

Hoe bereiken we mensen die niet (willen of durven) sporten?

In de afgelopen (corona)tijd hebben we onderzoek gedaan naar het beweeg- en sportaanbod in de Zaanstreek voor mensen die eigenlijk niet willen of durven sporten. We vroegen: wat is nu precies het aanbod en waar liggen de kansen? Namens het onderzoeksteam beschrijf ik, Delano Braumuller, het proces en onze conclusies.

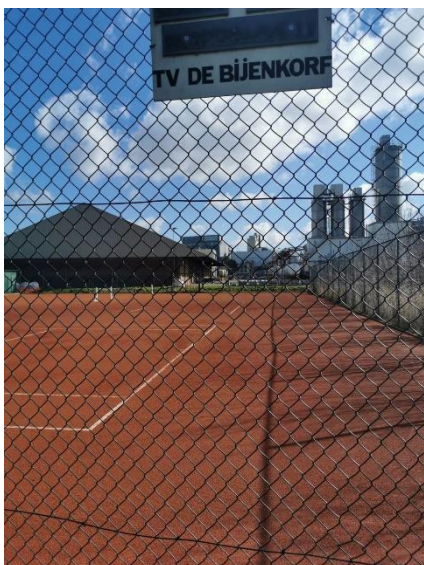
Alle personen die we hebben gesproken wonen in de Zaanstreek. Nu zou je denken dat dat het allemaal makkelijker zou maken (en ergens is dat ook wel zo). Maar vraag jezelf maar eens af: hoe goed ken je jouw eigen wijk eigenlijk? Als team zijn wij opzoek gegaan naar de onbekende plekken, de niet voor de hand liggende fysiotherapieën en die 'ene mevrouw' die wel eens bootcamplessen organiseert. We zijn op zoek gegaan naar iets waarvan we (nog) niet wisten dat het bestond.

Duik in de doelgroep

Ons onderzoeksteam bestond uit jonge mensen tussen de 20 en 24 jaar. Aan de ene kant is dit een voordeel, want we zijn allemaal erg betrokken bij sportclubs. Aan de andere kant betekende dit, dat wij enorm in de doelgroep van het onderzoek moesten duiken. We moesten proberen te denken zoals zij denken. Waarom gaat een 54-jarige vrouw niet sporten? Een vraag binnen ons team werd direct gevolgd door een volgende vraag... en ga zo maar door. Eigenlijk is dit onderzoek nooit klaar.

Lijst van organisaties voor huisarts en fysiotherapeut

De meeste grote organisaties zouden wel willen helpen om contact te zoeken met mensen die moeilijk bereikbaar zijn. Voor de wat kleinere organisaties of zelfs gewoon maar een enkel persoon is het minder interessant. Huisartsen zouden bijvoorbeeld een lijst moeten hebben van sportorganisaties waar zij patiënten naar kunnen verwijzen. Voor iemand die af en toe lessen geeft in het Veldpark is het niet interessant om op zo'n lijst te staan. Deze trainer moet dan bijvoorbeeld belasting gaan betalen en daar doet hij het niet voor. Dit is iets waar wij tijdens dit onderzoek tegenaan zijn gelopen.



Niet alleen voor de winst

Waar wij als team ons zorgen over kunnen maken is het feit dat organisaties zich vooral richten op inkomen. In de coronatijd zagen we dat minder mensen gingen sporten. Natuurlijk ook doordat de sportscholen dicht waren. Meteen nadat mensen weer naar sportclubs of –scholen gingen, waren deze bedrijven natuurlijk vooral blij dat er weer geld binnenkwam. Maar eigenlijk zou dat niet het hoofddoel van zo'n bedrijf moeten zijn. Zij zijn er omdat ze willen dat veel mensen sporten en de medewerkers vinden het leuk om anderen te helpen met sporten. Toch?

Hoe gaat het met je?

Niet-sportende mensen hebben veel discipline nodig, en de motivatie die uit hunzelf moet komen. Tijdens het onderzoek kwamen we erachter dat die *intrinsieke* motivatie soms ver te zoeken is. Als oplossing zou je kunnen denken aan aandacht geven aan *extrinsieke* motivatie: geef de sporter het gevoel dat hij of zij ertoe doet. Vraag hoe het gaat, of waarom iemand niet is komen opdagen. Maar goed, dit kost natuurlijk tijd en geld.

Lage drempel

Wij denken dat het verstandig is twee groepen te onderscheiden. Er zijn senioren die nauwelijks sporten, maar vaak wel geld te besteden hebben. En er is een groep die minder te besteden heeft (of het geld er niet voor over heeft) en die zich vaak aan de kant gezet voelt. Voor die tweede groep is het belangrijk om te weten dat er bijvoorbeeld een mevrouw is die in het buurthuis wel eens lessen verzorgt. Die mevrouw is zeer waardevol om niet-sportende mensen aan het sporten te krijgen. Zij is gezellig en sociaal, maar veel belangrijker is: de drempel is laag.

Chris en Joël tijdens een meeting.



Conclusies op een rij:

- De meeste grote organisaties willen wel helpen om contact te zoeken met mensen die moeilijk bereikbaar zijn. Voor de wat kleinere organisaties of zelfs gewoon maar een enkel persoon is het minder interessant. Het zou handig zijn als huisartsen bijvoorbeeld een lijst sportorganisaties waar zij patiënten naar kunnen verwijzen
- Geef (als vereniging) aandacht aan de *extrinsieke* motivatie: geef de sporter het gevoel dat hij of zij ertoe doet. Vraag hoe het gaat, of waarom iemand niet is komen opdagen.
- Voor de mensen die niet zoveel geld te besteden hebben is het belangrijk om te weten dat er bijvoorbeeld een mevrouw is die in het buurthuis wel eens lessen verzorgt. Die mevrouw is zeer waardevol om niet-sportende mensen aan het sporten te krijgen. Zij is gezellig en sociaal, maar veel belangrijker is: de drempel is laag.