van de inkomsten. Het gezondere aanbod moet dus wel een vergelijkbare omzet genereren: 'Zolang het maar niet ten koste van de omzet gaat'. Ook de kostenkant (opslag, houdbaarheid, inkoop) speelt mee, en daarnaast moet het ook realiseerbaar zijn in de praktijk: 'Ligt eraan hoe realiseerbaar het in de praktijk is voor de kantinemedewerkers (ouders die diensten hebben van twee uur)'.

Conclusie

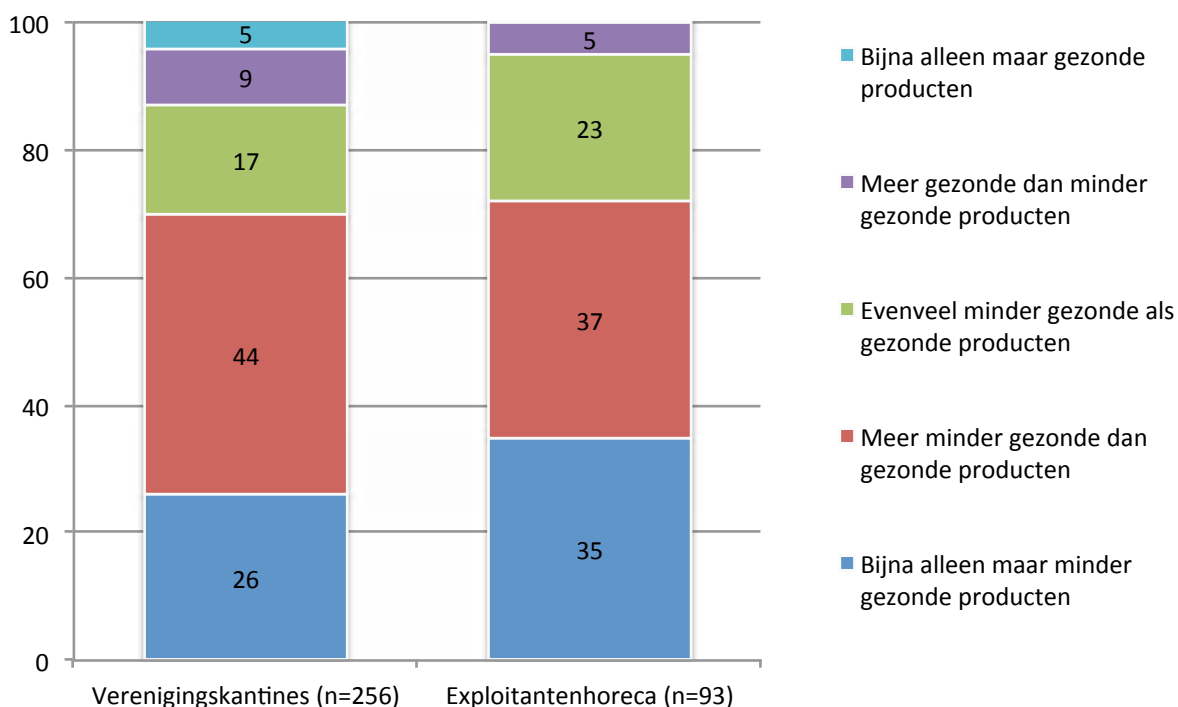
In de afgelopen jaren is de gezonde kantine voor veel verenigingen een thema geworden. Men denkt er meer

Het gezondere aanbod moet wel een vergelijkbare omzet genereren

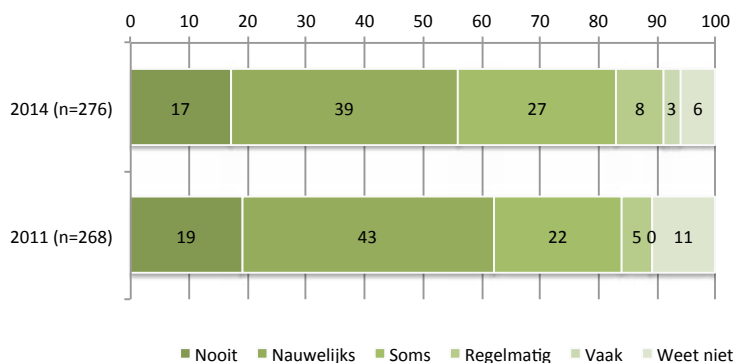
over na, maar ziet nog bezwaren en problemen. De beste strategie is waarschijnlijk die van de kleine stapjes, om uit te vinden of er vraag is naar meer gezonde producten, of er niet te veel hoeft te worden weggegooid en of het niet ten koste gaat van de omzet. Meer weten: <http://www.kennisbanksportenbewegen.nl/?file=4593&m=1435238995&action=file.download>.

De beste strategie is waarschijnlijk die van de kleine stapjes

Figuur 1
Verhouding van het aantal 'gezonde' en 'minder gezonde' producten in het aanbod, omschrijving verenigingsbestuurders (percentage verenigingen)



Figuur 2
Vraag naar gezonde(re) producten in de verenigingskantine (percentage verenigingen met eigen kantine)



Figuur 3
Behoeft aan gezond aanbod in verenigingskantines in 2014 en 2011 (percentage verenigingen met eigen kantine)

