

E



unde

mulier instituut

Resie Hoeijmakers

mulier instituut



**Universiteit
Utrecht**

Onderzoeker
Promovendus
Docent



Veren

k

Factsheet 2023/15

Ontwikkeling vitaliteit sportverenigingen

Tussen 2018 en 2023

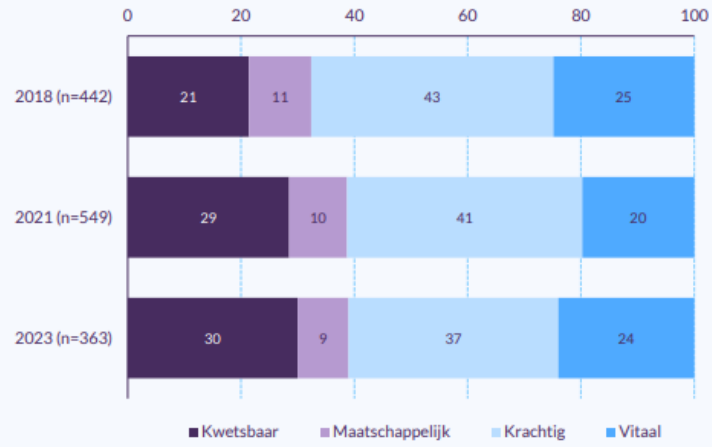
Janine van Kalmthout en Resie Hoeijmakers

Voor sportverenigingen waren het roerige jaren, met coronamaatregelen en de energiecrisis. De zorgen over de toekomst en de vitaliteit van verenigingen namen toe (Pulles et al., 2022). Sinds 2016 volgt het Mulier Instituut de vitaliteit van sportverenigingen in Nederland (Hoeijmakers & Van Kalmthout, 2021). In dit factsheet staat de ontwikkeling van die vitaliteit in de afgelopen vijf jaar centraal.

Meer kwetsbare verenigingen

In 2023 kunnen we een kwart van de verenigingen (24%) op basis van de vitaliteitsindex als een vitale vereniging beschouwen en drie op de tien verenigingen als kwetsbaar (30%, figuur 1). Het aandeel kwetsbare verenigingen is gestegen (van 21% in 2018 naar 30% in 2023). Het aandeel vitale verenigingen is ten opzichte van 2018 ongeveer gelijk gebleven, met tussendoor een daling in coronatijd. Op dit moment lijkt een deel van de verenigingen dus hersteld te zijn van de impact van de coronacrisis. Een groter deel van de verenigingen is dat (nog) niet gelukt.

Figuur 1
Ontwikkeling vitaliteit sportverenigingen in Nederland tussen 2018 en 2023
(in procenten)



Bron: Mulier instituut, MI Verenigingspanel winter 2018/2019, februari 2021 en februari/maart 2023.



We doen ons best:

Nationaal Vitale sport- en beweegaanbieders

Missie

Sportbonden, gemeenten, het ministerie VWS, bedrijfsleven en maatschappelijke partners slaan de handen ineen voor meer vitale sportaanbieders

Ambitie

De organisatie en financiën van sport- en beweegaanbieders zijn toekomstbestendig

Het huidige sportbeleid:

Figuur 1.1 Transitie van sportverenigingen

Basis

Voor verenigingen is er de uitdaging om hun aanbod en de lidmaatschapstructuren beter te laten aansluiten op de veranderde behoefte van sporters. Daaraan gekoppeld zullen bestuurders ook moeten kijken naar het (her)verdelen van de taken binnen de vereniging waarbij al dan niet gebruik gaat worden gemaakt van betaalde krachten.

Vermarketing

Vermaatschappelijking

²⁵ Open aanbieders hebben hun basis op orde, hebben ambitie en mogelijkheden om hun maatschappelijke rol te verbreden met niet alleen meer sport- en beweegactiviteiten, maar ook met activiteiten in samenwerking met sectoren zoals onderwijs, zorg, welzijn, cultuur, natuur, milieu, werk, kinderopvang

Professionalisering

Profijt

Publiek

Partijen zetten daarom in op professionalisering²³ van de sportaanbieders, het vergroten van het maatschappelijk ondernemerschap om zo een groei te realiseren in het aantal vitale²⁴ en open²⁵ sportaanbieders.

Conformity to institutional logics and organizational strength of voluntary sport clubs

Resie Hoeijmakers^{a,b} and Jan-Willem van der Roest^b

^aMulier Institute, Utrecht, Netherlands; ^bSchool of Governance, Utrecht University, Utrecht, Netherlands

ABSTRACT

Research question: The aim of this study was to examine if and under what conditions voluntary sport clubs (VSCs) conformed to the institutional logics of professionalism, consumerism and instrumentalism and whether conformity to these logics increases the organizational strength and resources of VSCs.

Research method: Cross-sectional ($n = 540$) and longitudinal ($n = 158$) panel data of Dutch VSCs between 2007 and 2021 were used. Paired samples t-tests show the extent of conformity. Logistic regressions indicate the relationship between three conformity measures (level of professionalism, consumerism and instrumentalism), institutional conditions and self-perceived organizational strength and resources.

Results and Findings: Results suggest that VSCs did not strongly conform to the three institutional logics between 2007 and 2021. Results do provide evidence for the relationship between institutional conditions (cooperation with other VSCs, size, speed competition, degree of competitiveness, facilities) and the likelihood of conformity. No relationship was found between conformity and self-perceived organizational strength and resources.

Implications: Research suggests that conforming to collective beliefs about what constitutes desirable, proper, or appropriate behavior alone -as the neo-institutional view implies- is a limited view for explaining VSCs' survivability. Furthermore results imply that change into the directions pursued by policy makers does not seem to improve the organizational strength of VSCs. More research is needed to investigate survival mechanisms based on other theoretical concepts in order to understand, monitor and improve the survivability of VSCs.

ARTICLE HISTORY

Received 6 July 2022

Accepted 15 June 2023

KEYWORDS

voluntary sport clubs; institutional logics; professionalism; consumerism; instrumentalism

Introduction

The population of VSCs is often described as a special organizational field which is very capable of surviving compared to other organizations (e.g. Lucassen & Van der Roest, 2018; Taks et al., 1999; Wicker et al., 2013). However, within the field of VSCs there

Verenigingskunde!

- **Wat zijn organisaties eigenlijk?**

“Organisaties zijn **sociale structuren** die door mensen zijn gecreëerd om gezamenlijk specifieke doelen na te streven” (Scott & Davies, 2016)

- **Wat zijn verenigingen dan?**

Verenigingen zijn een **specifieke organisatievorm** die door individuen wordt gebruikt om een collectief te vormen (Brupbacher, 2017; Smith, 2010; Zimmer, 2010) en zijn historisch ontstaan om **goederen en/of diensten te produceren die niet door de staat of de markt worden geleverd** (Weisbrod, 1986).

Deze collectieven zijn gevormd rond een **gemeenschappelijk belang**, opereren op **vrijwillige basis** met een lidmaatschap dat niet verplicht is of verworven door geboorte, en handelen in de publieke sfeer tussen de staat, de markt en het privéleven (Sills, 1968; Zimmer, 2010).

- **Wat betekent dit voor hun werkingsprincipes?**

Omdat verenigingen onafhankelijk zijn van overheden en marktspelers, komen hun **bestaansmiddelen voort uit de leden zelf**. Om de doelstellingen te bereiken, **bundelen de leden daarom middelen zoals lidmaatschapsgelden en/of vrijwilligerswerk** (Horch, 1994).

Ideaal typische leden

- Loyaliteit
- Inzet
- Positieve mond-tot-mond reclame

Vergane glorie?



Organisatiekunde

- De organisatie “doordrenken met waarde” (Selznick, 1957).
- De organisatie moet betekenisvol zijn voor de groepen voor wie zij een prominent onderdeel van het dagelijks leven vormen (Selznick, 1957; 1992; 1996).
- Betekenis ligt buiten de functionele doelen van de organisatie, “something more than a socially engineered tool” (Selznick, 1957)
- Waarden belichamen die het leven betekenis geven (Chandler, 2015).



Sociale identificatie

- Social identity theory
- Het zelfbeeld van mensen bestaat uit twee componenten: een persoonlijke identiteit en verschillende sociale identiteiten (Tajfel, 1972).
- Organisatie-identificatie is een specifieke vorm van sociale identificatie die verband houdt met het lidmaatschap van een organisatie (Ashforth & Mael, 1989).
- Door jezelf te identificeren met de organisatie, word je een onderdeel van het collectief, klaar en bereid om zijn identiteit uit te dragen en in zijn beste belang te handelen (Ashforth & Mael, 2008).
- Sport een broeiplek hiervoor (Wegner, 2021)



Resultaten

Significante relaties tussen:

- Identificatie → Loyaliteit
- Identificatie → Doen van vrijwilligerswerk
- Identificatie → Positieve mond-tot-mond reclame



Table 3 Results of the logistic regressions between the organizational identification and member-normative behaviour, in odds ratios (Exp(β))

	Loyalty	Volunteering	WOM
Constant	0.50**	0.074**	0.016**
Organizational identification	1.218***	1.158***	1.512***
Duration membership	0.984	1.012	0.991
Age	1.026*	0.991	0.995
Nagelkerke R2	0.129	0.085	0.273

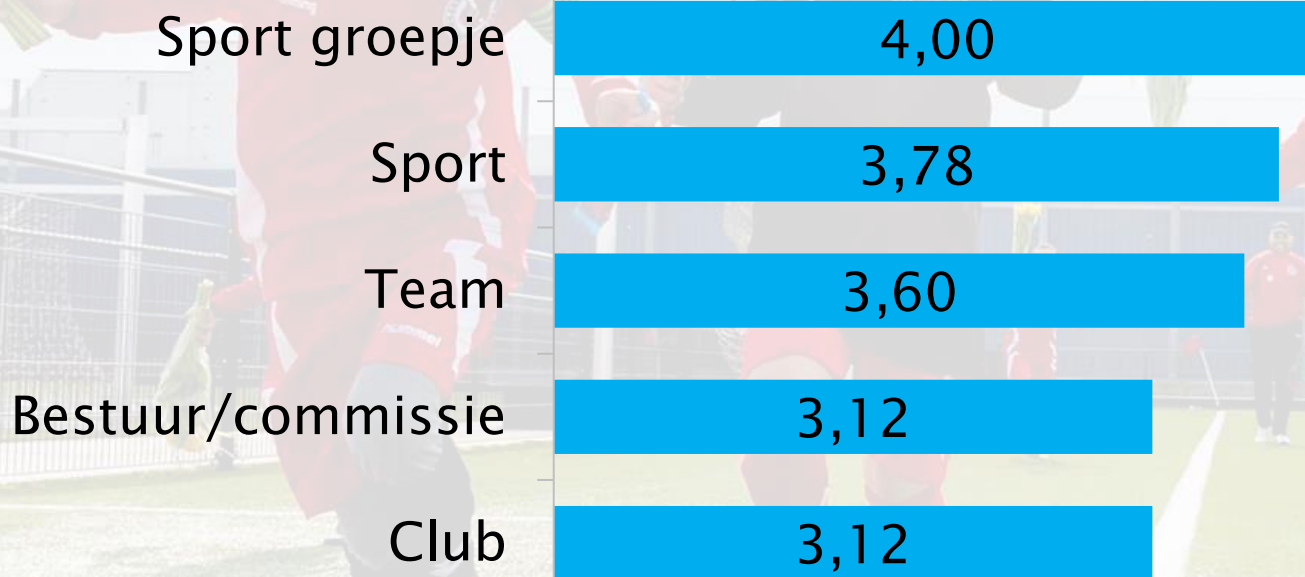
Note: *p<.05; **p<.01, ***p<.001.

Foci van identificatie

- In veel onderzoek gefocust op de organisatie als object van identificatie
- In de context van verenigingen: “it is not the formal organizational unit of the club that is the focus for the members’ commitment but the socially manageable unit of the sport group or division that then functions as a sort of club within a club” (Schlesinger & Nagel, 2015)
- Dus wat zijn dan de sociale groepen waar leden zich mee identificeren?

Resultaten

- Sport groepje, sport en team belangrijkste sociale groepen waar leden zich mee identificeren



Cues om identificatie te bevorderen

- Cues zijn een reeks identiteitsclaims die gebonden zijn aan de organisatie, die zijn gecreëerd door organisatieleiders en zijn ingebed in organisatiestructuren (Buenstorf & Murmann, 2005), die tot uiting komen in de geschiedenis van de organisatie (Kimberly, 1987) of centrale thema's in haar missie (Czarniawska, 1997) of cultuur (Ashforth et al., 2008).
- Focusgroepen om te identificeren welke cues leden gebruiken om zich met de organisatie te identificeren
- Vragenlijsten om relaties te identificeren

Table 6 Results of the linear regression between the organizational identity cues and organizational identification, in B and β .

Note: *p<.05; **p<.01, ***p<.001.

	Organizational identification	
	B	Standardized Beta
Constant	1.680	
Social cues		
Interpersonal relationship	0.405***	0.374
Relationships within VSCs	0.091*	0.114
Inter-organizational cues		
Perceived organizational distinctiveness	0.080	.074
Perceived organizational reputation	0.115	0.022
Perceived organizational rivalry	-0.094	-0.056
Perceived organizational prestige	-.010	-0.010
Intra-organizational cues		
Congruence values	0.743**	.0167
Governance	0.026	0.032
Strength identity	0.298***	0.339
Competition	0.983**	0.140
Control variables		
Duration membership	-.003	-0.011
Age	-0.014	-0.067
R2	0.625	
Adjusted R2	0.604	
N	306	

Conclusies:

- De resultaten van dit onderzoek geven aan dat de kern van de manier waarop waarde wordt bereikt bij VSC's voornamelijk een **intern, sociaal, iteratief/recursief en multidimensionaal proces** is.
- **Intern:** omdat cues die verschillen tussen organisaties aangeven, zoals onderscheidend vermogen, reputatie, rivaliteit en prestige geen significante voorspellers waren van organisatorische identificatie.
- **Sociaal:** Uit de resultaten blijkt dat relaties met medeleden het belangrijkste zijn voor het stimuleren van sociale identificatieprocessen.
- **Iteratief:** omdat organisatorische identificatieprocessen systematisch worden herhaald en gestimuleerd door deelname aan sociale relaties
- **Multidimensionaal:** Naast de sport zelf blijken de sportgroep en het team de belangrijkste sociale groepen voor de leden.

Waarom dan een onvoldoende?

- Huidig beleid werkt tegendraads

As VSCs are increasingly professionalizing (Nichols et al., 2005) and transforming from solidarity-oriented to more service-oriented organizations (Schlesinger, Klenk, & Nagel, 2015), organizational growth and providing services has become more central in management than building collective identities (Wegner, 2019; 2021). This is considered to “weaken ties” and to fall short of “establishing the type of unwritten contracts that set expectations regarding roles and responsibilities” (Schlesinger & Nagel, 2013).

- Het lijkt misschien contra-intuïtief?

- Komt het welzijn van de leden ten goede

“that it is an essential human desire to expand the self-concept to include connections with others and to feel a sense of belonging with a larger group” and that VSC can be an important vehicle to increase feelings of “being part of something greater” (Ashforth et al., 2008).

- Komt het welzijn van verenigingen ten goede

Sociaal management

Management gericht op:

- 1) het versterken van banden tussen leden
- 2) Het versterken van banden tussen leden en de organisatie
- 3) Het versterken van banden tussen groepen leden/teams en de organisatie

En nu jullie!

- Wie bent u, van welke club en wat is de belangrijkste uitdaging voor uw club?
- Wat is/zijn de belangrijkste waarde(n) van uw club voor leden?
- Hoe komt dat momenteel tot uiting in beleid en hoe kunnen die worden versterkt?
- Wat vindt u van het idee van sociaal management?
- Hoe wordt dat of kan dat worden ingebed in uw club?

A group of young boys in soccer uniforms are running on a green artificial turf field, celebrating with trophies and flowers. The scene is bright and sunny, with a clear sky and a fence in the background. The text is overlaid in a dark purple color.

Resie Hoeijmakers
r.hoeijmakers@mulierinstituut.nl

www.mulierinstituut.nl
@mulierinstituut

mulier instituut