

De waarde van topsport is onvoldoende aantoonbaar

Om de waarde van topsport te vergroten is meer inzicht nodig in wat die waarde voor de maatschappij betekent, en hoe die waarde tot stand komt.

21 juni 2022

Door missiegedreven ontwikkeling van onderzoek en innovatie (MOOI) sport en bewegen starten we een programma waardoor onderzoeks- en innovatie trajecten steeds meer en beter bijdragen aan het oplossen van maatschappelijke uitdagingen waar de samenleving en de sport- en beweeg sector voor staan. We hebben zes wicked problems geprioriteerd waarmee het programma deze beweging inzet. Onder een wicked problem verstaan we een complexe maatschappelijke uitdaging in sport en bewegen waar een doorbraak nodig is, die niet zonder een gezamenlijke inspanning van een brede groep belanghebbenden tot stand komt. De eerst geïdentificeerde wicked problems zijn:

1. *Bewoners in aandachtswijken sporten minder*
2. *Kinderen en jongeren bewegen minder en hun motoriek gaat achteruit*
3. *Sport en bewegen wordt te weinig ingezet binnen de gezondheidszorg*
4. **De waarde van topsport is onvoldoende aantoonbaar**
5. *De sportinfrastructuur wordt te weinig gebruikt*
6. *De betaalbaarheid van sport staat onder druk*

Met deze wicked problems gaan zogenaamde crews (werkgroepen) aan de slag. Deze wicked problem crews worden in de 2e helft van 2022 samengesteld uit vertegenwoordigers uit overheid, bedrijfsleven en wetenschap met een vertegenwoordiging door gebruikers (doelgroepen); de quadruple helix. Wicked problems crews schrijven vervolgens een strategisch business plan met een onderzoeks- en innovatieagenda en hoe dit te financieren (eerste helft 2023). Onderstaande beschrijving van het wicked problem vormt het inhoudelijke kader voor deze opdracht.

In het Nationale Sportakkoord is de ambitie vastgelegd om zoveel mogelijk Nederlanders te inspireren met de kracht van topsport. Aan topsport worden verschillende waarden gekoppeld: we beleven plezier aan topsport, successen van anderen inspireren ons en geven ons een trots gevoel, en het volgen en genieten van sport kan zorgen voor onderlinge verbinding. Per saldo wordt topsport in Nederland positief gewaardeerd. Maar er worden ook negatieve waarden aan de topsport toegekend, die een bedreiging kunnen zijn voor de inspirerende waarde. Ook is de vraag hoe deze waarden van grotere maatschappelijke betekenis kunnen worden, doordat ze bijvoorbeeld bijdragen aan meer bewegen en sporten. Ook speelt de topsport zich af in een veranderende maatschappelijke context en veranderende publieke opinie. Om de waarde van topsport te kunnen vergroten, moeten we die waarde beter aantoonbaar en zichtbaar maken. De vraag is: hoe kunnen we dit bereiken? Hoe en waartoe inspireert topsport? Wat is de betekenis van topsport in den brede, en hoe vergroten we dit?

Nadere omschrijving van het wicked problem

In het nationale Sportakkoord is de ambitie vastgelegd om zoveel mogelijk Nederlanders te inspireren met de kracht van topsport. Maar, wat is de inspirerende kracht van topsport? Waarom en waartoe inspireert topsport? Welke waarde heeft topsport voor de maatschappij? En hoe kunnen we die waarde verder vergroten? Hoe zorgen we dat de topsport die centraal en selectief georganiseerd is, breed en lokaal waarde heeft? En moeten we die waarde willen/kunnen meten en daarmee zichtbaar/aantoonbaar maken? Met uitzondering van het Messi-model/onderzoek is er nog geen eenduidige/onderbouwde kennis op dit vlak. Er wordt al jaren gesproken over het verband tussen topsportsucces en een hogere sportdeelname, maar in onderzoek is dit nog nooit aangetoond. Toch komt deze vraag en wens steeds opnieuw op tafel. Meer onderzoek is nodig naar dit verband, en andere gevolgen van de inspirerende waarde van topsport kunnen in kaart worden gebracht.

Topsport kent diverse waarden. Naast de fysieke waarde zijn dat onder meer de emotionele waarde, de persoonlijke waarde, de intellectuele waarde en de financiële en maatschappelijke waarde. Maar wat zijn die waarden precies? Kunnen we die waarden ook expliciteren, monitoren en zichtbaar maken? Hoe vertalen die waarden zich in maatschappelijke impact? Daar is op dit moment nog te weinig kennis over beschikbaar. Hierdoor is de bredere erkenning van de waarde van topsport geen gemeengoed, en wordt de feitelijke potentiële waarde nog niet benut.

Het blijkt in de praktijk lastig om de waarde van topsport voor het bereiken van doelen van andere sectoren te duiden en goed op het netvlies te krijgen van (professionals uit die) andere domeinen. Hoe de topsport als middel ingezet kan worden voor andere maatschappelijke doelen dan de topsport zelf, is nog onduidelijk. De maatschappelijke waarde van topsport is diffuus omdat:

- het betrekking heeft op meerdere groepen personen (o.a. topsporters, kader, bezoekers van evenementen, volgers via de media, lokale inwoners)
- er verschillende typen effecten zijn (o.a. economisch, sociaal-cultureel, fysiek) en
- er wenselijke effecten en onwenselijke effecten zijn (waarbij een effect ook tegelijkertijd door één groep als wenselijk wordt gezien en door een andere groep als onwenselijk; bijv. drukte door live bezoekers van een evenement).

Maatschappelijke betekenis en urgentie voor sport en samenleving

Over de maatschappelijke betekenis van topsport zijn nauwelijks eenduidige conclusies te trekken. Dat komt omdat de kennis/inzicht over wat de maatschappelijke waarde van topsport is, nog ontbreekt. Daardoor is het ook lastig aan te geven hoe je kunt sturen op waarden van topsport om maatschappelijke impact te bereiken. Als we beter inzichtelijk maken -concreet en aantoonbaar- wat de maatschappelijke waarden van topsport zijn in verschillende contexten en voor verschillende doelgroepen, dan draagt het eraan bij dat we slimmer investeren in topsport. Daarnaast willen we onderzoeken welke aantoonbare bijdrage de topsport kan leveren bij het realiseren van maatschappelijke doelen. Uiteindelijk profiteren dan meer mensen (en hiermee de maatschappij) van de voor hen betekenisvolle waarden van topsport.

Waarde voor de doelgroep

Meer inzicht in de waarden van topsport heeft gevolgen voor diverse doelgroepen:

- Voor de niet-topsport professional levert het op dat zij weten wat de mogelijkheden en randvoorwaarden van topsport zijn en waar de kansen voor actie en investeringen liggen (bijvoorbeeld om talenten naar topsport toe te leiden of topsport(ers) in te zetten voor de breedtesport).
- Voor de topsport professional, verenigingen en bedrijven levert het meer integraal werken en een reëler beeld op.
- Voor de beleidsmakers en financiers levert het kennis op die verantwoorde keuzes mogelijk maakt, bijvoorbeeld over de relatie tussen breedte- en topsport.
- Tenslotte kan dit ook ten goede komen aan topsporters en trainers als meer inzicht leidt tot slimmere investeringen.

Partners en inbreng

Interdisciplinaire/multidisciplinaire expertise is een voorwaarde. Alle partijen uit de quadruple helix zijn hiervoor nodig. Het vraagt om een zorgvuldige impact-assessment over de grenzen van beleidsdomeinen, sectoren (overheid, bedrijfsleven en non-profit) en wetenschapsdomeinen heen.

Het binnenkort te starten onderzoeksprogramma naar de 'maatschappelijke waarde van topsportevenementen' en het programma 'integriteit van topsport' hebben verbinding met dit onderwerp. Het Mulier Instituut en de USBO hebben onderzoek gedaan naar aspecten van dit onderwerp. Ook is het Maatschappelijke Activatie Programma (MAP), ontwikkeld met het coördinatie- en informatiepunt topsportevenementen (CIT). Het MAP beoogt de waarde van topsportevenementen te vergroten door de kansen die topsportevenementen bieden als podium voor maatschappelijke vraagstukken beter te benutten. De inzet is om op lokaal niveau gemeenten te helpen met het denken over het realiseren van impact door topsportevenementen, en gemeentelijke doelen te koppelen aan het MAP. Daarnaast wordt er ingezet op het vormen van een "oranje draad", waarmee een doorlopende lijn tussen meerdere topsportevenementen wordt gecreëerd. Binnen deze aanpak ligt de focus op gelijke kansen (inclusie) en een gezonde generatie (vitaliteit). Naast het verkennend onderzoek is het bedrijfsleven gevraagd om na te denken over innovaties om het bereik en inspiratiegehalte van topsportevenementen te verhogen.

Het streven is om voor dit wicked problem een crew te starten die gaat over de maatschappelijke waarde van topsport in de brede zin van het woord. Daarnaast komt er een werkgroep/programmaraad met een eigen sturende rol, met een sterke verbinding met de crew, die gaat over het onderzoeksprogramma 'Topsportevenementen'.

Er is nog geen zicht op (aanvullende) financieringsmogelijkheden, behalve het budget voor het onderzoeksprogramma topsportevenementen. Ook andere ministeries dan VWS hebben belangen bij dit onderwerp. Het loont de moeite om te onderzoeken of er financieringsbronnen zijn uit domeinen die niet direct in het blikveld liggen, zoals internationale zaken.

Onderzoek en innovatie als oplossing

Er is behoefte aan het specificeren en concretiseren van de opbrengsten van topsport, en het inzichtelijk maken (c.q. aantonen) van de bijdrage aan de doelen van andere domeinen. Topsport die inspireert heeft (potentiële) impact op topsport zelf, gezondheid, welzijn, (gastvrijheid)economie (waaronder ook recreatie/toerisme), mobiliteit, etc. Dit vraagt om een systeembenadering en een zorgvuldige analyse over domeinen heen.

Onderzoek en innovatie als oplossing, mogelijke/voorlopige richtingen:

- Er is meer kennis nodig over de waarde van topsport voor verschillende contexten/maatschappelijke domeinen. Op sommige deelgebieden zijn wel al gegevens bekend die ontsloten en gecombineerd kunnen worden.
- Aansluiting op het onderzoek naar integriteit binnen de topsport is gewenst, vanuit het maatschappelijk waarde perspectief (= topsportcultuuronderzoek).
- Hoe kun je beleidsmakers/professionals/politiek/bedrijfsleven beïnvloeden/ondersteunen met de kennis die je hebt verzameld? Hoe zorgen we dat zij de waarde van topsport leren kennen en benutten?
- Mogelijke inhoudelijke vragen: 'Wat is inspiratie' voor de doelgroep(en)? Wat is de waarde of inspiratiekracht? Welke inspiratiemechanismen werken voor activatie van welke doelgroepen? Op welke manier kun je de maatschappelijke waarde vergroten voor verschillende doelgroepen?
- Wat is de maatschappelijke waarde van topsportevenementen, onder welke voorwaarden komen die tot stand en hoe vergroten we dit? (= thema startend onderzoeksprogramma).