

door: Hiske Wiggers

Mijn eerste kennismaking met outdoor fitness was in het Fuxing Park in Shanghai. Een park waar jong en oud samen komen om te sporten (outdoor fitness, dans en tai-chi) of om ontspannen hun vrije dag door te brengen (zingen en spelletjes spelen). Een unieke ervaring die verwarring en allerlei vragen tot gevolg had. Waarom komen deze mensen naar dit park? Wordt dit gestimuleerd? En is dit een formule die vertaald kan worden naar Nederland?

Eenmaal terug uit China ging ik er ook hier eens op letten. Al gauw kwam ik erachter dat je ze ook in Nederland wel eens 'in het wild' tegenkomt: fitnessapparaten voor openbaar gebruik. De ene keer op een zichtlocatie midden in een park of woonwijk, de andere keer verscholen in de bossen of aan de rand van de stad. Dit roept de vraag op wie en wat er achter zit en wie en wat men er mee beoogt. Al snel bleek dat het fenomeen in Nederland voor onderzoekers nog onontgonnen terrein is. Op een lokale studie in Doetinchem en Den Haag na bleek er niets over te vinden. Dat vormde aanleiding om er met DSP-groep inventariserend onderzoek naar te doen. We zochten in literatuur en spraken met leveranciers en gemeenten, alsook met gebruikers en omwonenden van outdoor fitnesslocaties.

Outdoor fitness

De eerste vraag was: wat is outdoor fitness? De leveranciers van de apparaten legden uit dat het gaat om training door middel van oefeningen en apparaten buiten in de (semi-)openbare ruimte. Het is een laagdrempelige, vrijblijvende en kosteloze vorm van sporten in de buitenlucht waar jong en oud gedurende het gehele jaar (vooral van maart tot november) fysiek actief kunnen zijn en eventueel samen met anderen aan de algemene conditie en fitheid kunnen werken.

Er zijn in Nederland veertien leveranciers die zich op de markt van outdoor fitness begeven. Samen zijn zij op dit moment goed voor zo'n vijftig outdoor fitnesslocaties. Klanten van outdoor fitness zijn vooral gemeenten. Zij zijn financier en eigenaar van de locatie. Dit betekent verantwoordelijk voor aanleg, inrichting, beheer en onderhoud. Belangrijkste reden voor gemeenten om te investeren in outdoor fitness is dat zij denken dat het mogelijk aansluit bij een behoefte. Ongeorganiseerd sporten en fitness winnen aan populariteit en vanuit de overheid is er toenemende aandacht voor gebruik en (her)inrichting van de (openbare) ruimte. Een en een is twee.

De leveranciers en de gemeenten richten zich met outdoor fitness op de groep inactieve mensen, de groep die niet of nauwelijks beweegt en dan vooral volwassenen en/of senioren. Met outdoor fitness willen ze deze groep stimuleren om meer te bewegen. De hamvraag is natuurlijk in hoeverre dat lukt. Hoeveel wordt er gebruik gemaakt van de locaties? En door welke groep en in welke mate? De meeste leveranciers en gemeenten hebben geen monitoring uitgevoerd, zo blijkt. De locatie wordt aangelegd en verdere activiteiten blijven achterwege. Op een beperkt aantal locaties hebben we daarom zelf een kijkje genomen. Natuurlijk is dat geen representatieve steekproef, maar het geeft wel een eerste indicatie. De verschillen bleken groot. Op een aantal plekken was het aantal gebruikers in het uur dat ik er stond te kijken - mooie lentedag in maart - op een hand te tellen. Omwonenden vertelden dat er afgelopen winter sporadisch gebruik van is gemaakt. De fitplaats in Den Haag vormde een positieve uitzondering. Hier werd de locatie de hele dag intensief gebruikt en daar heeft de gemeente

ook het nodige voor gedaan. De opening van de fitplaats is gepaard gegaan met een gezondheidscheck en er zijn sindsdien meerdere cursussen georganiseerd.

Succesbepalende condities

Op basis van dit inventariserende onderzoek komen we tot de voorzichtige conclusie dat outdoor fitness ook in Nederland potentie heeft, mits rekening wordt gehouden met een aantal succesbepalende condities. Het gaat hier allereerst om doel en doelgroep. Het is belangrijk om vooraf goed te bepalen wat het doel is en voor welke doelgroep(en) de locatie is bedoeld. Naast deze hoofdconditie zijn er nog twee condities te onderscheiden, te weten: de locatie en de begeleiding. Bij de locatie gaat het om de situering, de apparaten en de inrichting. De keuze voor de locatie is erg belangrijk. De locatie moet uitnodigen tot bezoek, ontmoeten en gebruik. Een centrale, open plek met groene elementen in de wijk heeft de voorkeur. De soort en het aantal apparaten hangen af van het doel en de doelgroep. De locatie moet vrij toegankelijk zijn en 24 uur per dag te gebruiken, voorzien van verlichting om de gebruiksduur te vergroten. De begeleiding heeft betrekking op draagvlak creëren, voorlichting geven en stimuleren en is essentieel voor het succes van outdoor fitness.

Typologie outdoor fitnesslocaties

De onderzoeksresultaten zijn bij elkaar gebracht in een model van outdoor fitness en drie kansrijke typen outdoor fitnesslocaties in Nederland zijn naar boven komen drijven. Het uitgangspunt is de functionaliteit van de locatie en vervolgens zijn de locaties getypeerd aan de hand van doelgroepen en succesbepalende condities. Er zijn drie typen locaties te onderscheiden en de eerste is Type A. Dat zijn locaties waar het trainen en het prestatieve karakter centraal staan. De locatie is voor leden van sportverenigingen en andere (commerciële) sportorganisaties. Het doel van deze locaties is functioneel en effectief trainen met behulp van gerichte individuele fysieke en digitale instructie en training.

Type B locaties zijn gericht op het trainen van de algehele conditie en fitheid. Deze locatie is voor inactieve volwassenen en/of senioren die op eigen initiatief of op advies samen met anderen willen bewegen. De persoonlijke voorlichting, instructie en begeleidingsuren zijn gericht op het gebruik van de apparaten en bewegen in groepsverband.

Type C locaties hebben tot doel recreatief bewegen, ontmoeten en beleven. Deze locaties zijn geschikt voor iedereen en maken onderdeel uit van een multifunctionele en intergenerationele ontmoetingsplek. Er is geen begeleiding, de locatie wordt gedragen door online en interactieve platformen.

Toekomst

Voor het optimaliseren van outdoor fitness in Nederland is het van belang dat er meer inzicht komt in het gebruik, de typering, de effecten en de software van outdoor fitness. Dit betekent gerichte monitoring van het gebruik van de outdoor fitnesslocaties in Nederland. Daarbij is het van belang om ook onderzoek te doen naar de typering en de effecten van de outdoor fitnesslocaties. Vervolgonderzoek is dus nodig en verschaft nieuwe informatie over de kans van slagen in de praktijk. Ik verwacht dat over tien tot vijftien jaar de samenleving in Nederland de schaamte voorbij is en het een gewoonte is om in het openbaar lichamelijk actief te zijn. Dit zorgt voor een toename van het aantal outdoor fitnesslocaties in Nederland. Outdoor fitness is dan ingebed in het beweegbeleid en onderdeel van een krachtige beweeginfrastructuur waar creatieve vormen van bewegen, ontmoeten en beleven centraal staan en samenkomen. Alle huidige pleinen zijn vervangen door kwalitatief verbeterde multifunctionele en intergenerationele ontmoetingsplekken waar

iedereen kan samenkomen en bewegen, gedragen door online en interactieve platformen (Type C).

Voor een eerder op Sport Knowhow XL gepubliceerd artikel over de Fit4all Outdoor Fitnesslijn van Nijha BV klik [hier](#)

Hiske Wiggers is werkzaam als docent/onderzoeker aan het Instituut voor Sportstudie (Hanzehogeschool Groningen). Zij heeft zitting in de kenniswerkplaats sportstimulering en is als projectleider betrokken bij de Groningse combinatiefuncties. Dit combineert zij met de MBA Sportmanagement van de Wagner Group. In het kader van de MBA heeft zij in samenwerking met DSP-groep een onderzoek naar outdoor fitness in Nederland gedaan. Voor meer informatie: www.dsp-groep.nl.