

Betaalbaarheid van sport

Kennis- en Innovatiescan WP6

Paul Hover
Peter van Eldert



Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
2. Kerncijfers	4
3. Onderzoek	6
4. Innovaties en interventies verkregen via literatuur en expertconsultatie	13
5. Innovaties en interventies verkregen via KCSB en Sportinnovator	16
6. Conclusie en vervolg	19
Referenties	22
Bijlage 1.	26
Bijlage 2.	27
Bijlage 3.	28

Naast deze kennis- en innovatiescan zijn er nog vijf andere opgesteld. Ben je geïnteresseerd in de andere kennis- en innovatiescans, klik dan op de betreffende link.

- [Inleiding Kennis- en Innovatiescans](#)
- [Kennis- en Innovatiescan WP1](#) [Samenvatting WP1](#)
- [Kennis- en Innovatiescan WP2](#) [Samenvatting WP2](#)
- [Kennis- en Innovatiescan WP3](#) [Samenvatting WP3](#)
- [Kennis- en Innovatiescan WP4](#) [Samenvatting WP4](#)
- [Kennis- en Innovatiescan WP5](#) [Samenvatting WP5](#)
- [Kennis- en Innovatiescan WP6](#) [Samenvatting WP6](#)

Deze kennis- en innovatiescan is in opdracht van ZonMw uitgevoerd.

Mei 2023



1. Inleiding

Doel en aanpak

Deze kennis- en innovatiescan gaat over de betaalbaarheid van sport, die onder druk staat. Het doel van het onderzoek is inzicht verstrekken in 1) onderzoeksresultaten en kennis, 2) vernieuwingen en innovaties en 3) interventies. De resultaten van deze scan vormen een startpunt voor de crews die met dit onderwerp aan de slag gaan.

Voor dit onderzoek hebben we literatuurstudie uitgevoerd. Hiervoor hebben we databases van wetenschappelijke artikelen doorzocht en Nederlandstalige publicaties onder de loep genomen. In het zoekproces zochten we op de termen: contributie, prijs(stelling), tarieven, abonnementen, economie, in relatie tot sport(deelname).

Daarnaast hebben we contact gehad met twaalf experts (zie bijlage 1). Drie van de experts zijn niet of nauwelijks actief in de sportsector. De waarde van die contacten lag in het opdoen van kennis en ervaringen uit andere sectoren (zoals de culturele sector) die de sport zouden kunnen inspireren. Bij de selectie van experts zijn we gestart met experts uit het netwerk van het Mulier Instituut. Verder volgens hebben we bij die experts geïnventariseerd welke andere personen we volgens hen moesten benaderen.

Eerst beschrijven we in deze inleiding de maatschappelijke context. Daarna bakenen we

deze scan af. De kerncijfers passeren de revue, gevolgd door een korte schets van de uitkomsten van de belangrijkste onderzoeken en de kennis die we daarmee hebben verworven. De innovaties en interventies staan daarna centraal. We ronden de scan af met een conclusie en een verkenning van vervolgstappen.

Sportdeelname onder druk

De toegankelijkheid van het sportaanbod staat onder druk. De kosten voor het in stand houden van het aanbod lopen op. Tegelijkertijd loopt het vrij besteedbaar inkomen terug. Sportverenigingen vragen om financiële steun van de overheid vanwege de inflatie, de oplopende rente en de stijgende kosten voor energie en voor loon- en bouwkosten voor sportaccommodaties (RVVB, 2022).

Vanuit het Sectoroverleg Sport (2022) klonken zorgen omdat sportbeoefening bij de 35.000 sportaanbieders in Nederland duurder wordt en de toegankelijkheid onder toenemende druk zou komen te staan.¹ Er werd gewezen op de gevolgschade van een vermindering van het aantal sporters in Nederland, zoals een negatief effect op de gezondheid. Met het vooruitzicht dat de zorguitgaven - bij ongewijzigd beleid - tot 2060 stevig zullen stijgen is dat (extra) zorgelijk (Vonk et al., 2020; World Health Organization, 2022).

In Sportakkoord II (Ministerie van VWS et al., 2022) wordt geconstateerd dat het sportaan-

bod in kwaliteit, veiligheid en toegankelijkheid onvoldoende aansluit op de behoefte van de sportconsument.

De sportsector anticipeert op deze uitdagingen, onder ander door financiële, sociale en praktische belemmeringen voor sportdeelname weg te nemen. Deze aanpak sluit aan bij het coalitieakkoord 2021-2025 (VVD et al., 2021) en bij die van de Raad van Europa.² Overheidsinterventie in de sport vindt plaats omdat zij de sport ziet als een verdienstelijk goed, iets waar elke burger recht op heeft (Dejonghe, 2019).

Daarnaast is de maatschappelijke vraag naar sport groter dan die van de directe afnemers van het sportaanbod, namelijk de sporters (Breuer & Hallmann, 2014). Dat heeft te maken met interne en externe effecten van sportdeelname. Interne effecten zijn effecten waar de sporter zelf profijt van heeft, zoals gevoelens van plezier en saamhorigheid (o.a.

Houkes-Hommes, 2014). De reden voor overheidsinterventie hangt samen met het stimuleren van de wenselijke externe effecten en het tegengaan van negatieve externe effecten.³ De overheid biedt steun, want ze vindt dat de sporter de kosten van de externe effecten niet hoeft te dragen te, omdat die ten goede komen aan de hele maatschappij (AEF, 2017).

Focus publicatie

ZonMw heeft bij de omschrijving van het wicked problem gekozen voor een brede oriëntatie. Voor deze publicatie formuleren wij het wicked problem als volgt: 'hoe betalen we verdere professionalisering en kwaliteitsverbetering en houden we tegelijk rekening met het gegeven dat niet iedereen meer kan of wil betalen voor recreatieve sport?' In de conclusie schetsen we manieren waarop de crew die met deze scan aan de slag gaat meer focus op het wicked problem kan aanbrengen.

¹ Aan dit overleg nemen deel: NOC*NSF, Sportbedrijven Nederland, KNVB, Maatschappelijke Organisaties in de Sport en Platform Ondernemende Sportaanbieders.

² Nederland is lid van de Raad van Europa, een organisatie waarin Europese regeringen van 46 landen afspraken maken voor rechten van burgers (Council of Europe, 2022). Toegang tot sport is volgens de Raad van Europa een fundamenteel recht.

³ Voorbeelden van wenselijke externe effecten zijn een fittere en productievere beroepsbevolking, socialisatie en integratie (Van Bottenburg en Schuyt, 1996). Verkeerscongestie en hooliganisme zijn voorbeelden van onwenselijke externe effecten.



2. Kerncijfers

Hieronder sommen we kerncijfers op.⁴ Die gaan over werkgelegenheid, overheids- en consumentenuitgaven, inkomsten van sport(accommodatie)aanbieders, contributies voor sportverenigingen en toegangsprijzen voor commerciële sportaccommodaties.

Werkgelegenheid

- In 2019 werkten er 150.000 personen in omgerekend 110.000 voltijdbanen (fte's) in de Nederlandse sporteconomie. Dat is 1,5 procent van het totale aantal werkzame personen en 1,4 procent van het totale aantal fte's.
- Van de totale werkgelegenheid in de sporteconomie werkten in 2019 20.000 fte's zelfstandigen en 90.000 fte's werknemers in loondienst.

Overheidsuitgaven

- In 2020 besteedde het ministerie van VWS bijna 371 miljoen euro aan de breedtesport in Nederland. Hiervan was het grootste deel bestemd voor gemeenten.
- In 2020 gaven gemeenten in totaal bijna 1,6 miljard euro uit aan sport. Hiertegenover stond zo'n 423 miljoen euro aan inkomsten. De netto-uitgaven aan sport kwamen daarmee uit op bijna 1,2 miljard euro. Bijna drie kwart (73%) van deze netto-uitgaven komt voor rekening van het taakveld sportaccommodaties, de rest voor sportbeleid en activering.

- De netto-uitgaven aan sport door gemeenten zijn tussen 2017 en 2020 jaarlijks toegenomen.
- Per Nederlander gaven gemeenten in 2020 gemiddeld 68 euro netto uit aan sport, waarvan gemiddeld 19 euro voor sportbeleid en activering en gemiddeld 49 euro voor sportaccommodaties.

Consumentenuitgaven

- De uitgaven van huishoudens aan sportgoederen en -diensten in 2019 bedroegen 11,7 miljard euro (inclusief de uitgaven van instellingen zonder winstoogmerk, waaronder sportverenigingen). Dat is 61 procent van alle uitgaven aan sportgoederen en -diensten in Nederland.
- In 2019 bestond 33 procent van alle uitgaven aan sportgoederen en -diensten door huishoudens uit uitgaven aan diensten met betrekking tot sport, fitness en recreatie. Daarna volgen de uitgaven aan horecadiensten (25%), sportkleding en -textiel (9%) en sportartikelen (9%).
- Het aandeel van sport in het bruto binnenlands product (bbp) bedroeg in 2019 1,1 procent.
- 30 procent van de Nederlandse bevolking vond in 2021 de kosten verbonden aan sporten in het algemeen bezwaarlijk. In 2019 lag dit percentage ook op 30 procent. 36 procent van de niet-sporters vond in 2021 de kosten voor sporten bezwaarlijk,

tegenover 26 procent van de sporters.

- Als het huishoudeninkomen daalt, zou 35 procent van de consumenten in 2021 meer op sportuitgaven bezuinigen dan op andere uitgaven. In 2019 lag dit percentage ook op 35 procent. Personen uit huishoudens met een benedenmodaal inkomen in 2021 zouden vaker dan personen uit huishoudens met een bovenmodaal inkomen meer op sportuitgaven bezuinigen dan op andere uitgaven (45% vs. 25%).
- 28 procent van de sportende consumenten zou in 2021 bij een onbeperkt budget een

andere sport beoefenen dan ze nu doen. In 2019 lag dit percentage op 23 procent. Sporters uit huishoudens met een benedenmodaal inkomen zouden dit (in 2021) vaker doen dan personen uit huishoudens met een bovenmodaal inkomen (42% vs. 25%).

- Als ze meer vrije tijd hadden, zou in 2021 33 procent van de consumenten die aan sport besteden. In 2019 lag dit percentage op 26 procent. 20 procent van de niet-sporters zou in 2021 (meer) tijd aan sport besteden als ze meer vrije tijd hadden, tegenover 41 procent van de sporters.

30 procent van de Nederlandse bevolking vond in 2021 de kosten verbonden aan sporten in het algemeen bezwaarlijk

⁴ De geraadpleegde bronnen zijn: CBS (2021), CBS Statline (2022a; 2022b; 2022c; 2022d; 2022e; 2022f), Davids et al. (2022a; 2022b), Hover & Van Eldert (2022), RIVM (2022), Van Eldert & Beekman (2021), Van Eldert & Beekman (2022).



- 34 procent van de sporters deed in 2021 eigenlijk liever andere activiteiten als ze sport vergeleken met andere activiteiten in de vrije tijd. In 2019 lag dit percentage ook op 34 procent. Sporters uit huishoudens met een benedenmodaal inkomen deden in 2021 vaker dan sporters uit huishoudens met een bovenmodaal inkomen liever andere vrijetijdsactiviteiten dan sporten (39% vs. 31%).
- Sport laten schieten voor andere dingen in de vrije tijd zou in 2021 voor 31 procent van de consumenten een bittere pil zijn. In 2019 lag dit percentage op 29 procent. Voor personen uit huishoudens met een benedenmodaal inkomen zou sport laten schieten voor andere dingen in de vrije tijd minder vaak een bittere pil zijn dan voor personen uit huishoudens met een bovenmodaal inkomen (29% vs. 40%).
- De uitgaven aan sporten en kijken naar sport stonden in 2021 niet bovenaan het lijstje bezuinigingen.⁵ 35 procent van de huishoudens heeft in 2021 bezuinigd op uitgaven voor sport en aanverwanten. Veel vaker bezuinigden ze op uitgaan (73%), uit eten of drinken (68%) en vakantie of weekendjes weg (64%).

Inkomsten sport(accommodatie) aanbieders

- In 2020 genereerden sportverenigingen de meeste inkomsten uit contributies en les- en entreegelden (59%), gevolgd door kantineverkoop (14%). In 2018 lag het aandeel van beide inkomstenposten op respectievelijk 53

en 23 procent.⁶ De verhouding tussen de typen inkomsten varieert sterk per tak van sport. Bij sportverenigingen van veldsporten die over een kantine beschikken kunnen de kantinebaten hoger dan de contributie-inkomsten zijn.

- In 2020 haalden particuliere exploitanten van sportaccommodaties de meeste inkomsten uit entree- en lesgelden (51%), gevolgd door subsidies en (andere) bijdragen (29%). In 2018 lag het aandeel van beide inkomstenposten op respectievelijk 54 en 16 procent.⁷
- Fitnesscentra haalden in 2020 verreweg de meeste inkomsten uit abonnements-, entree- en lesgelden (94%). In 2018 was dit ook het geval (91%).
- Gemiddeld genomen bedroeg het goedkoopste maandabonnement voor een fitnesscentrum in 2020 30 euro (excl. aanbiedingen en proefabonnementen). Het duurste maandabonnement lag in 2020 gemiddeld genomen op 64 euro. In 2019 was dat respectievelijk 28 en 56 euro per maand.⁸
- In 2020 haalden sportscholen 91 procent van de inkomsten uit abonnements- en lesgelden. In 2019 ging het om 87 procent van de inkomsten.

Contributies sportverenigingen

- De ontwikkeling van de contributies bij verenigingen liep de afgelopen jaren ongeveer in de pas met de inflatie. Er zijn verschillen tussen de ontwikkelingen in de hoogte van de contributies van sport-

verenigingen. Van bepaalde verenigingen stegen de contributies meer dan de inflatie.

Bij andere verenigingen bleven de kosten voor de contributie achter bij de inflatie.

- In veel gevallen neemt de gemiddelde contributie toe naarmate het inwoneraantal van de gemeente waar de vereniging is gevestigd stijgt en de stedelijkheid toeneemt. Daarnaast is de contributie vaak hoger in gemeenten met een lager aandeel inwoners met een Nederlandse achtergrond.
- De gemiddelde bondsafdracht per lid van de bij NOC*NSF aangesloten sportbonden voor senioren bedraagt in 2021/2022 32,89 euro. Voor junioren is dit 21,31 euro en voor pupillen 16,57 euro. Met correctie voor de inflatie blijkt dat de gemiddelde bondsafdracht voor senioren in 2021/2022 ten opzichte van 2018/2019 met 5 procent gestegen is. Voor junioren gaat het om een stijging van gemiddeld 1 procent en voor pupillen om een daling van gemiddeld 3 procent.

Toegangsprijzen commerciële sportaccommodaties voor consumenten

- De gemiddelde prijs voor een los kaartje voor een zwembad voor één persoon bedroeg in het seizoen 2021/2022 5,40 euro. Gecorrigeerd voor de inflatie vanaf 2016/2017 gaat het om een prijsdaling van 1 procent.
- Voor toegang tot een ijsbaan kostte een los kaartje in het seizoen 2021/2022 gemiddeld 7,88 euro. De gemiddelde toegangsprijs van een rittenkaart bedroeg 6,76 euro. Met verrekening van de inflatie zijn de gemiddelde toegangsprijzen voor een los kaartje met 1 procent gestegen ten opzichte van 2015/2016.
- De gemiddelde toegangsprijs voor volwassenen om één keer te klimmen was in het seizoen 2021/2022 14,04 euro en voor boulderen 12,10 euro. Dit is – met verrekening van de inflatie – voor klimmen een stijging van 2 procent ten opzichte van het seizoen ervoor en voor boulderen een stijging van 7 procent.

⁵ Zie ook Beckers & Van der Poel (1998, p. 137): 'sport behoort tot de vrijetijdsvormen waar men bezuiniging zolang mogelijk wil uitstellen'.

⁶ Vermoedelijk laat het effect van de coronacrisis zich hier zien. De relatief grote afhankelijkheid van inkomsten uit contributies en les- en entreegelden van de gemiddelde sportvereniging wijst op een beperkte diversificatie van inkomsten (Wicker & Breuer, 2014; Feiler et al., 2019). Dit draagt meestal niet bij aan de financiële stabiliteit en de financiële risico's.

⁷ Vermoedelijk laat het effect van de coronacrisis zich hier zien.

⁸ Dit is een ongewogen gemiddelde van respectievelijk het maandabonnement met de laagste prijs en het maandabonnement met de hoogste prijs.



3. Onderzoek

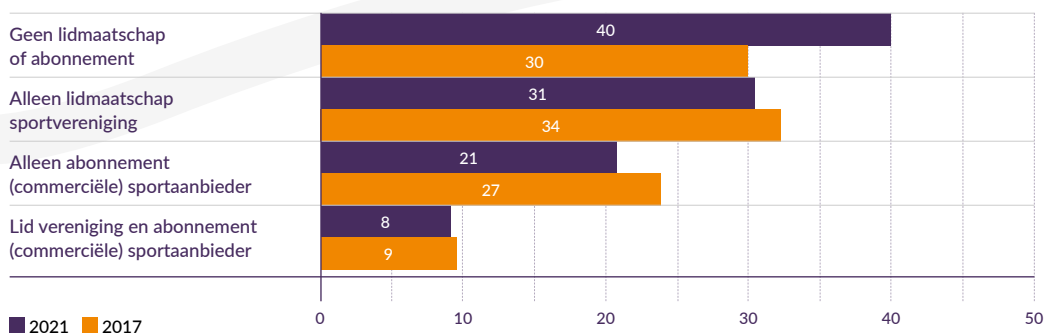
De resultaten van de belangrijkste onderzoeken sommen we hieronder op. Hiervoor putten we uit publicaties van het Mulier Instituut, de Kennisbank Sport & Bewegen en bronnen die toegang geven tot wetenschappelijke publicaties.

Verdeling markt sportaanbieders

Vier op de tien Nederlanders van 4 jaar en ouder waren in 2021 geen lid van een sportvereniging en niet van een andere sportaanbieder (figuur 1). Ruim een vijfde (21%) had een abonnement van een commerciële sportaanbieder en 31 procent had alleen een lidmaatschap van een sportvereniging. 8 procent was lid van een sportvereniging én had een abonnement van een commerciële sportaanbieder. In 2017 was dat beeld anders, omdat de uitkomsten van 2021 beïnvloed zijn door coronamaatregelen (beperkingen voor sportaanbieders). In 2017 waren er meer leden van verenigingen en andere sportaanbieders.

Er zijn verschillen tussen leeftijdsklassen: sportverenigingen bedienen een relatief jong publiek en commerciële aanbieders een relatief oud publiek (niet in figuur). De cijfers tonen aan dat sportverenigingen en commerciële aanbieders voor een belangrijk deel verschillende markten bedienen.

Figuur 1 Lidmaatschap sportvereniging of abonnement onder wekelijkse sporters van 4 jaar en ouder in 2017 en in 2021 (in procenten)



Bron: LSM-A Bewegen en Ongevallen/Leefstijlmonitor, RIVM, VeiligheidNL in samenwerking met CBS, 2017, 2021.

Latente ('verborgen') vraag naar sportdeelname

Van de Nederlanders van 16 t/m 79 jaar die nog geen sport beoefenden en nauwelijks recreatief bewogen, was medio 2017 8 procent van plan om in het half jaar daarna te gaan sporten. 29 procent van die groep was van plan recreatieve beweegactiviteiten te gaan beoefenen (Van den Dool, 2017).

Randvoorwaarden en kosten voor sportdeelname voor consument

Zes basiscondities zijn van belang voor vrijetijdsbesteding, waaronder sportdeelname (Beckers & Van der Poel, 1998):

- de verzorgingspositie (de manier waarop

iemand in het levensonderhoud voorziet, met daaraan gekoppeld de fysieke energie die overblijft na de zorg om het levensonderhoud);

- de omvang van het vrij besteedbaar inkomen;
- de omvang en structuur van de vrij besteedbare tijd;
- de competentie en vaardigheden die voor de activiteiten nodig zijn;
- het netwerk van sociale relaties dat nodig is;
- de tijdruimtelijke beschikbaarheid van het aanbod.

Deze basiscondities tonen aan dat een wens van een (potentiële) sportconsument om te

gaan sporten een voorwaarde is om te gaan sporten, maar daarvoor geen garantie vormt. De randvoorwaarden worden beïnvloed door externe ontwikkelingen waar een individu of een organisatie geen invloed op kan uitoefenen.⁹

Om een beeld te schetsen van wat sportdeelname kost, is het zinvol om zicht te krijgen op de soorten sportuitgaven. Er zijn grofweg vier typen uitgaven van sportconsumenten te onderscheiden:

- kleding, schoenen;
- lidmaatschap, abonnement, toegang, (extra) trainingen;
- attributen (o.a. hockeystick, paard, wielrenfiets);
- overig (o.a. vervoer, versnaperingen, verzekeringen).¹⁰

⁹ Deze ontwikkelingen zijn te categoriseren aan de hand van het acroniem PESTEL: Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal (Yüksel, 2012).

¹⁰ Deze uitgaven worden ook indirecte of follow-up-uitgaven genoemd (Wicker et al., 2010).



Deze uitgaven van sportconsumenten kunnen samenhangen met de verbanden waarin ze aan sport kunnen doen:

- sportvereniging;
- commercieel verband (o.a. fitness);
- ander verband (ongeorganiseerd of informeel).

De uitgaven van sportconsumenten kunnen ook samenhangen met de locaties waar ze sporten:

- op de locatie van een aanbieder (o.a. fitnesscentrum, zwembad);
- in de openbare ruimte (o.a. park, strand);
- in privésetting (o.a. woonkamer, tuin);
- in werksetting (bedrijfssport).

Determinanten voor uitgaven in kader van sportdeelname

Onderzoek bij gezinnen met schoolgaande kinderen leert dat de volgende aspecten een positieve invloed hebben op het bedrag dat huishoudens aan sportdeelname besteden:

- gezinsinkomen;
- de opleiding van het hoofd van het huishouden;
- de sportdeelname van de ouders tijdens hun jeugd;
- beschikken over een lidmaatschap van een sportvereniging;
- de sportfrequentie (Thibaut et al., 2013).

Motivatie om (niet) te sporten en het belang van kosten voor consument

Onderzoek leert dat of mensen deelnemen aan sport wordt bepaald door diverse met

elkaar interacterende persoonlijke, sociale en omgevingsfactoren. Inkomensniveau blijkt in veel analyses samen te hangen met sportdeelname: rijke mensen doen vaker aan sport dan minder rijke mensen (Breedveld, 2014; Hover et al., 2010; Thibaut, 2017). Ook neemt de sportdeelname af naarmate mensen ouder worden. De sportvanzelfsprekendheid (Breedveld, 2011) die veel kinderen kenmerkt, neemt af naarmate kinderen ouder worden. Er is een krimp van de sportdeelname te zien in de eerste jaren van de puberteit.

'Geen tijd' en 'niet leuk' zijn de meest genoemde redenen van mensen om niet te sporten (Van den Dool et al., 2009; Elling, 2011a). De kosten spelen minder vaak mee.¹¹ Dit is een belangrijke constatering. Késenne (2011) betoogt dat de prijselasticiteit van sportdeelname beperkt is, oftewel dat een gebrek aan geld 'sec' nauwelijks een sterk verklarende factor is voor non-participatie (zie ook Elling, 2010; Hover & Van Eldert, 2022; Taks, 1994; NLSport-raad, 2020a).¹²

Medio 2021 was dat beeld vrijwel onveranderd. De prijselasticiteit geeft de relatieve verandering van de vraag bij een prijsverandering weer. Als de prijs van een lidmaatschap of abonnement inelastisch is, heeft een prijsverhoging geen (grote) gevolgen voor de afname van het aantal lidmaatschappen of abonnementen. Is de prijs elastisch, dan is dat wel het geval. Bij een hogere prijs zal bij de meeste producten en diensten de vraag afnemen: er zijn steeds minder mensen die een product

willen of kunnen kopen. Elling (2011b) stelt dat veel niet-sporters vooral over een geringe intrinsieke sportmotivatie beschikken.¹³

Internationaal onderzoek wijst uit dat een lager besteedbaar inkomen als gevolg van de recessie kan leiden tot minder bestedingen

aan sport, waardoor de sportdeelname bij lage-inkomensgroepen afneemt. Lunn en Layte (2008) concluderen dat de daling van de sportdeelname in Ierland in 2008 deels was toe te schrijven aan de recessie. In Engeland hadden de recessies in de jaren tachtig en negentig van de vorige eeuw geen invloed op de



¹¹ Deze motieven worden ook het vaakst genoemd door mensen die gestopt zijn met het beoefenen van kunstzinnige activiteiten (Zernitz & Neele, 2018).

¹² Késenne (2011) betoogt dat vooral tijd ook kostbaar is.

¹³ Het doenvermogen (WRR, 2017) van mensen hangt hiermee samen. Waar denkvermogen verwijst naar intelligentie en kennis, betreft doenvermogen de capaciteiten om een plan te maken, in actie te komen en vol te houden. Denk- en doenvermogen zijn ongelijk over bevolkingsgroepen verdeeld.

sportdeelname. Als gevolg van de recessie vanaf 2008 werd in Engeland wél een negatief effect op de sportdeelname vastgesteld (Gratton & Kokolakis, 2012).

Pulles en Van den Dool (2020) bieden inzicht in de belangrijke voorwaarden voor het starten met een nieuwe sportactiviteit en de redenen om met een sportactiviteit te stoppen. Voor starters (16 t/m 79 jaar) zijn gezondheidsredenen (89%), plezier (89%) een prettige sfeer (83%), betaalbaarheid (82%), nabijheid (81%) en zich snel op zijn gemak voelen (80%) de belangrijkste aspecten bij het starten van een (nieuwe) sportactiviteit. Stoppers noemen vooral een gebrek aan tijd vanwege andere verplichtingen (23%), mindere vaardigheden (23%), blessures (19%) en dat het te duur was (14%). De resultaten laten zien dat de kosten voor sporten wel meespelen bij het starten of stoppen, maar dit zijn niet de belangrijkste motieven.

Motivatie om sportlidmaatschap of -abonnement te beëindigen en het belang van kosten voor consumenten

In 2019 werd in 14 procent van de Nederlandse huishoudens waar in verenigingsverband werd gesport een verenigingslidmaatschap opgezegd. In bijna drie op de tien gevallen was de prijs van het lidmaatschap een reden om het lidmaatschap te beëindigen. Daarmee was het de op een na meest genoemde opzegreden ('niet meer leuk' werd het meest genoemd). De kosten werden in 2019 veel vaker als opzegreden genoemd dan in 2018 en 2016 (Heijnen et

al., 2021). In bijna zes op de tien gevallen ging het opzeggen gepaard met minder uren sporten. Dit aandeel is licht gestegen ten opzichte van 2018 en 2016. Als we aannemen dat de deelname bij behoud van het lidmaatschap niet teruggelopen was, betekent dit dat het behouden van leden van sportverenigingen van belang is om de sportdeelname te bevorderen (Heijnen et al., 2021).¹⁴

In 2019 werd een fitnessabonnement opgezegd in 10 procent van de Nederlandse huishoudens waar in dat verband werd gesport. De prijs van een lidmaatschap was in ruim een derde van de Nederlandse huishoudens een reden om het lidmaatschap op te zeggen. Daarmee was het de meest genoemde opzegreden. In 14 procent van de gevallen dat een lidmaatschap werd opgezegd, kwam daar een ander fitnesslidmaatschap voor in de plaats. Het beëindigen van een lidmaatschap bij een fitnesscentrum gaat in ruim zes op de tien gevallen gepaard met minder uren sporten (Heijnen et al., 2021).

Op het niveau van sporttakken is er beperkte informatie. Onderzoek van de Nevobo (2019) leert dat lidmaatschappen van volleybalverenigingen tussen 2017 en 2018 werden opgezegd vanwege gebrek aan tijd (49%), ontevredenheid over het team (43%) en blessures of ziekte (42%). Het aandeel dat stopte vanwege de kosten is onbekend. Wel is duidelijk dat dat aandeel lager is dan dat van de hiervoor genoemde redenen. Leden van atletiekverenigingen beëindigden tussen 2013 en 2015 hun

lidmaatschap van de atletiekvereniging meestal vanwege blessures (27%). Een te hoge contributie werd weinig als reden genoemd (2%) (Breedveld & Hover, 2016).

Mate waarin sportconsumenten bereid zijn meer voor sportaanbod te betalen

De prijs is het enige element van de marketingmix (product, prijs, plaats, promotie, personeel) dat leidt tot inkomsten voor de sportaanbieder. De andere elementen zijn primair gerelateerd aan kosten (Avlonitis & Indounas, 2005). Bovendien is de prijs van het sportaanbod in vergelijking met de andere p's relatief snel aan te passen. Dit gegeven maakt het (extra) interessant om te bezien in welke mate consumenten bereid zijn meer voor sportaanbod te betalen.

Onderzoek van Hover et al. (2017) wijst uit dat 64 procent van de verenigingsleden en 47 procent van de leden van fitnesscentra bereid is meer te betalen voor het lidmaatschap of abonnement. De gemiddelde meerprijs per jaar van verenigingsleden bedraagt 35 euro en van leden van fitnesscentra 28 euro. Deze bedragen vormen het consumentensurplus: het bedrag dat een sportconsument bereid is om extra te betalen.¹⁵ De keerzijde is dat prijsstijgingen bij sportverenigingen (en andere sportaanbieders, zoals zwembaden) tegelijkertijd weerstand kunnen oproepen (Breedveld, 2014). Bij het vaststellen van het bedrag dat een lid eventueel bereid is extra te betalen wordt de waarde van het aanbod afgewogen tegen de prijs. De waarde omvat meer dan alleen de dienst of het product. De waarde

van een lidmaatschap van een sportvereniging betreft bijvoorbeeld ook de toegang tot een sociaal netwerk en/of een mogelijkheid om je identiteit uit te dragen.

'Geen tijd' en 'niet leuk' zijn de meest genoemde redenen van mensen om niet te sporten

¹⁴ Die aanname is met onzekerheid omgeven: in sommige gevallen zal het lidmaatschap (of abonnement) juist worden opgezegd omdat men van plan is minder te gaan sporten.

¹⁵ Bij Duitse leden van sportverenigingen deden Thormann en Wicker (2021) onderzoek naar de bereidheid van leden om (meer) te betalen als compensatie voor milieubelasting. Dat specifieke aspect valt buiten het bereik van deze publicatie.



Voor zowel lidmaatschappen van een sportvereniging als abonnementen van een fitnesscentrum geldt dat mensen uit een huishouden met een relatief hoog inkomen vaker bereid zijn extra te betalen dan mensen uit een huishouden met een relatief laag inkomen. Bovendien is het bedrag dat mensen bereid zijn extra te betalen gemiddeld hoger bij mensen uit een huishouden met een relatief hoog inkomen dan bij mensen uit een huishouden met laag inkomen (Heijnen et al., 2021). Bij de interpretatie van het consumentensurplus is het belangrijk om rekening te houden met een mogelijke solidariteit onder leden of abonneerders. Een verenigingslid kan bijvoorbeeld bereid zijn een hogere contributie te betalen, maar die persoon kan dat tegelijkertijd voor leden met minder financiële draagkracht ongewenst vinden.

Het tegenovergestelde van het consumentensurplus bestaat ook, al is daar voor zover we daar zicht op hebben geen term voor. Dat zou het consumententekort kunnen heten: het bedrag dat een (potentiële) sportconsument niet wil of kan betalen voor sportdeelname. Voorbeeld: als een consument 80 euro per jaar voor een sportlidmaatschap wil (kan) betalen en dat lidmaatschap kost 120 euro, dan is het bedrag waar we op doelen 40 euro.

Coalter (1993) en Wicker (2009, 2011) hebben laten zien dat in respectievelijk Groot-Brittannië en Duitsland de betalingsbereidheid voor sportaanbod relatief groot is. Dit betekent dat bij een prijsverhoging van een verenigingslid-

maatschap of de toegang tot een sportaccommodatie relatief weinig leden hun lidmaatschap opzeggen of minder vaak de accommodatie bezoeken.

Wicker (2011) wijst erop dat de betalingsbereidheid in Duitsland in belangrijke mate wordt bepaald door de huidige contributie of toegangsprijs, het persoonlijk inkomen, het opleidingsniveau, het aantal jaren dat iemand aan sport deelneemt en het niveau waarop iemand sport. Ze wijst ook op verschillen tussen sporttakken. In het geval van golf en hockey zijn leden van verenigingen vaker bereid meer te betalen dan bij badminton en wielrennen. Daarnaast stelt ze dat het belangrijk is dat



verenigingen, als ze de contributies verhogen, leden informeren over de hoogte van de kosten (kostentransparantie) van het aanbod en de achtergronden van een stijging van de contributie (bijv. een bezuiniging van een lokale overheid of stijgende energiekosten).

Er zijn diverse factoren waarmee rekening moet worden gehouden bij het meten en interpreteren van de betalingsbereidheid (o.a. De Boer, 2012; Késenne & Butzen, 1987). Dit zijn onder andere de mogelijkheid om over te stappen naar een vergelijkbaar goed of vergelijkbare dienst (o.a. een andere sportvereniging) en de aanwezigheid en prijs van complementaire goederen of diensten die nodig zijn om de

overstap naar een andere sport te maken (o.a. sportattributen). Daarnaast oefenen persoonsgebonden aspecten invloed uit, zoals het vrij besteedbaar inkomen (mensen die meer te besteden hebben, zijn mogelijk bereid grotere prijsstijgingen voor lief te nemen), het aantal sportlidmaatschappen of -abonnementen (mensen met twee abonnementen of lidmaatschappen zijn mogelijk eerder geneigd één van de twee te beëindigen) en het fanatisme of het plezier dat sport oplevert (enthousiastelingen zijn sneller bereid een prijsstijging op te vangen).

Schaal- en synergievoordelen bij sportverenigingen

Wicker et al. (2014) toonden aan dat sportverenigingen met relatief veel leden geen schaalvoordelen opleveren (*economies of scale*). Wel vonden zij bewijs voor synergievoordelen (*economies of scope*): tot op zekere hoogte dalen zowel de kosten per lid als de kosten per sport als een sportvereniging meerdere sporttakken aanbiedt. Dit zou pleiten voor omni-sportverenigingen.¹⁶

¹⁶ SV Kampong in Utrecht is naar eigen zeggen met 6.500 leden en zes sporttakken de grootste omni-sportvereniging van Nederland.

Disbalans verdeling kosten en baten sportdeelname

De (gezondheids)baten van sportdeelname slaan vooral neer bij de sporter zelf, zijn of haar eventuele werkgever en de zorgverzekeraar. De kosten draagt de overheid voor een aanzienlijk deel. Wanneer de inbreng van vrijwilligerswerk door sporters wordt gekapitaliseerd, wordt duidelijk dat sporters zelf ook veel bijdragen (al betreft dat geen echte geldstroom). Verwacht mag worden dat op de lange termijn de wal het schip zal moeten keren. Dat betekent dat kosten en baten gelijk(er) verdeeld worden.

Hiervoor moeten horden worden genomen. Doordat consumenten eenvoudig kunnen overstappen van de ene naar de andere zorgverzekeraar, is een zorgverzekeraar niet snel geneigd om structureel en substantieel te investeren in de gezondheid van de verzekerde.¹⁷ Daarnaast kunnen consumenten (te) makkelijk terugvallen op de zorg die valt onder de basisverzekering en een eventuele aanvullende verzekering. Daarmee is een financieel risico voor een belangrijk deel afgewend op de verzekeraar.

De situatie zou anders zijn als de consument meer verantwoordelijkheid kreeg voor de persoonlijke gezondheid en het budget voor zorg meer beperkingen had. Het risicovereveningsfonds lijkt niet de juiste prikkel te bieden. Dit fonds compenseert zorgverzekeraars met consumenten die relatief veel zorgkosten maken. Als de zorgkosten verminderen, ontvangen verzekeraars ook minder uit dit fonds.

Tevredenheid over sportaccommodaties en openbare ruimte

In de Vrijetijdsomnibus (VTO) 2020 vroeg het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) sportende Nederlanders van 12 jaar of ouder hoe tevreden ze waren over de door hen meest gebruikte sportaccommodatie. Over de meeste aspecten was een ruime meerderheid van de accommodatiegebruikers tevreden of zeer tevreden. Dit gold met name voor de bereikbaarheid per auto (93%; bijlage 2) en per fiets (91%) en voor de openingstijden van de sportaccommodatie (88%). De accommodatiegebruikers waren het minst vaak tevreden over de bereikbaarheid met het openbaar vervoer (52%). Uit een vergelijkbare peiling van de VTO uit 2014 kwam grotendeels hetzelfde beeld naar voren.

In de VTO 2020 zijn sportende Nederlanders (van 12 jaar of ouder) ook gevraagd hoe tevreden ze waren over de door hen meest gebruikte openbare plek of locatie voor sportbeoefening. Met name over de bereikbaarheid per fiets (95%; bijlage 2), te voet (94%) en per auto (92%) en over de beschikbare routes (90%) was een ruime meerderheid van de gebruikers van de openbare ruimte tevreden of zeer tevreden. De gebruikers waren het minst vaak tevreden over de verlichting rondom de plek of locatie (65%), de toegankelijkheid met rolstoel of rollator (64%) en de bereikbaarheid met het openbaar vervoer (59%). Uit een vergelijkbare peiling van de VTO uit 2014 kwam grotendeels hetzelfde beeld naar voren.

Tevredenheid over trainer of instructeur

In de VTO 2020 vroeg het CBS Nederlanders van 12 jaar of ouder hoe tevreden ze waren over de trainer of instructeur. Dit vroegen ze enkel aan sportende Nederlanders die tijdens de sportbeoefening te maken hadden met een trainer of instructeur. Over de kennis over de techniek van de sport (97%; bijlage 2), de persoonlijke aanwijzingen of tips (93%) en de aandacht voor een goede sfeer tijdens het sporten (93%) waren de meeste sporters tevreden. Een ruime meerderheid was daarnaast ook tevreden of zeer tevreden over de variatie in trainingen of oefeningen (91%), de manier van motiveren (91%), de omgang met onwenselijk gedrag (90%) en de aandacht voor gezondheid en het voorkomen van blessures (88%). Uit een vergelijkbare peiling van de VTO uit 2018 kwam grotendeels hetzelfde beeld naar voren.

In vergelijking met andere landen uit de Europese Unie is het in Nederland relatief goed gesteld met het sportaanbod. De tevredenheid met sportaccommodaties, trainers en coaches is hoog. Ook zijn Nederlanders in vergelijking met inwoners van andere landen uit de Europese Unie tevreden met de mogelijkheden die de openbare ruimte voor sporten en bewegen biedt (Europese Commissie, 2022).

Arbeidsmarkt sport en bewegen

De arbeidsmarkt sport en bewegen is op verschillende manieren te definiëren. In de Toekomstverkenning arbeidsmarkt sport en bewegen hanteren de auteurs een 'brede

definitie' (Lucassen et al., 2021). Deze brede definitie omvat alle werkenden in de sector sport (SBI-code 93.1) plus de werkenden met een sportberoep (ISCO-code 342) buiten de sector sport. De totale werkgelegenheid in de sector sport en bewegen, volgens de brede definitie, nam tussen 2008 en 2019 toe van 56.000 naar 82.000 werkzame personen.

¹⁷ Er zijn voorbeelden van zorgverzekeraars die hier (enigermate) op inzetten, zoals met de Samen-Gezond-app (Menzis), de Vitality-app (ASR), het Fit Pakket (standaard in basisverzekering van Nationale Nederlanden met onder andere korting op sportschool en sportkleding) en de digitale leefstijlcoach (CZ).



Vergeleken met de totale arbeidsmarkt in Nederland wijkt de arbeidsmarkt sport en bewegen, volgens de brede definitie, op een aantal punten af (Lucassen et al., 2021). Het is een gemiddeld jongere groep werkenden (tabel 1), die verhoudingsgewijs meer in deeltijd werken (tabel 2) en vaker een flexibel en relatief klein dienstverband hebben. Ook werken verhoudingsgewijs meer personen als zelfstandige (tabel 2). Dit kan 'sprokkelbanen' (een combinatie van banen) en verloop in de hand werken.

Naast de betaalde arbeid is er van oudsher ook een omvangrijke inzet van vrijwilligers in de sector sport en bewegen. In 2018 omvatte deze inzet 53.000 arbeidsjaren (Lucassen et al., 2021). Tussen 2012 en 2019 deed jaarlijks ongeveer 15 procent van de totale Nederlandse bevolking van 15 jaar of ouder vrijwilligerswerk bij een sportvereniging. Het vrijwilligerswerk is met name dominant bij sportverenigingen. Betaalde krachten zijn er met name bij commerciële sportaanbieders en bij de overheid.

Human Capital Agenda

In 2021 bracht het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) een Human Capital Agenda voor de sportsector naar buiten. De (mis)match tussen het aanbod van en de vraag naar menselijk kapitaal in de sportsector, de mogelijke knelpunten hierbij en de mogelijke oplossingsrichtingen vormen samen deze Human Capital Agenda. Bij het opstellen van de Human Capital Agenda is input van stakeholders verzameld. Deze input en de onderzoeksresultaten uit de Toekomstverkenning

Tabel 1 Werkenden in de sector sport en bewegen in 2019 volgens de brede definitie (SBI 93.1 + ISCO 342 buiten SBI 93.1) naar persoonskenmerken, met het landelijke aandeel als referentie (in absolute aantallen en procenten)

		Sector sport en bewegen (brede definitie)		Nederland totaal
		Aantallen (x 1.000)	Percentage van het totaal	Percentage van het totaal
Totaal		82	100	100
Leeftijdsgroep	15 tot 25 jaar	28	34	15
	25 tot 45 jaar	29	35	40
	45 tot 75 jaar	26	31	44
Onderwijsniveau	Lager	20	24	20
	Middelbaar	37	45	40
	Hoger	25	30	39
	Onbekend	1	1	1

Bron: CBS (maatwerk), 2020. Bewerking: Mulier Instituut.

Tabel 2 Verdeling werkenden in Nederland totaal en de sector sport en bewegen volgens de brede definitie (SBI 93.1 + ISCO 342 buiten SBI 93.1) naar arbeidskenmerken, 2019 (in procenten)

	Nederland totaal		Sector sport en bewegen (brede definitie)	
	% van het totaal	% van bovengliggende groep	% van het totaal	% van bovengliggende groep
Arbeidsduur				
Voltijd*	51		30	
Deeltijd	49		70	
w.o. minder dan 20 uur per week		37		56
w.o. 20 uur of meer, maar minder dan 35 uur		63		44
Relatie tot de arbeidsmarkt				
Zelfstandigen	16		28	
Werknemers naar dienstverband	84		72	
w.o. vaste dienstverband		74		53
w.o. flexibel dienstverband		26		47

Bron: CBS (maatwerk), 2020. Bewerking: Mulier Instituut.

* Het aantal uren dat een persoon in een normale of gemiddelde werkweek werkt is 35 uur of meer.

Arbeidsmarkt Sport en Bewegen (Lucassen et al., 2021) hebben geleid tot de Human Capital Agenda voor de sportsector.¹⁸

In de Human Capital Agenda voor de sportsector worden vier hoofdlijnen onderscheiden. Deze hoofdlijnen hebben een sterke onderlinge samenhang.¹⁹

Sectorbreed structureel overleg over professionalisering

De stakeholders in de sportsector geven aan veel belang te hechten aan het inrichten van een structureel sectorbreed arbeidsmarktoverleg over het menselijk kapitaal in de sector. Dit overleg zou moeten helpen bij de onderlinge samenwerking op het gebied van professionalisering, die op dit moment onvoldoende blijkt te zijn.

¹⁸ De definitie van human capital die het ministerie van VWS hierin hanteert, is: 'de kennis, vaardigheden en vakmanschap die nodig zijn bij de mensen die (betaald of onbetaald) werkzaam zijn in de sport en de hoeveelheid mensen die nodig is'.

¹⁹ In de agenda staan ook actiepunten per hoofdlijn.



Baanperspectief

Het baanperspectief blijkt in bepaalde delen van de sportsector beperkt te zijn. De stakeholders in de sector geven aan dat dit samenhangt met arbeidsvoorwaarden, snippercontracten, ontwikkelperspectief en opleidingen.

Verder professionaliseren van de sport

Voor de toekomstbestendigheid van de sportsector wordt een bepaalde mate van professionalisering nodig geacht. Zo geven stakeholders in de sector aan meer professionals nodig te hebben om vrijwilligers beter op te leiden en te begeleiden. Daarnaast zou een visie gevormd moeten worden op de eisen die de sportsector stelt aan vrijwillige en professionele trainers, coaches en instructeurs.

Verder professionaliseren van de samenwerking met andere sectoren

De meerwaarde die sport voor andere sectoren kan hebben wordt steeds meer gezien. Maar volgens stakeholders ontbreekt het vrijwilligers nog aan de tijd en kennis om samenwerkingen met andere sectoren aan te gaan. Hiervoor zouden professionals nodig zijn.

Na de presentatie van de Human Capital Agenda in 2021 zijn de trekkers aan de slag gegaan. In dit vervolgproces is onder andere veel aandacht voor opleidingen en cao-vergelijking.



4. Innovaties en interventies verkregen via literatuur en expertconsultatie

Expertconsultatie en literatuurstudie leidden tot de onderstaande innovaties en interventies.

Fitcoin

Fitcoin is een vitaliteitsplatform dat bewegen en andere gezonde keuzes maken beloont met digitale spaarpunten. Die spaarpunten heten Fitcoins en worden door de ontwikkelaar gezien als 'gezondheidsvaluta'. Het platform is bedoeld voor consumenten, werkgevers en zorgaanbieders. Fitcoins zijn in te wisselen voor een beloning of te doneren aan een goed doel.²⁰ NL Actief werkt samen met Fitcoin.²¹ Ook op gemeentelijk niveau wordt met Fitcoin gewerkt (o.a. Doesburg, Oosterhout).

Borging kwaliteit personele inzet

Bij veel sportverenigingen is er geen zicht op de kennis en expertise van de personen die vrijwilligerswerk doen, als trainer, coach, bestuurslid of anderszins. Dit baart verenigingen, bonden en NOC*NSF zorgen, omdat hierdoor geen zicht is op de kwaliteit en de benodigde steun om kwaliteit te borgen.

In de fitnessbranche, met brancheorganisatie NL Actief voorop, is er aandacht voor personeel, al betreft dat in die sector grotendeels professionals. Iedereen mag zich fitnessinstructeur noemen: er is geen BIG-register zoals in de zorgsector.²² Dat draagt niet bij aan de professionaliteit die de fitnessbranche kan

en wil uitstralen. Weliswaar bestaat FITNED, NL, het beroepsregister van de fitnessbranche met daarin gediplomeerd fitnessprofessionals die hebben aangetoond te voldoen aan de kwaliteitsstandaard van NL Actief, maar consumenten hebben hier vermoedelijk onvoldoende weet van. Daardoor maken de meeste consumenten waarschijnlijk geen onderscheid tussen fitnessaanbieders met en zonder gediplomeerde werknemers.

Ook in de traditioneel georganiseerde sport zijn er initiatieven geweest die gericht waren op verbetering van de kwaliteit van het kader en versterking van de organisatie (Lucassen, 2012; NOC*NSF, 1998; Janssens, 2011). Zo waren er in het verleden programma's als VIS (vrijwilligers in de sport) en PRinS (professionalisering in de sport) en werd Iktrainer ontwikkeld (kwaliteitsassessment voor trainers en coaches). Van recentere datum zijn bijvoorbeeld het traject Besturen met een visie (Klijn, 2012) en de scholingsactiviteiten van NIcoach, de Academie voor Sportkader en het Centrum voor Veilige Sport.

Strategieën voor duurzame financiering van de breedtesport

Volgens Eurostrategies et al. (2011) zijn vijf manieren te onderscheiden om duurzame financiering van breedtesport te waarborgen:

1. inkomstenbronnen breedtesport veiligstellen:

a) inkomsten van leden vergroten:

- investeren in vast personeel (bevordert klantenbinding);
- de waarde van het aanbod beter voor het voetlicht plaatsen, waardoor consumenten worden gestimuleerd om er (meer) voor te betalen;
- prijsdifferentiatie (bijvoorbeeld afwijkende tarieven voor vrijwilligers en studenten);

b) het aanbod diversifiëren en verbeteren:

- aanbod van hoog kwalitatief niveau;
- doelgroepenbeleid;

c) samenwerking met relevante derden bevorderen (schaalvoordelen, leren van elkaar):

- private bedrijven;
- onderwijs;
- zorgverzekeraars;

2. financiële solidariteit tussen top- en breedtesport versterken:

- solidariteit tussen top- en breedtesport (topsport steunt breedtesport, bijvoorbeeld bij de verdeling van de opbrengsten van de verkoop van mediarechten);
- solidariteit tussen sporttakken (kapitaal-krachtige sporten steunen andere sporten);
- solidariteit tussen landen;

3. (vrijwilligers)werk bevorderen:

- aantal personen;
- professionaliteit verhogen;

4. het belang van de breedtesport erkennen op alle beleidsterreinen (wens sportinclusief denken):

- erkenning algemeen belang;
- sport erkennen als een dienst aan de samenleving: dit zou de financiering van sport uit andere budgetten rechtvaardigen, zoals onderwijs, gezondheidszorg of zelfs kleine en middelgrote ondernemingen;

5. onderbouwing van de baten verbeteren, naast de kosten:

- social return on investment (SROI) van sport en bewegen;
- baten voor onderwijs en werkgevers;
- zorgpremies verlagen van mensen die aantoonbaar voldoende sporten en bewegen.

²⁰ De beloning kan verband houden met een actieve levensstijl, maar dat hoeft niet. Er zijn projecten waarbij Fitcoins kunnen worden gebruikt om ijsjes, zoete drankjes en bonnen voor de PlayStation te kopen.

²¹ NL Actief is de branchevereniging van erkende ondernemende sport- en beweegbedrijven in Nederland. Circa 1.000 locaties met 3 miljoen consumenten zijn aangesloten.

²² Het BIG-register is register waarin het basisberoep is opgenomen van personen die werkzaam zijn in een aantal beroepsgroepen in de gezondheidszorg.



Strategieën voor prijsstelling

Strategieën voor prijsstelling kunnen volgens Avlonitis & Indounas (2005) in drie groepen worden verdeeld: 1) gebaseerd op kosten van de aanbieder, 2) gebaseerd op de concurrentie en 3) gebaseerd op de consument. In de praktijk worden vaak combinaties van deze methoden gehanteerd. Deze categorisering is vrij traditioneel.

Een dynamische prijsstelling (*dynamic pricing*) is een prijsstrategie die vermeldenswaard is omdat die niet eenduidig aan één categorie kan worden toegekend. Deze strategie is gericht op het aanpassen en bepalen van de prijs van een product op basis van veranderende variabelen aan de vraag- en aanbodzijde van de markt (Bouchet et al., 2016; Kemper & Breuer, 2016). Voorbeelden van variabelen zijn prijzen van andere sportaanbieders, vraag van consumenten, trends in de markt en de beschikbaarheid van vergelijkbare producten. Voor het gros van de sportverenigingen (en in mindere mate het commerciële sportaanbod) geldt dat de prijs voor het sportaanbod varieert per leeftijdsgroep: ouderen betalen meer dan kinderen.

Zowel sportverenigingen als sportondernemingen bieden flexibele lidmaatschappen of abonnementen aan. Zo hebben ze early bird-, twilight- en vakantieabonnementen geïntroduceerd en strippenkaarten, kwartaal- en halfjaarabonnementen ingevoerd (Janssens, 2018). In het buitenland hebben sommige fitnesscentra, in navolging van bijvoorbeeld luchtvaartmaatschappijen en hotels, zelfs gekozen voor een

vorm van dynamic pricing waarbij ze de tariefstelling voortdurend optimaliseren op basis van vraag en aanbod (Smits et al., 2018). Van deze vorm van dynamic pricing zijn ons geen Nederlandse voorbeelden bekend.

Solidariteitseconomie

De solidariteitseconomie verwijst naar een economie met initiatieven en organisaties die zich bezighouden met de productie en uitwisseling van goederen en diensten en zich laten leiden door doelstellingen en normen die prioriteit geven aan solidariteit (Utting et al., 2014). Deze kunnen formeel en informeel zijn georganiseerd.

Een eenvoudig voorbeeld is het concept van 'uitgestelde koffie', dat ook in Nederland wordt toegepast. Dit concept is ontstaan in Napels en wordt daar 'caffè sospeso' genoemd: consumenten kunnen (anoniem) een extra kopje koffie vooruitbetalen en dit beschikbaar stellen aan een willekeurige persoon die op een later moment de koffiezaak binnenkomt om te vragen of er een koffie beschikbaar is gesteld (D'Isanto et al., 2020). In de regel zijn dat daklozen of andere personen die minder te besteden hebben. Begunstiger (betaler) en begunstigde (consument) leren elkaar vaak niet kennen, omdat betalen en consumeren op verschillende momenten plaatsvindt.

De solidariteitseconomie manifesteert zich in zeker opzicht ook in de georganiseerde sport. Het Jeugdfonds Sport & Cultuur leunt deels op particuliere giften.²³ Het FairShare-initiatief

van Fonds Gehandicaptensport is een ander voorbeeld. Dat in clubverband oudere leden meer betalen dan jongere leden, terwijl de laatste groep meer begeleiding vraagt, vaak meer activiteiten krijgt en minder consumeert in de kantine, is ook een vorm van solidariteit. Hetzelfde geldt voor de meer getalenteerde sporters. Die kosten een club vaak relatief veel (duurdere trainer, extra trainingen, kleding), maar betalen meestal niet meer contributie. Verder krijgen gezinnen met meer leden in de club soms korting op de contributie. En zijn er ook clubs die zelf een stichting in het leven hebben geroepen voor financiële ondersteuning van specifieke sporters (met handicap of smalle beurs). Niet georganiseerd, maar wel een praktijk die voorkomt, is dat clubs een oogje toeknippen als iemand de contributie niet kan betalen.

Nederlanders zijn over het algemeen tevreden over de sportaccommodatie, de trainers en de coaches

²³ Het Jeugdfonds Sport & Cultuur maakt het mogelijk dat kinderen en jongeren uit gezinnen met weinig geld toch mee kunnen doen met sportieve en culturele activiteiten.



Deeconomie

De deeconomie verwijst naar de uitwisseling van (onderbenutte) producten en diensten, vaak via online platforms (Richardson, 2015). Het draait niet om bezit, maar om toegang. Airbnb, de online marktplaats voor de verhuur van accommodaties, is een bekend voorbeeld. De groei van de deeconomie in de afgelopen twee decennia houdt verband met het streven naar een betere waardeverdeling, duurzaamheid, technologische vooruitgang en sociale verbondenheid (Cheng, 2016). Het (tijdelijk) ruilen van producten (zoals gereedschap) past ook binnen het idee van de deeconomie.

Handelen in de geest van de deeconomie gebeurt ook in de sport. Basic-Fit biedt abonnementen aan die je met familieleden kunt delen en sportverenigingen doen dat soms ook (zoals hockeyverenigingen met duo- of teamlidmaatschappen). Aggregators in de fitnessbranche (met één abonnement bij meerdere vestigingen van meerdere aanbieders kunnen sporten), zoals OneFit, zijn ook als een manifestatie van de deeconomie te zien.

Een aantal jaar geleden is ANWB Golf opgericht, een virtuele club die momenteel circa 55.000 leden telt. De club heeft geen eigen baan, maar maakt gebruik van de faciliteiten van ongeveer negentig golfbanen. ANWB Golf organiseert daar evenementen en cursussen en biedt haar leden de mogelijkheid om er met korting gebruik van te maken.

Andere bekende voorbeelden zijn Footy en Powerleague, voetbalorganisaties die gebruik maken van de sportaccommodaties van reguliere voetbalverenigingen en daar op doorweekse dagen korte competities organiseren voor vriendenteams.

Initiatieven wetgevingsoverleg Sport en Bewegen

Tijdens het Wetgevingsoverleg Begrotingsonderdeel Sport en Bewegen dat op 28 november en 1 december 2022 plaatsvond, noemden deelnemers initiatieven die betrekking hebben op de financiering van de breedtesport in Nederland. Hieronder volgt een korte schets.

Buurt sportcoaches bij sportvereniging

Plaats (een deel van de) buurt sportcoaches vaker bij de sportvereniging en niet bij een gemeente (sportbedrijf), zodat buurt sportcoaches minder concurrerend worden voor sportverenigingen.²⁴ Vanuit de sportvereniging kunnen buurt sportcoaches naar het onderwijs gaan om connectie te zoeken en de wijken in trekken, eventueel in samenwerking met andere organisaties. Zo zou ruim 6.000 fte richting de sportverenigingen gaan. Dit zou ook bijdragen aan de gewenste intensivering van de samenwerking tussen het onderwijs en de sportverenigingen.²⁵

Sportpas voor scholieren en studenten

Introduceer een sportpas voor alle scholieren en studenten, een persoonlijk sportbudget van bijvoorbeeld 200 euro per jaar en

zet erop in dat zorgverzekeraars financieel bijdragen.

Vergroot rol werkgevers

Laat werknemers extra vrije tijd verdienen door te sporten en te bewegen en vergroot zo de rol van de werkgevers.

Verlaag btw op sport en bewegen

Stel meer sporten vrij van btw of verlaag de btw.

Aanpassing fiscale regelingen sportverenigingen

Pas bijvoorbeeld de randvoorwaarden voor de kantinereregeling aan zodat meer verenigingen er gebruik van kunnen maken.

Financiële steun voor sportdeelname voor lagere inkomensgroep

Zet financiële ondersteuning van de bestaande programma's voort, zoals het Jeugdfonds Sport & Cultuur, het Volwassenenfonds Sport & Cultuur en het project van NL Actief voor mensen met een smalle beurs (jaarlijks 1,2 miljoen euro).²⁶

Contributievrijstelling bibliotheken voor jeugd

Er is een wet die voorschrijft dat jeugd (tot 18 jaar) gratis lid kan worden van een openbare bibliotheek: er is sprake van contributievrijstelling (Rijksoverheid, 2015; Vos et al., 2015).²⁷ Deze wet is geënt op het gegeven dat de openbare bibliotheek een belangrijke rol speelt bij het stimuleren van lezen onder de jeugd en daarmee bijdraagt aan ontwikkeling en

kennisverwerving. Een wettelijk vastgelegde contributievrijstelling voor bepaalde doelgroepen is in de Nederlandse sport onbekend. De Nederlandse Sportraad wijst erop dat het een taak van de overheid is om sport en bewegen toegankelijk voor iedereen te maken en dat dat in een sportwet geregeld moet worden (NLsportraad, 2020b).

²⁴ Vraag is hoe dit 'plaatsen' georganiseerd en gefinancierd kan worden.

²⁵ Het is opmerkelijk dat dit werd geopperd. De Brede Regeling Combinatiefuncties, waarmee de inzet van buurtsportcoaches wordt gefinancierd, werd in 2008 juist ingevoerd met deze gedachte. Waar de combinatiefunctionaris zijn thuisbasis had werd in het midden gelaten, maar het idee was dat deze in sport én onderwijs of in sport én buurt actief zou zijn. In de afgelopen jaren is de praktijk weerbarstiger gebleken dan de theorie. Toch zijn er overal in het land voorbeelden van buurtsportcoaches die activiteiten in beide sferen ontplooiën.

²⁶ Het Jeugdfonds Sport & Cultuur is onderdeel van het netwerk Sam&. Daar zitten programma's in die financieel worden ondersteund door het ministerie van SZW.

²⁷ Bij wijze van uitzondering op deze regel is contributieheffing voor de jeugd mogelijk als het college van burgemeester en wethouders daartoe besluit. De contributie mag dan maximaal 50 procent van de contributie voor volwassenen bedragen. Vaak dient een jeugd tarief als een vorm van gewinning aan het betalen van contributie, om te voorkomen dat jongeren direct het lidmaatschap opzeggen als zij 18 jaar worden.



5. Innovaties en interventies verkregen via KCSB en Sportinnovator

Het Kenniscentrum Sport en Bewegen en Sportinnovator brachten de volgende innovaties en interventies onder de aandacht.

Inviplay

Inviplay (wat staat voor invite and play) is een online multi-sportplatform waar sportaanbieders hun aanbod aan sporters kunnen presenteren. Sporters kunnen registreren welke sporten zij leuk vinden en worden via de app op het aanbod geattendeerd. Op deze manier kunnen sportverenigingen bijvoorbeeld sporters verwelkomen die geen lid van de club hoeven te worden. Er wordt onder meer gewerkt met strippenkaarten. Maar de sportaanbieders kunnen ook de sporters zelf zijn, bijvoorbeeld als een sporter andere sporters zoekt om samen in de openbare ruimte te wielrennen. Eventuele kosten kunnen deelnemers vooraf per keer via iDeal betalen.

Sport-Planner

Het platform Sport-Planner helpt sportclubs hun indirecte netwerken te activeren en hun sportaanbod toegankelijker te maken. Door met meerdere sportaanbieders in een regio samen te werken, bereiken ze tegen beperkte kosten een grote groep potentiële deelnemers.

Financieringswijzer Sport en Bewegen

In de Financieringswijzer Sport en Bewegen (Kenniscentrum Sport en Bewegen, z.d.) worden stappen voor de financiering van het gemeentelijk sport- en beweegbeleid geschetst. Eén hoofdstuk gaat over manieren van financiering. Acht aspecten passeren de revue.

Intersectoraal beleid

Volgens KCSB biedt de inzet van sport en bewegen in andere domeinen in gemeenten kansen voor een efficiëntere benutting van financiële middelen. Zo kunnen geldstromen samenkomen en bereiken gemeenten meer met hetzelfde geld.

Commerciële aanbieders

De samenwerking met de commerciële (sport) sector (ondernemende sportaanbieders zoals fitnesscentra) is volgens KCSB interessant. Commerciële partijen zijn flexibel, bewegen mee met trends en ontwikkelingen en leveren een grote bijdrage aan het sport- en beweegaanbod.

Sponsoring

Gemeenten kunnen sportverenigingen helpen met het binnenhalen van andere inkomstenbronnen en volgens KCSB is sponsoring hier

een van. Met beschikbare tips en handleidingen kunnen gemeenten sportverenigingen op weg helpen.

Crowdfunding

Crowdfunding is een alternatieve manier om projecten te financieren, waarbij initiatieven geld ophalen in hun eigen netwerk en daarmee hun project realiseren. Crowdfunding voor Clubs biedt een kant-en-klaar platform waarmee een club direct geld kan inzamelen voor één of meerdere doelen.²⁸

Filantropie

KSCB noemt filantropie als optie voor de financiering van sport en bewegen. Bij filantropie stellen mensen vrijwillig geld en/of goederen beschikbaar voor doelen van publiek belang.

Sport Impact Bonds

Sport Impact Bonds zijn financiële instrumenten waarin een uitvoerende (sport)organisatie samenwerkt met een investeerder en de gemeente. De uitvoerende organisatie maakt met de gemeente afspraken over de resultaten die ze gaat realiseren. De investeerder stopt geld in het initiatief en de gemeente betaalt dit geld terug aan de investeerder als de vooraf afgesproken resultaten daadwerkelijk worden behaald.

OZB-verhoging en baatbelasting

KCSB noemt als mogelijkheid voor gemeenten om investeringen af te dekken met een toekomstige stijging van de OZB. Het idee hierachter is volgens KCSB dat huizen met uitzicht op natuur een hogere vastgoedwaarde krijgen en daarmee meer OZB afdragen aan de gemeente.

²⁸ Crowdfunding voor Clubs is een product van Sponsorvisie. Meer informatie over het product is te lezen op de [website](#) van Crowdfunding voor Clubs.



Social Return

Volgens KCSB zijn gemeenten bezig om een zogenaamde Social Return-verplichting te koppelen aan de inschrijving op aanbestedingen. Dit houdt in dat een deel van de gegunde aanbesteding in een project met maatschappelijke waarde gestopt moet worden. Een aantal gemeenten denkt er volgens KCSB over na om dit in te zetten voor beleidsdoelen zoals sport.

Kansen alternatieve financieringsbronnen

Van der Maat en Schaars (2020) schetsen zeven financieringsbronnen voor de sport, gebaseerd op een rapport van de Werkgroep Externe Financiering (2017).

Kansspelen

NOC*NSF en de sportbonden ontvangen al inkomsten uit loterijgelden. Volgens het rapport Klinkende Munt zijn hier ook kansen voor andere sportorganisaties.

Overheidsfinanciering

Ecorys (2021) toont aan dat het algemene maatschappelijke resultaat van sporten en bewegen positief is. Gemeenten kunnen deze informatie gebruiken om investeringen in sport en bewegen te verantwoorden en uit te lokken.

Geefgelden

Geefgelden kunnen een potentiële inkomstenbron zijn voor de sport.

Europese subsidies

Er is één Europees subsidieprogramma gericht op sport: Erasmus+/Sport. Daarnaast zitten

er voor sport als middel mogelijkheden in programma's als Erasmus+ Youth, Erasmus+ Education & Training, Rural Development Fund, Health Programme, Horizon 2020, Rights, Equalities & citizenship en Life.

Maatschappelijk financieren

Het idee achter maatschappelijk financieren is dat sportorganisaties privaat kapitaal aantrekken voor de financiering van maatschappelijke voorzieningen. De organisatie Maatschappelijk Financieren kan hierin faciliteren.²⁹

Innovatiegelden en investeringsfonds Sport

Dit betreft het programma Sportinnovator en het Investeringsfonds Sport.

Artikelenreeks alternatieve bekostigings- en financieringsmethoden

In de artikelenreeks 'Een nieuw verdienmodel in de sport' beschrijven Van der Maat en Koning (2020) per thema een overzicht van alternatieve bekostigings- en financieringsmethoden. De reeks omvat vier artikelen met elk een ander thema:

1. sportverenigingen;
2. het accommodatiebeleid;
3. verduurzaming;
4. sportstimulering.

In de artikelen staan de financieringsmethoden beschreven die in de Financieringswijzer Sport en bewegen en het artikel 'Geldstromen en 7 nieuwe financieringsvormen in de sport' worden genoemd. Hieronder beschrijven we nog enkele punten die nog niet aan de orde kwamen.



²⁹ Meer informatie over deze organisatie is te lezen op haar [website](#).



Subsidieregeling 'Stimulering bouw en onderhoud sportaccommodaties' (BOSA)

De BOSA is bedoeld voor investeringen in de bouw, de aanschaf en het onderhoud van sportaccommodaties en sportmaterialen, voor de amateursport, en loopt tot en met 2023.³⁰

Privatisering en betere benutting van sportaccommodaties

Volgens Van der Maat en Koning (2020) kunnen privatisering en betere benutting van sportaccommodaties kosten besparen om zo de financiële positie van sportverenigingen te verbeteren.

Stichting Waarborgfonds Sport (SWS)

SWS verstrekt borgstelling aan sportorganisaties voor investeringen.³¹ Hiermee kunnen ze bijvoorbeeld de aanleg, bouw, renovatie of aankoop van een sportaccommodaties financieren.

Specifieke uitkering stimulering sport (SPUK Sport)

Gemeenten kunnen de SPUK Sport aanvragen en daarmee een deel van de investeringen in of de exploitatie van sportaccommodaties dekken.³²

Design, Build, Finance and Maintain (DBFM)

DBFM is een moderne vorm van publiek-private samenwerking voor de realisatie van sportaccommodaties. Het principe achter DBFM is dat de realisatie van een accommodatie in de markt wordt aanbesteed. Een private aanbieder wordt vervolgens verantwoordelijk voor het ontwerp en de bouw en na de realisatie stelt

deze de accommodatie beschikbaar aan gebruikers. Volgens Van der Maat en Koning (2020) is DBFM een complexe constructie en alleen zinvol voor relatief grote investeringen.

Overige initiatieven

KCSB wijst tot slot op de onderstaande vier projecten.

MAEX Impuls

MAEX Impuls is een methode voor initiatieven die hun organisatiekracht willen versterken. Hiervoor krijgt de organisatie een donatie in de vorm van geld, kennis en/of materiaal.³³

Social Finance

Social Finance is een organisatie die andere organisaties helpt bij de transitie naar een

impact-gedreven manier van werken en financieren. Ze adviseren bij het financieren, meten en vergroten van maatschappelijk impact.³⁴

Rikx

Rikx meet de impact die sociaal ondernemers maken met hun projecten en zet deze om in financiële waarde. Bedrijven met een MVO-beleid of SROI-verplichting kunnen in deze projecten investeren en zo gegarandeerd impact maken.³⁵

Sportsubsidie.nl

Sportsubsidie.nl is een subsidiebureau dat zich specialiseert in de sport- en vrijetijdssector. Ze begeleiden onder andere bij het ontwikkelen van maatschappelijke en innovatieve projecten en fondsenwerving.

³⁰ Meer informatie over deze regeling is te lezen op de [website](#) van DUS-I.

³¹ Meer informatie over deze organisatie is te lezen op haar [website](#).

³² Meer informatie over deze organisatie is te lezen op haar [website](#) van DUS-I.

³³ Meer informatie over deze methode en organisatie er achter is te lezen op de [website](#) van MAEX.

³⁴ Meer informatie over deze organisatie is te lezen op haar [website](#).

³⁵ Meer informatie over deze organisatie is te lezen op haar [website](#).



6. Conclusie en vervolg

Deze scan gaat over de betaalbaarheid van sport, die onder druk staat. We hebben de resultaten van onderzoek uiteengezet, innovaties beschreven en de meest in het oog springende interventies benoemd. Met de resultaten hopen we de crew een startpunt en inspiratie te bieden voor het formuleren van oplossingsrichtingen en een onderzoeksagenda.

Sporteconomie drijft op huishoudens

De Nederlandse sporteconomie drijft voor een belangrijk deel op de uitgaven van huishoudens. De uitgaven van huishoudens aan sportgoederen en -diensten bedroegen in 2019 11,7 miljard euro (inclusief de uitgaven van instellingen zonder winstoogmerk, waaronder sportverenigingen). Dat is 61 procent van de totale bestedingen aan sportgoederen en -diensten). Ten opzichte van 2015 is deze consumptie met 29 procent toegenomen.

Sportconsument tevreden over sportaanbod

Het beeld is ontstaan dat de sportconsument tevredener is over het sportaanbod dan de aanbieders zelf. Nederlanders zijn over het algemeen tevreden over de sportaccommodatie, over de trainers en coaches en over de sport- en beweegmogelijkheden in de openbare ruimte. Dit is een paradoxale situatie. Een mogelijke verklaring is dat de consument het sportaanbod positief beoordeelt in de wetenschap dat

het in veel gevallen door welwillende vrijwilligers wordt georganiseerd en daar lage kosten mee zijn gemoeid. De aanbieders daarentegen worstelen vaak om voldoende geschikte vrijwilligers te vinden en te binden. Ook hebben zij vaak moeite om aan de veranderende wensen van sporters en aan de hogere eisen van bonden en overheden tegemoet te komen. Ook zien zij de concurrentie toenemen.

Prijs voor sport meestal geen reden om niet te sporten

'Geen tijd' en 'niet leuk' zijn voor Nederlanders de belangrijkste redenen om niet aan sport te doen. Het prijskaartje dat aan sportdeelname hangt is zelden een reden om niet te sporten, al kan dat wel meespelen bij de keuze voor een sport. Bij het opzeggen van lidmaatschappen van sportverenigingen en abonnementen van commerciële sportaanbieders voeren mensen de kosten wel regelmatig als motivatie op. Als huishoudens moeten bezuinigen, doen ze dat meer op andere zaken dan op sport. Voor de groep met een benedenmodaal inkomen liggen de kaarten anders. Die groep sport relatief weinig en voor hen zijn de kosten verbonden aan sport vaker een probleem.

Vervolg

Met het oog op de totstandkoming van een strategisch plan en een onderzoeksagenda geven we de crew het volgende mee.



Breng meer focus in het wicked problem aan

De titel van het wicked problem dat ZonMw (2022) heeft beschreven, luidt 'De betaalbaarheid van sport staat onder druk', met als ondertitel 'met sport willen we grotere maatschappelijke impact, maar hoe betalen we kwaliteit en professionalisering?' Deze beschrijving van het wicked problem vormt het uitgangspunt voor deze publicatie. We reflecteren op de titel en daarna op de ondertitel.³⁶

³⁶ In het wicked problem zoals beschreven door ZonMw (2022) is een fout geslopen. In de tekst staat 'In Nederland wordt er bijna zes miljard (2018: 5,7 miljard) euro besteed aan sport, ongeveer de helft door sporters zelf, en door bijdragen vanuit gemeenten.' Dit is onjuist, omdat dit bedrag alleen betrekking heeft op sportaanbod en ondersteunde topsport. Het totale gebruik van sportgoederen en diensten bedroeg volgens het CBS (2021) in 2019 19,3 miljard euro.



KPMG Advisory (2019) en Van Eldert & Beekman (2022) tonen aan dat de sportsector wordt gekenmerkt door veel geldstromen tussen veel verschillende typen organisaties (zie bijlage 2).³⁷ Het wicked problem zoals beschreven door ZonMw (2022) is gericht op alle geldstromen. In termen van de Vilniusdefinitie van de sporteconomie lijkt de focus gericht op de smalle definitie van sport. In de Vilniusdefinitie van sport is vastgelegd welke producten en diensten tot de sport behoren. De drie definities zijn:

- 1) de statistische definitie: alle door bedrijven en verenigingen geleverde sport- en fitnessdiensten;
- 2) de smalle definitie: de statistische definitie + dat wat sport mogelijk maakt, zoals uitgaven aan sportkleding en -artikelen;
- 3) de brede definitie: de smalle definitie + dat wat voortkomt uit het bestaan van sport, zoals aandacht voor sport in de media en horeca-uitgaven van sporters (SportsEconAustria, 2015).

De brede definitie is in Nederland en andere landen het uitgangspunt voor de satellietrekening sport.

Daarnaast gaat de beschrijving van het wicked problem over sport. Als geschreven wordt over sport, verwijst dat naar topsport, sport door talenten en recreatieve sport. Ook lijken alle vormen van sportaanbod van belang: van sportverenigingen, de andere georganiseerde sport (o.a. commerciële sport) en de ongeorganiseerde sport (o.a. sport in informele groepen). Het onderscheid tussen sportvormen is

relevant omdat de verdienmodellen verschillen. De gemiddelde jaarlijkse kosten van commercieel sportaanbod zijn bijvoorbeeld ruim drie keer zo hoog als die van de georganiseerde sport (NLsportraad, 2020a).³⁸

Er is ook geen focus op sporttakken. Daarnaast adresseert ZonMw alle aspecten van het sportaanbod, van hardware (accommodatie/infrastructuur) en orgware (organisatie/eigenaarschap) tot software (activiteiten/begeleiding) (Hoyng & Van Eck, 2022).

In de ondertitel van het wicked problem schrijft ZonMw (2022) over maatschappelijke impact. Dat is een veelomvattend begrip, omdat het verwijst naar alle mogelijke soorten maatschappelijke impact. In de tekst geeft ZonMw niet veel richting. Wat betreft de typen impact vallen de volgende termen: economie, gezondheid, welbevinden, participatie, ontmoeting, integratie, vitaliteit, leefbaarheid/veiligheid, sociale cohesie en toegankelijkheid. Het wicked problem zoals beschreven door ZonMw (2022) is gericht op alle typen impact. Maatschappelijke impact verwijst ook naar alle personen en organisaties die in de maatschappij participeren. Van private tot publieke organisaties en zowel binnen als buiten de sportsector. Het wicked problem zoals beschreven door ZonMw (2022) is gericht op alle mogelijke betrokkenen.

Het tweede deel van de ondertitel - '... maar hoe betalen we kwaliteit en professionalisering?' - suggereert dat kwaliteit en professio-

nalering voorwaarden zijn om met sport een 'grotere maatschappelijke impact' te realiseren. Bovendien lijkt in de ondertitel een (mogelijke) oplossing te worden gepresenteerd: kwaliteit en professionalisering. In de schets van het wicked problem staat niet waarom dit een goede oplossing zou zijn, op basis van welke criteria voor deze oplossing gekozen is en welke eventuele andere oplossingen in ogenschouw genomen zijn.

Marketing van sportaanbod (alle activiteiten die gericht zijn op het bevorderen van sportdeelname, gebaseerd op de behoeften van (potentiële) sporters) is in de beschrijving van het wicked problem onderbelicht.³⁹ De schets van het wicked problem lijkt verder te wijzen op een bepaalde mate van beleidsoptimisme, vanwege de (niet onderbouwde) aanname dat er een latente vraag naar sportbeoefening bestaat.⁴⁰ Daarnaast is het de vraag of het verwoorden van een oplossingsrichting thuishoort in een document dat tot doel heeft een wicked problem te schetsen.

Samenvattend kunnen we stellen dat de oriëntatie van het onderwerp dat ZonMw (2022) schetst breed is, want het is gericht op:

- alle geldstromen;
- alle sportniveaus;
- alle sporttakken;
- alle vormen van sportaanbod (en daarbij op hardware, software én orgware);
- alle typen maatschappelijke impact;
- alle mogelijke betrokkenen.

³⁷ Belangrijk is dat beide studies gericht zijn op 1) de geldstromen voor het sportaanbod (o.a. exclusief kosten voor sportkleding en -attributen) 2) sport als vrijetijdsbesteding (o.a. exclusief sport in onderwijs en niet-ondersteunde topsport) en 3) het beoefenen van sport (exclusief het volgen van sport, live of via de media).

³⁸ Waar in deze scan wordt gesproken over 'commerciële sport', kan ook 'ondernemende sport' worden gelezen. Laatstgenoemde term sluit aan bij het Platform Ondernemende Sportaanbieders. Dit is een samenwerkingsverband van niet-traditionele ondernemende sportaanbieders (o.a. zwembaden, fitnesscentra, maneges). Er zijn zestien brancheverenigingen bij aangesloten.

³⁹ Marketing heeft betrekking op vijf aspecten (vijf p's): product(eigenschappen), prijs (prijssegment), plaats (distributie, locatie), promotie (reclame, PR) en personeel (werknemers, bedrijfscultuur).

⁴⁰ Dit is ook opgetekend in de kamerbrief over het sportstelsel en het sportbeleid vanaf 2023: 'de sportsector heeft de potentie om meer mensen aan het sporten te krijgen en langer vast te houden dan nu het geval is.' Een onderbouwing ontbreekt.



De schets van het wicked problem van Zon-Mw (2022) is breed. Advies is om het wicked problem af te bakenen (of op te delen) en het 'probleem' scherper te formuleren.⁴¹ Bij het opdelen van het wicked problem is het mogelijk het aanbod van sportverenigingen, de andere georganiseerde sport (o.a. commerciële sport) en de ongeorganiseerde sport (o.a. sport in informele groepen) apart te beschouwen. Ook het onderscheid tussen hardware (accommodatie/infrastructuur), orgware (organisatie/eigenaarschap) en software (activiteiten/begeleiding) kan eveneens relevant zijn. Als we deze aspecten combineren, ontstaan negen mogelijke aandachtsgebieden voor dit wicked problem (tabel 3). Aandachtsgebied 2 gaat bijvoorbeeld over trainers en coaches bij sportverenigingen. De inrichting van de openbare ruimte voor informele groepen wielrenners of hardlopers is een voorbeeld van aandachtsgebied 7.

Bezie prijs in het perspectief van andere elementen van de marketingmix

De betaalbaarheid heeft betrekking op de p van prijs en gaat over zowel financiering als de prijs die consumenten voor sport betalen. De andere vier p's uit de marketingmix zijn: product(eigenschappen), plaats (distributie, locatie), promotie (reclame, PR), personeel (werknemers, bedrijfscultuur). Bezie de p van prijs in het perspectief van de andere p's, want dat doet het meeste recht aan de praktijk.

Stimuleer sportinclusief handelen

Stimuleer het verkennen van mogelijkheden om sportieve interventies vaker deel uit te laten

Tabel 3 Negen mogelijke aandachtsgebieden wicked problem

	Hardware	Software	Orgware
Sportvereniging	1	2	3
Commerciële sport	4	5	6
Ongeorganiseerde sport	7	8	9

maken van beleid van organisaties die in andere sectoren actief zijn. Onder welke voorwaarden kan dit en onder welke omstandigheden gloeren er de beste kansen? Kansen liggen er bijvoorbeeld als de sportsector meer samenwerkt met organisaties in andere sectoren, zoals onderwijs, zorg en welzijn. Dit kan win-winsituaties opleveren, waarvan zowel de sportsector als andere sectoren profijt kunnen hebben.

Zet in op evenwichtige verdeling kosten en baten

Verken mogelijkheden om een evenwichtigere verdeling van de kosten en baten van sportdeelname te bewerkstelligen. Werkgevers en verzekeraars profiteren van de gezondheidsbaten van sportdeelname van hun werknemers en klanten, terwijl de rekening voor een onevenredig deel aan de sporters en de overheid wordt gepresenteerd.

Investeer in kennis over prijselasticiteit

De prijselasticiteit van sportdeelname is een belangrijk kennishiaat. Er is een voorzichtige indicatie dat bepaalde groepen (fanatieke sporters met een bovenmodaal inkomen) onder bepaalde voorwaarden (sportaanbieder in financiële

nood) bereid zijn meer voor een sportlidmaatschap of -abonnement te betalen. Anderzijds kan een prijsstijging ook tot uitval leiden.

Bevorder experimenteren met prijsstellingstrategieën

Vernieuwende manieren om de prijs van sport te bepalen zijn niet wijdverbreid. Innovatieve ideeën kunnen bijvoorbeeld in de geest van de solidariteits- en deeleconomie worden ontwikkeld.

Investeer in kennis over motieven om (niet) aan sport deel te nemen

De prijs van sport is niet de belangrijkste reden om te stoppen of te beginnen met sport. Een beperkt tijdsbudget is belangrijker. Er spelen veel verschillende aspecten mee bij de overweging om (niet) te sporten, maar een grondig inzicht in condities, motieven en mechanismen (en de samenhang daartussen) ontbreekt. Voor organisaties die niet-sporters willen verleiden tot sportdeelname, zijn personen die niet sporten maar dat in het verleden wel deden een interessante doelgroep. Hierbij valt te denken aan de twintigers, dertigers en veertigers die in hun pubertijd met sporten zijn gestopt.

⁴¹ Dat kan door vraagarticulatie, bijvoorbeeld met de 6W-methode (Van den Berg & Teurlings, 2019): Wat is de kern van het vraagstuk? Wie hebben ermee te maken (wie hebben er last van, wie hebben welk belang bij oplossing?)? Waarom is het een probleem (wat zou de situatie zijn als het vraagstuk er niet meer was?)? Waar doet het vraagstuk zich voor? Wanneer doet het vraagstuk zich voor? Waardoor is het probleem/vraagstuk ontstaan?



Referenties

AEF (2017). *Beleidsdoorlichting sport: begrotingsartikel 6 ministerie van VWS*. Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.

Avlonitis, G., & Indounas, K. (2005). Pricing objectives and pricing methods in the services sector. *Journal of Services Marketing*, 19, 47-57. <https://doi.org/10.1108/08876040510579398>

Beckers, T., & Van der Poel, H. (1998). *Vrijetijd tussen vorming en vermaak. Een inleiding tot de studie van de vrijetijd*. Katholieke Universiteit Brabant/Vakgroep Vrijetijdwetenschappen.

Bouchet, A., Troilo, M., & Walkup, B. (2016). Dynamic Pricing Usage in Sports for Revenue Management. *Managerial Finance*, 42. <http://dx.doi.org/10.1108/MF-01-2016-0017>

Breedveld, K. (2011). Voorwoord. In A. Elling, & F. Kemper (Reds.), 'Het kost veel tijd en je wordt er moe van'. *Verklaringen voor sportdeelname en inzichten in de leefwereld van niet-sporters* (pp. 5-6). Arko Sports Media/W.J.H. Mulier Instituut.

Breedveld, K. (2014). *Sportparticipatie: uitdagingen voor wetenschap en beleid*. Radboud Universiteit Nijmegen.

Breedveld, K., & Hover, P. (2016). *Atletiek in Nederland. Lopen, werpen en springen in beweging*. Mulier Instituut/Arko Sports Media.

Breuer, C., & Hallmann, K. (2014). The economics of sport policy. In: I. Henry, & Ling-Mei Ko (Reds.), *Routledge Handbook of Sport Policy* (pp. 322-330). Routledge, Taylor & Francis Group.

CBS (2021). *De Nederlandse sporteconomie 2019. De bijdrage van sport aan de Nederlandse economie 2006-2019*.

CBS Statline (2022a). *Exploitanten sportaccommodaties; werkzame personen, baten en lasten*.

CBS Statline (2022b). *Fitnesscentra; klanten, abonnementsprijzen en voorzieningen*.

CBS Statline (2022c). *Fitnesscentra; personeel en exploitatiekosten en -opbrengsten*.

CBS Statline (2022d). *Maneges, sportscholen; accommodatie, personeel en exploitatie*.

CBS Statline (2022e). *Sportclubs; personeel, exploitatie, ledental, gebruik accommodaties*.

CBS Statline (2022f). *Watersportclubs; accommodatie, personeel en exploitatie*.

Cheng, M. (2016). Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 60-70. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.06.003>

Coalter, F. (1993). Sports participation: price or priorities? *Leisure Studies*, 12(3), 171-182.

Council of Europe (2022). *Revised European Sports Charter*.

Davids, A., Hover, P., Schoemaker, J., Berfelo, B., Van Bezooijen, B., & Van Rooijen, M. (2022a). *Contributiemonitor 2021/2022*. Mulier Instituut, Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) en Fontys Hogeschool Tilburg.

Davids, A., Hover, P., Schoemaker, J., Berfelo, B., Van Bezooijen, B., & Van Rooijen, M. (2022b). *Toegangsprijzimonitor 2021/2022*. Mulier Instituut, Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) en Fontys Hogeschool Tilburg.

De Boer, W. (2012). De juiste prijs. *Een korte studie naar de mogelijke impact van prijsverhogingen voor de bezoekersaantallen van de gemeentelijke zwembaden en ijsbaan in Eindhoven*. HAN.

Dejonghe, T. (2019). *Sport en economie: samen in de spits*. Arko Sports Media.

D'Isanto, F., & Di Martino, S. (2020). Homo oeconomicus at the café: A Field Experiment on 'Suspended Coffee'. *SSRN Electronic Journal*. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3572148>

Ecorys (2021). *De sociaaleconomische waarde van sporten en bewegen*. Ecorys.

Elling, A. (2010). Niet-sporters: achtergronden en opvattingen, aanvullende rapportage SportersMonitor 2008. W.J.H. Mulier Instituut.



Elling, A. (2011a). Inleiding. In A. Elling, & F. Kemper (Reds.), 'Het kost veel tijd en je wordt er moe van'. *Verklaringen voor sportdeelname en inzichten in de leefwereld van niet-sporters* (pp. 13-26). Arko Sports Media/W.J.H. Mulier Instituut.

Elling, A. (2011b) Sport is goed voor een ander. Een onderzoek naar de sportattitudes en belemmeringen van niet-sportende 50-64-jarigen. In A. Elling, & F. Kemper (Reds.), 'Het kost veel tijd en je wordt er moe van'. *Verklaringen voor sportdeelname en inzichten in de leefwereld van niet-sporters* (pp. 207-220). Arko Sports Media/W.J.H. Mulier Instituut.

Europese Commissie (2022). *Speciale Eurobarometer 525. Sport en lichaamsbeweging. Country Factsheet Nederland*.

Eurostrategies, Amnyos, CDES, & Deutsche Sporthochschule Köln (2011). *Study on the funding of grassroots sports in the EU: with a focus on the internal market aspects concerning legislative frameworks and systems of financing, final report, volume I*. Eurostrategies.

Feiler, S., Wicker, P., & Breuer, C. (2019). Nonprofit Pricing: Determinants of Membership Fee Levels in Nonprofit Sports Clubs in Germany. *International journal of sport finance*, 14, 262-277. <http://dx.doi.org/10.32731/IJSF/144.112019.06>

Gratton, C., & T. Kokolakakis (2012). *The Effects of the Current Economic Conditions on Sport Participation*. Sport Industry Research Centre.

Heijnen, E., Hover, P., & Schoemaker, J. (2021). *Opzegging lidmaatschap van sportvereniging en fitnesscentrum: frequentie, motivatie en implicatie*. Mulier Instituut.

Hoekman, R., Straatmeijer, J., & Breedveld, K. (2014). *Voorstudie financiële aspecten van sport*. Mulier Instituut.

Houkes-Hommes, A. (2014). Inleiding: zestien economen over wat echt (niet) helpt om kosten te besparen in de zorg. *TPEdigitaal*, 8(2), 1-6. Stichting TPEdigitaal.

Hoyng, J., & Van Eck, M. (2022). *Whitepaper Speel, ren, fiets, skate, zwem, sup en bewandel... de route naar een beweegvriendelijke omgeving*. Kenniscentrum Sport.

Hover, P., Romijn, D., & Breedveld, K. (2010). *Sportdeelname in cross nationaal perspectief. Benchmark sportdeelname op basis van de Eurobarometer 2010 en het International Social Survey Programme 2007*. W.J.H. Mulier Instituut.

Hover, P., De Boer, W. I. J., Van der Maat, K., & Van den Heuvel, M. (2017). *Consumentenuitgaven aan sport 2016*. Mulier Instituut.

Hover, P., & Van Eldert, P. (2022). *Consumentenuitgaven aan sport 2019-2021*. Mulier Instituut.

Janssens, J., Hoogendam, A., & Coopmans, B. (1997). *Professionalisering in de sport: beleidsvisie en -voorstellen opgesteld in opdracht van NOC*NSF*.

Janssens, J. (2011). De prijs van vrijwilligerswerk. *Professionalisering, innovatie en veranderingsresistentie in de sport*. Hogeschool van Amsterdam.

Janssens, J. (2018). *Het grote ideeënboek voor sportclubs. Inspiratie uit de praktijk*. Stichting NL Sportclub.

Kemper, C., & Breuer, C. (2016). How efficient is Dynamic Pricing for Sport Events? Designing a Dynamic Pricing Model for Bayern Munich. *International Journal of Sport Finance*, 11, 4-15.

Kenniscentrum Sport en Bewegen (z.d.). *Financieringswijzer Sport en Bewegen*. <https://tools.kenniscentrumsportenbewegen.nl/financieringswijzer-sport-en-bewegen/hoofdstuk/financiering-van-uit-sectoren/>

Késenne, S., & P. Butzen (1987). Subsidizing sports facilities: the shadow price-elasticities of sports. *Applied Economics*, 19(1), 101-110.

Késenne, S. (2011). Hebben niet-sporters te weinig geld of te weinig tijd? In A. Elling, & F. Kemper (Reds.), 'Het kost veel tijd en je wordt er moe van'. *Verklaringen voor sportdeelname en inzichten in de leefwereld van niet-sporters* (pp. 75-82). Arko Sports Media/W.J.H. Mulier Instituut.

Klijn, D. (2012). *Besturen met een visie*. Het handboek voor sportbestuurders. Arko Sports media.

KPMG Advisory (2019). *Brancherapport sport*.



Lucassen, J. M. H. (2012). *Excellente trainers/coaches voor excellente sport. Ontwikkeling en invoering van een kwaliteitsassessment voor sportleiders*. Mulier Instituut.

Lucassen, J. M. H., Hoogendam, A., & Van Eldert, P. (2021). *Toekomstverkenning arbeidsmarkt sport en bewegen: trendanalyse en beredeneerde vooruitblik*. Mulier Instituut.

Lönngren, J., & Poeck, K. (2020). Wicked problems: a mapping review of the literature. *The International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/13504509.2020.1859415>

Lunn, P., & R. Layte (2008). *The Irish Sport Monitor: Second annual report 2008*. The Irish Sports Council.

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (2021). *Human Capital Agenda Sport*.

Ministerie van VWS, VNG, VSG, NOC*NSF & POS (2022). *Hoofdlijnen Sportakkoord II. Sport versterkt*.

Nevobo (2019). *Facts – Exitonderzoek gestopte Nevobo leden 2017 en 2018*.

NLsportraad (2020a). *De prijzen van sport. Verkenning van de prijselasticiteit in de sport*.

NLsportraad (2020b). *De opstelling op het speelveld. Naar een sterke sportbranche voor een vitale samenleving*.

NOC*NSF (1998). *Tijd voor vrijwilligersbeleid. Meerjarenplan voor het programma 'vrijwilligers in de sportvereniging'*.

Peters, B. (2017). What is so wicked about wicked problems? A conceptual analysis and a research program. *Policy and Society*, 36, 385-396. <https://doi.org/10.1080/14494035.2017.1361633>

Pulles, I., & Van den Dool, R. (2020). *Starten en stoppen met een sportactiviteit: de zoektocht naar de ideale sportactiviteit* [Factsheet 2020/29]. Mulier Instituut.

Richardson, L. (2015). Performing the sharing economy. *Geoforum*, 67, 121-129. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2015.11.004>

RIVM (2022). *Werkgelegenheid in de sport*.

Rijksoverheid (2015). *Wet stelsel openbare bibliotheekvoorzieningen*.

RVVB (2022). *Verenigingsbestuurders bezorgd en voelen zich niet gesteund*.

Sectoroverleg Sport (2022). *Aan de Commissie Sport en de woordvoerders Sport Tweede Kamer*.

Smits, F., Janssens, J., & De Vos, N. (2018). *Veranderende lidmaatschappen in de sport*. Uitgeverij SWP.

SportsEconAustria (2015). *Definition of Sport - Version 2.0 ("Vilnius Definition 2.0") according to CPA 2008*.

Taks, M. (1994). *Sociale gelaagdheid in de sport: een kwestie van geld of habitus?* Katholieke Universiteit Leuven.

Thibaut, E., Vos, S., & Scheerder, J. (2013). Hurdles for sports consumption? The determining factors of household sports expenditures. *Sport Management Review*, 17. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2013.12.001>

Thibaut, E. (2017). *There is no such thing as a free run. An examination of the determining factors of sports expenditure*. KU Leuven.

Thormann, T., & Wicker, P. (2021). Willingness-to-Pay for Environmental Measures in Non-Profit Sport Clubs. *Sustainability*, 13, 2841. <http://dx.doi.org/10.3390/su13052841>

Utting, P., Van Dijk, N., & Mathei, M. A. (2014). Social and solidarity economy: Is there a new economy in the making? *UNRISD Occasional Paper: Potential and Limits of Social and Solidarity Economy*, 10. United Nations Research Institute for Social Development (UNRISD).

Van Bottenburg, M., & K. Schuyt (1996). *De maatschappelijke betekenis van sport*. NOC*NSF.

Van den Berg, N., & Teurlings, C. (2019). *Van praktijkvraag naar onderzoeksvraag*. Kennisrotonde.



Van den Dool, R., Elling, A., & Hoekman, R. (2009). *SportersMonitor 2008: een beschrijving van actuele sportissues*. Arko Sports Media.

Van den Dool, R. (2017). *Stappen op weg naar sport en/of bewegen* [Factsheet 2017/13]. Mulier Instituut.

Van der Maat, H., & Koning, R. (2020). *Een nieuw verdienmodel in de sport: #1 Verenigingen*. Allesoversport. <https://www.allesoversport.nl/thema/beleid/een-nieuw-verdienmodel-in-de-sport-1-verenigingen/>

Van der Maat, H., & Koning, R. (2020). *Een nieuw verdienmodel in de sport: #2 Accommodatiebeleid*. Allesoversport. <https://www.allesoversport.nl/thema/beleid/een-nieuw-verdienmodel-in-de-sport-2-accommodatiebeleid/>

Van der Maat, H., & Koning, R. (2020). *Een nieuw verdienmodel in de sport: #3 Sportstimulering*. Allesoversport. <https://www.allesoversport.nl/thema/beleid/een-nieuw-verdienmodel-in-de-sport-3-verduurzaming/>

Van der Maat, H., & Koning, R. (2020). *Een nieuw verdienmodel in de sport: #4 Verenigingen*. Allesoversport. <https://www.allesoversport.nl/thema/beleid/een-nieuw-verdienmodel-in-de-sport-4-sportstimulering/>

Van der Maat, K., & Schaars, D. (2020). *Geldstromen en 7 nieuwe financieringsvormen in de sport*. Allesoversport. <https://www.allesoversport.nl/thema/beleid/geldstromen-en-7-nieuwe-financieringsvormen-in-de-sport/>

Van Eldert, P., & Beekman, T. (2021). *Monitor sportuitgaven gemeenten 2020*. Mulier Instituut.

Van Eldert, P., & Beekman, T. (2022). *Monitor Financiële stromen in de breedtesport 2020*. Mulier Instituut.

Van Eldert, P., & Hover, P. (2022). *Sportlidmaatschappen en -abonnements: opzeggingen, opzeggeden en nieuwe lidmaatschappen en abonnements* [Factsheet 2022/25]. Mulier Instituut.

Vonk, R. A. A., Hilderink, H. B. M., Plasmans, M. H. D., Kommer, G. J., & Polder, J. J. (2020). *Toekomstverkenning zorguitgaven 2015-2060. Kwantitatief vooronderzoek in opdracht van de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid. Deel 1: toekomstprojecties*. RIVM-rapport 2020-0059.

Vos, E., Boogart, A., & Zoutman, R. (2015). *Lokaal bibliotheekwerk. Een handreiking voor gemeenten*. VNG.

VVD, D66, CDA & ChristenUnie (2021). *Omzien naar elkaar, vooruitkijken naar de toekomst. Coalitieakkoord 2021 - 2025*.

Werkgroep Externe Financiering (2017). *Klinkende munt. Financiële kansen voor de sport*.

Wicker, P., Breuer, C., & Pawlowski, T. (2010). Are sports club members big spenders? *Sport Management Review*, 13(3), 214-224. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2009.07.001>

Wicker, P., Breuer, C., Lamprecht, M., & Fischer, A. (2014). Does Club Size Matter: An Examination of Economies of Scale, Economies of Scope, and Organizational Problems. *Journal of Sport Management*, 28, 266-280. <http://dx.doi.org/10.1123/jsm.2013-0051>

Wicker, P. (2011). Willingness-to-Pay in Non-Profit Sports Clubs. *International Journal of Sport Finance*, 6, 155-169.

Wicker, P., & Breuer, C. (2014). Examining the Financial Condition of Sport Governing Bodies: The Effects of Revenue Diversification and Organizational Success Factors. *Voluntas*, 25, 929-948. <http://dx.doi.org/10.1007/s11266-013-9387-0>

Wicker, P. (2009). *Price elasticity in sport clubs. Measurement and empirical findings*. Südwestdeutscher Verlag für Hochschulschriften Aktiengesellschaft & Co. KG.

World Health Organization (2022). *Global status report on physical activity 2022*.

WRR (2017). *Weten is nog geen doen. Een realistisch perspectief op redzaamheid*.

Yüksel, I. (2012). Developing a Multi-Criteria Decision Making Model for PESTEL Analysis. *International Journal of Business and Management*, 7(24). <http://dx.doi.org/10.5539/ijbm.v7n24p52>

Zernitz, Z., & Neele, A. (2018). *Memo Inclusiviteit en actieve kunstbeoefening in Nederland*. Landelijk Kennisinstituut Cultuureducatie en Amateurkunst.

ZonMw (2022). *De betaalbaarheid van sport staat onder druk. Met sport willen we grotere maatschappelijke impact, maar hoe betalen we kwaliteit en professionalisering?* Versie 21 juni 2022.



Bijlage 1.

Geraadpleegde experts:

Deze publicatie was niet tot stand gekomen zonder medewerking van de onderstaande personen.

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| 1. Andries van den Broek | SCP |
| 2. Arno Neele | LKCA |
| 3. Femke van der Pal | KCSB |
| 4. Freek de Meere | Verwey-Jonker Instituut |
| 5. Jan Janssens | Chionis |
| 6. Markus Kurscheidt | University of Bayreuth |
| 7. Niels Reijgersberg | Sportinnovator |
| 8. Pieter Verhoogt | Sport2B |
| 9. Ruud Koning | RUG |
| 10. Vassil Girginov | Brunel University London |
| 11. Wanda Wendel-Vos | RIVM |
| 12. Willem de Boer | HAN |



Bijlage 2.

Tabel b2.1 Tevredenheid over meest gebruikte sportaccommodatie volgens accommodatiegebruikers van 12 jaar of ouder in 2014 en 2020 (in procenten*)

	(Zeer) tevreden (%)		n	
	2014	2020	2014	2020
Bereikbaarheid per auto	92	93	1.072	784
Bereikbaarheid per fiets	90	91	1.055	781
Openingstijden	88	88	1.142	841
Hygiëne	79	84	1.168	859
Verlichting rondom accommodatie	81	83	1.110	817
Aantal parkeerplekken	76	80	1.075	766
Toegankelijkheid met rolstoel of rollator	73	77	765	501
Horecavoorzieningen	77	75	922	610
Bereikbaarheid te voet	73	73	952	718
Bereikbaarheid met openbaar vervoer	51	52	591	444

Bron: SCP/CBS, Vrijetijdsomnibus (VTO), 2014 en 2020. Bewerking: Mulier Instituut.

* In de berekening van de percentages is de antwoordoptie 'niet van toepassing' buiten beschouwing gelaten.

Tabel b2.2 Tevredenheid over meest gebruikte openbare plek of locatie voor sportbeoefening volgens gebruikers van 12 jaar of ouder in 2014 en 2020 (in procenten*)

	(Zeer) tevreden (%)		n	
	2014	2020	2014	2020
Bereikbaarheid per fiets	94	95	382	657
Bereikbaarheid te voet	92	94	422	751
Bereikbaarheid per auto	88	92	329	562
Beschikbare routes	86	90	433	740
Aantal parkeerplekken	77	81	272	484
Verlichting rondom plek/locatie	59	65	290	483
Toegankelijkheid met rolstoel of rollator	63	64	154	230
Bereikbaarheid met openbaar vervoer	58	59	181	312

Bron: SCP/CBS, Vrijetijdsomnibus (VTO), 2014 en 2020. Bewerking: Mulier Instituut.

* In de berekening van de percentages is de antwoordoptie 'niet van toepassing' buiten beschouwing gelaten.

Tabel b2.3 Tevredenheid over trainer of instructeur volgens sportende Nederlanders van 12 jaar of ouder die tijdens de sportbeoefening te maken hadden met een trainer of instructeur in 2018 en 2020 (in procenten*)

	(Zeer) tevreden (%)		n	
	2018	2020	2018	2020
Kennis trainer/instructeur over techniek sport	96	97	1.133	819
Persoonlijke aanwijzingen of tips van trainer/instructeur	92	93	1.128	820
Aandacht van trainer/instructeur voor goede sfeer tijdens het sporten	91	93	1.107	802
Variatie in trainingen of oefeningen	89	91	1.118	809
Manier waarop trainer/instructeur sporters motiveert	90	91	1.118	808
Manier waarop trainer/instructeur omgaat met onwenselijk gedrag	88	90	756	573
Aandacht van trainer/instructeur voor gezondheid en voorkomen van blessures	86	88	1.099	791

Bron: SCP/CBS, Vrijetijdsomnibus (VTO), 2018 en 2020. Bewerking: Mulier Instituut.

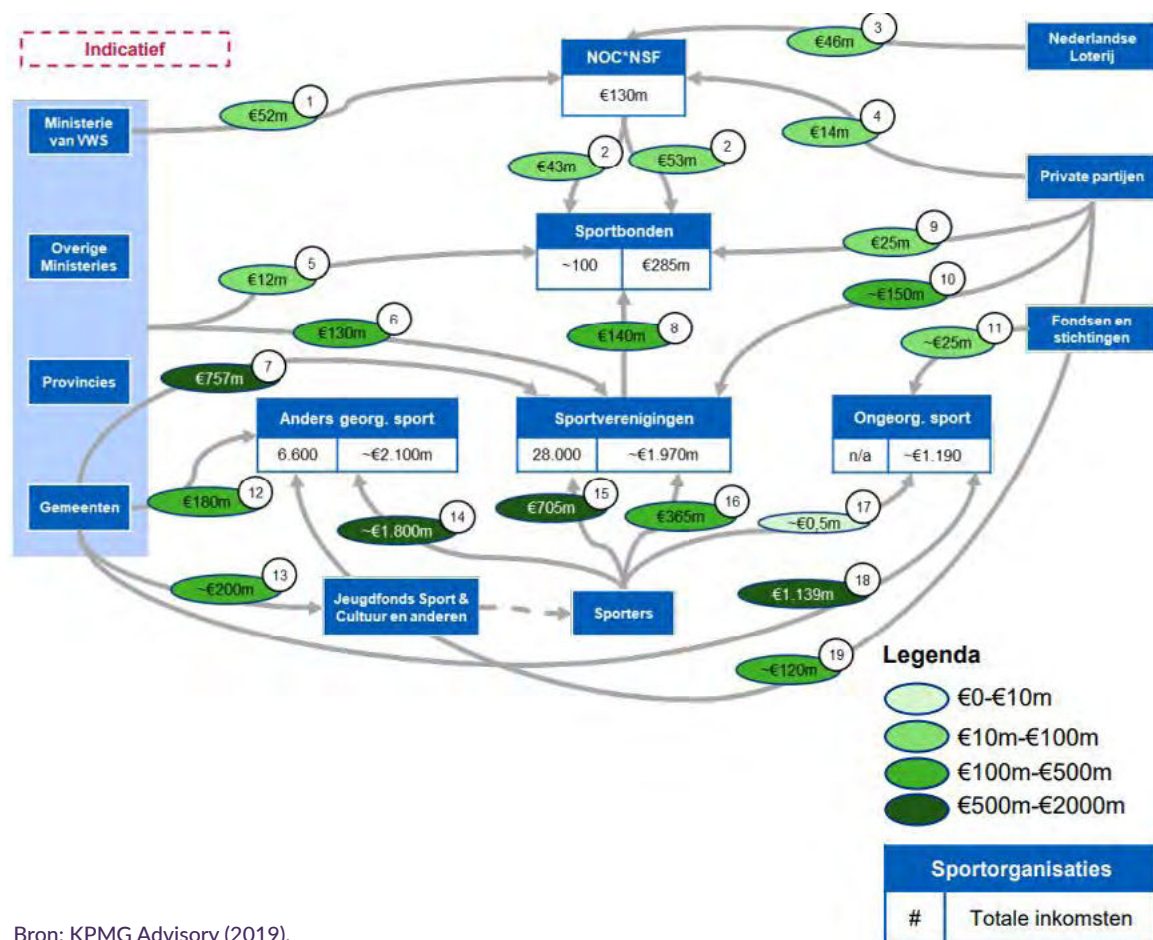
* In de berekening van de percentages is de antwoordoptie 'niet van toepassing' buiten beschouwing gelaten.



Bijlage 3.

Financiële stromen volgens Brancherapport Sport (KPMG, 2019).

Figuur b3.1 Financiële stromen in de Nederlandse sportbranche in 2018



Bron: KPMG Advisory (2019).

Toelichting Mulier Instituut:

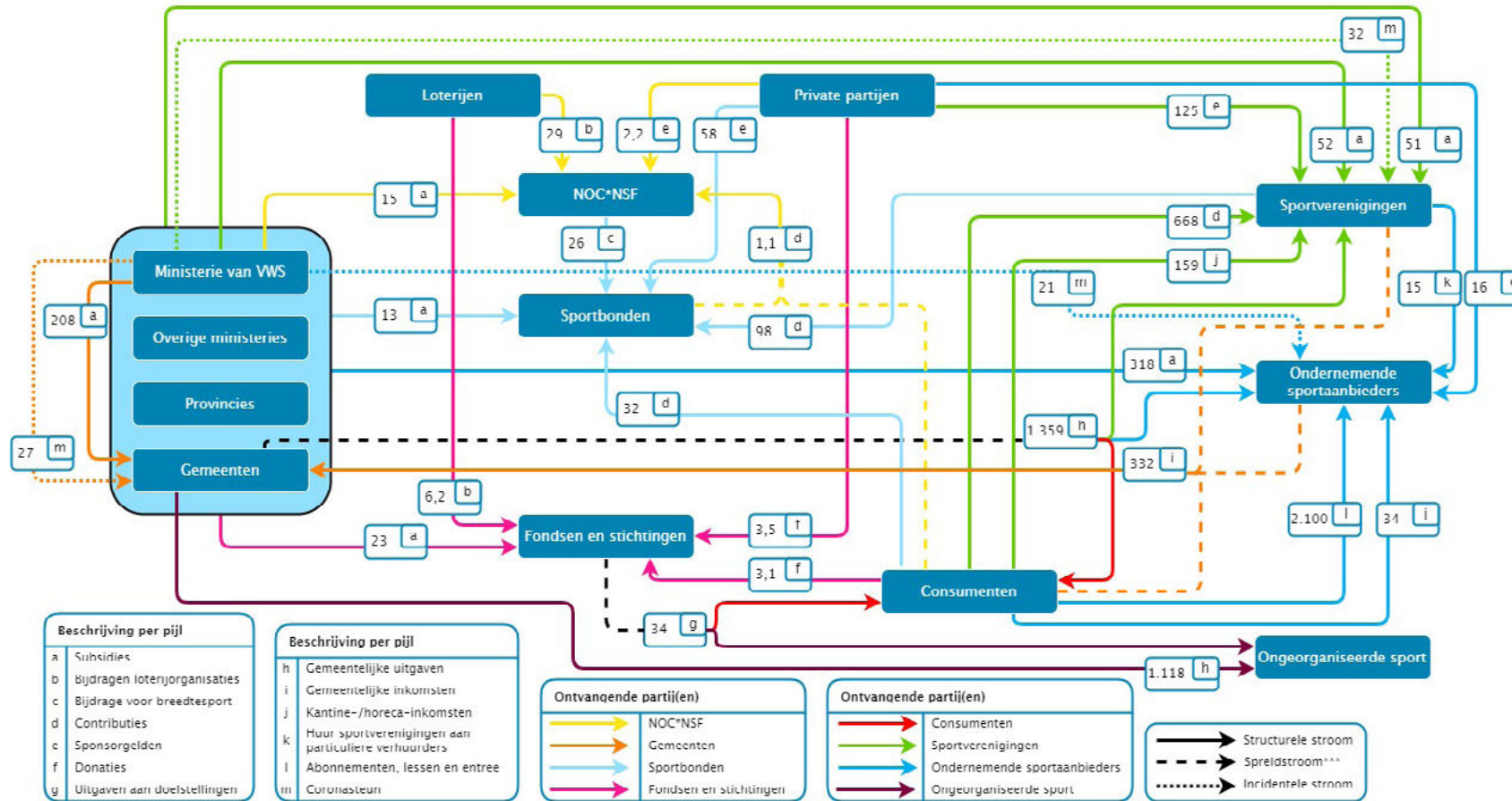
Voor de juiste interpretatie moeten deze uitgangspunten van de studie van KPMG Advisory (2019) in ogenschouw genomen worden. De studie is gericht op:

- geldstromen voor het sportaanbod (o.a. exclusief kosten voor sportkleding en -attributen);
- sport als vrijetijdsbesteding (o.a. exclusief sport in onderwijs en niet-ondersteunde topsport);
- het beoefenen van sport (exclusief het volgen van sport, live of via de media).



Financiële stromen volgens Monitor Financiële stromen in de breedtesport 2020 (Van Eldert & Beekman, 2022)

Figuur b3.2 Financiële stromen Nederlandse breedtesport in 2020* (in euro's x 1.000.000**)



Bron: Jaarverslag ministerie van WVS, 2020, Jaarrekening NOC*NSF, 2020, lv3-data CBS (registraties), 2020, Mulier Instituut, vragenlijst financiële gevolgen corona voor sportbonden, april 2021, Jaarrekeningen fondsen en stichtingen, 2020, CBS Statline, 2022 en schattingen POS, 2021. Bewerking: Mulier Instituut.

* Voor enkele pijlen is het bedrag gebaseerd op voorlopige cijfers.

** Alle bedragen tot 10 miljoen euro zijn afgerond op één decimaal en daarboven op hele miljoenen.

*** Een spreidstroom verwijst naar een stroom waarvan de onderverdeling van het bedrag niet duidelijk uit de bron naar voren komt





Mulier Instituut

Sportonderzoek voor beleid en samenleving

Herculesplein 269
3584 AA Utrecht

