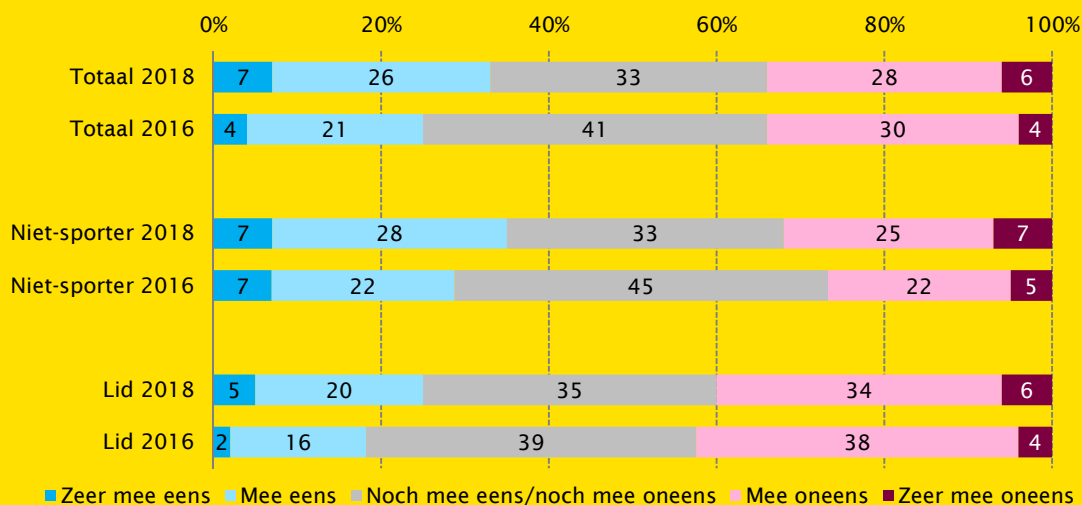


Betaalbaarheid en betalingsbereidheid

De betekenis van de prijs bij sportbeoefening

Figuur 1. Mening over stelling 'De kosten verbonden aan het doen van sport in het algemeen vind ik bezwaarlijk' 2016-2018 (in % van de bevolking, 15-80 jaar, n=3.013)



Bron: Sportersmonitor, 2018; NSO, 2016 in Hover e.a., 2017.

Factsheet 2018/8

Het Mulier Instituut stelde in 2014 vast dat de betaalbaarheid van sport een belangrijk aandachtspunt is in de collegeprogramma's van gemeenten voor de periode 2014-2018 (Hoekman & Van der Bol, 2014). Door sport betaalbaar te houden, willen gemeenten voorkomen dat de prijs van een sportactiviteit de sportdeelname van inwoners belemmert. Om te bezien hoe het gesteld is met de betaalbaarheid van sport, heeft het Mulier Instituut in 2016, in samenwerking met de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen en de Fontys Economische Hogeschool Tilburg, een onderzoek uitgevoerd naar de betaalbaarheid van sport (Hover et al., 2017). Met de Sportersmonitor 2018 van NOC*NSF is een vergelijkbare meting naar de betaalbaarheid van sport uitgevoerd. Dit factsheet biedt een overzicht van de belangrijkste uitkomsten en ontwikkelingen in de periode 2016 - 2018.

Betaalbaarheid van sport

Ongeveer één op de drie Nederlanders (33%) vindt de kosten aan het doen van sport in het algemeen bezwaarlijk (zie figuur 1). Vrouwen hebben meer moeite met de prijs van sport dan mannen. 39 procent van de vrouwen zegt de kosten van het doen aan sport bezwaarlijk te vinden, tegenover 26 procent van de mannen. Jongeren in de leeftijd van 15-30 jaar vinden met 38 procent de prijs van sport het vaakst bezwaarlijk, ouderen van boven de 60 het minst (25%).

Daarnaast blijkt dat hoogopgeleiden (28%) de prijs van sport minder bezwaarlijk vinden dan middelbaar opgeleiden (35%) en laagopgeleiden (38%). Dat ouderen en hoogopgeleiden minder problemen hebben met de prijs, kan worden verklaard doordat een hogere leeftijd en een hoger opleidingsniveau veelal samenhangen met hogere (huishoudens)inkomens.

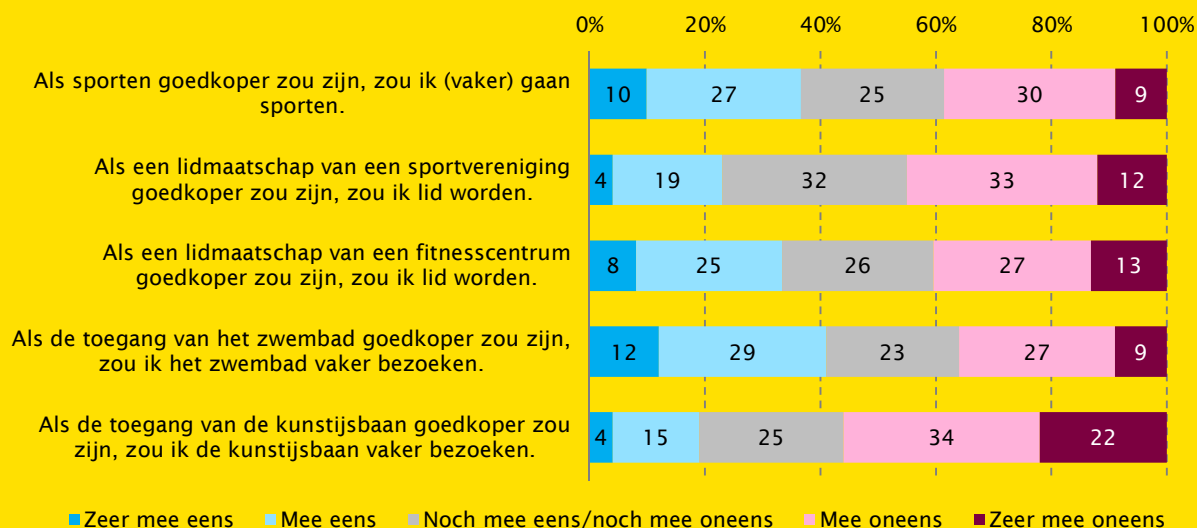
Als gekeken wordt naar de niet-sporters, dan blijkt dat zij vaker dan sporters de kosten verbonden aan het doen van sport bezwaarlijk vinden. 35 procent van de niet-sporters vindt de prijs van sport bezwaarlijk. Bij mensen met een sportlidmaatschap (bij sportverenigingen of fitnesscentra) is dit 25 procent. Dit kan betekenen dat de kosten een rol spelen in het wel of niet aan sport doen, maar dit kan er ook op duiden dat sporters meer geld over hebben voor het doen van sport dan niet-sporters.

De groep die de prijs van sport bezwaarlijk vindt is in de laatste twee jaar licht toegenomen. In 2016 vond 29 procent van de niet-sporters (35% in 2018) en 18 procent van de mensen met een sportlidmaatschap (25% in 2018) de prijs van sport bezwaarlijk. Maar tegelijkertijd is het aandeel van de niet-sporters dat zegt de prijs niet bezwaarlijk te vinden ook gestegen. In 2016 vond 27 procent van de niet-sporters (32% in 2018) de prijs van sport niet bezwaarlijk.

April 2018

Auteurs:
Resie Hoeijmakers
Remco Hoekman

Figuur 2. Mening over stellingen met betrekking tot effecten van prijsverlaging voor sportdeelname (in % van de bevolking, 15-80 jaar, n=3.013)



Bron: Sportersmonitor, 2018.

Effecten van prijsverlagingen

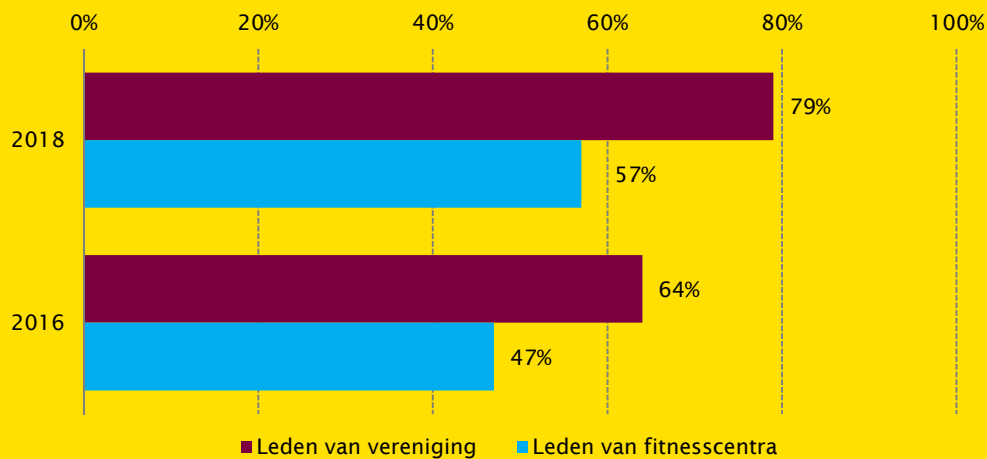
De kosten voor sportactiviteiten lijken voor een deel van de bevolking van invloed te zijn op de sportdeelname. Meer dan één derde (37%) van de Nederlanders zegt (vaker) te gaan sporten als sporten goedkoper zou zijn (zie figuur 2). Met name voor jongeren blijken de kosten een barrière te vormen. 51 procent van de jongeren tot 30 jaar geeft aan (vaker) te gaan sporten als sport goedkoper zou zijn. Ouderen van boven de 60 jaar zijn (met 23%) het minst gevoelig voor de prijs. Daarnaast blijken de kosten voor vrouwen vaker van belang te zijn dan voor mannen. 43 procent van de vrouwen zegt (vaker) te gaan sporten bij prijsverlaging, tegenover 30 procent van de mannen.

In 2016 bleek dat 18 procent van de Nederlanders die niet lid is van een sportvereniging zou overwegen lid te worden bij een prijsverlaging. Voor fitnesscentra was dit 26 procent. In 2018 is dit licht gestegen. 23 procent van de mensen die niet lid is van een sportvereniging zou overwegen lid te worden bij een prijsverlaging. Bij fitnesscentra is dit nu 33 procent. Bij fitnesscentra lijken prijsverlagingen dus meer effect te hebben op de sportdeelname dan bij sportverenigingen. Dit kan komen doordat het lidmaatschap van een fitnesscentrum over het algemeen duurder is dan dat van een sportvereniging.

Vrouwen blijken gevoeliger te zijn voor prijsveranderingen dan mannen. 27 procent van de vrouwen die niet lid is van een sportvereniging zou lid worden als het lidmaatschap goedkoper wordt. 37 procent van de vrouwen die niet lid is van een fitnesscentrum zou lid worden bij een prijsdaling. Bij mannen is dit respectievelijk 20 procent en 30 procent.

Een verlaging van het toegangskaartje voor het zwembad kan liefst 41 procent van de Nederlanders ertoe bewegen (vaker) naar het zwembad te gaan. Dit was in 2016 31 procent. Een prijsdaling voor kunstijsbanen heeft minder effect. 19 procent van de Nederlanders zou dan overwegen om (meer) te gaan schaatsen. Dit was in 2016 14 procent. Opvallend is het hoge aandeel vrouwen dat zegt (vaker) naar een zwembad te gaan bij prijsdaling. 47 procent van de vrouwen zegt dit te doen, tegenover 36 procent van de mannen. Daarnaast blijkt naar mate de leeftijd stijgt, de prijs minder effect te hebben op de sportdeelname. Van de jongeren tot 30 jaar zegt 52 procent bij prijsdaling het zwembad (vaker) te bezoeken en 34 procent de kunstijsbaan (vaker) te bezoeken. Bij ouderen boven de 60 jaar zou 28 procent het zwembad en 8 procent de kunstijsbaan (vaker) bezoeken bij een prijsdaling. Hiermee lijkt een prijsdaling van invloed te kunnen zijn op het sportgedrag.

Figuur 3. Bereidheid onder leden van verenigingen en fitnesscentra om meer te betalen voor een lidmaatschap 2016-2018 (in % van de bevolking met een sportlidmaatschap (15-80 jaar, n=843))



Bron: Sportersmonitor, 2018; NSO, 2016 in Hover e.a., 2017.

Betalingsbereidheid sportlidmaatschappen

Naast dat prijs voor een bepaalde doelgroep een belemmering kan vormen om te sporten, kan het ook zijn dat mensen bereid zijn meer te betalen voor sportbeoefening. Dit brengen we in beeld door in te gaan op de betalingsbereidheid van sporters. De betalingsbereidheid is de mate waarin consumenten bereid zijn tegen een gegeven prijs een product of dienst aan te schaffen.

Zoals in figuur 3 is te zien, is de betalingsbereidheid van de sportende bevolking voor een sportlidmaatschap afhankelijk van het verband waarin men sport. 79 procent van de leden van een sportvereniging is bereid om meer contributie te betalen wanneer de sportvereniging wordt geconfronteerd met hogere kosten en/of lagere inkomsten. Onder leden van een fitnesscentrum is de bereidheid om meer te betalen geringer. 57 procent van de leden van een fitnesscentrum is bereid meer te betalen wanneer de fitnessaanbieder wordt geconfronteerd met hogere kosten en/of lagere inkomsten. Dit verschil in bereidheid kan verklaard worden doordat de prijs van een lidmaatschap voor een fitnesscentrum gemiddeld genomen hoger ligt dan voor een sportvereniging. Daarnaast kan de sociale binding met andere leden, die bij een vereniging doorgaans groter is dan bij een fitnesscentrum, een rol spelen.

De betalingsbereidheid bij zowel leden van een sportvereniging als bij leden van een fitnesscentrum is in de laatste twee jaar gestegen. In 2016 gaf respectievelijk 64 procent van de verenigingsleden en 47 procent van de leden van fitnesscentra aan bereid te zijn om meer contributie te betalen als de situatie hierom vroeg.

Mannelijke sporters blijken vaker bereid om meer voor hun lidmaatschap te betalen dan vrouwelijke sporters. Van de vrouwelijke verenigingsleden is 72 procent bereid om meer voor het lidmaatschap te betalen, tegenover 85 procent van de mannelijke verenigingsleden. Ook bij fitnesscentra is dit verschil te zien. Van de vrouwelijke leden van een fitnesscentrum is de helft (50%) bereid om meer te betalen. Bij mannen is dit 63 procent. Kijkend naar de leeftijd van sporters en de bereidheid om extra contributie te betalen, valt op dat daar waar jongeren over het algemeen gevoelig blijken voor prijsstijgingen, dit voor jonge verenigingsleden niet lijkt te gelden. Van de jongeren in de leeftijd tot 30 jaar die lid zijn van een sportvereniging is 79 procent bereid om extra te betalen voor het lidmaatschap. Dit is gelijk aan het gemiddelde. De bereidheid om extra te betalen voor jonge leden van fitnesscentra ligt met 52 procent wel onder het gemiddelde.

Tabel 1. Belangrijkste reden van leden van sportverenigingen en fitnesscentra om niet meer contributie te willen betalen 2016-2018 (in % van de bevolking met een sportlidmaatschap dat niet bereid is om extra contributie te betalen (15-80 jaar, n=242))

	2018		2016	
	Leden vereniging	Leden fitnesscentrum	Leden vereniging	Leden fitnesscentrum
Ik betaal al genoeg	57	66	57	69
Kan ik niet betalen	34	19	37	24
Ik maak er onvoldoende gebruik van	6	9	n.v.t.	n.v.t.
Anders	3	5	6	8

Bron: Sportersmonitor, 2018; NSO, 2016 in Hover e.a., 2017.

Het Mulier Instituut is een onafhankelijke en landelijk opererende stichting, gericht op de bevordering en uitvoering van sportonderzoek voor beleid en samenleving.

Neem voor meer informatie contact op met:
Remco Hoekman
r.hoekman@mulierinstituut.nl

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



mulier instituut

Betalingsbereidheid nader belicht

Aan leden die niet bereid zijn om meer te betalen voor hun lidmaatschap is gevraagd waarom zij niet bereid zijn om meer te betalen. Hieruit blijkt dat ruim de helft van de verenigingsleden de contributie al hoog genoeg vindt (57%), terwijl 34 procent aangeeft geen prijsverhoging te kunnen betalen (zie tabel 1). Ook bij leden van fitnesscentra is de prijs van het huidige aanbod de belangrijkste reden om niet meer te willen betalen. 66 procent geeft aan al genoeg te betalen. 19 procent zegt een prijsstijging niet te kunnen betalen. Mensen met een hoger opleidingsniveau zijn vaker van mening al genoeg voor het lidmaatschap te betalen (72%) dan middelbaar opgeleiden (59%) en lager opgeleiden (58%).

De resultaten van 2018 zijn niet optimaal te vergelijken met 2016, omdat in 2016 de vraag minder antwoordcategorieën bevatte dan in 2018. In 2018 is namelijk de antwoordmogelijkheid 'ik maak er onvoldoende gebruik van' toegevoegd. Hiermee zijn de percentages tussen de jaren niet goed te vergelijken. Daarom richten we ons vooral op verschillen tussen de leden van verenigingen en fitnesscentra in beide jaren. Zowel in 2016 als in 2018 geven leden van verenigingen meer dan leden van fitnesscentra aan dat ze een verhoging niet kunnen betalen. Terwijl bij beide metingen leden van fitnesscentra meer dan leden van verenigingen aangeven dat ze vinden dat ze al genoeg betalen. De verschillen tussen deze groepen in de beide meetjaren zijn vergelijkbaar.

Conclusie

De huidige prijzen voor sport worden door een deel van de bevolking als hoog ervaren. Meer dan in 2016 worden de kosten verbonden aan sport bezwaarlijk bevonden. Ongeveer één derde van de Nederlanders zegt (vaker) te gaan sporten als sporten goedkoper zou zijn. Vooral een prijsverlaging bij zwembaden zou tot meer gebruik leiden, maar ook een prijsdaling bij fitnesscentra en verenigingen zou meer leden opleveren. Of prijsverlagingen daadwerkelijk tot een stijging van de lidmaatschappen of sportdeelname leidt valt uiteraard te bezien. Eenmaal lid van een sportvereniging of fitnesscentrum blijkt de meerderheid van de sporters bereid te zijn hiervoor meer te betalen. Dit is meer het geval dan in 2016. De bereidheid is bij verenigingsleden groter dan bij leden van fitnesscentra.

Referentie

[Hover, P., Boer, W.I.J. de, Maat, K. van der & Heuvel, M. van den \(2017\). Consumentenuitgaven aan sport 2016. Utrecht: Mulier Instituut.](#)

[Hoekman, R.H.A. & Bol, P. van der \(2014\). Sport in collegeprogramma's 2014. Van armoedebeleid tot zelfredzaamheid. Utrecht: Mulier Instituut.](#)

Verantwoording

De cijfers in dit factsheet zijn afkomstig uit het vragenblok betaalbaarheid van de sport van de Sportersmonitor januari 2018 van NOC*NSF. Voor de Sportersmonitor is gebruikgemaakt van een internetpanel van GfK. 5.931 personen zijn uitgenodigd voor het onderzoek, waarvan 51 procent de vragenlijst heeft ingevuld (n=3.013). De resultaten zijn representatief voor de Nederlandse bevolking.