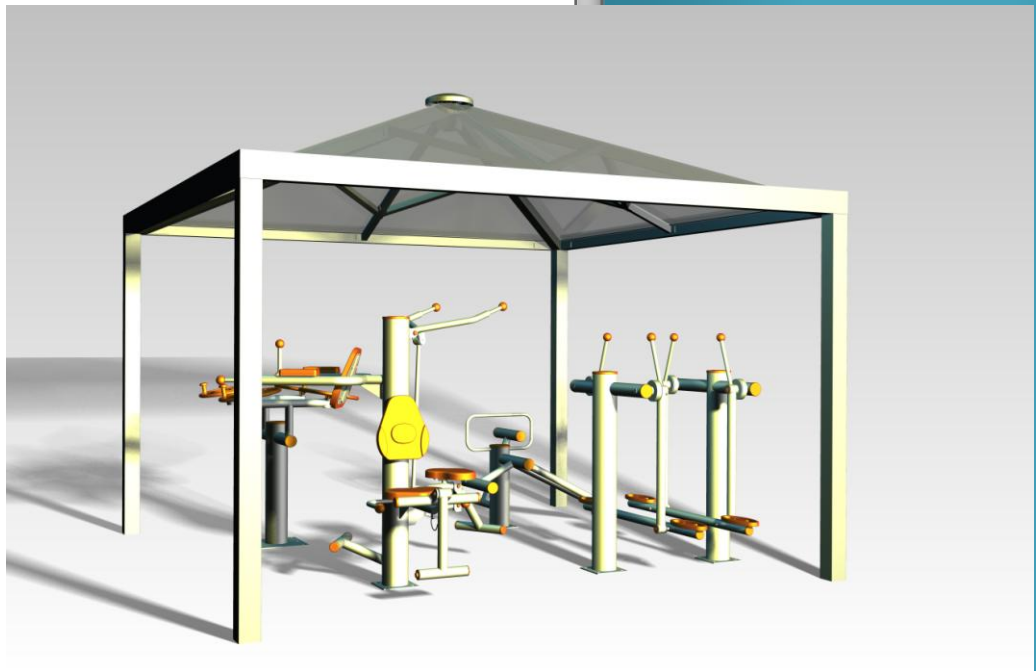


2011

‘Een toekomst voor outdoor fitness in Nederland?’



Hiske Wiggers

DSP-groep BV

21/06/2011

'Een toekomst voor outdoor fitness in Nederland?'

Onderzoek naar de meerwaarde en de succesbepalende condities van
outdoor fitness in Nederland

Auteur : Hiske Wiggers
Datum : 21 juni 2011
Plaats : Groningen/Amsterdam
Onderwijsinstelling : Sport Management Institute
Studierichting : MBA Sportmanagement
Opdrachtgever : DSP-groep BV. te Amsterdam

Voorwoord

Voor u ligt het onderzoek *‘Een toekomst voor outdoor fitness in Nederland?’* Dit onderzoek vormt de afsluiting van mijn master Sportmanagement van het Sport Management Institute. Na enkele maanden van hard werken is dan eindelijk mijn onderzoek klaar. Hiermee is na een periode van twee jaar een eind gekomen aan de combinatie werken en studeren. Het afronden van dit onderzoek is positief verlopen door onder andere de hulp en steun van een aantal mensen. Allereerst Adri Broeke, Philip Wagner en Ron van Zonneveld voor de begeleiding gedurende het schrijven van dit onderzoek. Daarnaast wil ik Paul Duijvestijn van DSP-groep bedanken voor de mogelijkheid om het onderzoek onder de naam van DSP-groep uit te voeren en voor zijn ondersteuning bij het gehele traject. Jullie bijdrage, in de vorm van feedback en kritische vragen, heeft ervoor gezorgd dat het mogelijk was om het onderzoek binnen een kort tijdbestek en op een professionele wijze uit te voeren. Ook alle personen die ik in bovenstaand dankwoord niet specifiek heb benoemd, maar die wel een bijdrage aan mijn onderzoek hebben geleverd wil ik bij deze hartelijk bedanken voor hun bijdrage.

Hiske Wiggers
Groningen, 2011

Samenvatting

De eerste kennismaking met outdoor fitness was in het Fuxing Park in Shanghai. Een park waar jong en oud samen komen om te sporten of om ontspannen hun vrije dag door te brengen. 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? Naast deze ervaring is er een aantal jaren geleden in Nederland outdoor fitness geïntroduceerd. In Nederland is het een relatief nieuwe trend en over de meerwaarde en het gebruik is nog weinig bekend. Er zijn echter een aantal maatschappelijke ontwikkelingen die outdoor fitness in theorie kansrijk maken. Het gaat hier om ontwikkelingen als de opkomst van ongeorganiseerd sporten, de populariteit van fitness, de belangstelling vanuit de overheid voor de maatschappelijke functie van sport en daaraan gekoppeld het verhogen van de sportparticipatie en de toenemende aandacht voor gebruik en (her)inrichting van de (openbare) ruimte.

In opdracht van onderzoeksbureau DSP-groep is in dit onderzoek een beeld geschetst van de huidige situatie van het fenomeen outdoor fitness in Nederland. De beleidsmakers hebben behoefte aan helderheid over de functie en het gebruik van outdoor fitness voor specifieke doelgroepen en de condities die daar invloed op hebben. De volgende onderzoeksvraag staat binnen dit onderzoek centraal: *Hoe ziet het fenomeen outdoor fitness er in Nederland uit, wat is de meerwaarde en onder welke condities en voor wie kan het concept in Nederland succesvol zijn?*

In vier maanden tijd zijn in totaal acht diepte-interviews afgenomen met leveranciers van outdoor fitnessapparaten en met ambtenaren en/of betrokkenen van gemeenten die outdoor fitness inmiddels hebben gerealiseerd. De interviews zijn ingezet om het domein van outdoor fitness in kaart te brengen en bloot te leggen. Aanvullend zijn er drie case-studies uitgevoerd om de actuele situatie van outdoor fitness in de praktijk te beschrijven en de bepalende condities te achterhalen.

Outdoor fitness is een nieuwe sportvorm binnen de Nederlandse sportinfrastructuur die vijf jaar geleden in Nederland is ingevoerd. Het concept is afkomstig uit het buitenland en naar de Nederlandse situatie vertaald. Bij outdoor fitness gaat het 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 op dit moment veertien leveranciers die zich op de markt van outdoor fitness begeven. De geïnterviewde leveranciers hebben tot op heden in totaal dertig outdoor fitnesslocaties in Nederland gerealiseerd. Als deze aantallen vertaald worden naar de andere leveranciers in Nederland, dan zou het betekenen dat er in Nederland momenteel ongeveer veertig tot vijftig locaties zijn gerealiseerd. De huidige klanten van outdoor fitness bestaan uit meerdere partijen, waar gemeenten de primaire en grootste groep van uitmaken. Deze klanten zijn tevens de financierder van de locatie. Daarnaast is de klant ook eigenaar en eindverantwoordelijke van de locatie. Dit betekent verantwoordelijk voor de aanleg, de inrichting, het beheer en het onderhoud van de locatie.

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. Outdoor fitness kan ertoe bijdragen dat deze mensen meer gaan bewegen en sportief actief worden. De huidige gebruikers zijn vooral volwassen en senioren. De motieven van de gebruikers zijn in willekeurige volgorde: meer bewegen/ fysiek actief zijn (aanvulling op andere sport), sporten in de buitenlucht (meer frisse lucht en energie), effecttraining (algemene conditie/ fitheid verbeteren), laagdrempeligheid, recreatieve karakter, vrijheid van in- en uitstappen/ vrijblijvendheid, kosteloos, revalideren, combinatie met andere sport (warming-up/ cooling-down) en het sociale karakter (gebruik in groepsverband).

De eerste indruk van outdoor fitness is positief, maar er zijn wel een paar condities die van invloed zijn op het gebruik en dus het succes van outdoor fitness in Nederland. Het gaat hier allereerst om het doel en de doelgroep. Het is als klant belangrijk om vooraf goed te bepalen wat het doel is van de locatie en voor welke doelgroep(en) de locatie is bedoeld. Naast deze twee hoofdcondities zijn er nog een paar succesbepalende condities te onderscheiden die onder te verdelen zijn in hardware en software. De hardware bestaat uit de locatie, de situering, de apparaten en de inrichting. De keuze voor de locatie is van belang. 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 (zonder hekwerk) en 24 uur per dag te gebruiken, voorzien van verlichting om de gebruiksduur te vergroten. De software heeft betrekking op de begeleiding. Draagvlak, voorlichting en stimuleren zijn essentieel.

Op basis van de interviews en de case-studies is er een typering van outdoor fitnesslocaties in Nederland opgesteld. Het uitgangspunt hierbij is de functionaliteit van de outdoor fitness 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. De locatie is geschikt voor iedereen en maakt onderdeel uit van een multifunctionele en intergenerationele ontmoetingsplek. Er is geen begeleiding aanwezig, de locatie wordt gedragen door online en interactieve platformen.

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 daadwerkelijke 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 in Nederland. Onderzoek naar de typering verschaft nieuwe informatie over de kans van slagen in de praktijk. Welke typering is het meest kansrijk of zijn alle drie de typeringen kansrijk? Ditzelfde geldt voor de effecten van outdoor fitness en dan zowel het effect op de gezondheid en fitheid als het effect voor de maatschappij. Tot slot is het relevant om de software nader te onderzoeken en dan vooral de invloed van de software op het gebruik van outdoor fitness.

Inhoud

1. INLEIDING.....	7
§1.1 CENTRALE ONDERZOEKSVRAAG	7
§1.2 DEFINITIE OUTDOOR FITNESS	8
§1.3 DOELEN	8
§1.4 TYPE ONDERZOEK.....	9
§1.5 METHODOLOGIE	9
§1.6 LEESWIJZER.....	11
2. KANSEN VOOR OUTDOOR FITNESS IN NEDERLAND	12
§2.1 INTRODUCTIE OUTDOOR FITNESS	12
§2.2 OPKOMST ONGEORGANISEERD SPORTEN.....	13
§2.3 POPULARITEIT FITNESS	15
§2.4 ANDERS GEORGANISEERD SPORTEN.....	17
§2.5 MAATSCHAPPELIJKE FUNCTIE SPORT	18
§2.6 GEBRUIK EN (HER)INRICHTING OPENBARE RUIMTE	20
3. LEVERANCIERS EN GEMEENTEN AAN HET WOORD.....	23
§3.1 OORSPRONG	23
§3.2 ORGWARE	24
§3.3 HARDWARE	25
§3.4 SOFTWARE.....	26
§3.5 BEOOGDE GEBRUIKERS.....	27
§3.6 TOEKOMSTVERWACHTINGEN	27
4. DRIE OUTDOOR FITNESSLOCATIES IN BEELD	28
§4.1 FITPLAATS DEN HAAG.....	28
§4.1.1 OORSPRONG	28
§4.1.2 HARDWARE	28
§4.1.3 SOFTWARE.....	29
§4.1.4 GEBRUIKERS.....	30
§4.2 OUTDOOR FITNESSLOCATIE SCHERPENZEEL.....	31
§4.2.1 OORSPRONG	31
§4.2.2 HARDWARE	31
§4.2.3 SOFTWARE.....	32
§4.2.4 GEBRUIKERS.....	33
§4.3 MARC LAMMERS PLAZA XL HOCKEYCLUB 'S-HERTOGENBOSCH	34
§4.3.1 OORSPRONG	34
§4.3.2 HARDWARE	34
§4.3.3 SOFTWARE.....	35
§4.3.4 GEBRUIKERS.....	36
5. CONCLUSIE EN DISCUSSIE.....	37
§5.1 CENTRALE ONDERZOEKSVRAAG	37
§5.2 MODEL OUTDOOR FITNESS	39
§5.3 VALIDITEIT MODEL OUTDOOR FITNESS	41
§5.4 KANTTEKENINGEN EN AANBEVELINGEN	42
LITERATUURLIJST.....	44
BIJLAGEN	46

1. Inleiding

In het eerste jaar van de MBA Sportmanagement stond er een studiereis naar China op het programma. Tijdens deze studiereis was één van onderdelen een bezoek aan het Fuxing Park in Shanghai. Dit is een openbaar park van ongeveer tien hectare met een meer in het centrum, fonteinen, overdekte paviljoens en bloemperken waar de inwoners van Shanghai komen sporten (dans, tai chi, badminton etc.) of ontspannen hun vrije dag doorbrengen. Het bezoek aan het park was een unieke en geweldige ervaring die verwarring, vragen en een kritische blik op het sportstimuleringsbeleid in Nederland tot gevolg had. Waarom komen deze mensen naar dit park? Wordt dit gestimuleerd door de overheid of is dit een intrinsiek verhaal? En is dit een sport- en beweegformule die vertaald kan worden naar Nederland?

Naast deze ervaring is er een aantal jaren geleden in Nederland outdoor fitness of buitenfitness geïntroduceerd, fitness in de openbare ruimte. Fitnessapparaten en -toestellen worden geplaatst (soms onder een afdak), waardoor er in de buitenlucht gesport kan worden. Lokale overheden besluiten in het kader van (her)inrichting van de openbare ruimte om parken en andere openbare plekken te voorzien van dergelijke fitnessapparatuur. In het buitenland, onder andere Zuid-Europa en Azië, is deze formule al veel langer bekend en de indruk bestaat dat dergelijke voorzieningen daar veel worden gebruikt. Desondanks is er nog niet of nauwelijks informatie over het daadwerkelijke gebruik. In Nederland is het een relatief nieuwe trend en over de meerwaarde en het gebruik is nog weinig bekend.

Er zijn echter op dit moment een aantal ontwikkelingen in Nederland te signaleren die sporten in de openbare ruimte en specifiek fitness in de openbare ruimte in theorie kansrijk maken: de opkomst van ongeorganiseerd sporten, de populariteit van fitness, de belangstelling van de overheid voor de maatschappelijke functie van sport en daaraan gekoppeld het verhogen van de sportparticipatie en de toenemende aandacht voor het gebruik en de (her)inrichting van de (openbare) ruimte. Een uitwerking van deze maatschappelijke ontwikkelingen in het perspectief van outdoor fitness volgt in hoofdstuk twee.

Deze maatschappelijke ontwikkelingen maken onderzoek naar fitness in de openbare ruimte, ook wel outdoor fitness of buitenfitness genoemd, interessant. In opdracht van onderzoeksbureau DSP-groep wordt in dit onderzoek een beeld geschetst van de huidige situatie van het fenomeen outdoor fitness in Nederland en de meerwaarde en mogelijkheden ervan. De beleidsmakers geven aan behoefte te hebben aan helderheid over de functie en het gebruik van outdoor fitness voor specifieke doelgroepen en de condities die daar invloed op hebben. Inzicht en duidelijkheid over deze aspecten zijn interessant voor gemeenten als het gaat om de implementatie van beleid, (her)inrichting van de openbare ruimte en in dat kader de eventuele aanleg van fitnessapparatuur in de (openbare) ruimte.

§1.1 Centrale onderzoeksvraag

Met dit onderzoek wordt getracht te achterhalen hoe het domein van outdoor fitness er in Nederland uit ziet, wat de eventuele meerwaarde is van het concept binnen het Nederlandse sportlandschap en onder welke specifieke condities en voor wie outdoor fitness in Nederland succesvol kan zijn. Daarmee luidt de centrale onderzoeksvraag van dit onderzoek als volgt:

Hoe ziet het fenomeen outdoor fitness er in Nederland uit, wat is de meerwaarde en onder welke condities en voor wie kan het concept in Nederland succesvol zijn?

Voor het beantwoorden van deze centrale onderzoeksvraag zullen onderstaande deelvragen beantwoord dienen te worden:

Beschrijvende component

1. Wat is de functie van outdoor fitness in Nederland?
2. Welke partijen zijn betrokken bij outdoor fitness in Nederland?
3. Wat is de financieringsformule van outdoor fitness in Nederland?
4. Wie zijn de gebruikers van outdoor fitness in Nederland en wat zijn de kenmerken?
5. Wat is de meerwaarde van outdoor fitness in Nederland?

Ontwerpgerichte component

1. Voor welke doelgroepen is outdoor fitness interessant?
2. Welke condities zijn van invloed op het gebruik van outdoor fitness?

Theoretische validiteit

De theoretische validering van de ontwerpgerichte component zal geschieden aan de hand van de principes van Spiral Dynamics en het drijfverenprincipe. Spiral Dynamics heeft betrekking op de drijvende krachten in de ontwikkeling van mensen, bedrijven en samenlevingen. Alle ontwikkelingen worden gekleurd door waardensystemen die leven in een organisatie en krijgen richting doordat collectieve en dan weer individuele waarden de boventoon voeren (Beck en Cowan, 2004). Het drijfverenprincipe komt hiermee overeen en gaat in op de impact van drijfveren op mensen en organisaties. Het achterhalen van drijfveren is bruikbaar in het beschrijven en begrijpen van individueel menselijk gedrag én het functioneren van organisaties (Versnel, 2008).

§1.2 Definitie outdoor fitness

Een belangrijk begrip in dit onderzoek dat om verduidelijking vraagt is outdoor fitness. In de literatuur wordt niet duidelijk wat outdoor fitness inhoudt. Een bijkomende moeilijkheid is dat er een aantal termen door elkaar worden gebruikt die niet hetzelfde betekenen: beweegparken, sport- en fitnessstuinen, beweegtuinten en outdoor fitness. Beweegparken hebben betrekking op sport- en beweegmogelijkheden in de breedste zin van het woord, voor jong en oud. Bij sport- en fitnessstuinen gaat het om een plek bij een school waar fitnessapparatuur wordt gecombineerd met andere sportvoorzieningen. De beweegtuint wordt veelal gebruikt als het gaat om beweegmogelijkheden in de buitenlucht specifiek voor ouderen die in combinatie met zorginstellingen worden gerealiseerd. Het gaat hier om een combinatie van een aantal apparaten en andere beweegattributen. In dit onderzoek gaat het om outdoor fitness. Het begrip fitness heeft hier betrekking op training door middel van oefeningen en apparaten en het begrip outdoor geeft aan dat deze training in de buitenlucht plaatsvindt en in de (semi-)openbare ruimte. Het onderzoek richt zich op outdoor fitness in Nederland. De gehanteerde definitie is: *'Training door middel van oefeningen en apparaten buiten in de (semi-)openbare ruimte.'*

§1.3 Doelen

Ondanks de opkomst van outdoor fitness en het feit dat er de afgelopen jaren op diverse plekken in Nederland fitnessapparatuur is geplaatst, is er weinig tot geen wetenschappelijk onderzoek verricht naar het fenomeen en de werking van deze buitenvoorzieningen. Dit is opvallend omdat het concept uit het buitenland is vertaald en er in Nederland andere culturele en klimatologische aspecten van toepassing zijn. Er ontbreekt wetenschappelijk onderzoek en om die reden ligt in dit onderzoek de focus op het beschrijven van het domein outdoor fitness in Nederland en de meerwaarde van het concept in het Nederlandse sportlandschap. Met dit onderzoek wordt voor het eerst inzicht gegeven in de bepalende condities die van invloed zijn op het gebruik van het concept. Dit draagt bij aan de kennis die bestaat over sport en specifiek sport in de openbare ruimte in Nederland.

Naast wetenschappelijk relevant is dit onderzoek ook betekenisvol voor de maatschappij: om outdoor fitness te realiseren en succesvol te maken, moeten de beleidsmakers begrijpen voor welke doelgroepen het concept interessant kan zijn en welke condities bepalend zijn voor het gebruik. Met dit onderzoek wordt inzicht verkregen in het fenomeen, de meerwaarde en de context waarbinnen deze sportvoorziening wordt gebruikt. Dit resulteert in een model van outdoor fitness bestaande uit een typering van outdoor fitnesslocaties in Nederland. Het uitgangspunt bij deze typering is de functionaliteit van de locatie en vervolgens zijn de locaties getypeerd aan de hand van doelgroepen en succesbepalende condities. Inzicht in deze aspecten draagt wellicht bij aan een succesvolle implementatie en uitbreiding van outdoor fitness in Nederland. Een nieuwe sportvoorziening waar behoefte aan bestaat, gezien de aandacht in diverse beleidsstukken en vakbladen.

§1.4 Type onderzoek

Dit onderzoek is een combinatie van kwalitatief beschrijvend en kwalitatief explorerend onderzoek. Kwalitatief beschrijvend is het eerste deel van het onderzoek. In dit deel gaat het om het benoemen en inventariseren van karakteristieken van de onderzoekseenheid outdoor fitness (functie, partijen, gebruikers, financiering, meerwaarde). De belangrijkste kenmerken van het fenomeen worden benoemd en dit resulteert in een beschrijving van het domein van outdoor fitness in Nederland. Daarnaast is het onderzoek ook kwalitatief explorerend. Het explorerende deel komt terug in het tweede deel van het onderzoek. Er is vooraf geen theorie en er zijn ook geen scherp geformuleerde hypothesen, maar impliciet zijn er bepaalde ideeën over de attenderende concepten die in het onderzoek worden betrokken. Het tweede deel is gericht op het ontwikkelen van een model van outdoor fitness bestaande uit een typering van outdoor fitnesslocaties in Nederland die in de praktijk getoetst kan worden (Baarda, 2010).

§1.5 Methodologie

In dit onderzoek is ervoor gekozen om drie verschillende dataverzamelmethode te gebruiken: deskresearch, diepte-interviews en case-studies. Deze drie methodes zullen andere informatie over het onderwerp outdoor fitness in Nederland leveren. Er is sprake van een multi-methode-aanpak of een methodische triangulatie-aanpak. Triangulatie is een combinatie van dataverzamelmethode waarbij er vanuit verschillende invalshoeken gegevens worden verzameld. Hieronder worden de methodologische keuzes voor de methoden nader toegelicht.

Deskresearch

De deskresearch bestaat uit een literatuurstudie ten behoeve van de probleemstelling. Over outdoor fitness in Nederland is nog niet of nauwelijks informatie te verkrijgen, behalve een onderzoek over een outdoor fitnesslocatie in Doetinchem en Den Haag. In de deskresearch is er daarom voor gekozen het concept outdoor fitness in verband te brengen met een aantal maatschappelijke ontwikkelingen die de nieuwe sportvorm in theorie kansrijk maken. De deskresearch vormt slechts een klein deel van het onderzoek. Het dient ervoor om een beeld te schetsen van het domein van outdoor fitness in Nederland in relatie tot een aantal relevante maatschappelijke ontwikkelingen en om een basis te leggen als voorbereiding op de diepte-interviews en de case-studies. Het zwaartepunt van het onderzoek ligt bij de diepte-interviews aangevuld met de case-studies.

Interviews

Er zijn vijf semigestructureerde diepte-interviews afgenomen met leveranciers van outdoor fitnessapparaten. Het totale aanbod in Nederland bestaat momenteel uit veertien leveranciers. De leveranciers Kompan, Falco, Nijha en Yalp zijn gekozen op basis van een aantal criteria, het gaat hier om: een lange geschiedenis, veel ervaring op het gebied van de inrichting van de openbare ruimte (gericht op spelen, bewegen en sporten), internationaal georiënteerd, outdoor fitness voor een brede doelgroep en diverse praktijkvoorbeelden. OutdoorGYM is als vijfde leverancier toegevoegd op basis van drie belangrijke elementen: richt zich enkel en alleen op outdoor fitness, heeft een

aanbod specifiek voor de jeugd en is exclusief distributeur voor The Great Outdoor Gym Company, Europese marktleider voor outdoor fitnessapparaten. Op basis van deze interviews zijn er drie locaties in Nederland geselecteerd (zie case-studies) en met de ambtenaren en/of betrokkenen van deze gemeenten zijn ook diepte-interviews afgenomen. De interviews krijgen structuur door gebruik te maken van een topiclijst. Deze topiclijst komt tot stand op basis van de literatuurstudie. Door deze structuur te hanteren, komt er een aantal topics aan bod die van belang zijn voor het beantwoorden van de centrale onderzoeksvraag. Daarnaast is er voor de respondenten voldoende gelegenheid voor aanvullende onderwerpen. Tijdens de interviews is er gebruik gemaakt van een taperecorder en er zijn aantekeningen gemaakt die naderhand zijn uitgewerkt.

Case-studies

Tot slot zijn er drie case-studies uitgevoerd. Drie outdoor fitnesslocaties in Nederland zijn in februari en maart gedurende één dag bezocht en geobserveerd. De weeromstandigheden waren in de periode hetzelfde: koud, zonnig en droog. Omwonenden en gebruikers zijn ter plaatse geïnterviewd over de locatie en het gebruik. Het betreft een meervoudige case-studie. De locaties zijn onder alledaagse omstandigheden en in hun geheel onderzocht. Het verschijnsel wordt op deze manier inzichtelijk gemaakt binnen de specifieke (sociale) omgeving (context). De locaties zijn geselecteerd op basis van een aantal criteria: situering van de plek (losse voorziening/ combinatie met andere sport- en speelvoorzieningen), gebruik door specifieke doelgroepen (jeugd/ volwassenen/ senioren) en invulling van de software (wel/ geen stimulerende maatregelen of begeleiding). Drie min of meer dezelfde locaties zijn onderzocht, maar de omstandigheden en condities van de locaties varieerden.

De fitplaats in Den Haag is geselecteerd op basis van het feit dat de locatie als losse voorziening in een openbaar park staat en specifiek voor senioren is bedoeld. Daarnaast zijn er bij de introductie verschillende stimulerende maatregelen genomen om de omgeving bekend te maken met outdoor fitness. De outdoor fitnesslocatie in Scherpenzeel is gekozen omdat het hier een voorziening betreft die gecombineerd wordt met een paar andere sport- en speelvoorzieningen (trapveldje en volleybalveldje). Verder is dit een locatie specifiek voor de jeugd en er worden geen activiteiten georganiseerd om het gebruik te stimuleren. Tot slot is de work out-zone als onderdeel van het Marc Lammers Plaza XL bij hockeyclub 's-Hertogenbosch geselecteerd. Deze voorziening wordt gecombineerd met allerlei andere sportvoorzieningen voor verschillende doelgroepen in het kader van de Proeftuin Nieuwe Sportmogelijkheden. Deze outdoor fitnesslocatie is voor de volwassen doelgroep en er worden op dit moment nog geen stimulerende maatregelen genomen.

Per locatie is er een checklist gebruikt om de eigenschappen van de voorziening vast te leggen. De aandacht ging uit naar een aantal aspecten, te weten: orgware (beheer/ onderhoud), hardware (verschijningsvorm en omliggende aspecten) en software (begeleiding). Bij de locatie is tevens een vragenlijst gehanteerd voor gebruikers en omwonenden. De uitkomsten van de interviews en de case-studies worden geanalyseerd. Op basis van deze analyse worden conclusies getrokken en wordt er model van outdoor fitness in Nederland opgesteld. In de bijlagen zijn de topiclijsten voor de interviews en de checklist voor de case-studies te vinden.

§1.6 Leeswijzer

Nadat de inleiding van dit onderzoek, de centrale onderzoeksvraag, de doelen, het type onderzoek en de methode in dit hoofdstuk zijn besproken, worden in hoofdstuk twee de kansen voor outdoor fitness in Nederland beschreven. In deze inhoudelijke oriëntatie wordt outdoor fitness als nieuwe sportvorm geïntroduceerd en in verband gebracht met een aantal maatschappelijke ontwikkelingen die het sportconcept in theorie kansrijk maken.

In hoofdstuk drie en vier worden de resultaten van het praktijkonderzoek weergegeven. Eerst komen de leveranciers van outdoor fitnessapparaten aan het woord. Vervolgens worden de beweegredenen van een aantal ambtenaren en/of betrokkenen van gemeenten, die outdoor fitness inmiddels hebben ingevoerd, in kaart gebracht. In hoofdstuk vier wordt de dagelijkse praktijk van drie outdoor fitnesslocaties in Nederland in beeld gebracht.

Hoofdstuk vijf is het afsluitende hoofdstuk waarin antwoord wordt gegeven op de centrale onderzoeksvraag, conclusies worden getrokken op basis van de gevonden resultaten en een model van outdoor fitness in Nederland wordt gepresenteerd. Dit model bestaat uit een typering van outdoor fitnesslocaties in Nederland zoals deze op basis van de resultaten is samengesteld. De kanttekeningen van het onderzoek worden vervolgens benoemd en er worden aanbevelingen gedaan voor eventueel vervolgonderzoek.

2. Kansen voor outdoor fitness in Nederland

In dit hoofdstuk wordt outdoor fitness als nieuw sportconcept geïntroduceerd en in verband gebracht met een aantal maatschappelijke ontwikkelingen die sporten in de openbare ruimte en dan specifiek fitness in de openbare ruimte in theorie kansrijk maken. Het gaat hier om ontwikkelingen als de opkomst van ongeorganiseerd sporten, de populariteit van fitness, de belangstelling vanuit de overheid voor de maatschappelijke functie van sport en daaraan gekoppeld het verhogen van de sportparticipatie en de toenemende aandacht voor gebruik en (her)inrichting van de (openbare) ruimte.

§2.1 Introductie outdoor fitness

Opkomst en stand van zaken outdoor fitness

Outdoor fitness is een relatief nieuw sportconcept dat vijf jaar geleden in Nederland is ingevoerd. De nieuwe sportvorm is afkomstig uit het buitenland en naar de Nederlandse situatie vertaald. Bij outdoor fitness gaat het om training door middel van oefeningen en apparaten buiten in de (semi) openbare ruimte. Outdoor fitness is een laagdrempelige, vrijblijvende en kosteloze vorm van sporten in de buitenlucht waar jong en oud gedurende het gehele jaar (en vooral van maart tot november) fysiek actief kunnen zijn en eventueel samen met anderen aan de algemene conditie en fitheid kunnen werken. Het concept is afkomstig uit het buitenland en de indruk bestaat dat dergelijke voorzieningen daar veel worden gebruikt. Op basis daarvan is outdoor fitness een paar jaar geleden in Nederland geïntroduceerd. Investeren in sportvoorzieningen in de openbare ruimte kan ertoe bijdragen dat de bevolking meer gaat bewegen en sportief actief wordt. Outdoor fitness is hier een voorbeeld van. Er is tot op heden, zowel in het buitenland als in Nederland, nog weinig bekend over de inrichting, de gebruikers en het daadwerkelijke gebruik van outdoor fitness. Het betreft een onontgonnen terrein en het is van belang om in kaart te brengen wat het domein is van outdoor fitness in Nederland en onder welke condities en voor welke doelgroepen outdoor fitness in Nederland succesvol kan zijn. In Nederland zijn twee onderzoeken naar outdoor fitness bekend: Doetinchem en Den Haag.

Onderzoek Doetinchem

Onderzoek van de outdoor fitness locatie in Doetinchem laat zien dat er naast de doelgroep wijkbewoners van 55 jaar en ouder ook andere doelgroepen gebruik maken van de locatie. Het gaat hier om jeugd van de naastgelegen basisschool en jongeren uit de wijk die de locatie gebruiken om op te spelen of rond te hangen. Geen van de bewoners geeft aan hiervan overlast te ervaren. Verder blijkt uit het onderzoek een begeleid beweeguur van belang, zodat de doelgroep verantwoord gebruik kan maken van de locatie. Het sociale aspect speelt ook een belangrijke rol en het plaatsten van een bank of picknicktafel en de mogelijkheid om in de omgeving een kop koffie of thee te drinken en na te kletsen dragen hier aan bij. Tot slot dienen de wijkbewoners en de betreffende doelgroep betrokken te worden bij de totstandkoming van een locatie. De doelgroep dient goed geïnformeerd te worden over de mogelijkheden en promotie is van belang (Mulders, 2010).



Foto: Outdoor fitnesslocatie Doetinchem

Onderzoek Den Haag

Onderzoek naar het gebruik van de fitplaats Zuiderpark in Den Haag geeft aan dat de fitplaats door alle leeftijden wordt bezocht, maar vooral door mensen van niet-westerse afkomst en vooral door mannen. In de ochtenduren zijn meer senioren dan jongeren aanwezig, in de middag blijkt het tegenovergestelde het geval. De contactlegging onderling blijkt goed en er wordt regelmatig in groepsverband gesport. De inactiviteit onder de senioren is afgenomen en de gebruikers zien de plaats als volwaardig sportaanbod. Er is echter vraag naar apparaten om beoefeningen te doen. In het algemeen vindt men de oefeningen laagdrempelig. Toch geeft de helft van de respondenten aan bepaalde oefeningen niet uit te



kunnen voeren, omdat deze te zwaar zijn of men de oefening niet begrijpt. Dit komt deels doordat men de instructieplaatjes onduidelijk vindt. Bijna alle bezoekers geven aan vragen te hebben over de frequentie waarmee, de volgorde waarin en de wijze waarop de oefeningen uitgevoerd moeten worden. Een storende factor is het vernielen van apparaten wat de gebruikers niet meer in staat stelt om veelzijdig te trainen of ervan weerhoudt om de plaats te bezoeken (Vink, 2010).

Foto: Fitplaats Zuiderpark Den Haag

Uit bovengenoemde onderzoeken blijkt dat de ervaringen met deze nieuwe vorm van bewegen overwegend positief zijn en de voorziening in de praktijk wel degelijk wordt gebruikt, maar over het gebruik en het type gebruiker (voornamelijk inactieven of mensen die al sporten) ontbreekt informatie. Er zijn een paar aandachts- en verbeterpunten gesignaleerd die het sportconcept in de toekomst nog meer tot een succes kunnen maken. Eén van deze punten is begeleiding of een vorm van informatieverstrekking om zo goed mogelijk gebruik te kunnen maken van de outdoor fitnessapparaten. Een ander belangrijk punt is het vernielen van de huidige apparaten en dit heeft gevolgen voor het gebruik van de locatie. Beide onderzoeken geven over het algemeen een positieve indruk over outdoor fitness in Nederland, maar de cijfermatige onderbouwing ontbreekt.

§2.2 Opkomst ongeorganiseerd sporten

De opkomst van de ongeorganiseerde sport heeft ervoor gezorgd dat steeds meer mensen sport of aan sport ontleende of aan sport verwante vormen van bewegen gingen beoefenen buiten een formeel verband. De huidige consument sport en beweegt waar, wanneer en hoe diegene dat zelf wil. De sporter organiseert, al dan niet samen met anderen, zijn eigen sportactiviteiten. Outdoor fitness is een vorm van bewegen die hier in theorie naadloos op aansluit.

Opkomst sportieve recreatie

In de eerste helft van de twintigste eeuw was sportbeoefening per definitie verenigingssport en ook nog vooral wedstrijd sport. Daardoor was de toegangsdrempel naar sportbeoefening in die periode voor velen hoog. In diezelfde periode had Nederland zich ontwikkeld tot een welvaartsstaat. Inspraak, medezeggenschap en verlaging van toegangsdrempels naar onderwijs en cultuur werden belangrijk. De vijfdaagse werkweek werd ingevoerd en de vrije tijd nam toe. De aandacht voor het gevaar van opkomende welvaartsziekten en het verband tussen bewegingsarmoede en cardiovasculaire aandoeningen nam toe en de Nederlandse Sport Federatie (NSF) speelde daarop in door naar Duits model de Trimbaan te lanceren en zo meer mensen aan het bewegen te krijgen (Crum, 1992).

Een trimbaan is een parcours met (houten) oefentoestellen in de openbare ruimte, meestal een bos of park. Het doel van de trimbaan is om hardlopend het parcours af te leggen en bij de toestellen de oefeningen uit te voeren. Over het algemeen had een trimbaan twee mogelijkheden, één voor beginners en één voor gevorderden. Het idee van de trimbaan kwam uit West-Duitsland, waar deze baan langs de snelwegen al bestond. De Duitse automobilisten maakten er veel gebruik van in de pauze tussen lange autoritten. De trimbaan kon gebruikt worden voor hardlopen, klimmen, springen en klauteren. De banen waren te vinden op plekken waar natuur en bebouwing samen kwamen. De trimactie werd breed geïntroduceerd; er kwam een maandelijkse uitgave, Trim-U-Fit, er werden trimtesten en een nationale trimwandeldag georganiseerd, er kwamen trimcomités die trimactiviteiten ontwikkelden en er werden in totaal 167 trimbanen door heel Nederland gerealiseerd. De trimbanen zijn aangelegd door gemeenten en die waren verantwoordelijk voor het beheer en onderhoud. Het onderhoud nam af, er was steeds minder of helemaal geen budget voor onderhoud. Een groot deel van de banen verkeerde daardoor in een slechte toestand. De kapotte onderdelen werden verwijderd en dit resulteerde uiteindelijk in het verdwijnen van een groot deel van de oude trimbanen (Jungmann, 2010).

Introductie ongeorganiseerde sport

De introductie van de trimbaan was het begin van een andere vorm van sportbeoefening, ook wel sportieve recreatie of bewegingsrecreatie genoemd. Deze nieuwe koers werd ook door beleidsmakers opgepakt, 'externe democratisering van sport'. Het verlagen van de toegangdrempels tot deelname aan sport om zoveel mogelijk Nederlanders in beweging te brengen. In de nota 'Sport 70' werd sportieve recreatie als volgt gedefinieerd: sport of aan sport ontleende of aan sport verwante vormen van bewegen, beoefend door groepen die niet zijn aangesloten bij een sportorganisatie. Dit was het begin van sporten in ongeorganiseerd verband. Een veel voorkomende vorm van sporten in ongeorganiseerd verband in die periode was hardlopen. Het hardlopen kwam uit de Verenigde Staten en veranderde in de jaren zeventig van een activiteit voor wedstrijdatleten in een bezigheid die voor iedereen open stond. Deze typering staat bekend als de eerste loopgolf (Van Bottenburg e.a., 2006). Door deze ontwikkelingsimpulsen is in het begin van de jaren zeventig het proces van de 'ontsporing van de sport' in Nederland tot gang gekomen. De sportdeelname kende in die tijd een groei. Onder invloed van secularisatie en ontwikkeling van wetenschap en technologie deden zich in de samenleving opvallende veranderingen in waarden en levensgevoel voor. Terwijl vroeger de waarden van het arbeidsethos domineerden, stemmen steeds meer mensen hun leven af op de vrije tijd. 'Leven om te werken' maakt plaats voor 'werken om te leven'. Leven slaat dan op het ervaren en genieten van de vrijheid van de vrije tijd. De moderne mens confirmeert zich aan waarden als emancipatie, ongebondenheid, zelfontplooiing, emotionaliteit en genot. Spel en sport zijn bij uitstek activiteiten waarin zelfrealisatie, ongebondenheid, plezier en het genieten aan de orde kunnen komen (Crum, 1992).

Nieuwe sport- en bewegingscultuur

Sportbeoefening buiten verenigingsverband is bevorderd door informalisering en een toenemend lichaamsbewustzijn als gevolg van de verspreiding van het slankheidsideaal. Door de informalisering werden de omgangsvormen lossier, informeler en vrijmoediger en daardoor verminderde de noodzaak om naar speciale plaatsen te gaan om te sporten. Dit was echter niet op alle gebieden van het sociale leven waarneembaar, er ontstond een steeds strenger en wijder verspreide norm in de vorm van het slankheidsideaal (Stokvis, 2010). Dit slankheidsideaal heeft overeenkomsten met het begrip "Körperkultur", de cultus rondom lichamelijkeheid. Deze cultus heeft vooral Duitse roots en had zijn hoogtepunt in het begin van de twintigste eeuw. Vanuit de Körperkultur was er veel aandacht voor lichaamsbeweging. In de activiteiten stond de esthetiek van het lichaam als uitdrukking van het menselijke vermogen tot schoonheid centraal. Het ging vooral om mooi bewegen en om mooie lichamen en veel minder om presteren (Dekkers, 2006). De moderne fitnessbeoefenaren werden gedreven door deze dwang tot slankheid. De verwezenlijking van dit ideaal, of beter gezegd een sociale norm, werd bij de sportscholen gezocht. De sociale dwang om het slankheidsideaal te realiseren kan gezien worden als een nieuwe cultuurvorming. De ontwikkeling van de commerciële fitness is een van de oplossingen voor het probleem om verdikking tegen te gaan (Stokvis, 2010).

§2.3 Populariteit fitness

De opkomst van fitness komt voort uit de herontdekking van de lichamelijke en aandacht voor het slankheidsideaal. Verschuiving van sport als aanvaard gedrag naar sport als normatief gedrag. De populariteit van fitness blijkt uit het feit dat de fitnesssector een van de snelst groeiende segmenten is van de vrijetijdseconomie en ruim twee miljoen fitnessbeoefenaars heeft. De populariteit van fitness biedt kansen voor outdoor fitness.

Opkomst Fitness

Na de Tweede Wereldoorlog verspreidden in Amerika ontwikkelde sporten zich over de rest van de wereld, waaronder allerlei vormen van fitness. In de jaren zeventig gingen meer mensen aan lichaamsoefening doen en dan vooral zonder de intentie om wedstrijden te spelen. Deze toename is toe te schrijven aan de tendens tot fysieke verdikking bij de bevolking in Nederland. Dit kwam voort uit de verminderde noodzaak tot beweging als gevolg van allerlei technologische ontwikkelingen. Het maatschappelijk systeem reageerde hierop met thematiseringen van de lichamelijke en het lichaam werd herontdekt; de paradoxale ontkenning en herontdekking van de lichamelijke. Een deel van de compenserende thematisering is te vinden in de explosieve groei van de bewegingscultuur (Crum, 1992). Er kwam aandacht voor het slankheidsideaal. Verschuiving van sport als aanvaard gedrag naar sport als normatief gedrag. De algemene popularisering op fitnessgebied was een feit (Stokvis, 2010).

Allerlei vormen van aerobics en krachttraining werden vanuit Amerika nagevolgd. Amerikaanse voorbeelden speelden hier een belangrijke rol. Vele varianten ontwikkelden zich in het kader van commerciële sportscholen. Een voordeel van de scholen was het feit dat er in besloten sfeer geoefend kon worden en men zich niet in het openbaar hoefde te begeven. In een hele korte periode ontstonden er grote internationale ketens. Deze scholen combineerden vaak aerobics voor vrouwen en faciliteiten voor krachttraining voor mannen. De popularisering van krachttraining kwam op gang toen de sport in de VS werd gereguleerd in moderne commerciële organisaties. Aerobics en krachttraining werden aanvankelijk apart en in kleine lokalen aangeboden. De grote scholen zijn sinds de jaren tachtig opgericht. De naam evolueerde van sportschool naar fitnesscentrum en wellnesscentra (Stokvis, 2010).

Fitnessbranche in Nederland

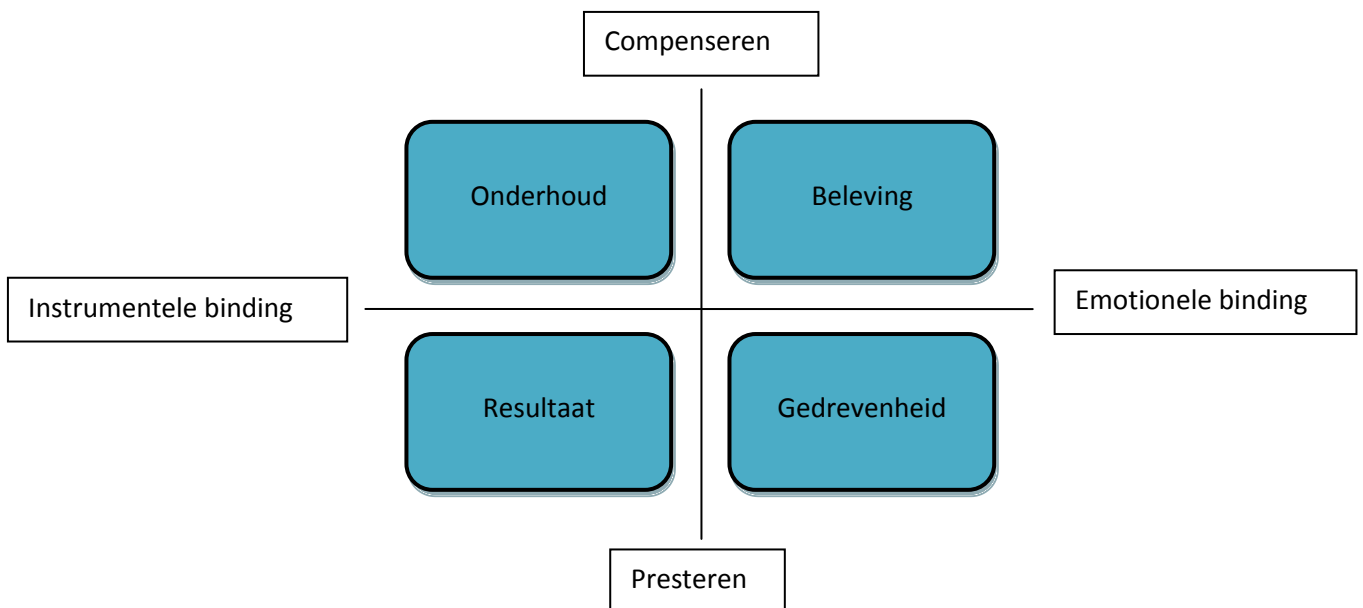
De fitnesssector is een van de snelst groeiende segmenten van de vrijetijdseconomie (Lucassen en Van Schendel, 2008). Ruim twee miljoen Nederlanders sporten bij een van de tweeduizend fitnesscentra. De centra in Nederland zijn verantwoordelijk voor een omzet van ongeveer 840 miljoen euro per jaar en ze bieden aan 27.000 personen (12.000 fte) werkgelegenheid (Rapportage sport, 2010). Vooral na 1996 kreeg de branche te maken met groei, vanaf dat jaar is het aantal centra met 60% toegenomen. Uit de cijfers over de omzet en werkgelegenheid wordt duidelijk hoe de ontwikkeling bij fitnesscentra in de afgelopen tien jaar is geweest. De omzet is sinds de jaren negentig met bijna 150% toegenomen en de werkgelegenheid is tussen 1994 en 2006 met 80% gegroeid (Lucassen en Van Schendel, 2008).

Kenmerken fitnessbeoefenaars

De fitnessbeoefenaars zijn vooral te vinden in de leeftijdsgroep van 19 tot 34 jaar. In deze groep sport meer dan een vijfde bij een fitnesscentrum. Een flink deel van de 35-44-jarigen is ook actief op het gebied van fitness. Van de groep tot en met twaalf jaar sporten er maar weinig bij een fitnesscentrum (Lucassen en Van Schendel, 2008). In de hoogste leeftijdscategorieën (65-74 jaar en 75-plus) is het percentage dat aan fitness doet een factor twee tot drie lager dan de totale bevolking. Wat betreft opleiding en werk is bekend dat fitness vooral wordt beoefend door werkende mensen, anderhalf miljoen van de beoefenaars heeft een betaalde baan. Daarnaast doen ongeveer honderdduizend studenten en tweehonderdduizend huisvrouwen aan fitness. De mensen met middelbare en hogere opleiding zijn sterk vertegenwoordigd. Vierhonderdduizend van de beoefenaars zijn lager (t/m vmbo) opgeleid (Jongert e.a., 2007). Daarnaast is duidelijk dat onder de beoefenaars de hogere inkomens

oververtegenwoordigd zijn. Gekeken naar de achtergrond van de beoefenaars, dan blijken er meer vrouwen (19%) dan mannen (13%) te sporten. Het is een van de weinige sporten die meer door vrouwen dan door mannen worden beoefend (Rapportage, 2010).

De Hogeschool Utrecht heeft ruim twee jaar onderzoek verricht naar de uiteenlopende groep fitness-sporters. Dé fitnessklant bestaat namelijk niet. Een brede groep fitness-sporters is geanalyseerd en gesegmenteerd. Het resultaat is een uitwerking van een aantal persona's, groepen klanten met elk hun eigen kenmerken. Elke persona heeft een eigen dominante drijfveer om te gaan sporten. De volgende persona's zijn gevormd: de liefhebber, de compenseerder, de fanatiekeling, de doelgerichte, de social sporter, de volger en de bodyshaper. De zeven persona's zijn gerangschikt in vier klantsegmenten. De klantsegmenten zijn gerangschikt langs twee assen (figuur 2.1). Op de horizontale as staat: emotionele binding versus instrumentele binding. Instrumentele binding heeft betrekking op fitness als een van de vele instrumenten om doelen te bereiken en bij emotionele binding houdt de sporter van fitness, vindt het leuk om te doen en kiest er bewust voor. Op de verticale as staat: presteren versus compenseren. Fysiek afzien of mentale ontlading met behulp van fitness heeft betrekking op het persoonlijk doel presteren. Bij compenseren gaat het bijvoorbeeld om een ongezonde leefstijl te compenseren. Elk klantsegment heeft een dominante drijfveer: resultaat (presteren, instrumenteel), onderhoud (compenseren, instrumenteel), gedrevenheid (presteren, emotioneel) en beleving (compenseren, emotioneel). De segmenten verschillen van omvang. Van alle sporters bevindt 35% zich in het kwadrant onderhoud, 28% in resultaat, gedrevenheid 21% en 16% bevindt zich in het kwadrant beleving (Syntens, Fit!vak en Hogeschool Utrecht, 2010).



Figuur 2.1 Klantsegmenten (Bron: Syntens, Fit!vak en Hogeschool Utrecht)

§2.4 Anders georganiseerd sporten

Vluchtige, nieuwe sportgemeenschappen in de publieke ruimte en informele sportgroepen zijn naast de door overheid en/of verenigingsverband gedomineerde sport gekomen. Deze zijn dynamisch en flexibel, bieden tijdelijke verbintenissen, stellen een minimum aan gedragsregels en passen zich aan de vraag aan en zijn daardoor vernieuwingsgericht en richten zich op doelverwezenlijking van de sporters. Outdoor fitness is hier een voorbeeld van en heeft potentie als nieuwe sportvorm.

Lichte sportgemeenschappen

De lichte sportgemeenschappen hebben zich de afgelopen jaren ontwikkeld en kwamen naast de oorspronkelijke door overheid en/ of verenigingsverband gedomineerde sport. Er ontstond een door commerciële actoren en burgers vormgegeven sportlandschap. In de fitnesscentra konden mensen werken aan hun vitaliteit en uiterlijk en op speciaal bestemde trapveldjes of courts in de openbare ruimte konden mensen op eigen gelegenheid sporten. Via de sportbeoefening beoogt men gezondheidsidealen, maatschappelijke vraagstukken en/ of economische belangen te realiseren. Naast fitness ontwikkelden zich vluchtige, nieuwe sportgemeenschappen in de publieke ruimte (Broeke, 2010).

Hardlopen is hier een voorbeeld van. In het begin van de jaren zeventig was er sprake van de eerste loopgolf. Deze golf stagneerde in de jaren negentig. De laatste jaren lijkt hier een kentering in te komen, dit wordt de tweede loopgolf genoemd. Steeds meer mensen beoefenen de loopsport en de sporters beoefenen de sport vaker dan voorheen. Eén van de oorzaken is het toenemende belang van de lichamelijke (slankheid), fitheid en gezondheid. Deze groep heeft steeds minder de accommodatie en faciliteiten van de vereniging nodig. De loopsporter houdt van vrijheid, buitenlucht, wisselende looproutes en evenementen. Het is een groep die vaker dan niet-loopsporters sport in de openbare ruimte en de open lucht. Fitheid en gezondheid zijn de belangrijkste redenen om de loopsport te beoefenen. Sociale contacten en gezelligheid zijn minder van belang. De loopsporter is op zoek naar weak ties, banden met meerdere netwerken tegelijkertijd die je kunt opzoeken en opzeggen wanneer je maar wilt. De lichte gemeenschappen zijn dynamisch en flexibel, bieden tijdelijke verbintenissen, stellen een minimum aan gedragsregels, passen zich aan de vraag aan, zijn daardoor vernieuwingsgericht en richten zich op doelverwezenlijking van de sporters (Van Bottenburg e.a., 2006).

Informele sportgroepen

Binnen de sport ontstaan onder invloed van het informaliseringsproces steeds meer informele sportgroepen. Dit zijn groepen die uit minstens drie personen bestaan en met zekere regelmaat samen sporten, door de deelnemers zelf zijn georganiseerd en geen onderdeel uitmaken van een vereniging of anders georganiseerd verband. Ruim een derde van de sporters (35%) is actief in een zelfgeorganiseerde groep. Dit komt vaker voor dan sporten via het commerciële aanbod (32%), maar minder vaak dan alleen sporten (45%) of in verenigingsverband (54%). Bijna een derde van de sporters in informele groepen wordt beoefend op de openbare weg. Deze sporten zijn populair vanwege de laagdrempeligheid, er is geen accommodatie nodig. Het zijn in beginsel individuele sporten, maar er wordt voor gekozen om deze samen met anderen te doen. De sporters van informele sportgroepen kiezen hiervoor omdat men graag wil sporten op een zelfgekozen tijdstip en plaats en met zelfgekozen medesporters. Het belangrijkste motief is sporten samen met anderen (60%). Organisatorische factoren, zoals zelf het tijdstip kiezen (45%), de lage kosten (30%) en de kleine tijdsinvestering (21%) wegen minder zwaar. Een differentiatie naar leeftijd laat verschillen in motieven zien: voor de 45-64-jarigen en 65-plussers is het van belang dat de groep hetzelfde niveau heeft, dicht bij huis te beoefenen is en de groep klein is. Dit concept krijgt de voorkeur omdat men het idee heeft dat de verenigingen veel meer op prestaties gericht zijn. Door toenemende zelfredzaamheid en hang naar doe-het-zelf-initiatieven zullen deze groepen in te toekomst blijven bestaan en zelfs kunnen groeien (Rapportage Sport, 2010).

§2.5 Maatschappelijke functie sport

De overheid erkent de maatschappelijke functie van sport en stimuleert sport en bewegen als instrument vanwege de gunstige maatschappelijke effecten. De niet-sporters met sportintentie verwachten dat ze alleen actief worden in ongeorganiseerd verband. Het meest genoemde motief om te sporten is, zowel voor fitnessbeoefenaars als voor leden van de verenigingen, gezondheid en fitheid. Outdoor fitness is een laagdrempelige vorm die de sportparticipatie mogelijk kan bevorderen.

Sportstimulering door overheid

In de beleidsbrief Kracht van Sport staat dat het kabinet sport van groot belang acht voor de samenleving. Sport wordt gestimuleerd als zinvolle vrijetijdsbesteding, maar ook steeds vaker als instrument ingezet vanwege de gunstige maatschappelijke effecten. De maatschappelijke functie maakt de sport gewild én kansrijk voor het realiseren van belangrijke kabinetsdoelen op het gebied van: preventie en gezondheid, jeugdbeleid, onderwijs, waarden en normen, integratie, wijken, veiligheid en internationaal beleid. Vanuit het gezondheidsperspectief blijft het bestrijden van bewegingsarmoede een belangrijke maatschappelijke opgave (VWS, 2007). Het stimuleren van sporten en bewegen speelt hierbij een belangrijke rol. Het Nationaal Actieplan Sport en Bewegen (NASB) brengt mensen in beweging. Dit moet leiden tot het terugdringen van bewegingsarmoede bij te weinig actieve burgers, vermindering van overgewicht onder de bevolking en terugdringen van gezondheidsproblemen als diabetes, hart- en vaatziekten en depressie (VWS, 2007).

Door middel van het NASB wordt beweging gestimuleerd om uiteindelijk de gezondheid te bevorderen. Dit gebeurt zowel door sport en spel als door beweging in het 'gewone' dagelijkse leven. Projecten als "Lokaal actief" en "Communities in beweging" zijn gericht op bewegingsbevordering in de wijk en buurt. Veel mensen met beweegachterstand zijn te bereiken via de thuissituatie, vandaar de aandacht op de setting 'wijk' (VWS, 2007). In het nieuwe regeerakkoord wordt opnieuw erkend dat sport een belangrijke functie heeft in de maatschappij. Sport in alle wijken is goed voor de gezondheid, maar ook voor de veiligheid. Het kabinet zal met de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) bevorderen hoe sport en sportvoorzieningen bij wijkplannen een integraal onderdeel kunnen worden van het verbeteren van de leefbaarheid (Regeerakkoord, 2010).

In het Olympisch Plan zijn bouwstenen geformuleerd, waaronder de bouwsteen sportontwikkeling. De doelstelling is een stijging van het aandeel mensen van zes jaar en ouder dat minimaal twaalf keer per jaar sport van 60% naar 75% in 2016. De doel kan niet gerealiseerd worden middels beleid gericht op specifieke doelgroepen (allochtonen vrouwen, vmbo-scholieren, mensen met een beperking en alleenstaande ouders), daarvoor zijn deze groepen te klein. Het beleid moet gericht worden op vier grotere groepen: 45-54 jarigen, 60-plussers, jonge ouders (25-34 jaar) en scholieren (14-22-jarigen). De thema's professionalisering en sportaanbod zijn de leidende thema's, versterken van de branche en stimuleren om met vernieuwend sportaanbod te komen (Breedveld e.a., 2008).

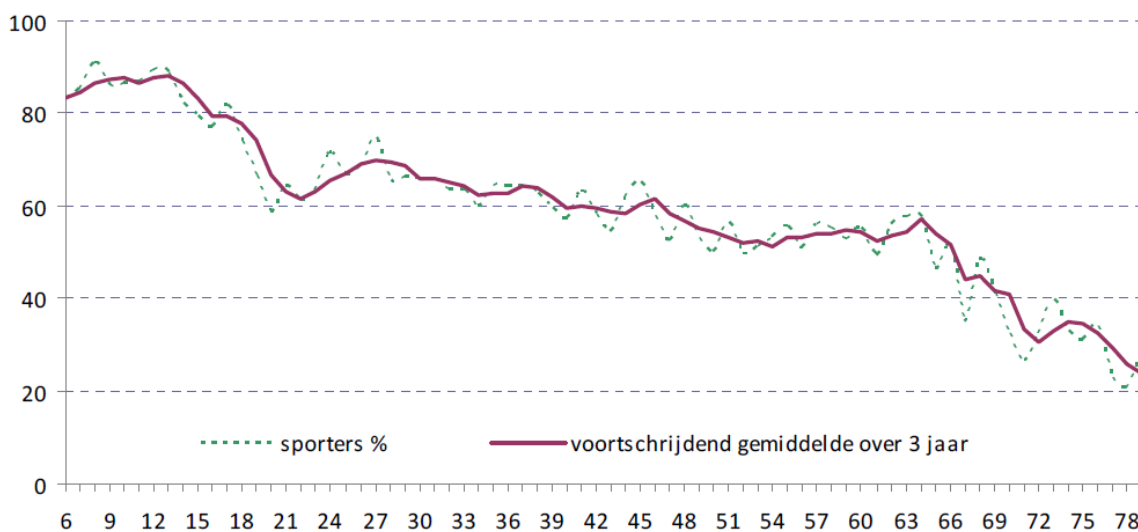
Sport(accommodatie)beleid

Het kabinet stelt financiële middelen ter beschikking om sportbeoefening te stimuleren. Gemeenten zorgen voor bouw, beheer en exploitatie van sportparken, zwembaden, ijsbanen en sporthallen. Binnen dit sportaccommodatiebeleid zijn steeds meer publieke-private samenwerkingen zichtbaar. Gemeenten gaan meer samenwerken met een of meer private ondernemingen en bemoeien zich niet met de inhoud en sturen volledig op het gewenste einddoel. Het sportaccommodatiebeleid kan worden beschouwd als basis van gemeentelijk sportbeleid, gericht op de stimulering van sportbeoefening. De laatste jaren zijn meer gemeenten actief geworden in de organisatorische ondersteuning van de lokale sport(verenigingen). Het Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen (NISB) zorgt landelijk voor een passend aanbod van activiteiten, interventies en programma's die effectief en doelmatig zijn. De provinciale en/ of lokale sportraden zorgen binnen de gemeenten voor

de uitvoering van deze programma's in de vorm van allerlei projecten. Het kabinet en de gemeenten willen uiteraard weten of het beleid economisch verantwoord is en of de strategieën effectief en/of efficiënt zijn (evidence based policies). Binnen de sport gaat het om twee strategieën; strategieën gericht op specifieke sportdoelstellingen, zoals verhoging van de sportdeelname en strategieën wat betreft de instrumentele inzet van sport om maatschappelijke problemen op te lossen, zoals de bevordering van de volksgezondheid. De vraag naar bewezen strategieën is sterk toegenomen, toch is de (sport)wetenschap nog maar zeer beperkt in staat om duidelijkheid te verschaffen over wat wel en niet werkt binnen sportbeleid (Van der Poel, 2010).

Sportparticipatie

In Nederland doen veel mensen aan sport: 71% van de bevolking deed in 2007 minimaal één keer aan sport. De deelname ligt echter bij een aantal groepen nog steeds lager dan de rest van de bevolking. Het gaat hier om niet-westerse allochtonen, 65-plussers, lager opgeleiden, lagere inkomensgroepen en mensen met matige tot ernstige beperkingen (Lucassen en Van Schendel, 2008). Kijkend naar het vervalmoment van de sportdeelname naar leeftijd dan zijn er een paar zaken te signaleren. Tot dertien jaar is de deelname stabiel hoog, vanaf veertien jaar is een duidelijke afname zichtbaar en deze stopt ongeveer rond het 22-ste jaar. Daarna neemt de deelname weer toe tot het 27-ste levensjaar waarna de definitieve daling begint. Op 46-47 jarige leeftijd en na 65 jaar zijn er duidelijke breekpunten te zien in de sportdeelname. Opvallend is dat mensen van 60 jaar en ouder die aan sport doen, dit vaker doen dan jonge ouders en mensen van middelbare leeftijd. De 60-plussers nemen gemiddeld aan minder sporten deel, ouderen richten zich meer op één sport. Jongeren doen aan meerdere sporten, maar minder intensief dan de ouderen (Breedveld e.a., 2008).



Figuur 2.2 Sportdeelname naar leeftijd (Bron: Breedveld e.a., 2008))

De sportdeelname neemt toe, maar het aandeel dat lid is van een sportvereniging neemt af. De georganiseerde sport verliest marktaandeel. Fitness, voetbal en hardlopen zijn sporten die de afgelopen jaren zijn gegroeid (Rapportage sport, 2010). Sporten die gebaseerd zijn op individuele beweging (zwemmen, wandelen, fietsen, trimmen) blijven heel populair voor elke leeftijdsgroep. Bij ouderen blijft dit percentage wat achter. Voor alle leeftijdsgroepen geldt dat zwemmen het populairst is. Bij jongeren is daarnaast (veld)voetbal populair. Fitness wordt vooral beoefend door de 25-34 jarigen. Wandelen en fietsen zijn populair bij ouderen (Breedveld, 2008). Sinds de jaren negentig wordt ook de deelname aan fitness gemonitord. Sinds die tijd is de deelname verdubbeld. De opkomst van fitness is in belangrijke mate verantwoordelijk voor de toename van de sportdeelname. Fitness is de meest beoefende sport in Nederland. Van de totale sportdeelname vindt 46% in verenigingsverband, 28% in ongeorganiseerd verband en 17% binnen het fitnesscentrum plaats (Lucassen en Van Schendel, 2008). De niet-sporters

met sportintentie verwachten dat ze alleen actief worden in ongeorganiseerd verband (15%), evenveel mannen als vrouwen en vooral 36-50 jarigen (21%). Fitness (23%) en zwemmen (14%) zijn de meest genoemde sporten die niet-sporters verwachten te gaan beoefenen. Een derde van de 21-35 jarigen noemt fitness als eerste potentiële sport. Na deze sporten volgen vijf andere individuele sporten, waaronder (hard)lopen en fietsen (Elling, 2010).

Motieven sportdeelname

Het meest genoemde motief om te sporten is, zowel voor fitnessbeoefenaars als voor leden van de verenigingen, gezondheid en fitheid. Gezondheidsgerelateerde onderwerpen zoals strak of slank lichaam willen hebben en willen afvallen worden ook genoemd bij fitness. Ook lichaamsbeweging als uitlaatklep komt naar voren. Bij fitness komen plezier en sociale contacten minder naar voren dan binnen de vereniging. De motieven van de deelnemende fitness-sporters gedurende de verschillende fasen van sportbeoefening veranderen: in de voorbereidende fase varieert de motivatie van zin hebben om te gaan tot een innerlijke drang om te 'ontmoeten', bij de sportfase variëren de argumenten van de beweging zelf tot de context waarbinnen wordt gesport en na afloop lopen de motieven uiteen van fysieke verbeteringen tot mentaal welbevinden (Syntens, Fit!vak en Hogeschool Utrecht, 2010). Een frequent gehanteerde indeling voor motieven om aan sport te doen maakt onderscheid in een aantal aspecten: nastreven van plezier, vaardigheden, uitmunten, gezondheid en sociale contacten. Naast deze indeling kan er ook onderscheid gemaakt worden tussen ego- en taak-georiënteerd. Bij ego gaat het om de wil om te winnen en een taak-georiënteerde sporter wil vooral zichzelf verbeteren. Fitness-sporters passen niet binnen deze traditionele benadering. Leren van vaardigheden en presteren worden nauwelijks genoemd als motieven om aan fitness te doen (Jongert e.a., 2007).

De meest onderschreven reden van niet-sporters is dat ze geen tijd hebben om te sporten vanwege werk en/of gezin (26%). Bijna evenveel personen ervaren gezondheidsbelemmeringen en het feit dat ze vinden dat ze voldoende bewegen een andere belangrijke reden. Gebrek aan tijd is de meest belemmerende factor voor de leeftijdsgroepen van 21-35 jaar (43%) en 36-50 jaar (34%). Een gebrekkige gezondheid is de meest genoemde reden onder de 50-65 jarigen (40%) en mensen met obesitas (41%). De 60-80 jarigen vinden zich veelal te oud om te sporten (48%). De jongste leeftijdsgroepen (5-35 jaar) geven vaker aan dan oudere leeftijdsgroepen dat ze sport te duur vinden. De groep jong-volwassenen geeft relatief vaak aan het niet nodig te vinden om te sporten en geen mensen te kennen om mee te sporten (beide 15%). Mensen met obesitas (17%) geven aan niet zo goed te zijn in sport (Elling, 2010).

§2.6 Gebruik en (her)inrichting openbare ruimte

De overheid heeft meer aandacht voor het gebruik en (her)inrichting van de openbare ruimte door een stijging van sporten in ongeorganiseerd verband en het feit dat de ruimte schaarser wordt. Een beweegvriendelijke leefomgeving nodigt uit tot sport en bewegen. Op de lange termijn blijkt de uitval het geringst te zijn bij vrijwillig, matig intensief bewegen in de buitenomgeving dichtbij huis. Outdoor fitness is een mogelijkheid om de openbare ruimte sportiever in te richten.

Inrichting openbare ruimte

Naast het stimuleren van sportbeoefening heeft de overheid meer aandacht voor het gebruik en de (her)inrichting van de openbare ruimte. Dit komt door een stijging van sporten in ongeorganiseerd verband, de ruimte wordt steeds schaarser en de grondprijzen stijgen. Hogere grondprijzen moedigen aan tot een intensiever gebruik van de grond, teneinde het economisch en/of maatschappelijke rendement van de grond te verhogen en in de pas te laten lopen met alternatieve aanwendingsmogelijkheden. Het wordt voor gemeenten steeds moeilijker om bestaande sportvoorzieningen in stand te houden en te investeren in nieuwe voorzieningen. De openbare ruimte kan sportiever worden ingericht, zodat zoveel mogelijk mensen worden uitgedaagd om in beweging te komen (Rapportage Sport, 2010). Gemeenten en marktaanbieders hebben aandacht voor

een beweegvriendelijke leefomgeving en bewegingstimulerende inrichting van (formele) sport- en speelplekken. Plekken zoals Jantje Beton, Cruyff Courts en Richard Krajicek Playgrounds. Kinderen blijken liever te spelen op informele plaatsen als stoepen, straten, en grasvelden. Informele beweeg- en sportmogelijkheden waaronder parken en (groene) openbare ruimte lijken een belangrijkere rol te spelen dan formele sportvoorzieningen (Gezondheidsraad, 2010).

Groene openbare ruimte

Groen in de wijk draagt bij aan gezondheid, leefbaarheid en de verbinding van stad en land. Groen biedt ruimte voor ontspanning en verlaagt stress. Slim ingerichte, groene wijken zorgen ervoor dat bewoners meer bewegen. Vooral kinderen spelen vaker buiten als er groen in de omgeving is, dat kan zorgen voor 15% minder overgewicht en is goed voor de sociale ontwikkeling (Brosens en Woestenburg, 2008). Het kijken naar of beleven van groen levert herstel van stress en beperking van aandachtsmoeheid op. Stemming, concentratievermogen en fysiologische stress worden hierdoor positief beïnvloed. Groene voorzieningen en kleinschalig groen vergemakkelijken sociale contacten. Sociale contacten gaan vereenzaming van ouderen tegen en sociale contacten tussen bewoners leiden tot sociale controle, aanspreken op asociaal gedrag en gezamenlijk oplossen van problemen (Bakker e.a., 2010).

Beweegvriendelijke leefomgeving

Een beweegvriendelijke leefomgeving is onderdeel van een gezonde leefomgeving. Daaronder verstaat het Ministerie van VROM: 'Een gezonde wijk is een wijk waar mensen gemakkelijk lopend en fietsend naar hun werk, school, winkels en sport kunnen.' De directe woonomgeving moet uitnodigen tot sport en bewegen. Aanbevelingen en normen voor het creëren van een beweegvriendelijke omgeving, gericht op sportief bewegen, zijn: betrokkenheid doelgroep en omwonenden, toegankelijkheid (dichtbij en gedurende hele dag), bereikbaarheid, aantrekkelijkheid, differentiatiemogelijkheid (leeftijdsgroepen), betrekken natuurlijke elementen, goed werkende verlichting, aandacht voor het onderhouden en schoonhouden, organiseren van activiteiten en ontwikkelen van voorzieningen met actieve ontmoetingsfuncties (Engbers e.a., 2010).

Voor wandelen blijken toegankelijkheid, grondgebruik en veiligheid belangrijke indicatoren te zijn. In groepsverband wandelen in een groene omgeving motiveert mensen extra om te blijven deelnemen. Stimuleren van binnensporten blijkt op de lange termijn het minst succesvol. Bij deelnemers aan programma's die vrijwillig en matig intensief bewegen in de buitenomgeving dichtbij huis blijkt daarentegen ook op de lange termijn de uitval gering te zijn. Onder joggers blijkt dat joggen in een groene, prikkelende omgeving afleidt van lichamelijke signalen van inspanning en vermoeidheid, waardoor mensen in staat zijn joggen langer vol te houden (Duijvestijn e.a., 2010).

Bij het creëren van een beweegvriendelijke omgeving moet rekening worden gehouden met de toenemende welvaart en de huidige Westerse economie, de beleveniseconomie. De ervaringwereld kan opgedeeld worden in drie niveaus: de fysieke wereld, de informatiewereld en de wereld van de emoties. De beleveniseconomie heeft betrekking op de wereld van emoties en het gaat hierbij om vertrouwen, aandacht en verbeelding. Het product of de dienst staat niet centraal, maar het gaat om een met het product of met de dienst geassocieerde beleving. Belevissen zijn gedenkwaardig en vormen een bestaand maar tot dusver onderbelicht apart economisch product. Na commodities (natuurlijke materialen), goederen (tastbare materiële producten) en diensten (niet tastbare immateriële activiteiten) zijn de belevissen een vierde economisch aanbod. Fabrikanten moeten de producten belevenswaarde meegeven. Een belevenis bestaat uit vier domeinen: amusement, leren, ontspanning aan de werkelijkheid en esthetiek. Het zijn op elkaar aansluitende domeinen die vaak ineenvloeiën tot unieke persoonlijke ervaringen. Binnen een beweegvriendelijke omgeving is het aan te raden om aandacht te besteden aan deze vier domeinen, zodat er boeiende belevissen en dus ervaringen tot stand worden gebracht (Pine en Gilmore, 2005).

Ondanks het gebrek aan onderzoek worden er meerdere pogingen ondernomen om de sport terug in de wijk te krijgen en outdoor fitness is de meest recente poging. Een succesvolle terugkeer van sport in de openbare ruimte stelt eisen aan de wijze waarop aanbod wordt vormgegeven. Het gaat om het totaalconcept, daarbij kan er gekeken worden naar drie aspecten met betrekking tot de omgeving van de voorziening: orgware (institutionele omgeving), hardware (fysieke omgeving) en software (sociale omgeving). De orgware heeft betrekking op de financiering, de eigenaar en de eindverantwoordelijke van de voorziening. De eigenaar draagt de verantwoordelijkheid over de aanleg, het beheer, het onderhoud en de programmering. De hardware betreft de fysieke toestand. Het gaat hier om de plek (locatie en situering), de voorziening zelf en alles wat daarbij komt kijken. De software gaat in op de programmering, het aanbod en de begeleiding (Breedveld e.a., 2010).

De inrichting van de omgeving kan de mate van lichamelijke activiteit bevorderen, een aantrekkelijke omgeving kan leiden tot een positieve houding ten aanzien van bewegen. De omgeving staat dus in nauw contact met de persoon. Persoonsfactoren betreffen achtergrondvariabelen op persoonsniveau: demografische kenmerken en persoonlijkheidsfactoren. De persoonsfactoren en de omgeving hangen sterk met elkaar samen (Gezondheidsraad, 2010). De motieven om te bewegen spelen vervolgens ook een belangrijke rol. Als het gaat om de verklaringen van keuzes en beweegredenen voor gedrag zijn er twee grondmotieven te onderscheiden. Grondmotieven liggen ten grondslag aan bijna alles wat mensen in hun leven wensen en doen. Het z-motief (zelf) zorgt ervoor dat de persoon gericht is op zelfbevestiging, zelfexpansie en zelfhandhaving. Bij dit motief staat het profileren als persoon centraal. Dit motief is van toepassing als men in het leven zichzelf en bepaalde doelen en ambities wil realiseren. Het hangt sterk samen met presteren, realiseren en excelleren. Het a-motief (ander) heeft betrekking op het streven naar eenheid en verbondenheid met de ander, anderen of met iets anders. Dit motief heeft betrekking op delen, om iets voor anderen te doen en te betekenen, om deel uit te maken van een groep en het ervaren van gemeenschappelijkheid. Bewegen kan vanuit één van deze motieven of een combinatie tot stand komen (Hermans en Hermans-Jansen, 1999).

De principes van Spiral Dynamics zijn een andere manier om individueel menselijk gedrag te begrijpen en te verklaren. Spiral Dynamics heeft betrekking op de drijvende krachten of drijfveren in de ontwikkeling van mensen, bedrijven en samenlevingen. Alle ontwikkelingen worden gekleurd door waardensystemen. Elk waardesysteem bevat gedachten, motieven en instructies die bepalen hoe mensen beslissingen nemen en prioriteiten stellen in het leven. Deze bepalen de vorm van de basisvoorkeuren in het leven, die weer resulteren in besluiten en gedragingen die voor anderen zichtbaar zijn. De waardesystemen hebben vijf eigenschappen: beïnvloeden menselijk gedrag, hebben invloed op alle keuzes in het leven, brengen zowel gezonde (ten goede) als ongezonde eigenschappen (ten kwade) tot uiting, zijn denkstructuren en kunnen veranderen, helderder worden of vervagen. Er zijn acht waardesystemen/ kleuren te onderscheiden waar specifieke basisdrijfveren bijhoren: beige (overleving), paars (vertrouwdheid, veiligheid en geborgenheid), rood (macht), blauw (orde en zekerheid), oranje (voortgang en succes), groen (onderlinge harmonie en gemeenschap), geel (synergie) en turkoois (holisme). Geen mens heeft slechts één drijfveer (Beck en Cowan, 2004). De waardesystemen bepalen dus hoe een individu over bewegen denkt en dit bepaalt weer welke beslissingen er worden genomen om daadwerkelijk in beweging te komen.

Outdoor fitness is een combinatie van ongeorganiseerd sporten, een lichte sportgemeenschap in de publieke ruimte en een vorm van een informele sportgroep. Het is een nieuwe sportvorm die aansluit bij een aantal maatschappelijk ontwikkelingen en dus een kans om de openbare ruimte sportiever in te richten en meer mensen aan het bewegen te krijgen. Er bestaat een verband tussen de omgeving, de inrichting van de omgeving en het gebruik van een dergelijke voorziening. De condities van de omgeving moeten aansluiten bij de wensen, behoeften en motieven van de gebruikers. De interviews met de leveranciers, de interviews met de ambtenaren en/of betrokkenen van de gemeenten en de case-studies moeten meer inzicht geven in het fenomeen outdoor fitness in Nederland, de meerwaarde en de condities en de gebruikers die van invloed zijn op het succes van outdoor fitness in Nederland.

3. Leveranciers en gemeenten aan het woord

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de interviews met vijf leveranciers van outdoor fitnessapparaten en drie ambtenaren en/of betrokkenen van gemeenten weergegeven. Outdoor fitness is begonnen bij de leveranciers, dit zijn de partijen die het concept in Nederland hebben geïntroduceerd. De leveranciers kunnen veel vertellen over de oorsprong en de eerste ervaringen met de gerealiseerde locaties in Nederland. Wat is outdoor fitness voor concept? Wat is de meerwaarde binnen de bestaande sportinfrastructuur? En onder welke condities en voor wie is outdoor fitness in Nederland van toegevoegde waarde? De klanten, en dit zijn vooral gemeenten, kunnen informatie verstrekken over de totstandkoming, organisatie van activiteiten en het gebruik. Hoe, waarom en waarom op deze plek outdoor fitness? Worden er activiteiten georganiseerd? En wie maken er hoe gebruik van de locatie? Met behulp van diepte-interviews is het fenomeen outdoor fitness in Nederland getracht te achterhalen. Een korte omschrijving van de geïnterviewde leveranciers is te vinden in bijlage twee en van de geïnterviewde gemeenten in bijlage vier.

§3.1 Oorsprong

Outdoor fitness is ongeveer vijf tot zes jaar geleden geïntroduceerd in Nederland. Het concept is veelal afkomstig uit het buitenland: Noord-Europa (Denemarken, Noorwegen, Engeland), Zuid-Europa (Spanje, Turkije) en Azië (China, Japan, Vietnam). Het concept is in deze landen ontdekt en passend bij de competenties van de leveranciers met een culturele omslag naar Nederland vertaald en/of gehaald. Slechts één leverancier is op het idee gekomen op basis van eigen ervaringen. De mogelijkheden om buiten met cliënten te sporten waren beperkt en van de oude trimbanen was niet veel meer over. Er was behoefte aan een nieuwe sportmogelijkheid buiten in de openbare ruimte.

“In de Zuid-Europese landen is het veel gewoner om tussen de middag of na het werk af te spreken om samen actief te zijn in de buitenruimte.”

“In Azië zagen we al die oudere mensen bezig met tai chi in het park en allerlei oefeningen werden gewoon in de openbare ruimte gedaan.”

De invoering van outdoor fitness in Nederland is niet gebaseerd op onderzoek. De leveranciers hebben het concept ingevoerd op basis van een positieve indruk uit het buitenland en een aantal actuele ontwikkelingen in Nederland die outdoor fitness kansrijk konden maken. Het gaat hier om: vergrijzing, aandacht vanuit de overheid voor een gezonde en actieve leefstijl, populariteit van fitness en het aantal fitnessbeoefenaren in Nederland en de opkomst van sporten buiten en sporten in ongeorganiseerd verband. Daarnaast adviseert de Wereld Gezondheid Organisatie volwassenen om tenminste twee keer per week, acht tot tien spierversterkende oefeningen uit te voeren (met acht tot tien herhalingen per oefening). Krachttraining kan bijdragen aan een gezonde leefstijl en bescherming bieden tegen kanker, diabetes, hart- en vaatziekten, botontkalking en spierzwakte.

“Introductie van outdoor fitness is niet ontstaan vanuit de commerciële fitnesshoek, maar vanuit de fysiotherapiehoek in het kader van de toenemende vergrijzing.”

“Outdoor fitness is interessant voor een grote groep inactieve mensen en sluit goed aan bij de aandacht die er vanuit de overheid is voor een gezonde en actieve leefstijl.”

De gemeenten zijn ongeveer twee tot drie jaar geleden in contact gekomen met het concept outdoor fitness op basis van positieve ervaringen en geluiden uit het buitenland. Daarnaast waren een aantal andere gemeenten in Nederland al bekend met het concept en deze pioniers hadden ook al een vorm van outdoor fitness gerealiseerd. De drie gemeenten hebben het sportconcept in Nederland uitvoerig bekeken en vertaald naar de lokale praktijksituatie. Outdoor fitness bleek als nieuwe en laagdrempelige sportvorm geschikt om sporten en bewegen in de openbare ruimte voor een grote

doelgroep mogelijk te maken en te bevorderen. Daarnaast is het concept voor een aantal gemeenten een middel om een grote groep inactieven in Nederland in het kader van een gezonde en actieve leefstijl aan het bewegen te krijgen en te houden.

Er zijn in Nederland veertien leveranciers die zich op de markt van outdoor fitness begeven. De geïnterviewde leveranciers hebben op dit moment in totaal dertig outdoor fitnesslocaties in Nederland gerealiseerd. Dit zijn locaties bestaande uit een complete lijn van outdoor fitness, waarbij meerdere apparaten bij elkaar zijn geplaatst en losse, verdwaalde apparaten niet worden meegerekend. Als deze aantallen vertaald worden naar de andere leveranciers in Nederland, dan zou het betekenen dat er in Nederland momenteel ongeveer veertig tot vijftig complete locaties zijn geïmplementeerd. De locaties uit de interviews zijn vooral in het oosten en westen van Nederland te vinden, het noorden en het zuiden zijn nog minder actief met de invoering van het concept. In de volgende steden zijn onder andere locaties ingevoerd: Amsterdam, Boxtel, Deventer, Den Haag, Den Bosch, Doetinchem, Gendringen, Leek, Nijmegen, Raalte, Rijswijk, Rotterdam en Zoetermeer.

§3.2 Orgware

De huidige klantgroep bestaat uit meerdere partijen, waar gemeenten de primaire en grootste groep van uitmaken. Beleidsmatig gezien is dit de afdeling sport en/of welzijn van de gemeente. Bij de realisatie wordt de afdeling beheer, groen en ruimtelijke ordening van de gemeente betrokken. Andere klanten zijn onderwijs, sportverenigingen, recreatieparken en zorginstellingen. Dit zijn de huidige klanten en tevens de partijen die de locaties financieren. Naast de financiering is deze groep ook eigenaar en eindverantwoordelijke van de locatie. Dit betekent verantwoordelijk voor de aanleg, de inrichting, het beheer en het onderhoud van de locatie. Het beheer en onderhoud kan echter ook uitbesteed worden aan partijen met expertise op dit gebied.

“Nu ligt de focus op gemeenten en het faciliteren, we verwachten dat het gemeengoed gaat worden en dat de vraag vanuit de markt gaat komen.”

De leveranciers verwachten in de toekomst ook vanuit andere terreinen klanten te genereren. De primaire focus lag tot op heden op de gemeenten en zal zich verspreiden naar andere klanten. Er blijkt interesse uit de recreatieve sector (ondernemers), welzijnsinstellingen, (brede) scholen, fysiotherapeuten, bedrijventerreinen, fitnesscentra, woningcoöperaties, cruiseschepen, gevangenissen en hotelketens. Een nieuwe vorm van financieren bestaande uit (gedeeltelijke) sponsoring door onder andere zorgverzekeraars zal meer zijn intrede doen. Standing Strong wil naar een co-financieringssysteem toe waarbij gemeenten 50% financieren en 50% wordt gefinancierd door de gemeenschap (fundraising). Er komt dan een stichting en die wordt eigenaar van de locatie.

De kosten van de outdoor fitnessapparaten variëren tussen de € 1.400,- en € 4.700,- per apparaat. Standing Strong hanteert als enige leverancier een andere prijs, deze apparaten variëren tussen de € 1.400,- en € 13.250,- per apparaat. De aanschaf van een totale lijn van outdoor fitnessapparatuur varieert bij de leveranciers tussen de € 25.000,- en € 35.000,-. Bij Standing Strong is dit bedrag tussen de € 27.000,- (brons) en € 92.000,- (platina). OutdoorGYM heeft sinds kort een budgetlijn geïntroduceerd om ook het lagere segment van de markt te kunnen bedienen.

“Uiteindelijk willen we de eindgebruiker als klant maken, vanuit het idee dat het concept daardoor nog meer succesvol kan worden.”

“Wij willen naar een ander systeem toe, waarbij de gemeenschap gaat meefinancieren en er een stichting wordt opgericht én die stichting wordt de eigenaar van de locatie.”

§3.3 Hardware

Apparaten

Een outdoor fitnesslocatie bestaat uit een aantal apparaten. Deze apparaten zijn gemaakt van , sterke, robuuste en duurzame materialen als staal (thermisch verzinkt), roestvrij staal en aluminium geschikt voor intensief gebruik in openbare ruimtes. Een oersterke poedercoating maakt de apparaten vandalismeproef, anti-roest en bestand tegen wisselende weeromstandigheden. Het zijn geen indoorfitnessapparaten die weerbestendig en hufterproof zijn gemaakt voor buiten, maar de apparaten zijn gemaakt op basis van specifieke ontwerpcriteria die het trainen in de buitenlucht met zich meebrengt. De apparaten voldoen aan de TUV-normen, zoals constructie en veiligheid, speciaal ontwikkeld voor het testen van outdoor fitnessapparatuur in de openbare ruimte. De apparaten kunnen afzonderlijk of als lijn worden afgenomen. De leveranciers stimuleren en adviseren de klant wel om een totale lijn af te nemen, maar dit is niet verplicht. De leverancier Standing Strong is hier een uitzondering op en verkoopt geen losse apparaten. De minimale afname is acht apparaten.

“Wij leveren apparaten vanuit een staande houding die toegevoegde waarde moeten leveren aan de buitenruimte, waar je echt op kunt trainen, hufterproof en op weerstand in te stellen.”

Er zijn verschillende apparaten gericht op de vijf grondmotorische eigenschappen: lenigheid, coördinatie, snelheid, kracht en uithoudingsvermogen. Een complete lijn van outdoor fitnessapparatuur varieert tussen de elf en achttien apparaten. Elk apparaat kan apart worden gebruikt voor een specifieke training. De volledige lijn creëert een parcours voor een complete workout in de buitenlucht. Bij het gebruik van de apparaten wordt niet gewerkt met losse gewichten, maar met het eigen lichaamsgewicht als contragewicht. De intensiteit van de oefening wordt volledig bepaald door het lichaamsgewicht van de gebruiker. Standing Strong hanteert als enige een ander principe. Standing Strong heeft vijf apparaten met een hydraulische krachtcel op basis van een dubbelwerkende cilinder, waarbij de weerstand traploos wordt ingesteld door middel van een drukgestuurd ventiel voor het verkrijgen van een snelheidsonafhankelijke last. De te leveren weerstand is per apparaat in te stellen door de flowregelaars in de ventielblokken te voorzien van zwaardere dan wel lichtere veerelementen. De weerstand is in vergelijking tot de andere apparaten te variëren. De andere elf apparaten zijn niet in weerstand verstelbaar. De apparaten van Standing Strong bestaan niet uit zitjes, alle oefeningen worden vanuit een staande positie uitgevoerd. Dit heeft een praktisch (viezigheid, nattigheid) en functioneel voordeel (dagelijkse functionaliteit).

“Als de omgeving niet de drager is van het gebruik en de behoeften vervult van de gebruiker, dan slaat het concept niet aan. De inrichting moet combineren met de gebruikersbehoeften.”

Locatie en inrichting

De locatie en de inrichting van de omgeving zijn bepalend voor het gebruik van de apparaten. De locatie moet uitnodigen tot bezoek, ontmoeten en gebruik. De apparatuur kan het beste op een centrale, open plek met groene elementen in de wijk geplaatst worden. Bij voorkeur in combinatie met andere sport- en spelvoorzieningen, zodat er intergenerationele ontmoetingsplekken ontstaan die minder doelgroepafhankelijk zijn. Dit zijn multifunctionele plekken waar alle generaties terecht kunnen voor sport en bewegen. Dit sluit aan bij de focus op de levensloopbestendige inrichting van wijken. OutdoorGYM heeft in dit kader samen met een paar andere partijen sinds drie maanden het totaalconcept ‘beweegtuint’ gelanceerd: een plek in de wijk waar bewoners in een veilige omgeving kunnen spelen, bewegen en sporten. Het resultaat is een totaalvoorziening die een positieve weerslag heeft op de leefbaarheid van de wijk en de omgeving.

“Het idee is om steeds meer multifunctionele pleinen te maken waar voor iedereen wat is, één plek waar voor iedereen wat wordt aangeboden.”

Multifunctioneel gebruik zorgt er voor dat er altijd 'beweging' is, levendigheid, mogelijkheid tot ontmoeten en sociale controle. Vrij toegankelijk (zonder hekwerk) en 24 uur per dag te gebruiken, voorzien van verlichting. Extra voorzieningen als vuilnisbakken, bankjes en watervoorzieningen dragen bij aan het gebruiksgemak en versterken het element 'ontmoeten'. Een eventueel (af)dak kan de gebruikers beschermen tegen regen of UV-straling. Het klimaat en de weersomstandigheden vormen geen belemmerende factor. Sneeuw en ijzel maken het gebruik lastig, maar regen (aantal regendagen in Nederland is beperkt) vormt totaal geen belemmering. Een valdempende en verharde ondergrond (bij voorkeur kunstgras) met een goede afwatering bevordert de gebruiksvriendelijkheid en tevens de veiligheid. Een verharde ondergrond zorgt ervoor dat rolstoelgebruikers ook gebruik kunnen maken van de voorziening. Een schone plek nodigt meer uit tot ontmoeten en gebruik, onderhoud en het schoonhouden van de voorziening vraagt dus extra aandacht.

§3.4 Software

Naast de locatie en de inrichting speelt ook de zachte omgeving een belangrijke rol. Draagvlak creëren, voorlichting geven, stimuleren en begeleiden zijn vaak onderbelicht, maar essentieel voor het gebruik van outdoor fitness. Het betrekken van de gebruikers en omwonenden in een vroeg stadium bevordert de draagvlak en het succes van outdoor fitness.

“De apparaten kunnen in de wijk verschillende, zinvolle functies vervullen afhankelijk van de plek en de acceptatiegraad in de wijk.”

Uitleg over het gebruik, de organisatie van begeleidingsuren en training en de mogelijkheid tot 'ontmoeten' zijn van toegevoegde waarde en dragen bij aan het gebruik. Alle apparaten zijn voorzien van een bordje met uitleg en instructie over de werking ervan. OutdoorGYM heeft daarnaast een centraal bord waar verschillende routes (beginners tot gevorderden) worden weergegeven. Een andere ondersteuningsvorm is de Audionetic van Nijha. Dit is een interactieve zuil die geactiveerd wordt door te trappen op het pedaal. De zuil geeft vervolgens audio-opdrachten in de vorm van oefeningen op de apparaten. Op deze manier kan de gebruiker tijdens de oefeningen worden ondersteund door een interactieve begeleider. Als er niet meer op het pedaal getrapt wordt, stopt het afspelen. Standing Strong geeft invulling aan de software in de vorm van een community. Door de globalisering treffen gelijkgestemden elkaar niet langer meer op straat, maar steeds vaker via personal webpages. Standing Strong speelt in op deze trend door haar online modules. Hier kunnen de gebruikers voor diensten terecht en ontmoeten ze gelijkgestemden. Het is een online platform, waar de gebruiker op een eenvoudige manier aan de gezondheid kan werken. Andere leveranciers zijn ook bezig met de toegankelijkheid via internet waar gebruikers oefeningen kunnen downloaden.

Het organiseren van begeleidingsuren of training is waardevol voor gebruikers om uitleg te krijgen over het gebruik en om het sociale aspect te benadrukken. OutdoorGYM legt in dit kader de aandacht op duo-fit, organiseren van activiteiten die een ouder samen met het kind kan doen. Ouder en kind kunnen samen spelen en sporten en de ouder kan het kind helpen. Begeleiding en inbedding in bestaande structuren kan de drempel verlagen en zorgen voor succes op de lange termijn. Bij de uitvoering kunnen sportraden, sportorganisaties, welzijnswerk, begeleiders van zorginstellingen, stagiaires van sportopleidingen en personal trainers een rol spelen. Bij Standing Strong is training een vast en verplicht onderdeel van het totaalconcept. Standing Strong wil dit uitbouwen naar een buitenfitnessclub waar gebruikers training(en) kunnen inkopen.

“Het is de bedoeling dat bij elke nieuwe outdoor fitnesslocatie een buitenfitnessclub wordt opgericht. Daar kun je lid van worden en je koopt dan als ware trainingen in.”

§3.5 Beoogde gebruikers

De leveranciers richten zich op verschillende doelgroepen. Het overgrote deel van de leveranciers richt zich op de groep vanaf twaalf of zestien jaar en de senioren (65-plussers). Deze laatste groep krijgt veel aandacht door de toenemende vergrijzing. De jeugd kan op een recreatieve en speelse manier ook gebruik maken van de apparaten, maar daar is het in essentie niet voor bedoeld. Het kan geen kwaad voor deze groep, maar gezien de eenzijdigheid en gebrek aan uitdaging wordt het niet gestimuleerd. OutdoorGYM richt zich als enige leverancier, naast de volwassenen, op de jeugd van zeven tot twaalf jaar. De jeugd is toe aan een nieuwe manier om te spelen en bewegen. Standing Strong legt de focus specifiek op de volwassenen van dertig jaar en ouder (ouders met jonge kinderen). De apparaten worden door zowel mannen als vrouwen, autochtonen en allochtonen, gebruikt. De vrouwen maken alleen eerder gebruik van de apparaten dan de mannen. Een groot deel van de apparaten is ook te gebruiken door de groep die in een rolstoel zit. De early adopters van outdoor fitness zijn de hardlopers. Deze groep is al bekend en gewend aan sporten in de openbare ruimte. Outdoor fitness kan voor deze groep gecombineerd en afgewisseld worden met hardlopen.

“Wij streven er naar om met name kinderen op deze manier aan het bewegen te krijgen. De wip-kip zijn ze inmiddels wel op uitgekeken en het nieuwe met hippe kleuren spreekt toch aan.”

De aandacht van de leveranciers gaat uit naar de groep inactieve mensen, de groep die niet of nauwelijks beweegt. Dit sluit aan bij de toenemende aandacht van de overheid voor een gezonde en actieve leefstijl. Het gaat tevens om een groep die het lidmaatschap als een drempel ervaart (fysiek en financieel) en op zoek is naar een ander, laagdrempelig en ongebonden sportalternatief. De motieven van de gebruikers zijn volgens de leveranciers in willekeurige volgorde: meer bewegen/ fysiek actief zijn (aanvulling op andere sport), effecttraining (algemene conditie/ fitheid verbeteren), gemak/ laagdrempeligheid, recreatieve karakter, vrijheid van in- en uitstappen/ vrijblijvendheid, kosteloos, revalideren, combinatie andere sport (warming-up/ cooling-down) en het sociale karakter. Dit is het verhaal van de leveranciers aangaande de doelgroep en de motieven. De leveranciers hebben echter geen inzicht in de daadwerkelijke gebruikers, het gebruik en de motieven.

§3.6 Toekomstverwachtingen

De leveranciers verwachten dat de samenleving in Nederland over tien tot vijftien jaar de schaamte voorbij is om in het openbaar lichamelijk actief te zijn en bewegen en sporten in de openbare ruimte is dan op alle manieren een gewoonte (mindset). Outdoor fitness is ingebed in het beweegbeleid en onderdeel van een krachtige beweeginfrastructuur waar creatieve vormen van bewegen, ontmoeten en beleven centraal staan en samenkomen. Alle pleinen zijn opgeruimd en vervangen door kwalitatief verbeterde multifunctionele en intergenerationele ontmoetingsplekken waar iedereen kan samenkomen en bewegen, gedragen door online en interactieve platformen.

Locatie, inrichting en programmering van outdoor fitness zijn bepalend voor het gebruik en dus het succes van outdoor fitness in Nederland.

De ambtenaren en/of betrokkenen van de gemeenten zien de toekomst van outdoor fitness positief. De cultuur van sporten en bewegen in de openbare ruimte zal zich verder verspreiden en dit zorgt

Situering, apparaten, programmering en onderhoud van outdoor fitness zijn bepalend voor het gebruik en dus het succes van outdoor fitness in Nederland.

voor een toename van het aantal locaties in Nederland. De nieuwe vorm kan een variatie creëren naast andere voorzieningen en van toegevoegde waarde zijn met betrekking tot het bevorderen van een actieve en gezonde leefstijl. Outdoor fitness moet daarbij niet alleen benaderd worden vanuit de hardware, maar het totaalconcept moet de aandacht krijgen. Bij de (her)inrichting van (nieuwe)wijken kan het concept een onderdeel vormen van een nieuwe en complete beweeginfrastructuur voor iedereen waar het draait om ontmoeten, bewegen en beleven.

4. Drie outdoor fitnesslocaties in beeld

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het bezoek en de observatie van drie outdoor fitnesslocaties in Nederland weergegeven. Omwonenden en gebruikers kunnen veel vertellen over de outdoor fitnesslocatie en het gebruik. Hoe wordt de outdoor fitnesslocatie beoordeeld? En wie maken er hoe gebruik van de locatie? Met behulp van interviews zijn deze elementen van de locaties getracht te achterhalen. Aan de hand van semigestructureerde vragenlijsten hebben de omwonenden en gebruikers de kans gekregen wat te vertellen over de locatie en het gebruik.

§4.1 Fitplaats Den Haag

§4.1.1 Oorsprong

De fitplaats in Den Haag is in mei 2010 gerealiseerd op basis van de nota 'Oud en wijs genoeg' waar voor een Haagse beweegvoorziening voor ouderen werd gepleit. Er is een werkgroep in het leven geroepen bestaande uit: bestuursdienst Escamp (beheer en onderhoud), beleidsmedewerkers sport en ouderenbeleid, ingenieursbureau van de gemeente en consultant sport en bewegen voor ouderen. In een half jaar heeft deze groep de fitplaats gerealiseerd. Op dit moment zijn er drie fitplaatsen in Den Haag gerealiseerd waar ouderen in de buitenlucht gratis kunnen sporten en bewegen. Om sociale economische gezondheidsverschillen te verkleinen is het van belang dat ook minder draagkrachtigen kunnen bewegen. Door aan de fysieke voorziening een sportief aanbod te koppelen worden ouderen over de streep getrokken en gestimuleerd. Daarbij komt dat het samen bewegen ouderen uit een sociaal isolement kan halen. Den Haag wil door het aanbieden en faciliteren van sportvoorzieningen de inactiviteit onder de Haagse burger, in het bijzonder senioren, terugbrengen.

“De realisatie van Haagse beweegvoorzieningen voor ouderen in de buitenlucht biedt de mogelijkheid om de ontstane sociaal-economische gezondheidsverschillen te verkleinen.”

§4.1.2 Hardware

De fitplaats in Den Haag is gesitueerd in het Zuiderpark. Het Zuiderpark is een groot stadspark dat een centrale plaats heeft voor de bewoners van de omliggende wijken (lage SES). Het park wordt druk bezocht. In het park is een ringweg aangelegd waar veel mensen hun dagelijkse rondjes hardlopen, wandelen en fietsen. Aan deze ringweg en tussen twee ingangen is de fitplaats gesitueerd. De fitplaats is toegankelijk, heeft een open karakter en nodigt zodoende uit om naar toe te gaan. De locatie is gefinancierd door de gemeente, Fonds 1818 en woningcoöperatie Vestia. De gemeente Den Haag is eigenaar van de plek en verantwoordelijk voor het beheer en het onderhoud (stadsbeheer Escamp). De fitplaats bestaat uit elf apparaten gericht op kracht, cardio, balans en flexibiliteit. Op termijn worden daar een paar apparaten (beenoefeningen) aan toegevoegd. De apparaten hebben allemaal een eigen kleuraanduiding (oranje, groen, bruin en blauw) die de functionaliteit van het apparaat aangeeft. De keuze van de apparaten is door de werkgroep gemaakt en de consultant sport en bewegen heeft hierbij een adviserende rol vervuld. Het aantal apparaten is bepaald op basis van de beschikbare financiën en ruimte. De apparaten liggen op een stevige ondergrond met daaroverheen een kunstgrasmat. Voor het betreden van de locatie moet de gebruiker over een grasveld die vaak nat en drassig is. Er is geen verlichting aangebracht, aangezien dit het beleid is voor het park. De locatie is schoon en de apparaten zijn van goede kwaliteit. Desondanks heeft de locatie te maken met vandalisme. Een aantal apparaten wordt voortdurend gesloopt en dit heeft consequenties voor het gebruik. Zonder deze apparaten kan de gebruiker geen volwaardige training doen. De gemeente blijft de apparaten vervangen en gaat een bewegingsmelder installeren met de hoop dat het vandalisme daarmee stopt.

“Wij hebben bewust gekozen voor een openbaar park. De fitplaats moet goed toegankelijk en zichtbaar zijn, een open karakter hebben en zodoende uitnodigen om naar toe te gaan.”

De fitplaats in Den Haag is vanaf de doorgaande weg te zien. Via een bruggetje, de in het Zuiderpark gelegen ringweg en een grasstrook wordt de fitplaats bereikt. De fitplaats is omgeven door een grasveld en er ligt een basketbalveldje op korte afstand. De outdoor fitnessapparaten zijn geplaatst in een rondje (rechthoek) waarbij het middenterrein bestaande uit kunstgras is vrijgelaten als meeting-point waar gebruikers kunnen wachten, uitrusten en kletsen. Daarnaast is het middenterrein geschikt om losse oefeningen te doen. De locatie wordt omgeven door houten balken en ijzeren stangen waar gebruikers of andere belangstellenden kunnen zitten. De fitplaats bestaat uit elf verschillende apparaten die in een volgorde staan waardoor er geen overbelasting kan optreden. Het maakt hierbij niet uit aan welke kant er wordt gestart.



Foto: Fitplaats Zuiderpark Den Haag

De apparaten zijn aangevuld met een aantal losse elementen, waaronder een bankje voor buikspieroefeningen en drie betonnen blokken geschikt voor losse oefeningen. De volgende apparaten zijn aanwezig: bench (zwart), pull-up (oranje), twister (bruin), chest (oranje), back (oranje), cross (groen), airwalker (groen), situp (oranje), spinger (zwart), stepper (groen), stretch (zwart) en bar (geel). De kleuraanduiding op de apparaten geeft de functionaliteit aan, dit varieert van cardio (groen), kracht (oranje), coördinatie (bruin) en flexibiliteit (zwart). Op het moment van bezoek zijn er twee populaire apparaten kapot. Op de locatie zijn twee prullenbakken aanwezig. De locatie is schoon en ziet er goed onderhouden uit.



Foto: Instructieplaatje en kleuraanduiding apparaat

§4.1.3 Software

De ingebruikneming van de fitplaats in Den Haag is gepaard gegaan met een gezondheidscheck. Iedere vijftigplusser kon gratis deelnemen aan deze check. Na de check kon men kennis maken met de outdoor fitnesslocatie. Bij ieder apparaat stond een instructeur die de gebruiker uitleg gaf over het apparaat en aanwijzingen gaf over de uit te voeren oefeningen. Op die dag kon men zich gratis inschrijven voor een cursus van vier weken, bestaande uit één uur per week onder begeleiding sporten en bewegen. Hiervoor hebben zich in totaal 65 mensen aangemeld. In totaal zijn er in juni en juli 2010 vier cursussen op verschillende dagdelen georganiseerd. Daarnaast was er gedurende de maand september iedere dag drie uur een instructeur aanwezig die de bezoekers op de fitplaats advies, tips, correcties en differentiatiemogelijkheden gaf ten aanzien van de apparaten. De afdeling SportSupport van de gemeente coördineert de cursussen en verzorgt de begeleiding op de fitplaats. In het voorjaar wordt er opnieuw gestart met begeleiding op de locatie. Verder komt er in samenwerking met Nijha in het voorjaar een instructieboekje in zakformaat uit (doelgroepbreed) met opbouwschema's die de gebruikers ondersteunen om nog beter gebruik te kunnen maken van de locatie. De gemeente wil op deze manier met enige regelmaat en niet structureel een aanbod realiseren om de mensen bekend te maken met de fitplaats en het gebruik ervan.

“De doelgroep inactieven hebben sociale controle nodig en moeten onder leiding van iemand kunnen trainen, anders komen ze niet.”

Er staan twee informatieborden rondom de fitplaats waarop de apparaten en het gebruik worden toegelicht. Elk apparaat is ook nog voorzien van een plaatje. Het plaatje geeft nog een keer kort weer op welke manier de oefening uitgevoerd dient te worden. Dit is enkel en alleen visueel. Daarnaast is er een Audionetic aanwezig. Dit is een interactieve zuil die geactiveerd wordt door te trappen op het pedaal. De zuil geeft vervolgens audio-opdrachten in de vorm van oefeningen.



Foto: Informatiebord



Foto: Audionetic

§4.1.4 Gebruikers

Den Haag heeft in september 2010 onderzoek gedaan naar het gebruik van de fitplaats. Een stagiair van de Haagse Hogeschool Technology, Management en Design heeft dit onderzoek uitgevoerd. Uit dit onderzoek blijkt dat de fitplaats wordt gebruikt in combinatie met andere activiteiten in het Zuiderpark, zoals hardlopen of wandelen (veelzijdiger trainen). Daarnaast blijkt het sporten in de buitenlucht ook een belangrijke reden om gebruik te maken van de plaats. De buitenlucht geeft meer frisse lucht en energie om te blijven sporten. Tot slot is het feit dat de fitplaats gratis is en goedkoper is dan een sportschool een belangrijke reden. Het gebruik vindt grotendeels plaats in groepsverband met familie, vrienden of collegae (52,4%). Het samen sporten wordt gedaan om de sociale band te versterken. Het sporten in groepsverband motiveert mensen ook om de fitplaats regelmatig te blijven bezoeken. De fitplaats wordt door alle leeftijden bezocht en niet alleen door volwassenen en senioren (doelgroep gemeente). In de ochtenduren zijn er meer senioren aanwezig dan jongeren, in de middag blijkt het tegenovergestelde. 24% van de bezoekers is tussen de 41 en 55 jaar. Er zijn in het algemeen meer mannen (74%) dan vrouwen (26%) die de fitplaats bezoeken. Het grootste deel (76%) van het totale aantal bezoekers is van niet-westerse afkomst. Kinderen tot twaalf jaar maken het kleinste deel (16%) uit van de bezoekers. In de ochtend bezoeken minder mensen de fitplaats dan in de middag, namelijk zeven mensen per uur in de ochtend en tien mensen per uur in de middag. De gebruikers zijn tevreden over de locatie en de ligging van de fitplaats. Een plaats op een mooie locatie, zoals in een park, draagt bij aan de beleving en het gebruik van de fitplaats. Er zijn ook een paar factoren voor verbetering vatbaar. De gebruikers hebben overlast van het water rondom de fitplaats, vandalisme en jeugd. Na regen loopt het gebied dat het voetpad en de fitplaats met elkaar verbindt onder water. Door het vandalisme zijn de gebruikers niet meer in staat om een veelzijdige training te volgen. En de gebruikers hebben last van de jeugd die op de apparaten speelt en het nodige vuil op de grond van de fitplaats achterlaat. Verder zijn de oefeningen en het gebruik onduidelijk (instructieplaatje is niet voldoende) en zouden de gebruikers graag een paar apparaten aan de fitplaats toe willen voegen (beoefeningen).

“Gratis, het gezondheidsaspect en het trainen in de buitenlucht zijn de voornaamste redenen om gebruik te maken van de fitplaats in Den Haag.”

Praktijkvoorbeeld:

Turkse man van 50-plus, woonachtig in de buurt van het Zuiderpark, komt elke ochtend om 10.00 uur op de fiets naar de fitplaats om vijftien tot twintig minuten te trainen. De Turkse man is enorm enthousiast over de fitplaats: "Ik heb suikerziekte en geen geld om naar de sportschool te gaan. Door de fitplaats kan ik elke dag aan mijn conditie en dus mijn gezondheid werken."

Tijdens het bezoek werd de fitplaats door jong en oud bezocht, waarbij vooral de doelgroep senioren sterk vertegenwoordigd was. Het bezoek vond plaats op een donderdag, zowel in de ochtend als in de middag. De weeromstandigheden waren goed: 's ochtends was het koud, maar de zon scheen al volop (strak blauwe lucht) en 's middags ging de temperatuur omhoog. Het overgrote deel van de bezoekers heeft een niet-westerse afkomst. De kinderen spelen (soms met bal) op de plek, maar trainen niet op de apparaten. De volwassenen en senioren zijn erg serieus en komen speciaal en structureel (dagelijks of wekelijks) om te trainen. De volwassenen combineren outdoor fitness met hardlopen in het park. De trainingsduur varieert tussen de tien en dertig minuten, waarbij sommige bezoekers voor een tweede keer terugkomen. De motieven van de gebruikers zijn: gezondheid, fitheid (conditie), extra training, samen sporten en de buitenlucht. De gebruikers zijn erg tevreden over de plaats, maar vinden het vervelend en jammer dat de apparaten constant kapot zijn en dit belemmert het gebruik.

Foto: Fitplaats Zuiderpark Den Haag



§4.2 Outdoor fitnesslocatie Scherpenzeel

§4.2.1 Oorsprong

De outdoor fitnesslocatie in Scherpenzeel is in juni 2010 tot stand gekomen doordat het toenmalige trainingsveld van de twee voetbalverenigingen op sportpark De Bree is omgetoverd tot een multifunctioneel recreatief gebied (trapveldje, volleybalveld en fitnessstoestellen) gecombineerd met een stuk natuurontwikkeling. Het trainingsveld is vervangen door een kwalitatief goed openbaar trapveld met fitnessstoestellen. Dit was een nadrukkelijke keuze in het kader van het speelruimtebeleid. Het openbare trapveld is namelijk een bovenwijkse voorziening die bijdraagt aan de kwaliteit van de leefomgeving passend bij de Wet Maatschappelijke Ondersteuning en voorziet in een behoefte voor jeugd van twaalf jaar en ouder. Door de herinrichting van het sportpark, waartoe de aanleg van het trapveld met fitnessstoestellen behoort, worden tevens de mogelijkheden voor sportbeoefening voor de komende jaren gewaarborgd. Sport levert immers een positieve bijdrage aan de gezondheid en draagt bij aan een gezonde(re) samenleving. Twee personen van de afdeling burgerij en afdeling groen van de gemeente hebben het traject opgepakt en in mei 2008 is raadvoorstel 'herinrichting sportpark De Bree' geaccordeerd en kon de realisatie beginnen.

§4.2.2 Hardware

De outdoor fitnesslocatie in Scherpenzeel is gelegen op het sportpark De Bree. Op dit sportpark zitten twee voetbalverenigingen, een hockeyvereniging, een openlucht zwembad en een manege. Door de herinrichting van het park en de slechte staat van het trainingsveld is één veld omgebouwd tot een openbaar en kwalitatief goed trapveld met fitnessstoestellen. De locatie ligt op de hoek van de Eikenlaan en de Willaerlaan, in de hoek van het zwembad en v.v. Scherpenzeel en aan de rand van een woonwijk met weinig openbare speelruimte. De locatie is een aanloop wandelroute (klein en

groot rondje) en er is sprake van een langzame verkeersroute. Onder het veld is een goede drainage aangelegd en de grasmat is gerenoveerd. De beplanting aan de noordzijde van de locatie bestaat uit inheems plantmateriaal met een hoge ecologische en esthetische waarde. Om de locatie zit een hekwerk met prikkeldraad en de ingang bestaat uit een deur inclusief rooster om honden en katten buiten te houden, maar de locatie is vrij toegankelijk. De gemeente is financierder en eigenaar van de plek en verantwoordelijk voor het beheer en het onderhoud (afdeling groen). De locatie bestaat uit zeven apparaten gericht op kracht, cardio en rekken en strekken. De apparaten hebben allemaal een eigen kleuraanduiding (rose, geel en blauw) die de functionaliteit van het apparaat aangeeft. Er zijn drie schema's om te trainen: beginner, gevorderde en atleet. De apparaten liggen op een gerenoveerde ondergrond met daaroverheen houtsnippers. Er is geen verlichting aanwezig, behalve een lantaarnpaal. De locatie is schoon en de apparaten zijn van goede kwaliteit. Er zijn sinds de opening nog geen apparaten kapot gegaan of gesloopt.

“ De outdoor fitnesslocatie ligt aan een route waar mensen makkelijk naar het bos toe lopen. Het is een aanloop-wandelroute naar het bos, waar zelfs een rondje gemaakt kan worden.”

De outdoor fitnessapparaten zijn geplaatst in een rondje met als ondergrond houtsnippers. De



locatie bestaat uit zeven verschillende apparaten, te weten: leg press (rose), treadmill (geel), sit ups (blauw), lat pull down (rose), recumbent bike (geel), cross trainer (geel) en handbike (geel). De kleur van de apparaten geeft de functionaliteit aan: cardio training (geel), kracht training (rose) en rekken en strekken (blauw). Er is een schema voor beginners, gevorderden en atleten. Alle apparaten zijn in goede staat. Op de locatie is één prullenbak geplaatst. De locatie is schoon en goed onderhouden.

Foto: Outdoor fitnesslocatie Scherpenzeel

§4.2.3 Software

De opening van de outdoor fitnesslocatie in Scherpenzeel is niet gepaard gegaan met activiteiten en/of begeleiding op de locatie. De gemeente heeft enkel en alleen de fysieke infrastructuur gerealiseerd en aan de software is tot op heden geen aandacht besteed. De gemeente heeft inmiddels besloten om de voorziening ook voor andere doelgroepen te gaan gebruiken. In dit kader gaat de gemeente samen met de Gelderse Sport Federatie voor en na de zomer tien tot twaalf keer een moment organiseren waarop vooral inactieve volwassenen en senioren kennis kunnen maken, kunnen trainen en tevens uitleg en begeleiding krijgen over het gebruik van de apparaten. Daarnaast worden de trainers van de sportverenigingen aangeschreven en uitgenodigd, zodat deze personen leren hoe en op welke manier de apparaten gebruikt kunnen worden. Op deze manier kunnen de sportverenigingen in de toekomst eventueel gebruik gaan maken van de locatie.

Bij de ingang van de outdoor fitnesslocatie staat een groot informatiebord. Op dit bord staat informatie over het belang van bewegen, de kleuren en bijbehorende functionaliteit van de apparaten, drie aanbevolen trainingsschema's en een aantal belangrijke punten met betrekking tot het gebruik van de apparaten. Elk apparaat is vervolgens ook nog voorzien van een instructieplaatje. Het plaatje geeft nog een keer kort weer (visueel en tekstueel) waarvoor het apparaat is en op welke manier de oefening uitgevoerd dient te worden. Onderaan het plaatje worden nog een keer de belangrijke punten ten aanzien van het gebruik benadrukt.



Foto: Informatiebord



Foto: Instructieplaatje en kleuraanduiding

§4.2.4 Gebruikers

De gemeente Scherpenzeel heeft geen enkel inzicht in het gebruik van de outdoor fitnesslocatie en heeft ook geen monitoringsplannen voor de toekomst. De locatie is een onderdeel van het speelruimtebeleid. Bij dit beleid gaat het om voldoende plekken in de openbare ruimte en het gebruik van deze plekken kent geen monitoring. De locatie ligt naast de voetbalvereniging, maar de vereniging maakt geen gebruik van de locatie voor bijvoorbeeld trainingen. Bij de opening van de locatie werd geopperd dat volwassenen ook individueel gebruik zouden kunnen maken van de locatie. Dit was voor een aantal mensen onbegrijpelijk. Mocht er gebruik van de apparaten worden gemaakt, dan zal dit alleen in groepsverband gebeuren. Bijvoorbeeld in de vorm van een warming-up of cooling-down vooraf of na een activiteit. Op deze manier heeft het een gericht doel en je kunt je dan verschuilen achter de groep. Het is tot op heden dus een raadsel wie de gebruikers zijn.

Praktijkvoorbeeld:

Mevrouw van 65-plus, woonachtig tegenover de outdoor fitnesslocatie in Scherpenzeel, komt alleen op de locatie als de kleinkinderen komen logeren en buiten willen spelen. De mevrouw is tevreden over de locatie, maar maakt er zelf geen gebruik van: "Ik beweeg al regelmatig en meer dan voldoende, zwemmen en lopen, en ik vind fitness niet leuk om te doen."

Het bezoeken van de locatie vond plaats op een vrijdag, zowel de ochtend als begin van de middag. De weeromstandigheden waren goed: 's ochtends was het erg koud ('s nachts goed gevoren) en 's middag kwam de zon er goed door. Tijdens het bezoek waren er geen gebruikers op de locatie. De gebruikers konden dus geen informatie geven over het gebruik en de tevredenheid. Uit de gesprekken met omwonenden blijkt dat de locatie de afgelopen wintermaanden sporadisch is gebruikt. De locatie wordt over het algemeen gebruikt door basisschooljeugd. De jeugd is actief op het trapveldje en de naastgelegen locatie wordt in combinatie gebruikt. Dit gebruik heeft enkel en alleen betrekking op spelen, de apparaten worden dus niet functioneel gebruikt. Dit is wel het geval bij de volwassen hardlopers die een enkele keer gebruik maken van de locatie.



Foto: Outdoor fitnesslocatie Scherpenzeel

De hardlopers combineren het hardlopen met trainen op de apparaten. Toch is het totale gebruik op dit moment nog minimaal en de locatie wordt dus hoofdzakelijk door de jeugd gebruikt als speelplek. De buurtbewoners zijn over het algemeen tevreden over de locatie. De locatie ziet er prima uit, is schoon en er is geen sprake van overlast of vandalisme. Ondanks deze positieve houding maken de bewoners geen gebruik van de locatie en de redenen daarvoor zijn: geen interesse in fitness (65-plusser), al lid van een sportvereniging (15-jarige), beweeg al meer dan voldoende (50-plusser) en ga toch niet in de buitenlucht in het zicht van iedereen aan die apparaten hangen (70-plusser).

§4.3 Marc Lammers Plaza XL Hockeyclub 's-Hertogenbosch

§4.3.1 Oorsprong

Het Marc Lammers Plaza XL bij Hockeyclub 's-Hertogenbosch is in juni 2010 officieel in gebruik genomen en aangewezen als NOC*NSF Proeftuin Nieuwe Sportmogelijkheden. Medio 2008 werd besloten om de club helemaal over de kop te gooien. Er kwamen nieuwe velden en de club wilde een maatschappelijke verantwoordelijkheid op zich nemen. De club wilde meer dan een hockeyclub zijn. De club wil jong en oud aan het bewegen krijgen en houden en een spilfunctie vervullen in de maatschappij. Marc Lammers als lid van de hockeyclub kwam met het idee om een plaza aan te leggen om de club op een leuke toegankelijke manier in te richten en zodoende tegemoet te komen aan de maatschappelijke ambitie. Dit initiatief werd gesteund door de gemeente, aangezien de gemeente ook tot doel heeft om een steeds dikker wordende bevolking weer aan het bewegen te krijgen. Het Marc Lammers Plaza XL of de bewegingszone is één van de middelen die kan bijdragen aan het 'gezonder' maken van mens en maatschappij. Jong en oud kan mede dankzij deze plek geïntegreerd op een sportclub bewegen, recreëren, sporten of sociaal samenkomen.

“ De bewegingszone heeft als doel iedereen meer te laten bewegen. Zowel jong als oud, arm als rijk, clublid of geen clublid, autochtoon of allochtoon: iedereen moet meer bewegen.”

“Over tien jaar zien alle sportverenigingen er zo uit. De sportvereniging wordt het centrale middelpunt in de maatschappij en krijgt een sterke gezinsbindendefunctie.”

§4.3.2 Hardware

Het Marc Lammers Plaza XL ligt op het terrein van de hockeyclub nabij twee woonwijken en de Oosterplas. Het is een bewegingszone die bestaat uit een aantal componenten die uitnodigen tot spel en eigen ontdekking, slimmer gebruik maakt van testruimtes, meer gebruik maakt van technologische mogelijkheden en multifunctioneel is. De bewegingsruimte ligt centraal op de club (aan de boulevard van het hockeycomplex en vlakbij de kantine) en bestaat uit een aantal onderdelen: Marc Lammers Plaza four play, work out-zone, miniveld, speeltuin en jeu de boules-banen. Het terrein heeft een openbaar karakter en kan dus door iedereen (leden en niet-leden) worden gebruikt. De gebruiker moet alleen dus wel eerst het complex van de hockeyclub betreden. Het plaza is voor het grootste gedeelte gefinancierd door de gemeente en voor een klein deel met subsidie van het ministerie van VWS in het kader van de Proeftuin Nieuwe Sportmogelijkheden. De gemeente is eigenaar van het terrein en tevens verantwoordelijk voor het beheer en het onderhoud.

De work out-zone ligt tussen de jeu de boules-banen, de four play, het miniveld en het hoofdveld. De zone bestaat uit vijf outdoor fitnessapparaten en drie stepelementen waarin de groep van zestien jaar en ouder binnen de sportomgeving kan trainen. Met deze apparaten kan het lichaam worden getraind op kracht of gewoon een fysieke inspanning worden geleverd. De apparaten werken zowel concentrisch als excentrisch, dus zowel het omhoog drukken als naar beneden drukken kost kracht. De keuze van de apparaten is in goed overleg met Standing Strong en Yalp gemaakt. Het aantal apparaten is bepaald op basis van de beschikbare financiën en ruimte (onderdeel plaza).

De apparaten liggen op een stevige en harde ondergrond bestaande uit asfaltbestrating. Er is verlichting aanwezig, waardoor de work out-zone optimaal gebruikt kan worden. De zone bestaat uit



vijf apparaten, te weten: shoulder press & lat pull down, press down & shrug, horizontal chest press & horizontal rowing, squat en lunge & deadlift. Aan deze apparaten zijn drie losse elementen toegevoegd, te weten: calf raise, step up en side lunge. Alle apparaten werken vanuit een staande positie en op ieder apparaat kunnen meerdere oefeningen uitgevoerd worden. De apparaten zijn in goede staat. De locatie is schoon en goed onderhouden, er zijn meerdere prullenbakken aanwezig.

Foto: Work out-zone Hockeyclub 's-Hertogenbosch

§4.3.3 Software

Het nieuwe hockeycomplex in 's-Hertogenbosch is in oktober 2010 op een spectaculaire manier geopend. Het hele weekend waren er activiteiten en festiviteiten, waarna het nieuwe complex in gebruik werd genomen. Tijdens deze opening werd ook één van de grootste eye-catchers, het Marc Lammers Plaza XL, van het complex geopend. Gedurende het openingsweekend vond er continu instructie plaats op de work out-zone en iedereen kon kennismaken en oefenen met de outdoor fitnessapparaten. Tot op heden is de work out-zone low profile in de vereniging weggezet. Na de opening zijn er geen (stimulerende)activiteiten georganiseerd. De work out-zone kan op eigen initiatief gebruikt worden. De bedoeling is om in mei/juni een concreet aanbod te creëren dat bestaat uit gericht advies op maat. De club wil in de toekomst naar een systeem toe waar iedereen advies en/of begeleiding op maat kan krijgen tegen een kleine vergoeding (abonnementsysteem). De huidige klant verwacht goede begeleiding en instructie en dit kost geld. Het nieuwe concept wordt de komende maanden verder uitgewerkt.

“De work out-zone is low profile in de vereniging weggezet: de mensen die nieuwsgierig zijn, kunnen een kijkje nemen en de mensen die instructie willen, kunnen contact opnemen.”

Een groot informatiebord aan het begin van het Marc Lammers Plaza XL geeft uitgebreide informatie over het doel en de invulling van het plaza en de work out-zone van Standing Strong wordt nader toegelicht. Hierbij wordt niet alleen de werking van de verschillende apparaten aangegeven (visueel), maar het concept van Standing Strong en de mogelijkheden op het gebied van de software in de vorm van een community worden benadrukt. Elk apparaat heeft daarnaast een instructieplaatje. Het plaatje geeft nog een keer kort weer (visueel en tekstueel) door welke specifieke spiergroepen het apparaat gebruikt kan worden en op welke manier de oefening uitgevoerd dient te worden.



Foto: Informatiebord



Foto: Instructieplaatje

§4.3.4 Gebruikers

De hockeyclub heeft tot op heden ook geen onderzoek gedaan wat betreft de monitoring van de work out-zone en de club heeft dan ook weinig tot geen inzicht in het daadwerkelijke gebruik. De zone wordt op dit moment vooral gebruikt door leden van de club en dan vooral vier á vijf damesteams. Deze teams gebruiken de apparaten structureel voor de warming-up van de training. De eerste teams van de club maken geen gebruik van de apparaten, aangezien deze sporters verder zijn met krachttraining dan de betreffende apparaten op dit moment kunnen leveren. Naast de leden is er ook één hardlooptgroep die de apparaten gebruikt in combinatie met hardlopen aan de Oosterplas. Deze groep heeft specifiek gevraagd hoe en op welke manier de apparaten gebruikt dienen te worden. Dit zijn dus geen leden van de club, maar de bewegingszone is juist bedoeld voor iedereen en dus ook niet leden van de club mogen gebruik maken van de bewegingszone. Het is onbekend of de gebruikers tevreden zijn over de work out-zone en de apparaten.

“ Outdoor fitness moet universeel en voor de grote massa zijn: breder inzetbaar (cardio toevoegen), waardoor de toepasbaarheid groter wordt en dit zal het gebruik bevorderen”.

De plaza is bezocht op een donderdagmiddag. De weeromstandigheden waren op dat moment niet optimaal: het was erg koud en bewolkt. De work out-zone werd tijdens het bezoek niet gebruikt. De gebruikers konden dus geen informatie geven over het gebruik en de tevredenheid over de zone. Uit een gesprek met de projectleider van het plaza blijkt dat de locatie de afgelopen wintermaanden minimaal is gebruikt. Dit heeft voor een deel ook te maken met het hockeyseizoen en de zogenaamde winterstop. Het seizoen is net weer begonnen en dit zorgt weer voor meer aanloop op het complex. De leden van de hockeyclub maken op dit moment vooral gebruik van de zone. Het is verder onbekend of de gebruikers tevreden zijn over de zone en de apparaten.



Foto: Work out-zone Hockeyclub 's-Hertogenbosch

5. Conclusie en discussie

De afgelopen vier maanden zijn op twee manieren data verzameld onder de leveranciers van outdoor fitnessapparaten en onder de ambtenaren en/of betrokkenen van gemeenten die outdoor fitness inmiddels hebben gerealiseerd. Allereerst is een werkbaar definitie van outdoor fitness vastgesteld, waarna een aantal maatschappelijke ontwikkelingen zijn geschetst die de nieuwe sportvorm in theorie kansrijk maken. Met behulp van acht diepte-interviews is geprobeerd outdoor fitness als nieuw concept in kaart te brengen en bloot te leggen. De interviews zijn geanalyseerd om antwoorden te vinden op de centrale onderzoeksvraag. Aanvullend zijn er drie case-studies gedaan om de actuele en lokale situatie van outdoor fitness in de gemeenten te beschrijven en de bepalende condities te achterhalen. In dit hoofdstuk wordt de centrale onderzoeksvraag beantwoord. Tevens worden de uitkomsten van de diepte-interviews en de case-studies gecombineerd wat resulteert in een typering van outdoor fitness. In paragraaf drie worden de beperkingen van dit onderzoek benoemd en worden aanbevelingen gedaan. In deze afsluitende paragraaf wordt ook een laatste gedachte over het onderwerp en de bijdrage van dit onderzoek weergegeven.

§5.1 Centrale onderzoeksvraag

De centrale onderzoeksvraag van dit onderzoek was:

Hoe ziet het fenomeen outdoor fitness er in Nederland uit, wat is de meerwaarde en onder welke condities en voor wie kan het concept in Nederland succesvol zijn?

Outdoor fitness is een nieuwe sportvorm binnen de Nederlandse sportinfrastructuur die vijf jaar geleden in Nederland is ingevoerd. Het concept is afkomstig uit het buitenland en naar de Nederlandse situatie vertaald. Bij outdoor fitness gaat het 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.

Outdoor fitness bestaat uit verschillende apparaten gericht op de vijf grondmotorische eigenschappen: lenigheid, coördinatie, snelheid, kracht en uithoudingsvermogen. Deze apparaten zijn gemaakt van sterke, robuuste en duurzame materialen als staal (thermisch verzinkt), roestvrij staal en aluminium geschikt voor intensief gebruik in de openbare ruimte. Een oersterke poedercoating maakt de apparaten vandalismeproof, anti-roest en bestand tegen wisselende weeromstandigheden. Het zijn geen indoorapparaten die weerbestendig zijn gemaakt voor buiten, maar de apparaten zijn gemaakt op basis van speciale ontwerpcriteria die het trainen in de buitenlucht met zich meebrengt. Bij het gebruik van de apparaten dient over het algemeen het eigen lichaamsgewicht als contragewicht. De intensiteit van de oefening wordt bepaald door het lichaamsgewicht van de gebruiker. Standing Strong hanteert als enige een ander principe. Standing Strong heeft ook apparaten met een hydraulische krachtcel op basis van een dubbelwerkende cilinder, waarbij de weerstand traploos wordt ingesteld door middel van een drukgestuurd ventiel voor het verkrijgen van een snelheidsonafhankelijke last. Alle apparaten voldoen aan de TUV-normen, zoals constructie en veiligheid, speciaal ontwikkeld voor het testen van outdoor fitnessapparatuur in de openbare ruimte. Elk apparaat kan apart worden gebruikt voor een specifieke training. Een volledige lijn, bestaande uit meerdere apparaten, creëert een totale training.

Er zijn in Nederland op dit moment veertien leveranciers die zich op de markt van outdoor fitness begeven. De geïnterviewde leveranciers hebben op dit moment in totaal dertig outdoor fitnesslocaties in Nederland gerealiseerd. Dit zijn locaties bestaande uit een complete lijn van outdoor fitness, waarbij meerdere apparaten bij elkaar zijn geplaatst en losse, verdwaalde apparaten niet worden meegerekend. Als deze aantallen vertaald worden naar de andere leveranciers in

Nederland, dan zou het betekenen dat er in Nederland momenteel ongeveer veertig tot vijftig complete locaties zijn gerealiseerd. De locaties uit de interviews zijn vooral in het oosten en westen van Nederland te vinden, het noorden en het zuiden zijn nog minder actief met de invoering.

De huidige klanten van outdoor fitness bestaan uit meerdere partijen, waar gemeenten de primaire en grootste groep van uitmaken. Beleidsmatig gezien is dit de afdeling sport en/of welzijn van de gemeente. Bij de realisatie wordt de afdeling beheer, groen en ruimtelijke ordening van de gemeente betrokken. Andere klanten zijn onderwijs, sportverenigingen, recreatieparken en zorginstellingen. Dit zijn de huidige klanten en tevens de partijen die de locaties financieren. Naast de financiering is deze groep ook eigenaar en eindverantwoordelijke van de locatie. Dit betekent verantwoordelijk voor de aanleg, de inrichting, het beheer en het onderhoud van de locatie. Het beheer en onderhoud kan echter ook uitbesteed worden aan externe partijen met expertise op dit gebied.

De aandacht van de leveranciers en de gemeenten gaat uit naar de groep inactieve mensen, de groep die niet of nauwelijks beweegt en dan vooral volwassenen en/of senioren. Dit sluit aan bij de toenemende aandacht van de overheid voor een gezonde en actieve leefstijl. Outdoor fitness kan ertoe bijdragen dat deze mensen meer gaan bewegen en sportief actief worden. Het gaat tevens om een groep die het lidmaatschap bij een sportschool en/of sportvereniging als een drempel ervaart (fysiek en financieel) en op zoek is naar een ander, laagdrempelig en ongebonden sportalternatief. De huidige gebruikers zijn vooral volwassenen en senioren. Dit zijn zowel actieven als inactieven en autochtonen als allochtonen. De motieven van de gebruikers zijn in willekeurige volgorde: meer bewegen/ fysiek actief zijn (aanvulling op andere sport), sporten in de buitenlucht (meer frisse lucht en energie), effecttraining (algemene conditie/ fitheid verbeteren), laagdrempeligheid, recreatieve karakter, vrijheid van in- en uitstappen/ vrijblijvendheid, kosteloos, revalideren, combinatie andere sport (warming-up/ cooling-down) en het sociale karakter (gebruik in groepsverband).

Er zijn momenteel een aantal maatschappelijke ontwikkelingen die sporten in de openbare ruimte en specifiek outdoor fitness in theorie kansrijk maken. Het gaat hier om ontwikkelingen als de opkomst van ongeorganiseerd sporten, de populariteit van fitness, de belangstelling vanuit de overheid voor de maatschappelijke functie van sport en daaraan gekoppeld het verhogen van de sportparticipatie en de toenemende aandacht voor gebruik en (her)inrichting van de (openbare) ruimte. Daarnaast adviseert de Wereld Gezondheid Organisatie volwassenen om tenminste twee keer per week acht tot tien spierversterkende oefeningen uit te voeren (met acht tot tien herhalingen per oefening). Het doen van krachttraining kan namelijk bijdragen aan een gezonde leefstijl en bescherming bieden tegen kanker, diabetes, hart- en vaatziekten, botontkalking en spierzwakte. Het fenomeen outdoor fitness heeft specifieke kenmerken die ervoor zorgen dat het concept een meerwaarde kan vormen voor de Nederlandse sportinfrastructuur. Deze kenmerken zijn: voor iedereen, laagdrempelig, kosteloos, buitenlucht, sociaal karakter (samen met anderen) en bijdragen aan de algemene conditie en fitheid.

Op basis van deze informatie is de eerste indruk positief, maar er zijn wel een paar condities die van invloed zijn op het gebruik en dus het succes van outdoor fitness in Nederland. Het gaat hier in eerste instantie om het doel en de doelgroep van de locatie. De outdoor fitnesslocatie kan voor verschillende doeleinden worden gebruikt: bewegen, trainen of ontmoeten. En de outdoor fitness branche heeft een aanbod voor alle doelgroepen: jeugd, volwassenen of senioren. Het is dus als potentiële klant belangrijk om vooraf goed te bepalen wat het doel is van de locatie, waar de locatie voor gebruikt dient te worden en voor welke doelgroep(en). Duidelijkheid over doel en doelgroep is de eerste stap en essentieel, aangezien de harde en zachte infrastructuur hierdoor wordt bepaald. Naast deze twee hoofdcondities zijn er nog een paar succesbepalende condities te onderscheiden die onder te verdelen zijn in hardware en software. De hardware bestaat uit de locatie, de situering, de apparaten en de inrichting. De keuze voor de locatie of fysieke plek is allereerst van belang. De locatie moet uitnodigen tot bezoek, ontmoeten en gebruik. De apparatuur kan het beste op een centrale, open plek met groene elementen in de wijk geplaatst worden. Eventueel in combinatie met

andere sport- en spelvoorzieningen. De centrale ligging komt ten goede aan de laagdrempeligheid en op deze manier is er een bepaalde mate van sociale controle. De soort en het aantal apparaten hangt af van het doel en de doelgroep. De locatie moet vrij toegankelijk zijn (zonder hekwerk) en 24 uur per dag te gebruiken, voorzien van verlichting om de gebruiksduur te vergroten. Extra voorzieningen als vuilnisbakken, bankjes en watervoorzieningen dragen bij aan het gebruiksgemak en versterken het element 'ontmoeten'. Een eventueel (af)dak kan de gebruikers beschermen tegen regen of UV-straling. Een valdempende en verharde ondergrond (bij voorkeur kunstgras) met een goede afwatering bevordert de gebruiksvriendelijkheid en de veiligheid. Een verharde ondergrond zorgt ervoor dat rolstoelgebruikers ook gebruik kunnen maken. Een schone plek nodigt meer uit tot ontmoeten en gebruik, onderhoud en het schoonhouden vraagt dus extra aandacht.

De software heeft betrekking op de begeleiding. Draagvlak, voorlichting, stimuleren en begeleiden zijn belangrijk. Dit kan op een persoonlijke en/of interactieve manier. Het plaatsen van een informatiebord aan het begin van de locatie en een instructiebord op de apparaten draagt hieraan bij, maar is niet toereikend. Het organiseren van begeleidingsuren of training is waardevol voor gebruikers om uitleg te krijgen over het gebruik en om het sociale aspect te benadrukken. Het betrekken van de gebruikers en omwonenden bij de start van de locatie bevordert het draagvlak en het gebruik van outdoor fitness. De interactieve manier kan met behulp van een community of platform ingevuld worden. Dit sluit aan op de trend dat tegenwoordig steeds meer via internet gaat. Gebruikers kunnen voor allerlei diensten op het internet terecht en ontmoeten gelijkgestemden. Begeleiding en inbedding in bestaande structuren kan de drempel verlagen en zorgen voor succes op de lange termijn. Bij de uitvoering kunnen sportraden, sportorganisaties, welzijnswerk, begeleiders van zorginstellingen, stagiaires van sportopleidingen en personal trainers een rol spelen.

§5.2 Model outdoor fitness

Dit onderzoek geeft enerzijds een uitgebreide beschrijving van het domein outdoor fitness in Nederland en de meerwaarde die het concept binnen het Nederlandse sportlandschap levert. Daarnaast geeft het onderzoek inzicht in de doelgroepen en specifieke condities die van invloed zijn op het succes van outdoor fitness in Nederland. Dit tweede deel van het onderzoek resulteert in een toepassingsgericht en beleidsondersteunend model van outdoor fitness in Nederland specifiek voor de beleidsmakers. Het model ondersteunt beleidsmakers met het beantwoorden van de beleidsvraag gericht op de sportieve inrichting van de openbare ruimte. Het model biedt ondersteuning bij het maken van beslissingen met betrekking tot invoering en gebruik van outdoor fitness in Nederland.

Typering outdoor fitness

Op basis van de interviews en de case-studies is alle informatie over het fenomeen outdoor fitness 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 outdoor fitnesslocatie en vervolgens zijn de locaties getypeerd aan de hand van doelgroepen en succesbepalende condities. De condities zijn gelijk, maar de invulling van de condities verschilt per type locatie. De typering staat op de volgende bladzijde schematisch weergegeven.

Type A is een outdoor fitnesslocatie die getypeerd wordt als trainingsgericht en prestatief. Het is een locatie die in veel gevallen gebruikt wordt door sportverenigingen en andere (commerciële) sportorganisaties met als doel functioneel en effectief te trainen. De locatie is gelegen op een sportcomplex van een sportvereniging, een sportpark van een gemeente of het terrein van de (commerciële) sportorganisatie. De hardware is compleet (goud) en veelzijdig om heel specifiek en maximaal te kunnen trainen. De software bestaat uit gerichte individuele fysieke en digitale instructie en training die wordt verzorgd door de professionals van de betreffende organisatie. Door deze begeleiding kunnen de gebruikers ook zelfstandig (buiten de vaste momenten) trainen.

Type B is een outdoor fitnesslocatie die getypeerd wordt als bewegingsgericht en recreatief. De locatie wordt veelal gebruikt door volwassenen en/of senioren die op eigen initiatief of op advies laagdrempelig in de buitenlucht willen bewegen. De locatie is gesitueerd in een openbaar park of plantsoen, bij bedrijven(terrein), bij een zorginstelling of een fysiotherapiepraktijk. De hardware is voldoende (zilver) om gericht te bewegen en aan de algehele conditie en fitheid te werken. De software bestaat uit voorlichting, instructie en begeleidingsuren gericht op het gebruik van de apparaten en bewegen in groepsverband. De begeleiding is vooral persoonlijk en het digitale aspect is een extra mogelijkheid. Een lokale sportraad of gemeente is verantwoordelijk voor de begeleiding.

Type C is een outdoor fitnesslocatie die getypeerd wordt als ontmoetingsgericht en recreatief. Het is een locatie die onderdeel uitmaakt van een multifunctionele en intergenerationele ontmoetingsplek (totaalvoorziening) die bestaat uit allerlei sport- en spelvoorzieningen. De locatie is voor iedereen met als doel bewegen, ontmoeten en beleven. De locatie is gelegen in een openbaar park of plantsoen, bij een recreatieplas, recreatiepark of op een camping. De hardware is minimaal (brons), maar toereikend om gezamenlijk recreatief te bewegen en te recreëren. Er is geen software op de locatie aanwezig. De ontmoetingsplek wordt gedragen door online en interactieve platformen.

	Type A Trainingsgericht en prestatief	Type B Bewegingsgericht en recreatief	Type C Ontmoetingsgericht en recreatief
Doelgroep	Specifieke groep: -Leden van vereniging of sportorganisaties -Alle leeftijden	Specifieke groep: -Inactieven -Volwassenen en senioren	Iedereen: -Inactieven en sporters -Alle leeftijden
Motieven	Trainen (functioneel en effectief), extra naast andere sport	Bewegen (werken aan algehele conditie en fitheid), sociale aspect	Bewegen (recreatief), ontmoeten/ sociale aspect, beleven
Locatie	Sportcomplex, sportpark, terrein sportorganisatie	Park/ plantsoen, bedrijven(terrein), zorginstelling, fysiotherapiepraktijk	Park/ plantsoen, recreatie plas, recreatiepark, camping
Situering	Centrale en open plek, vrij toegankelijk	Centrale en open plek met groene elementen, beperkt toegankelijk	Centrale en open plek met groene elementen en andere sport- en spelvoorzieningen, vrij toegankelijk
Apparaten	Goud (compleet) -18 apparaten -lenigheid, snelheid, kracht, coördinatie en uithoudingsvermogen	Zilver (voldoende) -11 apparaten -kracht, coördinatie en uithoudingsvermogen	Brons (minimaal) -5 apparaten -lenigheid, coördinatie en uithoudingsvermogen
Ondergrond	Kunstgras of asfaltbestrating	Kunstgras of asfaltbestrating	Verharde/ valdempende ondergrond (veiligheid en rolstoelgebruik)
Voorzieningen	Bankje, prullenbak, verlichting	Bankje, prullenbak, afdak (zon)	Bankje, prullenbak, afdak (zon), watervoorziening
Begeleiding	Trainingsgerichte individuele begeleiding door interne trainer	Gebruiksgerichte (groeps)begeleiding door sportraad of gemeente	Geen begeleiding
Soort begeleiding	Instructie: trainen (fysiek en digitaal)	Voorlichting, instructie en begeleidingsuren: stimuleren (fysiek en digitaal)	Voorlichting, instructie en mogelijkheden: ontmoeten (digitaal)

Figuur 5.1 Typering outdoor fitnesslocaties

§5.3 Validiteit model outdoor fitness

Het model van outdoor fitness is tot stand gekomen op basis van dit onderzoek en dus de actuele praktijk van outdoor fitness in Nederland. In de praktijk zijn een aantal dingen ondervonden met betrekking tot invoering en gebruik van outdoor fitness in Nederland en dit is vertaald naar een model. De praktische validering van het model heeft nog niet plaatsgevonden. Het model bestaande uit drie typen outdoor fitnesslocaties zou in de praktijk getoetst moeten worden, zodat inzichtelijk wordt welke typering het meest kansrijk is en wat een typering kansrijk maakt. Aan de hand van een theoretische validering kan de opgestelde typering van de outdoor fitnesslocaties worden verklaard.

Het model van outdoor fitness kan beleidsmakers ondersteunen met betrekking tot het invoeren en gebruiken van een outdoor fitnesslocatie in de praktijk. Het uitgangspunt is de functionaliteit van de locatie en vervolgens zijn de locaties getypeerd aan de hand van doelgroepen en succesbepalende condities. De beleidsmakers kunnen bij de invoering kiezen voor een typering. Deze keuze is te begrijpen door naar achterliggende waarden of drijfveren te kijken. Het achterhalen van deze drijfveren is bruikbaar in het beschrijven en begrijpen van individueel menselijk gedrag én het functioneren van organisaties (Versnel, 2008). Er zijn acht waardesystemen/ kleuren te onderscheiden waar specifieke basisdrijfveren bijhoren: beige (overleving), paars (vertrouwdheid, veiligheid en geborgenheid), rood (macht), blauw (orde en zekerheid), oranje (voortgang en succes), groen (onderlinge harmonie en gemeenschap), geel (synergie) en turkoois (holisme). Geen mens of organisatie heeft slechts één drijfveer (Beck en Cowan, 2004).

De drijfveer blauw was een aantal jaren geleden dominant bij het inrichten van allerlei openbare sport- en speelplekken. De beleidsmakers hadden behoefte aan orde en zekerheid en dit zorgde ervoor dat er strenge regels kwamen met betrekking tot het gebruik van dergelijke plekken. De diverse plekken werden omringd door een hekwerk en waren beperkt toegankelijk. Rechtvaardigheid was van belang en overtredingen werden bestraft. Deze gedachte is inmiddels losgelaten en heeft plaats gemaakt voor andere dominerende drijfveren. De opgestelde typering kunnen begrepen en verklaard worden door naar de achterliggende drijfveren te kijken. De drie typen outdoor fitnesslocaties hebben overeenkomsten met de drijfveren oranje, paars en groen. Type A is gericht op training en prestatie en dit komt overeen met de drijfveer oranje. Oranje streeft naar resultaten en voortgang, is competitief ingesteld, gericht op doelen en middelen en het behalen van succes. De type B locatie wordt getypeerd als bewegingsgericht en recreatief, bewegen in groepsverband staat centraal. Dit komt overeen met de drijfveer paars. Paars streeft naar vertrouwdheid, veiligheid en geborgenheid. De mensen in eigen kring en regelmatig terugkerende momenten zijn belangrijk en er is sprake van bescheidenheid en bereidheid om zich op te offeren voor de groep. Bij type C draait het om ontmoeten/ sociale aspect en recreatief gebruik. Deze typering heeft overeenkomsten met de drijfveer groen. Groen streeft de menselijke maat na, stelt onderlinge harmonie voorop, is sociaal ingesteld en hierbij gaat het vooral om onderlinge warmte en betrokkenheid.

Door naar achterliggende waarden en drijfveren te kijken kunnen de typering van de outdoor fitnesslocaties in Nederland begrepen en verklaard worden. De dominante drijfveer is het vertrekpunt en bepaalt de keuze voor een typering en dus de functionaliteit van de outdoor fitnesslocatie. De daadwerkelijke typering aan de hand van doelgroepen en succesbepalende condities wordt vormgegeven met deze dominante drijfveer in het achterhoofd.

§5.4 Kanttekeningen en aanbevelingen

De case-studies in dit onderzoek zijn in de winterperiode (februari en begin maart) uitgevoerd. Dit heeft te maken met het traject waarbinnen het onderzoek moest plaatsvinden. In deze periode is het gebruik van de outdoor fitnesslocaties wellicht verschillend ten opzichte van het voorjaar, de zomerperiode en het najaar. Dit kan een vertekend beeld geven. In een vervolgonderzoek zou een dergelijke case-studie op verschillende momenten in het jaar moeten plaatsvinden, waaronder ook in het voorjaar, de zomer en het najaar. Op deze manier kan het daadwerkelijke gebruik van de outdoor fitnesslocaties nog beter in beeld worden gebracht en onderling worden vergeleken.

Een tweede kanttekening van het onderzoek is het aantal case-studies dat tijdens het onderzoek is uitgevoerd. Gezien de beperkte tijd is ervoor gekozen om in totaal drie verschillende outdoor fitnesslocaties te bezoeken. Drie min of meer dezelfde locaties zijn onderzocht, maar de omstandigheden en condities van de locaties varieerden. Dat wil zeggen: de situering van de plek (losse voorziening/ combinatie met andere sport- en speelvoorzieningen), gebruik door specifieke doelgroepen (jeugd/ volwassenen/ senioren) en invulling van de software (wel/ geen stimulerende maatregelen of begeleiding). Het zou waardevol zijn om in een vervolgonderzoek meerdere locaties te bezoeken waarvan de omstandigheden en condities gelijk zijn. Dit zorgt voor een nog completer beeld per outdoor fitnesslocatie en de locaties kunnen onderling beter vergeleken worden.

Als laatste kanttekening moet worden opgemerkt dat er binnen dit onderzoek een relatief klein aantal diepte-interviews met de gebruikers is afgenomen. Dit heeft voor een deel te maken met de periode waarin de case-studies hebben plaatsgevonden. Tijdens het bezoek van de outdoor fitnesslocaties waren bij twee van de drie locaties geen gebruikers aanwezig. Door het interviewen van meer gebruikers hadden meer gegevens over het gebruik en de tevredenheid over de locaties achterhaald kunnen worden en waren de uitkomsten meer generaliseerbaar geweest.

Aanbevelingen

Op basis van dit onderzoek zijn een aantal aanbevelingen geformuleerd. Uit het onderzoek blijkt dat gebruikerskant van outdoor fitness in Nederland cijfermatig zwak is onderbouwd. De leveranciers van outdoor fitnessapparaten hebben geen inzicht in het type gebruikers en het gebruik van het concept. Ook de gemeenten die outdoor fitness hebben gerealiseerd, leggen de focus niet op onderzoek en monitoring van gebruikersgegevens. Het blijft dus zowel voor de leveranciers als de klanten van outdoor fitness relatief onduidelijk en ontastbaar welke doelgroepen daadwerkelijk gebruik maken van de locatie, wat de frequentie is van het gebruik en wat de motieven zijn met betrekking tot het gebruik. Het zou zeer zinvol zijn om constructief vervolgonderzoek uit te voeren naar het daadwerkelijke gebruik van de outdoor fitnesslocaties in Nederland.

Een tweede aanbeveling heeft betrekking op de implementatie van een outdoor fitnesslocatie en het betreft hier een beleidsadvies richting de klanten en dus specifiek de gemeenten. De outdoor fitnesslocaties die tot op heden zijn gerealiseerd zijn niet tot stand gekomen op basis van uitgebreid markt- en behoeftenonderzoek. De klanten hebben over het algemeen positieve geluiden opgevangen bij de burens (binnen- en buitenland) en een outdoor fitnesslocatie was een interessante optie. Daarbij was van tevoren niet compleet helder waar de outdoor fitnesslocatie voor moest dienen. Het is essentieel dat de klanten aan de voorkant van het traject bedenken en bepalen wat ze precies willen met sport in de openbare ruimte en vervolgens bekijken of outdoor fitness als nieuwe sportvorm past bij de realisatie van deze doelen. Bij een positieve bevestiging is de tweede stap de concrete invulling van de hardware en de software. Deze invulling wordt bepaald op basis van het geformuleerde doel en de gekozen doelgroep.

Een derde aanbeveling is om vervolgonderzoek te doen naar de typering van outdoor fitness. Op basis van dit onderzoek zijn er drie typen outdoor fitnesslocaties in Nederland geïntroduceerd en uitgewerkt. Het uitgangspunt hierbij is de functionaliteit van de outdoor fitnesslocatie en de typering gaat in op doelgroepen en de invulling van de succesbepalende condities. Deze typering zegt echter niets over de kans van slagen in de praktijk. Vervolgonderzoek zou zich specifiek kunnen richten op deze drie typen outdoor fitnesslocaties. Welke typering is het meest kansrijk of zijn alle drie de typeringens kansrijk? En wat maakt een typering kansrijk?

Een volgende aanbeveling is om vervolgonderzoek te doen naar de concrete effecten van de outdoor fitnesslocaties in Nederland. De effecten van outdoor fitness zouden voor elke typering onderzocht kunnen worden. Belangrijk daarbij is dat zowel het effect op de gezondheid en fitheid wordt onderzocht als wel het effect voor de maatschappij. De insteek van de type C locatie is namelijk gericht op ontmoeten en de sociale cohesie in een wijk en/of buurt. Het is wenselijk om onderzoek te doen naar de bijdrage van een outdoor fitnesslocatie op dit gebied en in kaart te brengen waardoor dit tot stand komt. Met het oog op het huidige beleid van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport is het zinvol om onderzoek uit te voeren naar de vraag welke rol outdoor fitness kan spelen op het gebied van het stimuleren van een gezonde en actieve leefstijl in de maatschappij.

De laatste aanbeveling is gericht op de software van outdoor fitness. Uit het onderzoek is gebleken dat de software op de outdoor fitnesslocatie een bepalende conditie is voor het succes van outdoor fitness in Nederland. Dit gegeven op zich zegt nog weinig over de verschillende vormen van software, uitvoeringsmogelijkheden (persoonlijk/ digitaal) en de werking ervan op het gebruik van outdoor fitness. Het is mogelijk dat een eerste instructie informatie geeft over de werking en het gebruik van de apparaten en dat een aansluitende vierweekse cursus de gebruikers vervolgens stimuleert en motiveert om ook na de cursus gebruik te blijven maken van outdoor fitness. Maar het is ook goed mogelijk dat een eenmalige instructie over de werking en het gebruik van de apparaten al voldoende is om te beginnen met outdoor fitness en dit te blijven doen. Om de software optimaal te kunnen inzetten is het van belang dat de klanten weten op welke manier de software het beste werkt.

Literatuurlijst

Baarda, D.B. (2009). *Dit is onderzoek. Handleiding voor kwantitatief en kwalitatief onderzoek*. Groningen/ Houten: Noordhoff Uitgevers BV.

Baarda, D.B., Goede, M. de en Teunissen, J. (2005). *Basisboek Kwalitatief onderzoek. Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Groningen/ Houten: Noordhoff Uitgevers BV.

Bakker, I., Bosscher, R., Dam, J. ten e.a. (2010). *De invloed van de fysieke omgeving op lichamelijke activiteit: Beleid voor beweegvriendelijke wijken*. Zwolle: Christelijke Hogeschool Windesheim.

Beck, D.E. en Cowan, C.C. (2004). *Spiral Dynamics. Waarden, leiderschap en veranderingen in een dynamisch model*. Haarlem: Uitgeverij Altamira.

Bottenburg, M. van, Kalmthout, J. van en Meulen, R. van der e.a. (2006). *De tweede loopgolf. Over groei en omvang van de loopsportmarkt en hoe de KNAU haar marktaandeel verder kan vergroten*. Den Bosch: W.J.H. Mulier Instituut.

Breedveld, K., Cevaal, A. en Romijn, D. e.a. (2010). *Sport terug in de wijk. Een studie naar de potentie van sporten in de openbare ruimte*. Den Bosch: W.H.J. Mulier Instituut.

Breedveld, K., Dool, R. van den en Meulen, R. van der (2008). *Van 60 naar 75. Bouwstenen voor een beleid gericht op een hogere sportdeelname*. Den Bosch: W.H.J. Mulier Instituut.

Breedveld, K., Haan, J. de en Tiessen-Raaphorst e.a. (2010). *Sport: een leven lang. Rapportage Sport 2010*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau/ W.J.H. Mulier Instituut.

Broeke, A. (2010). *Professioneel sportmanagement vernieuwen. Praktijkgericht onderzoek naar het ontwikkelen van innovatieve managementpraktijken in de sport*. Delft: Eburon.

Brosens, M. en Woestenburg, M. (2008). *De waarde van Groen*. Nieuwkoop: Ecodrukkers.

Crum, B.J. (1992). *Over de Versporting van de Samenleving; reflecties over bewegingsculturele ontwikkelingen met het oog op sportbeleid*. Haarlem: De Vrieseborch.

Dekkers, M. (2006). *Lichamelijke oefening*. Amsterdam: Uitgeverij Contact.

Duijvestijn, P., Eck van J. en Kuitert K. (2010). *Vooronderzoek 'Aanpak beweegvriendelijke omgeving'*. Amsterdam: DSP-groep.

Elling, A. en Dool, R. van den (2010). *Niet-sporters: achtergronden en opvattingen. Aanvullende rapportage SportersMonitor 2008*. Den Bosch: W.H.J. Mulier Instituut.

Engbers, L.H., Pierik, F.H. en Vries, S.I. de (2010). *Criteria beweegvriendelijke omgeving*. Leiden: TNO Kwaliteit van leven.

Gezondheidsraad (2010). *Beweegredenen. De invloed van de gebouwde omgeving op ons beweggedrag*. Den Haag: Gezondheidsraad.

Hermans, H.J.M. en Hermans-Jansen, E. (2004). *Het verdeelde gemoed: over de grondmotieven in ons dagelijks leven*. Amsterdam: Uitgeverij Boom/Nelissen.

Jongert, T., Hespe, A. van en Stege, J. e.a. (2007). *Fitnessbeoefenaars onder de loep*. Leiden: TNO Kwaliteit van leven.

Jungmann, B. (2010). *Welvaartsmens wordt de rennende mens*. Volkskrant.

Lucassen, J. en Schendel, M. van (2008). *De Fitnessbranche in beeld*. Nieuwegein: Arko Sports Media.

Mulders, C. (2010). *Outdoor Fitness locatie Doetinchem*. Arnhem: Gelderse Sport Federatie.

Pine, B. Joseph en Gilmore, James H. (2005). *De beleveniseconomie. Werk is theater en elke onderneming creëert zijn eigen podium*. Den Haag: Sdu Uitgevers BV.

Poel, H. van der (2010). *Visie op de rol van de gemeente in de realisatie van Nederland Sportland*. Oosterbeek: Vereniging Sport en Gemeenten.

Stokvis, R. (2004). *Inleiding voor verenigingen voor ministerie van VWS*. Lezing mei 2004, Den Haag.

Stokvis, R. (2010). *De sportwereld. Een inleiding*. Nieuwegein: Arko Sports Media.

Syntens, Fit!vak en Hogeschool Utrecht (2010). *Aangenaam kennismaken met de fitnessklant. Verslag van het project Fitness in beweging*. Leerdam: Leerdam Druk BV.

Versnel, H. (2008). *Het grote drijfverenboek. De impact van drijfveren op mensen en organisaties*. Amsterdam: Pearson Education Benelux BV.

Vink, E. (2010). *Onderzoek naar het gebruik van de fitplaats Zuiderpark*. Den Haag: Sportsupport.

VVD-CDA (2010). *Vrijheid en verantwoordelijkheid. Concept regeerakkoord*. Den Haag: VVD-CDA.

VWS (2007). *Beleidsbrief sport, De kracht van sport*. Den Haag: Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.

Bijlagen

- Bijlage 1: Topiclijst interviews leveranciers
- Bijlage 2: Introductie geïnterviewde leveranciers
- Bijlage 3: Topiclijst interviews gemeenten
- Bijlage 4: Introductie geïnterviewde gemeenten
- Bijlage 5: Checklist case-studies
- Bijlage 6: Vragenlijst case-studies

Bijlage 1. Topiclijst interview leveranciers

Inhoud : Topiclijst
Onderwerp : Outdoor fitness
Datum : December 2010/ Januari 2011

Bedrijfsinformatie

- Geschiedenis
- Corebusiness
- Waardepropositie

Oorsprong

- Herkomst
- Start
- Concept
- Doelstelling
- Plekken
- Partners

Orgware

- Investeerder
- Kosten
- Aanleg/ inrichting
- Eigenaar
- Beheer/ onderhoud

Hardware

- Apparaten
- Soort apparaten
- Functionaliteit
- Situering
- Beschikbaarheid
- Toegankelijkheid
- Veiligheid
- Esthetiek
- Dichtheid
- Milieufactoren

Software

- Activiteitsaanbod
- Begeleiding (persoonlijk/ interactief)
- Coördinatie

Gebruikers

- Behoeftenonderzoek
- Demografische kenmerken
- Persoonlijke kenmerken
- Motieven

Bijlage 2. Introductie geïnterviewde leveranciers

Inhoud	: Introductie leveranciers
Onderwerp	: Algemene bedrijfsinformatie

Kompan is opgericht in 1970 en is een van de grootste specialisten in unieke speeloplossingen voor alle leeftijdsgroepen. Kompan is ervan overtuigd dat ieder mens uniek is en recht heeft om te spelen, vandaar ook de visie: Playful Living. Playful Living staat bij Kompan gelijk aan het creëren van unieke speeloplossingen: vol uitdagingen, nieuwe manieren van spelen, samen plezier hebben en spelenderwijs opgroeien. Spelen hoort bij het leven, een leven vol spelen is een 'rijk' leven.

Falco BV is opgericht in 1951 en in diverse productgroepen wordt Falco beschouwd als marktleider op het gebied van buiteninrichting in Nederland en Groot-Brittannië en het bedrijf bekleedt een leidende positie in tal van andere landen in Europa. De missie is: 'het effectief, innovatief en esthetisch verantwoord inrichten van de openbare ruimte'. Falco ontwikkelt, produceert, importeert en exporteert straatmeubilair in de breedste zin van het woord. Hierbij hecht Falco aan gebruiksvriendelijkheid, functionaliteit en vormgeving van haar producten.

Yalp is opgericht in 1968 en is uitgegroeid tot een internationaal gerenommeerd speeltoestellenmerk uit Finland dat in meer dan 40 landen actief is. Het bedrijf is gestart onder de naam Lappset Nederland BV en is in 2006 veranderd in Yalp. Yalp creëert inspirerende, uitdagende omgevingen die iedereen uitnodigen tot spelen, sporten en bewegen, maar vooral tot plezier maken. Yalp is in Nederland exclusief dealer van **Standing-Strong BV**. Standing-Strong is een Nederlands bedrijf opgericht door vier professionals op het gebied van bewegingsleer, techniek en design die een professionele vorm van outdoor fitness op de markt brengt. De missie is honderden Nederlanders met passie en enthousiasme laten deelnemen aan de outdoor fitnessprogramma's. De producten uit de lijn zijn gebouwd op zes principes: innovatief, action, outdoor, easy, community en pure.

Nijha is opgericht in 1922 en is producent en leverancier van sporttoestellen, speeltoestellen en sport- en spelmaterialen. Nijha houdt zich bezig met advies en ontwerp tot de complete inrichting van sportaccommodaties en speelplekken. Nijha wil een creatieve, betrouwbare en toonaangevende partner zijn die totaaloplossingen aanbiedt in de markt van sport, bewegingsonderwijs en recreatieve vrijetijdsbesteding in Europa. Alle producten en diensten van Nijha zijn gericht op een gevarieerd aanbod, binnen en buiten, waaraan iedereen op eigen niveau met succes kan deelnemen.

OutdoorGYM is twee jaar geleden opgericht en is exclusief distributeur voor The Great Outdoor Gym Company. The Great Outdoor Gym Company is actief in Engeland en heeft daar meer dan 100 Family Fitness Zones, met outdoor fitness als onderdeel, gerealiseerd. OutdoorGYM focust zich enkel en alleen op outdoor fitness en verkoopt 'bewegen in de buitenlucht'. OutdoorGYM maakt sportief bewegen voor iedereen gratis en laagdrempelig. Het bedrijf stimuleert mensen tot een sportieve, actieve leefstijl. OutdoorGYM brengt de sportschool in de buitenlucht naar de mensen toe.

Bijlage 3. Topiclijst interview gemeenten

Inhoud : Topiclijst
Onderwerp : Outdoor fitness
Datum : Maart 2011

Oorsprong

- Aanleiding
- Startdatum
- Vorbereidingstraject
- Doelstelling (beleid)
- Doelgroep

Orgware

- Investeerder
- Aanleg/ inrichting
- Eigenaar
- Beheer/ onderhoud

Hardware

- Aantal apparaten
- Soort apparaten
- Situering
- Toegankelijkheid
- Veiligheid (ondergrond, verlichting)
- Milieufactoren

Software

- Activiteitsaanbod
- Begeleiding (persoonlijk/ interactief)
- Coördinatie

Gebruikers

- Behoeftenonderzoek
- Demografische kenmerken
- Persoonlijke kenmerken
- Motieven
- Monitoring gebruik

Bijlage 4. Introductie geïnterviewde gemeenten

Inhoud : Introductie gemeente
Onderwerp : Algemene informatie

's-Hertogenbosch informeel veelal **Den Bosch** genoemd, is de hoofdplaats van de Nederlandse gemeente 's-Hertogenbosch. Den Bosch is het administratief en bestuurlijk centrum van de provincie. Met een inwoneraantal van ongeveer 104.060 is Den Bosch naar inwoneraantal de vierde stad van Noord-Brabant. Den Bosch heeft meerdere sportverenigingen, waaronder Hockeyclub 's-Hertogenbosch. Hockeyclub 's-Hertogenbosch is de eerste hockeyclub in Nederland die over een Marc Lammers Plaza XL beschikt. Het is het vierde interactieve, multifunctionele sportveld in Nederland en de eerste XL uitvoering en tevens aangewezen als NOC*NSF Proeftuin Nieuwe Sportmogelijkheden. De plaza daagt uit tot nieuw sportaanbod en meer bewegen: ouders kunnen tijdens de training van hun kinderen lekker sporten, opa en oma spelen jeu de boules en de kinderen vermaken zich in de speeltuin. Hockeyclub 's-Hertogenbosch richt zich op het hele gezin en de omliggende wijken en vervult hiermee een belangrijke maatschappelijke functie.

Gemeente **Den Haag** is met 494.898 inwoners (32 december 2010, CBS) de op twee na grootste stad van Nederland. Den Haag is de hoofdstad van de provincie Zuid-Holland. Al is Den Haag niet de hoofdstad van Nederland, het vervult voor een belangrijk deel de rol die meestal aan een hoofdstad voorbehouden is. Den Haag is een centrum voor de internationale rechtspraak en vredespolitiek en is een belangrijke VN-stad. Bijna de helft van de inwoners is allochtoon (westers en niet-westers). Den Haag is voor een stad zeer rijk aan natuur. Verspreid door de stad liggen enkele grotere en kleinere parken, zoals het Zuiderpark. Het Zuiderpark is een stadspark gelegen in de wijk Zuiderpark. In het park bevond zicht tot medio 2007 het Zuiderpark Stadion. Daarnaast ligt er in het park een overdekt zwembad, openluchttheater, beeldenroute, bowlingbaan, botenverhuur en een restaurant.

Scherpenzeel is een dorp en gemeente in de Gelderse Vallei in de Nederlandse provincie Gelderland. De gemeente telt 9.324 inwoners (31 december 2010, CBS). Scherpenzeel heeft tot en met 1975 een sterke groei doorgemaakt, daarna is het aantal inwoners gestabiliseerd. Ook in de toekomst kan Scherpenzeel niet veel meer groeien en nieuwbouw is alleen maar voor de natuurlijke aanwas bedoeld. Het dorp ligt tussen Amersfoort en Veenendaal beide op 12 km afstand verwijderd en heeft een rijke schakering aan bossen en landerijen. Scherpenzeel heeft ook een sportpark. Sportpark De Bree heeft sinds de herinrichting van het park twee kunstgrasvelden, waar meerdere sportverenigingen gebruik van maken. Verder is er op het openbaar speelveld op de hoek van Eikenlaan/Willaerlaan op sportpak De Bree een trapveldje en een volleybalveldje aangelegd.

Bijlage 5. Checklist case-studies

Orgware	Bouwjaar						
	Staat van onderhoud						
	Aantal prullenbakken						
Hardware	Situering met omgevingseigenschappen (groene elementen)						
	Aantal/ soort apparaten						
	Opstelling apparaten						
	Ondergrond						
	Aanwezigheid verlichting	Ja			Nee		
	Omheining + soort						
	Andere aanwezige voorzieningen						
Software	Aanwezigheid begeleiding	Ja			Nee		
		Toelichting:					
	Uitleg/ instructie aanwezig	Ja			Nee		
		Opschrift:					
Gebruikers	Aantal per dagdeel						
	Leeftijd	0-12		12-18		18+	
		Toelichting:					
	Motieven						

Bijlage 6. Topiclijst case-studies

Inhoud : Topiclijst
Onderwerp : Outdoor fitness
Datum : Maart 2011

Gebruikers

- Start outdoor fitness
- Informatieverstrekking
- Motieven
- Frequentie
- Vorm (alleen/ samen)
- Apparaten/ oefeningen
- Lid vereniging/club
- Mening locatie
- Onderhoud
- Veiligheid (ondergrond/ verlichting)
- Verbeterpunten
- Mening sporten openbare ruimte

Omwonenden

- Mening locatie
- Gebruiker
- Bevindingen
- Frequentie
- Vorm (alleen/ samen)
- Dagdelen
- Onderhoud
- Overlast
- Contact gebruikers
- Veiligheid
- Verbeterpunten
- Mening sporten openbare ruimte