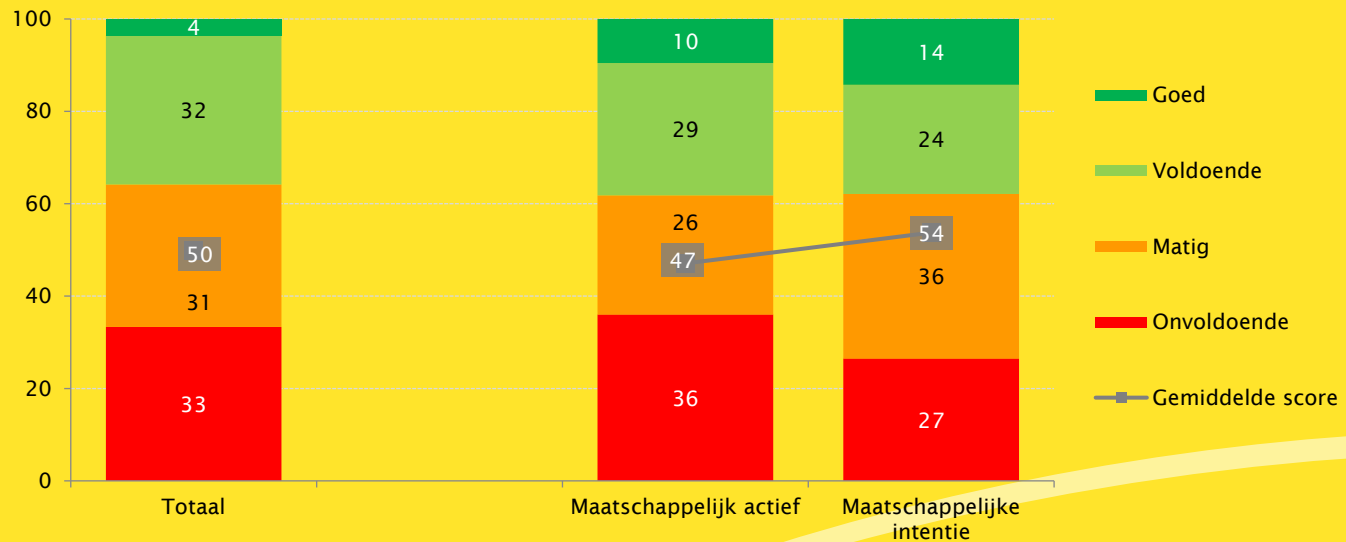


Maatschappelijke sportverenigingen in Nederland

Factsheet 2019/15

Resie Hoeijmakers en Janine van Kalmthout

Figuur 1 Index maatschappelijke oriëntatie sportverenigingen in 2018 (in procenten, n=442)



Bron: Mulier Instituut, Verenigingspanel winter 2018/2019.

Van sportverenigingen wordt verwacht dat zij steeds meer als maatschappelijke organisaties optreden. Zo weten beleidsmakers sportverenigingen in de afgelopen jaren meer te betrekken bij de sociale participatie van specifieke doelgroepen ([Lucassen & Van der Roest, 2018](#)). Daarnaast wordt het door een toename in het aanbod van vrijetijdsactiviteiten voor sportverenigingen belangrijker om hun aanbod te vernieuwen, huidige leden te binden en nieuwe te trekken. In dit factsheet wordt een overzicht geboden van de mate waarin verenigingen bewust zijn van hun (maatschappelijke) verantwoordelijkheden en een maatschappelijke rol op zich nemen.

Een derde verenigingen maatschappelijk georiënteerd

Ongeveer een derde van de verenigingen is voldoende of goed in staat een bredere maatschappelijke functie te vervullen (36%, figuur 1). Twee derde van de verenigingen (64%) scoort onvoldoende of matig op het criterium maatschappelijke oriëntatie. De index maatschappelijke oriëntatie is ontwikkeld om meer inzicht te krijgen in de bredere maatschappelijke oriëntatie van sportverenigingen buiten het aanbieden van regulier sportaanbod. Deze index bestaat uit twee criteria: maatschappelijke activiteit en maatschappelijke intentie. Maatschappelijke activiteit staat voor de mate waarin verenigingen actief een maatschappelijke rol vervullen en maatschappelijke intentie staat voor de houding van verenigingen ten opzichte van een actieve bredere maatschappelijke rol. Twee

vijfde van de verenigingen is maatschappelijk actief en twee vijfde van de verenigingen staat open voor een (meer) maatschappelijke functie.

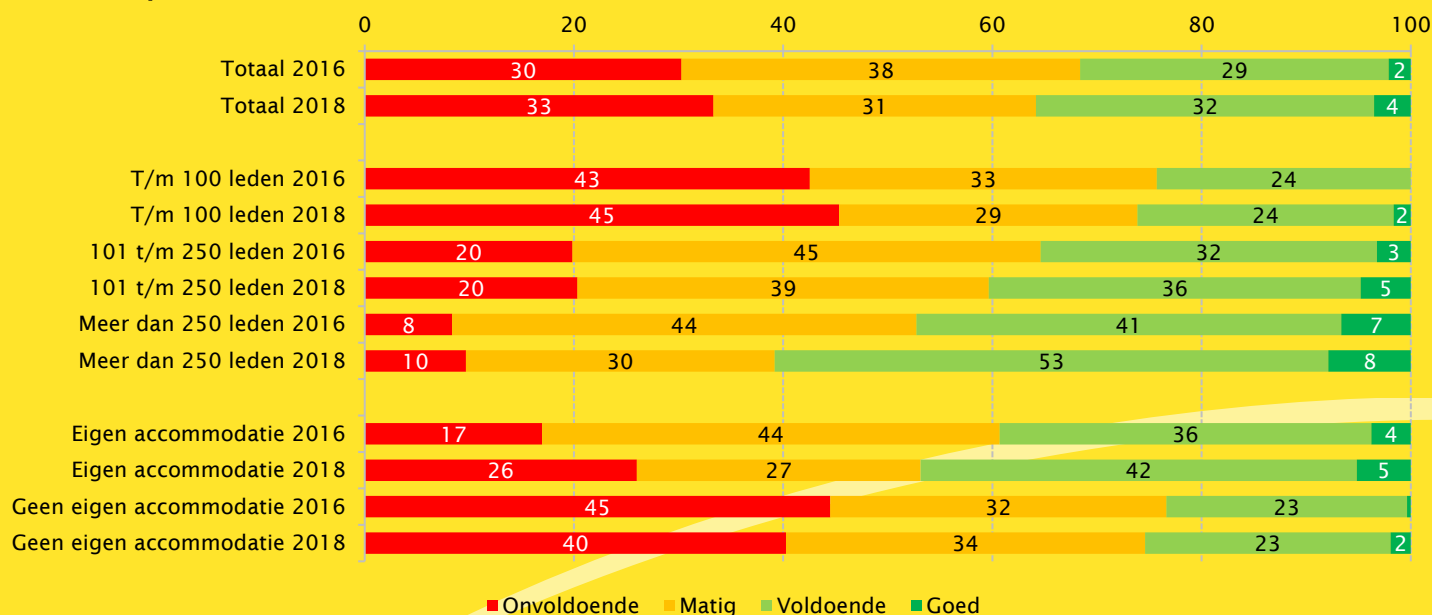
Grote verenigingen maatschappelijker

Grote verenigingen en verenigingen met een eigen accommodatie zijn vaker maatschappelijk georiënteerd (zie figuur 2). Zes van de tien grote verenigingen (> 250 leden) kunnen worden bestempeld als maatschappelijk georiënteerd. Kleinere verenigingen (≤ 250 leden) en verenigingen zonder eigen accommodatie zijn minder in staat een bredere maatschappelijke functie te vervullen. Ten opzichte van 2016 lijken verenigingen op het gebied van het vervullen van een maatschappelijke rol te polariseren. Zowel het aandeel verenigingen dat onvoldoende scoort op het gebied van maatschappelijke oriëntatie als voldoende of goed is in 2018 toegenomen. Daarnaast is de mate waarin verenigingen een maatschappelijke rol vervullen licht afgenomen (van een gemiddelde score van 48 in 2016 naar 47 in 2018), terwijl de maatschappelijke intentie van verenigingen is toegenomen (van een gemiddelde score van 48 in 2016 naar 54 in 2018). Dit betekent dat verenigingen vaker plannen hebben voor activiteiten of een positieve houding hebben ten opzichte van het vervullen van een actieve bredere maatschappelijke rol, maar dat verenigingen tegelijkertijd minder vaak maatschappelijke activiteiten zijn gaan ondernemen.

Neem voor meer informatie contact op met: [Resie Hoeijmakers](#)

Mulier Instituut | T 030-7210220 | info@mulierinstituut.nl | www.mulierinstituut.nl

Figuur 2 Maatschappelijke oriëntatie sportvereniging naar achtergrond in 2016 (n=501) en 2018 (n=442; in procenten)



Bron: Mulier Instituut, Verenigingspanel winter 2018/2019 en Verenigingspanel voorjaar 2016.

Samenwerking vooral met andere clubs

Acht op de tien sportverenigingen (84%) hebben het afgelopen jaar samengewerkt met één of meer organisaties. Dit is in lichte mate afgenomen ten opzichte van 2016, toen negen op de tien sportverenigingen met andere organisaties samenwerkten (89%). Samenwerking vindt met name plaats met andere sportverenigingen (58%), de gemeente (57%), sportbonden (44%) en scholen (39%). Verenigingen zijn positief gestemd over hun samenwerkingspartners. Clubs willen hun samenwerking meestal behouden en vaak intensiveren. Als een vereniging niet met een bepaalde organisatie samenwerkt, is gevraagd of zij daar in de toekomst mogelijk interesse in zou hebben. Meer dan de helft van de verenigingen heeft interesse om hun samenwerkingen te verbreden. De partners die het vaakst worden genoemd zijn scholen (13%), en buurt-/wijk-/welzijnsorganisaties (11%).

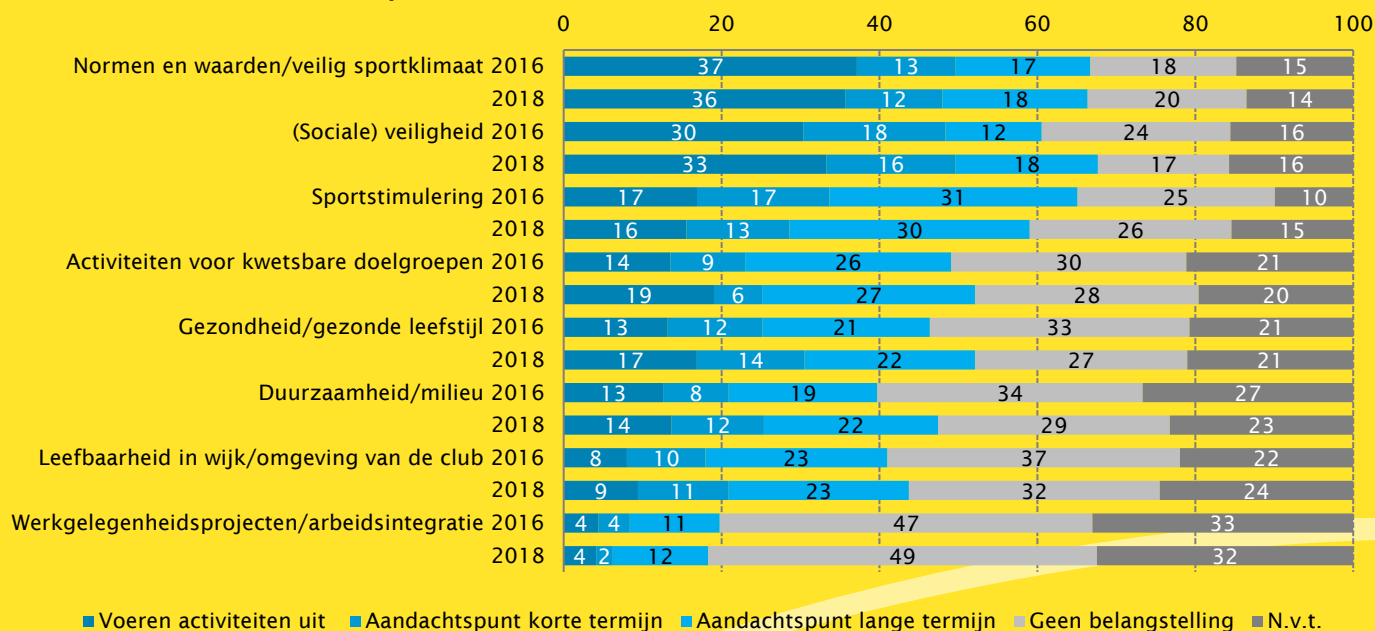
Een kleine meerderheid van de sportverenigingen in Nederland (54%) is het afgelopen jaar betrokken geweest bij sportprojecten. Clubs die aan projecten hebben deelgenomen zijn het vaakst betrokken geweest bij de buurtsportcoach/combinatiefunctionaris (24%), verenigingsondersteuning (22%) en sportstimuleringsprojecten (20%).

Nieuw aanbod voor nieuwe leden

Bijna alle sportverenigingen in Nederland (85%) organiseren activiteiten waarbij niet-leden ook welkom zijn. Ongeveer één op de vijf verenigingen doet dit op regelmatige basis (18%). Daarnaast biedt een meerderheid van de sportverenigingen (63%) faciliteiten en voorzieningen aan die ook beschikbaar zijn voor niet-leden en andere organisaties. Clubs die voorzieningen beschikbaar stellen, bieden het vaakst een multifunctionele inzet van de sportruimte van de vereniging aan en fysiotherapie /sportverzorger. 16 procent van de verenigingen zegt in de komende twee jaar hun faciliteiten en voorzieningen op andere manieren aan niet-leden en andere organisaties te willen aanbieden. Het vaakst wordt hierbij een multifunctionele inzet van de sportruimte van de vereniging (4%), huiswerkbegeleiding (4%) en fysiotherapie/sportverzorger (4%) genoemd.

De mate waarin verenigingen actief zijn met het introduceren van sport- en spelactiviteiten is ten opzichte van 2016 nauwelijks veranderd. De meeste verenigingen in Nederland introduceren (nieuwe) sport- en spelactiviteiten om nieuwe leden te werven (64%, in 2016 62%) of om nieuw aanbod te ontwikkelen voor eigen leden (52%, in 2016 55%). Het flexibiliseren van lidmaatschappen/contributies gebeurt bij 49 procent van de verenigingen (in 2016 52%) en 43 procent van de verenigingen

Figuur 3 Betrokkenheid van sportverenigingen bij maatschappelijke thema's en/of projecten in 2016 (n=501) en 2018 (n=442; in procenten)



Bron: Mulier Instituut, Verenigingspanel winter 2018/2019 en Verenigingspanel voorjaar 2016.

zet zich in voor het ontwikkelen van activiteiten voor specifieke doelgroepen (in 2016 42%).

Meer aandacht voor gezondheid, veiligheid en leefbaarheid

Drie kwart van de verenigingen (75%) vindt dat sportverenigingen een maatschappelijke verantwoordelijkheid hebben en ongeveer de helft van de verenigingen (46%) is van mening dat sportverenigingen voor meer bestaan dan alleen om de leden leuk te laten sporten. De betrokkenheid van verenigingen bij maatschappelijke thema's en projecten is in figuur 3 weergegeven. Bij een derde van de clubs vinden activiteiten plaats om de (sociale) veiligheid op en rond de club te verbeteren (33%) en om een veilig sportklimaat te realiseren (36%). Ook het organiseren van activiteiten voor kwetsbare doelgroepen is voor verenigingen een belangrijk thema. Eén op de vijf verenigingen voert op dit thema activiteiten uit. Voor een kwart van de verenigingen (27%) is dit een aandachtspunt voor de lange termijn. Andere aandachtspunten van verenigingen voor de lange termijn zijn dat verenigingen meer inzetten op het bevorderen van sportdeelname (30%), het bevorderen van de leefbaarheid in de omgeving van de club (23%) en een gezonde leefstijl (22%). De verenigingen tonen de minste interesse in werkgelegenheidsprojecten/-arbeidsintegratie.

Conclusie

Aangezien de maatschappelijke intentie van sportverenigingen ten opzichte van 2016 is toegenomen, is de verwachting dat verenigingen de komende jaren meer maatschappelijke activiteiten gaan organiseren. Steeds meer verenigingen hebben namelijk plannen of een positieve houding ten opzichte van het vervullen van een actieve bredere maatschappelijke rol. Met name grote verenigingen zijn zich bewust van hun maatschappelijke functie. De verwachting is dat meer aandacht wordt besteed aan gezondheid, veiligheid en leefbaarheid. Tegelijkertijd neemt het aantal verenigingen dat maatschappelijke activiteiten vervult af. Dit lijkt te betekenen dat het hebben van een maatschappelijke intentie geen garantie biedt dat sportverenigingen daadwerkelijk activiteiten gaan vervullen. Sportverenigingen met problemen zullen allereerst focussen op het vervullen van hun sportieve activiteiten.

Dit factsheet is onderdeel van een reeks aan publicaties waarin de vitaliteit van sportverenigingen nader is belicht. Klik [hier](#) voor het factsheet over de organisatiekracht van sportverenigingen in Nederland en klik [hier](#) voor het factsheet over de vitaliteit van sportverenigingen in Nederland. De resultaten in dit factsheet zijn op basis van data uit de [Verenigingsmonitor](#). De Verenigingsmonitor is een thematische vragenlijst die een paar keer per jaar wordt uitgezet onder de verenigingen van het MI Verenigingspanel. Het Verenigingspanel bestaat uit meer dan 2.000 verenigingen.