

De sportvereniging

Een aanvulling op het advies van de Nederlandse Sportraad:
'De opstelling op het speelveld' (november 2020)



Sportverenigingen zijn het fundament van de Nederlandse sport
Belangrijkste pijler van een vitale samenleving

30 april 2021 //
Den Haag, Jan Raateland

Je komt ze in alle uithoeken van ons land tegen: in dorpen, in steden in buurten en wijken, op sportvelden, sporthallen, gymnastieklokalen, atletiekbanen of zwembaden: de sportvereniging!

Met 24.000 in aantal en met een verscheidenheid van meer dan 75 verschillende takken van sport, vormen zij gezamenlijk de sportieve infrastructuur van ons land. Vijf miljoen Nederlanders (30%) zijn lid van een sportvereniging.

In deze aanvulling op de aanbevelingen van de NLsportraad van het [advies](#) 'De opstelling op het speelveld' van november 2020, licht ik toe dat de sportvereniging onmisbaar is binnen de nieuwe sportorganisatie van Nederland.

De sportvereniging heeft het meeste te bieden om veel meer mensen -blijvend- te laten sporten.

In haar advies spreekt de Nederlandse Sportraad de ambitie uit dat 75% van de Nederlandse bevolking in 2030 voldoet aan de beweegrichtlijnen; dat is nu nog 50%. Dat betekent dat het aantal mensen dat beweegt of sport, de komende 9 jaar met 25% moeten stijgen: Dat zijn ruim 4 miljoen Nederlanders. In totaal komt dat uit op 13 miljoen Nederlanders die 'bewegen'. Wat een getallen!

Om dit te bereiken zijn naast sportverenigingen als belangrijkste partij ook commerciële initiatieven op het gebied van sport en bewegen zoals sportscholen van belang. Gezamenlijk gaan zij onderdeel uitmaken van een 'Sportbranche'.

Organisatie Sportbranche

Die groei zal dus voort moeten komen uit de verschillende onderdelen van de Sportbranche. Deze branche kent nog geen organisatievorm. Overigens zijn de sportverenigingen op dit moment ook niet als zodanig georganiseerd. Er is geen koepel/ belangenbehartiger/vertegenwoordiger van de verenigingen: niet nationaal, noch lokaal. Hoe die Sportbranche er precies uit gaat zien, zal de komende jaren moeten worden uitgewerkt.

Sport en bewegen als publieke voorziening

In de rapporten van de NLsportraad en de uitwerkingen daarvan in januari en april van dit jaar, komt naar voren dat er groot draagvlak is voor de erkenning van sport als publieke voorziening. Dat wil zeggen dat de overheid, wettelijk vastgelegd, verantwoordelijk is voor (de instandhouding van) voorzieningen voor sport en bewegen. De bemoeienis met sport moet in een sportwet worden vastgelegd op basis van de vaststelling door de NLsportraad dat '**Sport een publieke voorziening is**'.

Zowel sport als bewegen komen we in onze samenleving op uiteenlopende gebieden tegen. In die gebieden is er betrokkenheid van de overheid. Om een indruk te geven over welke gebieden dat zijn, geeft onderstaand overzicht duidelijkheid; het is afkomstig van Loek Jorritsma (voormalig topambtenaar sport bij VWS).

Sportbranche onderscheiden in Gezondheid, Educatie, Markt, Omgeving, Sport

Therapeutisch bewegen	= zorg (zorgwetgeving)
Lichamelijke opvoeding	= onderwijs (onderwijswetg.)
Fitness	= markt (mededinging -> DAEB)
Wandelen, fietsen,	= recreatie (ruimtelijke ordening)
Sport	= georganiseerd (realiseren in een sportwet)

Voor elk van deze verschijningsvormen heeft de overheid een eigen bemoeienis.

Daarmee wordt het bereik van andere wetgeving voor het sportbeleid versterkt. De sportorganisaties, sportverenigingen en sportbonden, hebben hierin de publieke taak zorg te dragen voor verantwoorde sportbeoefening: '*de kwaliteit van het aanbod te verhogen en professionele begeleiding te bieden*'.

Wat heeft de sportvereniging te bieden?

Onderzoeken wijzen uit dat de basis voor een leven lang sporten in de kinderjaren wordt gelegd. De kennismaking met sport vindt bij de meeste kinderen plaats bij de sportvereniging. Van de jeugd in de leeftijd van 6 tot 12 jaar is 74% lid van een sportvereniging: bijna een miljoen kinderen. In de leeftijd van 0 tot 18 zijn dat er bijna 3,5 miljoen!

'De sportvereniging, wie is er niet groot mee geworden'?

Competitie: Unique selling point!

Ten opzichte van alle andere sport- en beweegaanbieders, bieden de sportverenigingen hun leden deelname aan een competitie. Dit biedt die leden de mogelijkheid zich in hun tak van sport zodanig te ontwikkelen, waardoor zij op een bij hun passend niveau uit kunnen komen. Degenen die zich hier nog eens extra onderscheiden, van talenten tot topsporters, 'strijden' voor Nationale Kampioenschappen, EK, WK en Olympische spelen! De hele vereniging, het dorp of de stad, is apetrots wanneer hun lid/inwoner op het podium haar of zijn medaille krijgt uitgereikt!

Sportverenigingen zijn gezamenlijk goed voor een jaarlijkse instroom van ongeveer 400.000 nieuwe, meestal jonge, leden. Daar hoeft het overgrote deel van die sportverenigingen nauwelijks enige inspanning voor te doen: Ze komen via een kennismakingstraining of via inschrijving op de website binnen. Voor een aantal sporten/verenigingen geldt dat de nieuwe leden er wel snel bij moeten zijn, anders komen zij op de wachtlijst en moeten zij een of twee jaar wachten.

4 miljoen nieuwe sporters in 2030

Stel je nu eens voor dat het de ambitie is om de komende 8 jaar de instroom bij die sportverenigingen, jaarlijks met 25% verhogen, dan zijn er 800.000 extra nieuwe leden in 2030 ingestroomd, naast jaarlijkse nieuwe instroom in die periode van 3,2 miljoen jonge leden: in totaal 4 miljoen nieuwe sporters.

Wat is daar voor nodig? Investeren!

Hoe kan die ambitie van jaarlijks bijna een half miljoen nieuwe jonge leden bij sportverenigingen gerealiseerd worden? Door in de komende vijf jaar gericht te investeren in de kwaliteit en professionaliteit van de sportvereniging. Daarvoor is nodig **een sterke verenigingsorganisatie** met een optimale bezetting van de belangrijkste bestuursfuncties.

Er zal gericht binnen het eigen leden- en vrijwilligersbestand op zoek gegaan moeten worden naar bekwame bestuurders.

Wanneer die 'basisopstelling' is gerealiseerd, kan de sportvereniging vanuit visie en beleid, doelen en plannen ontwikkelen. Dat beleid kent dan zowel interne- als externe doelen: intern het aantal trainers uitbreiden, hen professioneel begeleiden om daarmee de kwaliteit van de trainers te verhogen. Met meer en betere trainers stijgt het ledenaantal en kan sport worden aangeboden aan nieuwe doelgroepen.

Met haar plek middenin de wijk, buurt of het dorp liggen er voor de sportvereniging, mogelijkheden om bij te dragen aan oplossingen voor tal van maatschappelijke kwesties en problemen: De externe doelen van de sportvereniging.

Door het realiseren van samenwerking met onderwijs en andere (gemeentelijke-) sectoren, zoals jeugdzorg, gezondheid, welzijn en bedrijven (MKB), kunnen sportverenigingen zinvolle bijdragen leveren aan een vitale en veerkrachtige samenleving. Voorbeelden hiervan zijn:

- aanbieden van door-de -weekse- sportfit lessen voor senioren uit de wijk
- aangepast aanbod voor mensen met een verstandelijke en/of lichamelijke handicap
- een turnvereniging die een nieuwe locatie in 'JILIB'wijken opstart waar nog geen aanbod is
- aanbieden van 'n trainingsuurtje aan patiënten uit de verslavingskliniek tegenover het sportcomplex.
- openstellen van sportterrein en/of clubgebouw aan bewoners uit de wijk in het kader van eenzaamheid of armoede door middel van activiteiten, kopje koffie, gezamenlijk eten.

Een ondernemende sportvereniging is van onschatbare waarde voor de lokale gemeenschap. Daarmee kan de investering worden ingedeeld in de categorie: **Social Return of Investment**.

Omvang investering

Met een eenmalige investering van 72 miljoen euro kan de 'basisopstelling' van zes duizend sportverenigingen gerealiseerd worden. Dat is ongeveer € 12.000 per vereniging. Een investering die als duurzaam aangemerkt kan worden. Gelijk aan de financiering van de buurtsportcoach, kan voor deze investering ook gekozen worden voor cofinanciering: 40% Rijk / 60% gemeente. Binnen de gemeente kan het budget gevonden worden deels bij sport en deels bij welzijn: Werven bestuurlijk- en vrijwilligerskader.

Beoogd resultaat

Deze investering levert een belangrijke bijdrage aan de ambitie van meer sport en bewegen: 4 miljoen nieuwe sporters in 2030 en aan toekomstbestendige sportverenigingen, die zoals eerder beschreven aan de basis liggen van een leven lang sporten.

Van autonoom naar verbinding

Slechts een kleine groep sportverenigingen, nog geen 10%, is er in de afgelopen 15 jaar -zelfstandig- in geslaagd samenwerking met externe partners tot stand te brengen. Het kan nauwelijks toeval worden genoemd dat het hier voornamelijk gaat om de grotere sportverenigingen, met meer dan 800 leden.

Bij een nadere beschouwing van die verenigingen valt op dat zij al over die 'basisopstelling' beschikken: een sterke verenigingsorganisatie en een optimale bezetting van de bestuursfuncties. Deze verenigingen hebben ingezien dat autonomie van hun vereniging, goed kan samengaan met haar maatschappelijke functie en het vinden van de verbinding met haar omgeving. Het heeft hen in verschillende opzichten nieuwe kansen en inkomsten opgeleverd.

Een voorbeeld hiervan zijn de opstart van nieuwe activiteiten waar een subsidie voor beschikbaar was; nadat de pilotperiode afliep, werden de nieuwe sporters lid van de sportvereniging en nieuwe vaste bezoekers van de kantine. Uit deze nieuwe groep leden konden een aantal nieuwe vrijwilligers en sponsors gevonden worden.

Met het toeschrijven van de termen USP en SROI, plaats ik de sportvereniging in een maatschappelijke, zakelijke en economische positie. De positie die sportverenigingen in onze samenleving hebben, in combinatie met de activiteiten die door hen worden georganiseerd en aangeboden, kunnen aangemerkt worden als *'diensten die een publiek belang dienen'*,

waarmee de link en onderbouwing naar een toekomstige sportwet is gemaakt.

Innovatie en groeimogelijkheid

Het is niet verkeerd om het beproefd concept van de traditionele sportvereniging 'tegen het licht te houden'. De ontwikkeling van sportverenigingen die al wel de verbinding met haar omgeving wist te leggen is daar een goed voorbeeld van. Ons land is voor wat betreft de samenstelling van inwoners in de afgelopen 40 jaar sterk veranderd. Grote groepen, nieuwe Nederlanders kennen de cultuur van een sportvereniging nauwelijks. Het is dan ook niet vreemd dat in JILIB wijken*) waar veel 1^e, 2^e en 3^e generaties migranten wonen, er veel minder aanbod is van sportverenigingen. Er worden door mensen uit deze groep andere eisen aan een vereniging gesteld; deze zijn vaak cultureel bepaald. De sportvereniging die 'bruggen wil slaan' zal daarop moeten inspelen. Hier ligt een mooie uitdaging voor een combinatie van de traditionele- en nieuwe vormen van organisaties die sport aanbieden. Met de rijke kennis en ervaring van de aanwezige sportverenigingen kan er een uitwisseling worden opgezet. In verschillende gemeenten zijn succesvolle pilots opgezet, zoals schoolsportvereniging en satellietclubs.

*) JILIB: Jeugd in Lage Inkomens Buurten

Lokale sportakkoorden ... en het momentum!

In bijna alle Nederlandse gemeenten is er in 2019/2020 een lokaal sportakkoord afgesloten. De aanzet hiervoor was het Nationaal Sportakkoord (2018) waarin zes ambities staan beschreven.

Met het advies *'De opstelling op het speelveld'* van de NLsportraad, dat betrekking heeft op de nieuwe organisatie en financiering van de sport in Nederland, is er sprake van een momentum waarin besluiten kunnen worden voorbereid en genomen om de groeiambitie van 25% te realiseren.

Dat betekent dat in de uitwerking van de lokale sportakkoorden het *'op orde hebben van de basis, organisatie en financiën'* tot meer vitale sportverenigingen leidt, wat hen in staat stelt hun maatschappelijke rol te verbreden door bij te dragen aan inclusief sporten en bewegen, en de motorische vaardigheid van kinderen te verhogen.

Het realiseren van lokale samenwerking tussen de sectoren, sport, welzijn, onderwijs, zorg, werkgelegenheid en economie, kan daarbij als een vliegwielt fungeren.

Bijzonder aantrekkelijk

Vanwege het vrijwilligerskarakter van de sportvereniging is er sprake van lage overheadkosten en komt een groot deel van de inkomsten uit de contributie van de leden. Dit maakt het uiterst lucratief om juist de sportverenigingen een centrale rol toe te kennen bij de uitvoering van de lokale sportakkoorden. Die aantrekkelijkheid van de sportvereniging als partner komt ook tot uiting doordat zij vanuit hun clubstructuur en -cultuur continuïteit kunnen bieden. Investeringen krijgen hierdoor een duurzaam karakter.

Voor gemeenten geldt als extra voordeel de sociale en maatschappelijke waarde die sportverenigingen met hun aanbod en activiteiten bieden. Het gaat hierbij onder andere om gezondheid, sociale cohesie, integratie, participatie en leefbaarheid.

Samenvattend

- Sportverenigingen zijn overal, in nagenoeg iedere buurt en wijk: deze infrastructuur is dus al aanwezig en van onschatbare waarde.
- Sportverenigingen zijn met 5 miljoen leden de grootste sportaanbieder, organisator van competities, kweekplaats van talenten, topsporters, Olympisch kampioenen!
- Sportverenigingen beschikken over veel potentie om de ambitie van 75% bewegende en sportende Nederlanders in 2030 te realiseren.
- Sportverenigingen zijn het eerste contact die de allerjongsten, de jeugd in aanraking brengt met sporten.
- Sportverenigingen legt met die jaarlijkse instroom van jeugdleden de basis voor een leven lang sporten en bewegen: 'Jong geleerd, oud gedaan'.
- Sportverenigingen kennen een belangrijke maatschappelijke waarde, die in de nabije toekomst nog verder zal toenemen.



Sportverenigingen kunnen de kloof 'overheid en samenleving' overbruggen door een brug te slaan.

Jan Raateland

Jan Raateland zet zich al meer dan tien jaar op verschillende manieren in voor de versterking van sportverenigingen in Nederland. Hij heeft ruime bestuurlijke ervaring als bestuurder van verenigingen, als bestuurslid van de Adviesraad voor Sport gemeente Den Haag en als voorzitter van KNGU District Zuid-Holland.

In 2017 heeft hij de sportvereniging als immaterieel erfgoed aangemeld.

Als kandidaat *nationaal commissaris sportvereniging*, is hij actief betrokken geweest bij de totstandkoming van het onderhavige advies van de NLsportraad

Lees meer over Jan Raateland op zijn website: [De Sportverenigingen.nl](http://DeSportverenigingen.nl)

DE MARKETING VAN DE SPORTVERENIGING!

HET IS DE SPORTVERENIGING WAAR....

- de allerjongsten zich motorisch en mentaal kunnen ontwikkelen, samen met anderen leren spelen
- in wedstrijd- competitieverband wordt gespeeld
- in teamverband of individueel gespeeld / gestreden wordt om een goede sportprestatie te leveren
- talenten zich verder kunnen ontwikkelen van verenigingskampioen, topsporter tot Olympisch kampioen
- de topsporter zich kan meten met Nederlands besten

HET IS OOK DE SPORTVERENIGING WAAR....

- sporters elkaar wekelijks bij trainingen en wedstrijden ontmoeten
- vriendschap en gezelligheid voor de leden belangrijk zijn: het verenigingsleven bloeit
- onderling respect heerst, (verenigings-)waarden worden gekoesterd en normen bewaakt
- vriendschappen voor het leven ontstaan
- je leert iets voor elkaar over te hebben, samen te werken.
- iedereen kan en mag meedoen

HET IS OOK DE SPORTVERENIGING WAAR....

- die de verbinding legt met andere maatschappelijke organisaties in de wijk
- het clubgebouw overdag wordt opengesteld voor mensen uit de buurt om elkaar te ontmoeten
- aan zowel kwetsbare als nieuwe doelgroepen sport wordt aangeboden
- inclusiviteit en integratie de normaalste zaak van de wereld is
- iedereen gelijk is

HET IS OOK DE SPORTVERENIGING WAAR....

- mogelijkheden zijn voor het creëren van (nieuwe) werkgelegenheid
- wordt bijgedragen aan een gezond leefklimaat
- aandacht is voor eenzaamheid en armoede
- wordt bijgedragen aan de leefbaarheid en veiligheid van de buurt, wijk en van de stad

HET ZIJN DE SPORTVERENIGINGEN WAAR....

- je als hulpje of assistent van de trainer al leert wat helpen is
- je in een werkgroepje of commissie als vrijwilliger meedoet in de organisatie van een activiteit
- je scheidsrechter of 'trainer' bent bij de jongste jeugd
- je lid van de jeugdcommissie bent en later doorgroeit naar het bestuur van jouw vereniging

GROOTSTE VRIJWILLIGERS-SECTOR

De sportverenigingen zijn de kraamkamer van de toekomstige vrijwilligers die in onze samenleving onmisbaar zijn. Met ruim één miljoen vrijwilligers zijn de gezamenlijke sportverenigingen de grootste vrijwilligerssector in Nederland. Alleen om die reden alleen zouden we ons bewust moeten zijn voor het behoud van dit immaterieel erfgoed: De sportvereniging is niet weg te denken uit onze samenleving.

April 2021 JR