

Het multifunctionele clubhuis

Van verbinding naar binding

Nathalie Pennekamp

Juni 2013

Het multifunctionele clubhuis

Van verbinding naar binding



Juni 2013, 's-Hertogenbosch

Auteur

Nathalie Pennekamp
3219267
n_pennekamp@hotmail.com

Onderwijsinstelling

Universiteit Utrecht
Utrechtse School voor Bestuurs- en Organisationswetenschap
Master Sportbeleid & Sportmanagement

Begeleiding Universiteit Utrecht

Jan-Willem van der Roest MA
Prof.dr. Annelies Knoppers (tweede lezer)

Stage organisatie

Koninklijke Nederlandse Hockey Bond

Begeleiding Koninklijke Nederlandse Hockey Bond

Sophie Benus, Chantal Mies, Guido Davio

Voorwoord

Met het schrijven van dit voorwoord komen er twee dingen in mij op. Ten eerste is dit het begin van mijn scriptie waar ik het afgelopen half jaar hard aan heb gewerkt en u nu met trots mag presenteren. Maar tegelijkertijd vormt dit ook het einde van een mooie studententijd. De laatste twee jaar als student heb ik stage mogen lopen bij de KNHB. Ik heb deze organisatie leren kennen als een vooruitstrevende organisatie met een positieve sfeer. Ik ben blij dat ik kennis heb mogen maken met veel hardwerkende mensen die op tijd voor wat ontspanning zorgen.

Deze combinatie van hard werken en ontspanning heb ik tijdens het schrijven van mijn scriptie ook zoveel mogelijk proberen te hanteren. Waar ik van anderen altijd te horen krijg dat scriptie schrijven een zwaar proces is dat met vallen en opstaan gebeurt, heb ik het ervaren als een leuke periode. Mijn interesse in het onderwerp heeft er toe geleid dat ik hele dagen achter mijn laptop door kon brengen. Door dit af te wisselen met hockeyen, borrels en etentjes met vrienden en andere leuke activiteiten kon ik steeds weer met frisse zin aan de slag. Al met al denk ik dat ik zowel een interessante scriptie heb kunnen schrijven als een goede afsluiting van mijn studententijd heb gehad.

Degenen die dit mede mogelijk hebben gemaakt wil ik op deze plek hartelijk bedanken. In de eerste plaats is dit de KNHB die mij de kans heeft gegeven om als stagiaire met verschillende onderwerpen kennis te laten maken en ervaring op te doen in een organisatie in de sport. In het bijzonder wil ik Sophie Benus, Chantal Mies en Guido Davio bedanken voor alle hulp die ik van hun heb gekregen.

In de tweede plaats wil ik graag de USBO bedanken voor het op doen van veel kennis waarmee ik deze scriptie heb kunnen schrijven. Mijn stagebegeleider Jan-Willem van der Roest wil ik in het bijzonder bedanken voor alle feedback en een kritische blik.

Daarnaast wil ik graag alle respondenten, verenigingen en contactpersonen bedanken die hun medewerking hebben verleend aan dit onderzoek en mij hebben voorzien van nuttige informatie.

Tot slot mogen mijn ouders, zus, vrienden, vriendinnen en vriend natuurlijk niet vergeten worden. Zonder ontspannende momenten met deze mensen en de hulp die ik van ze gekregen heb, waren deze scriptie en mijn laatste maanden als student niet zo succesvol geweest.

Nathalie Pennekamp
Den Bosch, 24 juni 2013

Samenvatting

De sportvereniging heeft in de loop der jaren een ontwikkeling doorgemaakt van een vereniging gericht op de eigen leden naar een vereniging die zich ook openstelt voor niet-leden. Tegelijkertijd heeft de vereniging concurrentie gekregen van commerciële aanbieders en informele groepen. Deze alternatieven spelen in op vragen uit een maatschappij die te maken heeft met individualisering en consumentisme. Vrijheid om te kiezen voor aanbod dat aansluit bij persoonlijke wensen en behoeften en klantengedrag kunnen ervoor zorgen dat mensen minder snel bij de vereniging gaan sporten. Om dit te voorkomen wordt het multifunctionele clubhuis ontwikkeld. Het is de bedoeling dat de vereniging hierin samenwerkt met andere organisaties om beter in te kunnen spelen op de wensen en behoeften van (potentiële) leden en hun (vaker en langer) naar de vereniging toe te trekken. Of het mogelijk is om mensen te binden aan de vereniging door het multifunctioneel maken van clubhuizen is niet bekend. Vandaar dat in dit onderzoek naar een antwoord gezocht is op de vraag: *'Welke betekenissen geven gebruikers van het multifunctionele clubhuis aan deze ruimte en hoe beïnvloeden de betekenissen hun binding met de vereniging?'*

Deze vraag is beantwoord door middel van een kwalitatief onderzoek. Er zijn 16 interviews afgenomen met gebruikers van het multifunctionele clubhuis. De respondenten maken gebruik van de ruimte bij verschillende sportverenigingen met verschillende activiteiten in het clubhuis. Zo is een zo breed mogelijk beeld gevormd van de betekenissen die aan het multifunctionele clubhuis gegeven worden en de gevolgen daarvan op de binding met de vereniging. Op deze manier kan dit onderzoek nuttig zijn voor zowel sportverenigingen, sportbonden en andere sportorganisaties als voor organisaties die gebruik willen maken van de ruimte in het clubhuis, gemeenten en andere (overheids)instellingen die te maken hebben met multifunctioneel gebruik van ruimten.

Uit dit onderzoek is gebleken dat respondenten over het algemeen een positieve betekenis geven aan het multifunctionele clubhuis. Met name vanwege het beter benutten van de leegstaande ruimte en de extra inkomsten die dit oplevert, maar ook vanwege de maatschappelijke rol die verenigingen hiermee kunnen vervullen. Enkele respondenten zijn minder positief over het multifunctionele clubhuis wanneer tegelijkertijd gebruikt gemaakt wordt van de ruimte en wanneer de nieuwe activiteit ten koste gaat van leden en verenigingsactiviteiten. Verwacht wordt dat het multifunctionele clubhuis binding met de vereniging op kan leveren, maar in de praktijk blijkt dit niet altijd het geval te zijn.

Vanuit de literatuur wordt aandacht besteed aan binding vanuit het begrip sociaal kapitaal.

Sociaal kapitaal heeft in het algemeen betrekking op sociale netwerken gebaseerd op sociale en groepsnormen die mensen in staat stellen elkaar te vertrouwen en met elkaar samen te werken.

Er wordt belang gehecht aan sporten bij een vereniging, omdat mensen hier meer sociaal kapitaal opdoen dan bij een fitnesscentrum of in informele groepen. Over hoe sociaal kapitaal wordt opgedaan bij een vereniging bestaat, zowel tussen de respondenten onderling als in de literatuur, onenigheid. Eén groep is van mening dat het goed is om de vereniging open te stellen voor een breed publiek, waardoor verschillende typen mensen op de vereniging komen. Hierdoor komen mensen niet alleen in aanraking met dezelfde soort mensen, maar ook met andersdenkenden. Dit levert volgens Putnam bonding en bridging sociaal kapitaal op. Dit bevordert het respect voor elkaar en samenwerking tussen mensen, waardoor dit leidt tot meer sociale cohesie in de samenleving. Een andere groep is echter van mening dat mensen bij een vereniging juist op zoek zijn naar gelijkgestemde mensen, het 'Ons Soort Mensen', waardoor een wij-gevoel ontstaat op de vereniging. Wanneer 'vreemden' zich hier in zouden mengen, zou dit een ongewenste sfeer met zich mee brengen. Volgens Bourdieu leveren contacten met gelijkgestemden sociaal kapitaal op waarmee de elite zich kan onderscheiden van anderen.

Deze informatie is belangrijk bij de ontwikkeling van het multifunctionele clubhuis, omdat de vereniging hier volgens respondenten toegankelijker door wordt. Vanuit de onenigheid wordt dan ook geconcludeerd dat per vereniging verschilt welke activiteiten kunnen worden aangetrokken, zowel qua tijd en ruimte als qua bezoekers. Het is belangrijk om dit vooraf te bepalen. Wanneer activiteiten namelijk niet binnen de vereniging passen, zal het multifunctionele clubhuis een averechts effect hebben op de binding van de gebruikers met de vereniging. Daarnaast is het belangrijk om een win-winsituatie te creëren. Het multifunctionele clubhuis kan voor beide partijen profijt opleveren. Tot slot is de link met de sport van belang bij nieuwe activiteiten in het clubhuis. De combinatie van deze nieuwe activiteiten met de sport maken het multifunctionele clubhuis namelijk uniek.

Kortom, positieve betekenissen aan het multifunctionele clubhuis kunnen binding opleveren met de vereniging onder bepaalde voorwaarden. Wanneer hier aandacht aan besteed wordt, draagt het multifunctionele clubhuis bij aan **'van verbinding naar binding'**.

Inhoudsopgave

Voorwoord	5
Samenvatting.....	7
Inhoudsopgave.....	9
1 Inleiding	11
1.1 Aanleiding voor onderzoek.....	11
1.2 Probleem.....	11
1.3 Doel- en vraagstelling.....	12
1.4 Relevantie	12
1.4.1 Maatschappelijke relevantie.....	12
1.4.2 Wetenschappelijke relevantie.....	13
1.5 Leeswijzer	13
2 Literatuur.....	15
2.1 De sport(vereniging) in ontwikkeling	15
2.1.1 Vereniging.....	15
2.1.2 Ander aanbod	16
2.1.3 Het multifunctionele clubhuis	16
2.1.4 Conclusie	17
2.2 Kapitaal.....	17
2.2.1 Kapitaal: algemeen.....	17
2.2.2 Kapitaal: Putnam.....	18
2.2.3 Kapitaal: Bourdieu	19
2.2.4 Conclusie	21
2.3 Het belang van de vereniging voor het ontwikkelen van kapitaal	22
2.3.1 Tijd en energie in deelname aan sport.....	22
2.3.2 Tijd en energie in vrijwilligerswerk.....	23
2.3.3 Conclusie	23
2.4 De invloed van algemene sociale veranderingen	24
2.4.1 Individualisering	24
2.4.2 Consumentisme.....	25
2.4.3 Conclusie	27
2.5 Bijdrage multifunctionele clubhuis aan binding met de vereniging.....	28
2.6 Conclusie.....	29
3 Onderzoeksperspectief.....	31
3.1 Kijk op organisaties.....	31
3.2 Kijk op onderzoek	31
3.3 Conclusie.....	32
4 Methoden.....	33
4.1 Semi-gestructureerde diepte-interviews.....	33
4.2 Rol van literatuur	34
4.3 Rol van documenten.....	34
4.4 Kwalitatieve analyse.....	34

4.5	Kwaliteit van onderzoek	34
4.5.1	Betrouwbaarheid	34
4.5.2	Validiteit	35
4.6	Conclusie.....	35
5	Resultaten.....	37
5.1	Binding	37
5.1.1	Wat is binding?	37
5.1.2	Waarde van de vereniging.....	38
5.1.3	Veranderingen in de maatschappij.....	40
5.1.4	Conclusie	42
5.2	Het multifunctionele clubhuis	42
5.2.1	Wat is het multifunctionele clubhuis?	42
5.2.2	Wat vinden gebruikers van het multifunctionele clubhuis?.....	43
5.2.3	Gevolgen.....	46
5.2.4	Conclusie	46
5.3	Invloed van het multifunctionele clubhuis op de binding.....	46
5.3.1	Positieve invloed op binding.....	46
5.3.2	Negatieve invloed op binding	49
5.3.3	Conclusie	51
5.4	Hoe kan de binding versterkt worden... ..	52
5.4.1	... met gebruikers die bekend zijn met de verenigingsactiviteiten?	52
5.4.2	... met gebruikers die vanwege andere activiteiten bekend zijn met de vereniging? ...	53
5.4.3	Conclusie	54
5.5	Succesfactoren	54
5.6	Conclusie.....	57
6	Discussie.....	59
6.1	Het belang van de vereniging.....	59
6.2	De ontwikkeling van het multifunctionele clubhuis	59
6.3	Zorgt het multifunctionele clubhuis voor meer binding?	60
6.3.1	Ja! Maar... ..	60
6.3.2	Nee, want... ..	61
6.4	Succesvol en bindend	62
6.4.1	Voorwaarden voor succes.....	62
6.4.2	Het versterken van de binding	63
7	Conclusie	65
7.1	Aanbevelingen.....	66
7.2	Mogelijkheden voor vervolgonderzoek	68
	Literatuur	69
	Documenten	72
	Lijst van figuren en tabellen.....	73
	Bijlagen.....	75
	Bijlage I - Resultaten enquête Het multifunctionele hockeyclubhuis.....	75
	Bijlage II – Topiclijst.....	79

1 Inleiding

"Crisis creëert ruimte!" (Creative City Lab, 2013)

Het is crisis in Nederland! Dat betekent ruimte voor de creatieve geest, het ineen slaan van de handen en met minder meer bereiken.

In tijden van crisis gaan mensen op zoek naar creatieve oplossingen om tot meer efficiëntie te komen en om bestaande mogelijkheden beter te benutten. Schaarste zorgt voor druk op aanbieders om hun aanbod beter aan te laten sluiten op de veranderende vraag in de samenleving (Creative City Lab, 2013). Organisaties gaan op zoek naar partners om samen antwoorden te vinden op die veranderende vraag en om gezamenlijk diensten aan te bieden die passen in de tijdsgeest. Sportverenigingen spelen hierop in door een combinatie van activiteiten te zoeken waarmee mensen naar de vereniging toe kunnen worden getrokken. Ze willen **van verbinding naar binding**.

1.1 Aanleiding voor onderzoek

De ruimte die de crisis creëert heeft ook de aandacht getrokken van de initiatiefnemer van The Sportlounge. The Sportlounge is een concept waarbij mensen een flexibele werkplek kunnen huren op hockeyverenigingen in Nederland. Mensen konden al een flexibele werkplek huren op stations en andere belangrijke knooppunten, maar nog niet in een gezonde, groene omgeving (The Sportlounge, 2012). Deze aandacht voor een creatieve invulling van het clubhuis leverde enthousiasme op bij mijn stageorganisatie, de Koninklijke Nederlandse Hockey Bond (KNHB). Dit enthousiasme werkte aanstekelijk en vormde aanleiding voor een zoektocht naar multifunctioneel gebruik van clubhuizen. Wat bleek is dat veel sportverenigingen proberen een andere invulling te geven aan hun clubhuis naast de functie van 'kantine'. Dit loopt uiteen van The Sportlounge en het project Het Sportieve Werken tot buitenschoolse opvang, fysiotherapie en huiswerkbegeleiding en van kaartclubjes tot nieuwjaarsborrels. De mogelijkheden zijn groot. Dit bleek ook wel uit een enquête die voorafgaand aan dit onderzoek gehouden is onder alle bezoekers van het Nationaal Hockey Congres 2013 (voor alle resultaten zie bijlage I). Deze enquête toont aan dat 56 van de 104 hockeyverenigingen (53,8%) die de enquête hebben ingevuld al een multifunctioneel clubhuis hebben. Daarnaast staat 79,2% van de verenigingen zonder multifunctioneel clubhuis hier voor open. Ook blijkt dat er uiteenlopende activiteiten plaats (gaan) vinden in de clubhuizen.

Deze hoge aantallen blijven niet beperkt tot hockeyverenigingen. Uit de SportAanbiedersMonitor 2012, een onderzoek van NOC*NSF en het Mulier Instituut (Van Kalmthout, Van der Werff, Daamen & Veerman, 2013), blijkt dat verenigingen zich gaan richten op wensen en behoeften van leden, maar ook niet-leden. Hierbij gaan zij sporttakoverstijgend en met andere sportaanbieders of andere sectoren samenwerken (NOC*NSF, in Van Kalmthout et al., 2013, p.44). Hieronder vallen onder andere kinderopvang en fysiotherapie.

Naast dat er aandacht besteed wordt aan multifunctioneel gebruik van de ruimte op hockeyverenigingen en andere sportverenigingen, zijn ook andere sectoren hier mee bezig. Zo wordt er onder andere gewerkt aan het 'buurthuis van de toekomst', vindt kinderopvang plaats in schoolgebouwen en wordt het zogenaamde schooldelen, waarbij ouders werken op de basisschool van hun kind, getoetst op de meerwaarde voor de school, ouders en kinderen.

In dit onderzoek wordt breed binnen de sportwereld gekeken, zodat van andere sporten en sportverenigingen geleerd kan worden. Het is belangrijk dat niet alle sportbonden en verenigingen het wiel opnieuw uit gaan vinden, want dat is zonde van de tijd en het geld. Om deze reden kan ook de overheid leren van ontwikkelingen in de sportwereld en deze toepassen in andere sectoren.

1.2 Probleem

Een van de punten waarop verenigingen van elkaar kunnen leren, is wat de mogelijkheden en gevolgen zijn van het multifunctionele clubhuis. Zo is het nog niet duidelijk of de 'oorspronkelijke' gebruikers van het clubhuis zich juist meer of minder aangetrokken voelen als dit clubhuis multifunctioneel wordt. Daarnaast is er geen duidelijkheid of mensen die voor andere activiteiten komen dan waar het clubhuis oorspronkelijk voor bedoeld is zich verbonden gaan voelen met de vereniging. En levert het multifunctionele clubhuis echt meer leden op zoals de verenigingen verwachten? Uit de SportAanbiedersMonitor 2012 blijkt namelijk dat de belangrijkste reden voor het aangaan van een samenwerking met andere organisaties om het clubhuis multifunctioneel te maken, het werven van nieuwe leden is (zie Figuur 1). Vandaar dat in dit onderzoek de nadruk ligt op de binding van gebruikers van het multifunctionele clubhuis met de vereniging. Wat deze binding is, mogen de gebruikers zelf bepalen, maar vanuit de literatuur wordt aandacht besteed aan (sociaal) kapitaal. Sociaal kapitaal zou namelijk kunnen worden opgedaan in een sportvereniging. Hiermee zou de vereniging een positieve invloed kunnen hebben op de status van individuen en op de sociale cohesie in de samenleving. Vanuit deze gedachte is het belangrijk dat

mensen zich binden aan een vereniging. Echter, de sportvereniging kan onder druk komen te staan van mogelijke algemene sociale veranderingen als individualisering en consumentisme. (Potentiële) leden willen hierdoor keuze hebben uit meerdere sportaanbieders naast de vereniging en kunnen zich meer als klanten gaan gedragen. De vraag is of een multifunctioneel clubhuis eraan bij kan dragen dat mensen vaker en langer op de vereniging komen waardoor ze zich binden met de vereniging of dat het puur functioneel is en een ongewenste mengelmoes van mensen oplevert. Daarnaast is het van belang aandacht te besteden aan het verschil dat ontstaat tussen traditionele en moderne verenigingen. Uit de SportAanbiedersMonitor 2012 blijkt namelijk dat met name de grote verenigingen samenwerkingsverbanden aangaan met andere organisaties, waardoor dit moderne verenigingen worden en toenemen in ledenaantal. Terwijl bij de kleine en middelgrote verenigingen die zich met name focussen op de eigen leden, en hiermee traditioneel van aard zijn, sprake is van een ledenterugloop (Van Kalmthout et al., 2013, p.6). Kan de 'traditionele' sportvereniging dus nog wel blijven bestaan naast de 'moderne' vereniging?

Figuur 1 Redenen van samenwerking met andere organisaties (in % verenigingen die samenwerken)

Levert nieuwe leden op	40
Is in het algemeen goede pr voor de vereniging	35
Zien we als een maatschappelijke taak van de vereniging	30
Verhoogt de kwaliteit/deskundigheid van de vereniging	23
Levert inkomsten op die de vereniging goed kan gebruiken	22
Belangrijke aanvulling op het verenigingsaanbod	15
Is onderdeel van subsidie-afspraken met gemeente	7

Bron: Van Kalmthout et al., 2013, p.33

1.3 Doel- en vraagstelling

Naar aanleiding van het beschreven probleem is het doel van dit onderzoek het verkrijgen van inzicht in welke invloed de betekenissen hebben die gebruikers geven aan een multifunctioneel clubhuis op de binding van deze gebruikers met de vereniging ten einde een bijdrage te leveren aan de ontwikkeling van multifunctionele clubhuizen en de discussie over de traditionele versus de moderne sportvereniging. Om dit doel te behalen, wordt er in dit onderzoek een antwoord gezocht op de vraag:

Welke betekenissen geven gebruikers van het multifunctionele clubhuis aan deze ruimte en hoe beïnvloeden de betekenissen hun binding met de vereniging?

Deze hoofdvraag zal beantwoord worden aan de hand van de volgende deelvragen:

1. Wat is bekend over de verandering van sportverenigingen en wat is het gevolg daarvan op de binding van de gebruikers met de vereniging?
2. Wat vinden gebruikers van het multifunctionele clubhuis van de multifunctionaliteit en tot welk gedrag leidt dit?
3. Wat zijn volgens de gebruikers de succesfactoren van het multifunctionele clubhuis?

De eerste deelvraag wordt beantwoord aan de hand van bestaande literatuur. De tweede en derde deelvraag worden beantwoord aan de hand van empirische data.

1.4 Relevantie

1.4.1 Maatschappelijke relevantie

Vanuit de overheid wordt de ontwikkeling van het multifunctionele clubhuis gestimuleerd, omdat het huidige kabinet een maatschappelijke rol weggelegd ziet voor de sport. De overheid hecht veel waarde aan sport en bewegen, omdat het een basis vormt voor een gezonde en actieve leefstijl en het bijdraagt aan sociale en educatieve doeleinden als ontwikkeling en weerbaarheid van kinderen, het leren over sportiviteit en respect, maatschappelijke participatie, maar ook aan het verbeteren van de leefbaarheid in de buurt (Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport [VWS], 2011, p.9). Hiermee bouwt het kabinet voort op de Nota Tijd voor Sport waarin sport niet alleen als doel gezien wordt, maar ook als middel (VWS, 2005). Om sport als middel te realiseren wordt samenwerking tussen verschillende actoren van belang geacht. "Dit kabinet is van mening dat er vanuit de sportvereniging – al dan niet samen met andere sportaanbieders – ook verbindingen kunnen worden gelegd met bijvoorbeeld de buurt, naschoolse opvang, zorg en welzijn" (VWS, 2011, p.19). Op deze manier kunnen vraag en aanbod goed op elkaar afgestemd worden en

kunnen "meer variaties in sport- en beweegaanbod ontstaan, die voorheen niet realiseerbaar leken" (VWS, 2011, p.19). Deze variatie kan inhouden dat de sport naar de zorg of de school toe komt, maar kan ook betekenen dat de sportvereniging zich meer openstelt voor deze partners. Dit heeft er onder andere toe geleid dat sportbonden aandacht besteden aan multifunctionaliteit en ook steeds meer sportverenigingen bezig zijn met de ontwikkeling van het multifunctionele clubhuis (zoals gebleken is in paragraaf 1.1). Op deze manier kunnen zij een bijdrage leveren aan het vervullen van hun maatschappelijke rol om mensen aan het sporten te krijgen en kan het mogelijk zijn om extra leden en inkomsten te vergaren.

Om doelstellingen van de overheid daadwerkelijk te kunnen halen, is het van belang dat er inzicht komt in mogelijke gevolgen, mogelijkheden en succesfactoren. Dit onderzoek levert een bijdrage ten aanzien van de invloed van een multifunctioneel clubhuis op de binding van gebruikers met de vereniging. Aan de hand hiervan kunnen sportorganisaties weten waar rekening mee gehouden moet worden bij de ontwikkeling van het multifunctionele clubhuis en kunnen zij beter bepalen of zij wel of niet mee willen gaan in deze ontwikkeling. Ook als er een negatief effect uitgaat van het multifunctionele clubhuis op de binding van gebruikers met de vereniging, levert dit belangrijke kennis op. Daarnaast kan dit onderzoek een bijdrage leveren aan de doelstelling van de KNHB dat in 2015 elke hockeyvereniging multifunctioneel gebruik maakt van de accommodatie (KNHB, 2010, p.42-43). Ook kan het een mogelijke bijdrage leveren aan vergelijkbare doelstellingen van andere sportorganisaties.

1.4.2 Wetenschappelijke relevantie

Dit onderzoek bouwt voort op onderzoeken van onder andere Putnam (2000), Bourdieu (1986), Coalter (2007), Nicholson en Hoye (2008), Okayasu, Kawahara en Nogawa (2010), Stewart en Walsh (1992) en Ulseth (2004). Deze wetenschappers hebben allemaal onderzoek gedaan naar (sociaal) kapitaal in combinatie met sport. Sociaal kapitaal heeft in het algemeen betrekking op sociale netwerken gebaseerd op sociale en groepsnormen die mensen in staat stellen elkaar te vertrouwen en met elkaar samen te werken (Coalter, 2007, p.540). Dit kan individuen status en toegang tot andere vormen van kapitaal opleveren of bijdragen aan sociale cohesie in de samenleving. Er is echter nog geen duidelijkheid over op welke manier sociaal kapitaal wordt opgebouwd in de sport. Zo is bijvoorbeeld Putnam van mening dat een vereniging bij kan dragen aan de ontwikkeling van sociaal kapitaal, omdat mensen daar in aanraking komen met verschillende typen mensen. Daarentegen is Bourdieu van mening dat sociaal kapitaal wordt opgebouwd als gelijkgestemden elkaar op de vereniging ontmoeten. Tegenwoordig wordt de onduidelijkheid over de opbouw van sociaal kapitaal mogelijk vergroot, omdat de samenleving te maken heeft met algemene sociale veranderingen als individualisering en consumentisme die hier invloed op uitoefenen. Zoals uit het onderzoek Van Kalmthout et al. (2013) is gebleken, in combinatie met de waarde die het ministerie van VWS aan verbinding van organisaties met de sport hecht, zou het multifunctionele clubhuis bij moeten dragen aan het binden van mensen aan de vereniging. Maar of deze binding, en daarmee het opbouwen van sociaal kapitaal, mogelijk is door middel van het multifunctioneel maken van clubhuizen is nog niet duidelijk. Zo toont het onderzoek van Okayasu et al. (2010) aan dat sportverenigingen die meer organiseren dan alleen de sport het mogelijk maken om meer kapitaal op te doen. Stewart en Walsh (1992) beweren echter dat het introduceren van kenmerken van de private sector in de publieke sector problemen op kan leveren, waardoor dit mogelijk ook het geval kan zijn in de civil society waar de sportvereniging toe behoort.

Om bovengenoemde redenen gaat dit onderzoek in op de bijdrage van het multifunctionele clubhuis aan het opdoen van kapitaal onder invloed van mogelijke algemene sociale veranderingen.

1.5 Leeswijzer

Om de hoofdvraag van dit onderzoek te kunnen beantwoorden wordt ten eerste in hoofdstuk 2 de bestaande literatuur beschreven over de ontwikkeling van de sport(vereniging), het opdoen van kapitaal onder invloed van mogelijke algemene sociale veranderingen en de bijdrage die het multifunctionele clubhuis hier aan kan leveren. Vervolgens komen in hoofdstuk 3 het onderzoeksperspectief en in hoofdstuk 4 de methoden van onderzoek aan bod. In hoofdstuk 5, het resultatenhoofdstuk, komt alle informatie naar voren die de respondenten hebben gegeven over binding en het multifunctionele clubhuis. Tot slot wordt in de discussie in hoofdstuk 6 de resultaten gekoppeld aan de literatuur en wordt in de conclusie in hoofdstuk 7 antwoord gegeven op de hoofd- en deelvragen. Daarbij worden ook aanbevelingen gedaan naar aanleiding van dit onderzoek en komen mogelijkheden voor vervolgonderzoek aan bod.

2 Literatuur

In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de vraag 'Wat is bekend over de verandering van sportverenigingen en wat is het gevolg daarvan op de binding van de gebruikers met de vereniging?'. In paragraaf 2.1 wordt eerst aandacht besteed aan de sportvereniging, aan de concurrentie die het gekregen heeft van de opkomst van ander sportaanbod en aan het multifunctionele clubhuis als mogelijke oplossing om mensen naar de vereniging toe te trekken. Daarna komen in paragraaf 2.2 de vormen van kapitaal aan bod en wordt in paragraaf 2.3 beschreven waarom de vereniging zo belangrijk is bij het opdoen van kapitaal. Omdat dit in een samenleving gebeurt waar mogelijk individualisering en consumentisme van invloed zijn, worden in paragraaf 2.4 deze sociale veranderingen besproken en hun bedreigingen en kansen voor de vereniging uiteengezet. Tot slot wordt in paragraaf 2.5 besproken wat de bijdrage van het multifunctionele clubhuis aan binding met de vereniging kan zijn.

2.1 De sport(vereniging) in ontwikkeling

De sportvereniging heeft door de jaren heen een ontwikkeling doorgemaakt en heeft de laatste jaren concurrentie gekregen van opkomend ander sportaanbod, zoals fitness en informele groepen. Een externe oriëntatie waar het multifunctionele clubhuis onderdeel van uit kan maken, moet mensen alsnog naar de vereniging trekken.

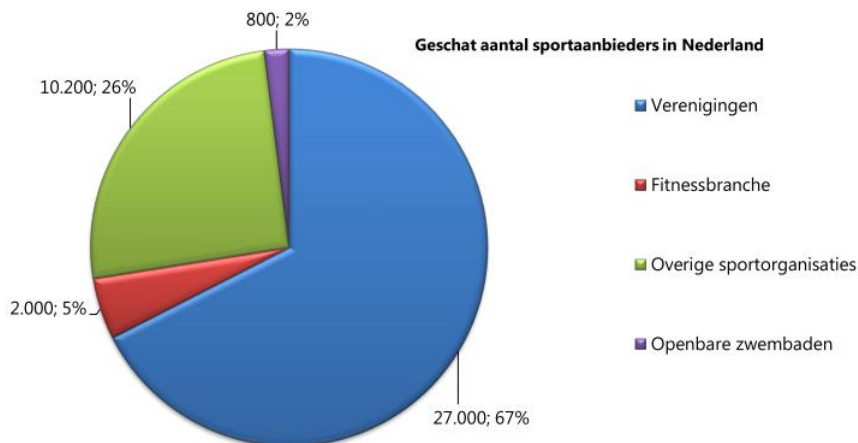
2.1.1 Vereniging

In Nederland, maar ook in een groot deel van Europa, vormen verenigingen de belangrijkste organisatievorm in de sport (Enjolras, 2002, p.353; Van Bottenburg, 2007, p.225). Sportverenigingen zijn vrijwillige organisaties waar mensen naar toe gaan en aan bijdragen zonder dat zij daartoe gedwongen worden of financieel beloond worden (Stokvis, 2011, p.90). Het kost zelfs tijd en geld om te sporten, maar het plezier, de interesse in de activiteit en het gezamenlijke doel van het organiseren van de sport staan voorop (Thiel & Mayer, 2009, p.82; Van Bottenburg & Schuyt, 1996, p.24, 26). In een vereniging staat passie voor de sport centraal. Dit vormt het verbindende aspect tussen de leden (Boessenkool, Lucassen, Waardenburg & Kemper, 2011, p.16). Deze passie is nodig voor de organisatie van de sport die veelal berust op vrijwilligheid, binding, identificatie en emotie (Van Bottenburg, 2006, p.2). In de huidige samenleving wordt de passie voor de sport mogelijk vervangen door een meer zakelijke manier van doen. Voordat hier verder op ingegaan wordt, volgt er eerst een terugblik.

Vanaf het midden van de 19^e eeuw, werden in Nederland verenigingen opgericht die de doelstelling hadden om ontspannende activiteiten te organiseren voor hun leden en daarmee diensten te verlenen aan anderen (Stokvis, 2011, p.96). Een voorbeeld hiervan is dat de oprichters van de roel- en zeilverenigingen in Rotterdam en Amsterdam de scheepsbouw en de opleiding van scheepslieden wilden bevorderen. Hiermee functioneerden deze verenigingen ook ten dienste van niet-leden. Later, aan het eind van de 19^e eeuw, verdween deze dienstverlenende functie en richtten verenigingen zich alleen op de ontspanning van de eigen leden (Stokvis, 2011, p.97). Verenigingen kregen meer een gezelligheidsfunctie en zorgden er door middel van ballotage voor dat alleen de 'juiste' mensen toegelaten tot de vereniging. Hierdoor verwachtte men hier veel gelijken te ontmoeten (Van Bottenburg, 2004b). In de jaren '60 kwam een eind aan de ballotage toen de overheid als voorwaarde voor het verstrekken van subsidies ging stellen dat verenigingen deze ballotage moesten afschaffen (Van Bottenburg, 2007). Sportverenigingen werden opengesteld voor een breder publiek, waardoor meer mensen gingen sporten. Daarnaast heeft de grotere welvaart en daarmee gepaard een groter deel van het inkomen dat aan sport werd besteed, geleid tot een toename van het aantal sporters (Van Bottenburg, 2006, p.4). Ook nam de mobiliteit toe, waardoor het aanbod in het bereik van steeds meer mensen kwam te liggen. Een andere belangrijke verandering was de acceptatie van sport in het dagelijks leven. Er was sprake van informalisering van de samenleving, waardoor sport op verschillende manieren in het openbaar te zien was (Schnabel, 2004, p.56; Van Bottenburg, 2006, p.4). Van sportkleding en sportschoenen die in de mode kwamen tot hardlopers in het park. Waar sport eerst dus nog als een exclusieve zaak werd beschouwd, werd het steeds toegankelijker. "*Sportbeoefening werd de norm; niet-sporten juist negatiever gewaardeerd*" (Van Bottenburg, 2007, p.229).

Deze norm is niet meer veranderd. Van 1997 tot 2007 is de sportparticipatie in Nederland van 55% naar 65% gestegen (NOC*NSF, 2012, p.13). Tegenwoordig streeft NOC*NSF er naar om de sportparticipatie op 75% te krijgen. Het doel is om "*meer mensen, vaker, actief te laten sporten, gedurende een langere periode in hun leven*" (NOC*NSF, 2012, p.13). Met name het laatste punt 'gedurende een langere periode in hun leven' moet bereikt worden door het aantal lidmaatschappen te verhogen van 29% naar 35% van de bevolking. Op dit moment zijn er ruim 4,5 miljoen lidmaatschappen bij sportbonden die zijn aangesloten bij NOC*NSF (KISS, 2013). Zij kunnen terecht bij ongeveer 27.000 sportverenigingen (zie Figuur 2).

Figuur 2 Geschat aantal sportaanbieders in Nederland



Bron: Van Kalmthout et al., 2013, p.9

2.1.2 Ander aanbod

Naast het sporten in verenigingsverband sport sinds de jaren '70 een groot deel van de bevolking bij commerciële sportaanbieders. De fitnessbranche is het grootste segment van deze markt met twee miljoen leden in 2010 (Hover, Hakkers & Elling-Machartzki, 2012, p.32-33; Van Bottenburg, 2006, p.2). Naar schatting zijn er in 2013 ongeveer 2000 aanbieders in de fitnessbranche (zie Figuur 2) (Van Kalmthout et al., 2013, p.9). Daarnaast fitnessen ruim een miljoen mensen onder andere op eigen gelegenheid of bij een fysiotherapeut. Dit wil zeggen dat in totaal 20% van de bevolking van vier jaar en ouder minimaal één keer per jaar aan fitnessactiviteiten deelneemt. Deze ontwikkeling is mogelijk doordat commerciële sportaanbieders inspelen op vragen vanuit de maatschappij. Door middel van ruime openingstijden is het mogelijk dat mensen kunnen gaan sporten wanneer en waar zij dat willen (Ulseth, 2004, p.98). Daarnaast betalen ze voor de dienst waar ze gebruik van maken en hebben ze verder weinig verplichtingen. Dit kan er toe leiden dat het verenigingslidmaatschap steeds meer wordt vervuild voor fitness of dat mensen zich binnen de vereniging meer als klant gaan gedragen (Enjolras, 2002, p.353). Het gevolg hiervan is dat het verenigingsleven onder druk komt te staan.

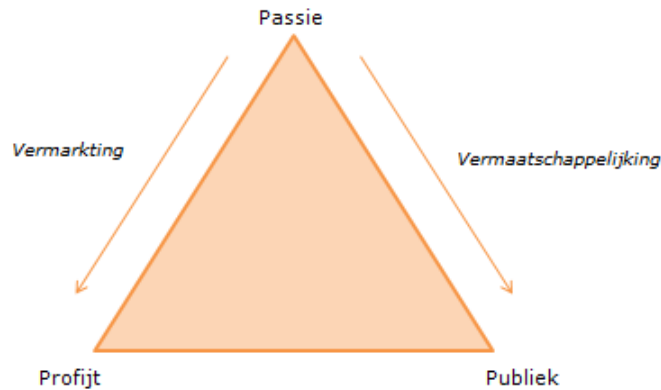
Ook sporten mensen tegenwoordig vaker in informele groepen. Deze vallen in Figuur 2 onder 'overige sportorganisaties' (samen met onder andere playgrounds, courts en sportbuurtwerk). Informele groepen zijn volgens Van den Berg en Tiessen-Raaphorst (2011, p.89) groepen van minstens drie personen die met een zekere regelmaat samen sporten en door de deelnemers zelf zijn georganiseerd. In 2007 bleek 35% van alle sporters actief te zijn in een informele groep. Veel van deze activiteiten waren echter erg incidenteel (zoals sporten tijdens een personeelsuitje). De voornaamste reden dat mensen sporten in een informele groep is de flexibiliteit, maar daarnaast ook de informele interactie met leden van de groep die voornamelijk uit vrienden en kennissen bestaat (Van den Berg & Tiessen-Raaphorst, 2011, p.98).

2.1.3 Het multifunctionele clubhuis

Zoals beschreven heeft de sportvereniging zelf een ontwikkeling doorgemaakt, maar daarnaast ook concurrentie gekregen door de opkomst van alternatieven zoals het commerciële aanbod en informele groepen. Om mensen toch naar de vereniging toe te krijgen en zich betrokken te laten voelen, gaan verenigingen manieren zoeken waarop zij hun leden, potentiële leden en vrijwilligers aan zich kunnen blijven binden. Ze gaan zich meer extern oriënteren (Boessenkool et al., 2011, p.17). In Figuur 3 is te zien dat verenigingen kunnen reageren door meer te verschuiven richting de marktsector of de publieke sector. Het multifunctionele clubhuis kan onderdeel uitmaken van deze externe oriëntatie, omdat verenigingen hun clubhuis hierbij openstellen voor andere activiteiten waar ook niet-leden gebruik van mogen maken. Dit kunnen commerciële activiteiten zijn, maar ook activiteiten waarmee de vereniging een maatschappelijke rol kan vervullen. Uit de SportAanbiedersMonitor 2012 (Van Kalmthout et al., 2013) is gebleken dat dit laatste punt over de maatschappelijke rol van verenigingen de aandacht krijgt. 82% van de verenigingsbestuurders vindt namelijk dat verenigingen een maatschappelijke verantwoordelijkheid hebben en meer moeten doen dan alleen hun leden laten sporten (Van Kalmthout et al., 2013, p.5). 32% van de verenigingen (met name grote verenigingen met meer dan 250 leden) gaan hierdoor de wensen en behoeften van (potentiële) sporters en dus niet alleen de eigen bestaande leden centraal stellen. Ook gaan ze sporttakoverstijgend en met andere sportaanbieders of andere sectoren samen werken (NOC*NSF, in Van Kalmthout et al., 2013, p.44). Samenwerking met andere sectoren

houdt onder andere in dat 47% van de verenigingen samenwerkt met scholen, 14% met naschoolse en buitenschoolse opvang, 14% met buurt-/wijk-/welzijnorganisaties, 12% met bedrijven en 11% met (sport)fysiotherapeuten/huisartsen (Van Kalmthout et al., 2013, p.32). Deze samenwerking kan plaats vinden in het multifunctionele clubhuis.

Figuur 3 Oriëntatierichtingen binnen sportverenigingen



Bron: Boessenkool et al., 2011, p.17

2.1.4 Conclusie

Verenigingen zijn zich in de loop van de tijd steeds meer open gaan stellen voor een breder publiek en hebben tegelijkertijd concurrentie gekregen van commerciële aanbieders en informele groepen. Vanwege met name de maatschappelijke verantwoordelijkheid die verenigingsbestuurders voelen, wordt er gezocht naar manieren waarop mensen toch door de vereniging kunnen worden aangetrokken. Dit leidt er toe dat er samenwerkingsverbanden worden aangegaan met andere sportaanbieders en andere sectoren. Het is mogelijk dat deze verschillende actoren samen komen in het multifunctionele clubhuis.

In dit onderzoek is het de vraag wat de ontwikkeling van een multifunctioneel clubhuis voor gevolgen heeft voor de sportvereniging met betrekking tot de binding van haar leden, vrijwilligers en andere gebruikers. Waarom binding van mensen aan een sportvereniging van belang is, wordt in de volgende paragraaf besproken.

2.2 Kapitaal

Gebleken is dat veel verenigingen hun maatschappelijke rol proberen te vergroten door hun clubhuis multifunctioneel te maken. Dit sluit aan bij de doelstellingen van de overheid. Maar waarom vindt de overheid het belangrijk dat mensen bij een vereniging sporten in plaats van bij commerciële aanbieders of in informele groepen? Een mogelijk antwoord op deze vraag is dat mensen meer kapitaal opdoen in een vereniging dan in andere sporten wat gunstige gevolgen kan hebben voor de samenleving. Om dit uit te kunnen leggen is het van belang dat het kapitaalbegrip duidelijk is. Daarom wordt hier eerst op in gegaan.

2.2.1 Kapitaal: algemeen

Kapitaal heeft voor verschillende wetenschappers een andere betekenis, maar wat overeenkomt is dat sociaal kapitaal betrekking heeft op sociale netwerken gebaseerd op sociale en groepsnormen die mensen in staat stellen elkaar te vertrouwen en met elkaar samen te werken (Coalter, 2007, p.540). Dit kan individuen en groepen mensen bepaald soort voordeel opleveren. Zo bestaat sociaal kapitaal voor Coleman (in Nicholson & Hoyer, 2008b, p.4) uit bepaalde bronnen die mensen opdoen door relaties aan te gaan met anderen. Portes (in Nicholson & Hoyer, 2008b, p.4) schrijft dat sociaal kapitaal de bekwaamheid van mensen is om voordeel te halen uit hun sociale netwerken of andere sociale structuren. Ook Lin (in Nicholson & Hoyer, 2008b, p.4) is van mening dat sociaal kapitaal voordelen op kan leveren, maar dan in de marktsector, door te investeren in de juiste relaties. Daarnaast hebben ook Putnam en Bourdieu hun kijk op kapitaal. Deze twee wetenschappers worden uitgebreider besproken, omdat zij belangrijk zijn geweest in de literatuur en aanzet hebben gegeven tot veel aandacht buiten academische kringen (Jochum, 2003). Daarnaast sluit Putnam aan bij dit onderzoek, omdat hij sociale problemen wijdt aan een tekort aan sociaal kapitaal in de samenleving en dit volgens hem opgedaan kan worden in sportverenigingen. Aan Bourdieu wordt aandacht besteed, omdat hij de nadruk legt op de onderscheiding die binding van mensen met zich meebrengt. Hij is van mening dat er aandacht

moet worden besteed aan klasse en uitsluiting als gekeken wordt naar het functioneren van sportverenigingen (Coalter, 2007, p.540).

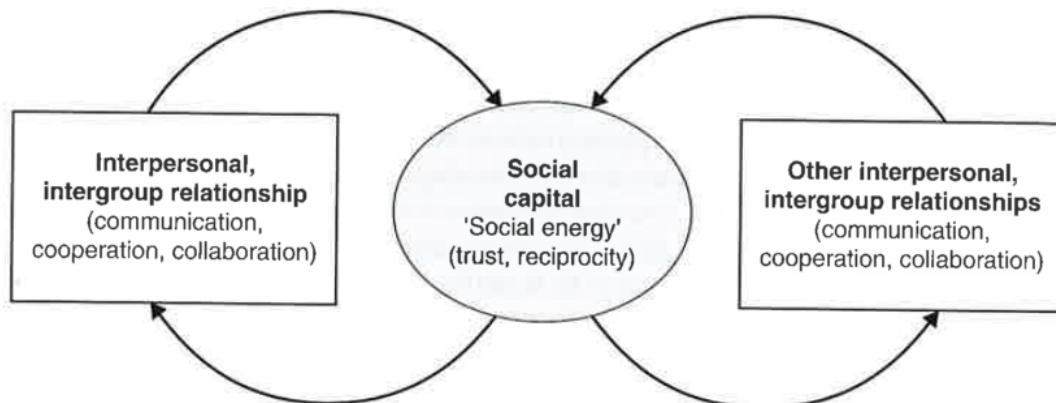
2.2.2 Kapitaal: Putnam

Robert D. Putnam (2000) ziet sociaal kapitaal als iets dat groepen mensen kunnen bezitten. Het gaat daarbij om sociale netwerken bestaande uit individuen die connecties met elkaar hebben. De kern hiervan is dat mensen binnen deze netwerken vertrouwen in de medemens krijgen, normen van wederkerigheid ontwikkelen en maatschappelijk nuttige contacten, kennis en vaardigheden verkrijgen (Putnam, 2000; Verweel, Janssens & Roques, 2005). Bij het vormen van sociaal kapitaal is vertrouwen erg belangrijk, omdat vertrouwen een band schept tussen mensen waardoor ze meer voor elkaar over hebben (Siisiäinen, 2000, p.4-5). Putnam maakt onderscheid in twee soorten sociaal kapitaal (Putnam, 2000). Het ene soort kapitaal is **bonding sociaal kapitaal** en wordt gevormd binnen de eigen groep die bestaat uit min of meer homogene mensen op basis van hun sociale herkomst (Putnam, 2000; Verweel, 2007). Doordat het een homogene groep mensen betreft, ook wel 'people like us', gaat het om het versterken van de eigen en de groepsidentiteit (Coalter, 2007, p.542; Verweel et al., 2005). Daarnaast ligt de nadruk op loyaliteit aan elkaar. Het andere soort kapitaal is **bridging sociaal kapitaal** en wordt gevormd tussen verschillende groepen mensen (Putnam, 2000). Zogenaamde knopen in de groep maken deel uit van meerdere sociale netwerken, waardoor zij bruggen kunnen slaan tussen verschillende netwerken en uitwisseling mogelijk maken.

Volgens Putnam is sociaal kapitaal een maat voor **sociale cohesie** in de samenleving (Van der Roest, 2011, p.10; Verweel et al., 2005). Het is namelijk gericht op de mogelijkheid van mensen om samen te werken, te communiceren en collectief actie te voeren (Nicholson & Hoyer, 2008b, p.5). Dit resulteert in vertrouwen en wederkerigheid, waardoor mensen iets voor elkaar over hebben met de verwachting dat iemand anders in de toekomst ook iets terug doet (Doherty & Misener, 2008, p.117). Sociaal kapitaal kan dus continu gereproduceerd en versterkt worden in de tijd. Zoals te zien is in

Figuur 4 levert sociaal kapitaal, uitgedrukt in vertrouwen en wederkerigheid, communicatie en samenwerking op binnen een netwerk (Doherty & Misener, 2008, p.118-119). Dit versterkt het sociaal kapitaal dat mensen hebben en meenemen naar een van hun andere netwerken, waardoor het hier ook weer meer communicatie en samenwerking oplevert.

Figuur 4 The (re)production of social capital



Bron: Doherty & Misener, 2008, p.119

Op deze manier draagt sociaal kapitaal bij aan het welzijn van de samenleving. "It has the potential to sustain communities in which the members of the community are socially, financially, culturally, mentally and physically prosperous" (Nicholson & Hoyer, 2008b, p.7). Voor zoveel mogelijk gunstige effecten zijn zowel bonding als bridging sociaal kapitaal van belang. Bonding sociaal kapitaal zorgt namelijk voor een goede communicatie en samenwerking binnen een bepaalde groep, maar werkt tegelijkertijd uitsluiting van andere groepen in de hand (Nicholson & Hoyer, 2008b, p.7; Okayasu et al., 2010, p.168; Tonts, in Harvey, Lévesque & Donnelly, 2007, p.210). Vandaar dat het belangrijk is dat mensen ook in contact komen met andere groepen waarin mensen met een andere achtergrond zijn opgenomen en mensen dus bridging sociaal kapitaal opdoen. Op deze manier wordt geleerd om te gaan met andersdenkenden (Verweel et al., 2005). Een combinatie van bonding en bridging sociaal kapitaal bevordert het vermogen van mensen om samen te werken, waardoor problemen sneller opgelost kunnen worden en een samenleving beter kan functioneren (Coalter, 2007, p.542; Schnabel & De Hart, 2008, p.16-17). Omgekeerd kan een afname aan sociaal kapitaal sociale problemen tot gevolg hebben, zoals

Putnam veel sociale problemen, waaronder criminaliteit, in de Verenigde Staten wijdt aan een afname van sociaal kapitaal in de afgelopen decennia (Siisiäinen, 2000, p.1). Het kan dus gezien worden als een kwestie van oorzaak en gevolg (Coalter, 2007, p.542). Hoe meer sociaal kapitaal er is, hoe meer positieve resultaten er zijn als economische ontwikkeling en minder criminaliteit. Maar sociaal kapitaal is hier ook het gevolg van. Andersom kan het ook zo zijn dat weinig sociaal kapitaal leidt tot een negatieve spiraal (Coalter, 2007, p.542).

Een beter functionerende samenleving door een combinatie van veel bonding en bridging sociaal kapitaal is dan ook de reden dat Putnam vooral geïnteresseerd is in wat mensen bindt. Hij vindt het belangrijk dat mensen met elkaar in contact komen, sociaal kapitaal op doen en beweert het volgende: "*Life is easier in a community blessed with a substantial stock of social capital*" (Putnam, in Nicholson & Hoye, 2008b, p.5).

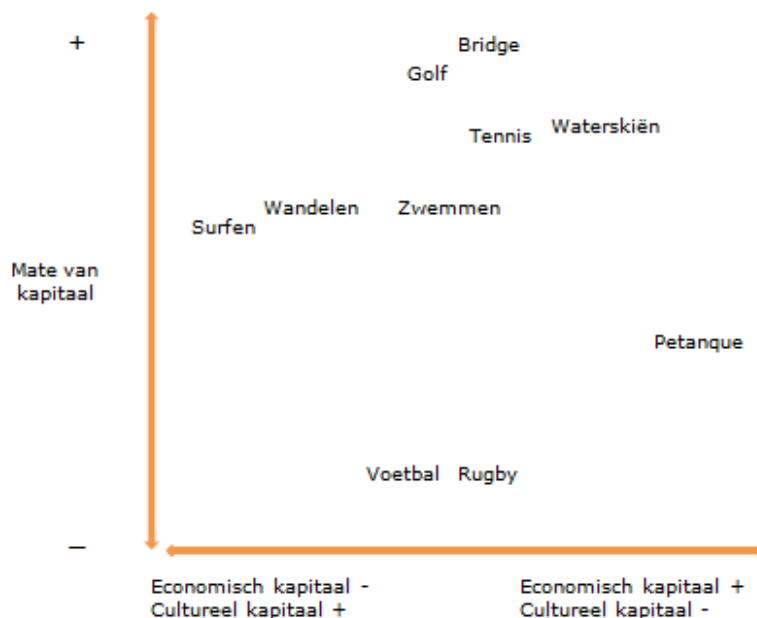
2.2.3 Kapitaal: Bourdieu

Anders dan Putnam gaat Pierre Bourdieu (1986) er vanuit dat met name individuen kapitaal kunnen bezitten. Een ander verschil is dat Bourdieu aandacht besteedt aan wat mensen onderscheidt in plaats van wat mensen bindt. Hierbij gaat het om een onderscheid tussen verschillende groepen mensen waarbinnen mensen wel met elkaar verbonden zijn. Juist deze binding van individuen leidt tot uitsluiting van andere individuen. Volgens Bourdieu streven mensen er altijd naar om zich te onderscheiden en hun status te verbeteren (Van Ingen, 2009, p.107). Bourdieu heeft meer aandacht voor conflict en macht en betreft vooral de ongelijke toegang en verdeling met betrekking tot kapitaal (Coalter, 2007, p.540; Siisiäinen, 2000, p.2). Vandaar dat volgens Bourdieu ook niet over de structuur en het functioneren van de sociale samenleving te praten is zonder daarbij habitus, veld en verschillende vormen van kapitaal te betrekken (Bourdieu, 1986). Wanneer dit in een formule samengevat zou kunnen worden, zou deze er als volgt uit zien: **habitus x kapitaal + veld = praktijk** (Laberge & Kay, 2002, p.253).

De **habitus** is volgens Bourdieu een "*integral part of the person*" (Bourdieu, 1986, p.5). De habitus ontwikkelen individuen gedurende hun leven in een bepaalde sociale omgeving en bepaalt hoe individuen naar de wereld kijken en hoe zij hierin handelen (Bourdieu, 1986; Flinterman, 2013; Siisiäinen, 2000, p.11). De habitus is "*one's view of the world and one's place in it*" (Dumais, 2002, p.45). Mensen die in dezelfde sociale omgeving opgroeien zullen een vergelijkbare habitus hebben en onderscheiden zich daarmee van andere groepen in de samenleving (Coalter, 2007, p.540; Laberge & Kay, 2002, p.247). Het verschil in habitus resulteert in verschillende sociale en culturele betekenissen die mensen geven aan hun omgeving en daarmee bijvoorbeeld aan een sport (Ulseth, 2004, p.97). Een sport staat symbool voor een bepaalde levensstijl en een bepaalde groep (Laberge & Kay, 2002, p.246). Ook door middel van sport kunnen mensen zich dus onderscheiden van anderen. De habitus van mensen is voor Bourdieu belangrijk in combinatie met de hoeveelheid kapitaal. Bourdieu onderscheidt vier vormen van kapitaal, te weten economisch, cultureel, sociaal en symbolisch kapitaal. **Economisch kapitaal** is direct om te zetten in geld. **Sociaal kapitaal** is het totale netwerk van relaties van een persoon en de daaraan gekoppelde hulpbronnen (Bourdieu, 1986). Bourdieu ziet sociaal kapitaal als "*the exclusive property of elites*" (Coalter, 2007, p.540) waarmee ze hun positie kunnen veilig stellen. De mate van het sociaal kapitaal dat iemand heeft is afhankelijk van de grootte van iemands netwerk en de mate van kapitaal dat iemand zelf bezit. Het kapitaal dat iemand zelf bezit noemt Bourdieu **cultureel kapitaal**. Hierbij gaat het om culturele signalen die een hoge status hebben. Dit kunnen kennis, vaardigheden, gedrag en goederen zijn, verkregen vanuit de habitus, die gebruikt worden voor sociale en culturele uitsluiting (Coalter, 2007, p.540; Lamont & Lareau in Stempel, 2005, p.412). Cultureel kapitaal geeft dus de verschillen weer tussen de dominante klassen en achtergestelde klassen (Stempel, 2005, p.413). Wat een hoge status is, wordt bepaald door de dominante klassen. Doordat zij dit doorgeven aan hun kinderen wordt dit in stand gehouden. Deze norm in combinatie met iemand zijn habitus bepaalt hoeveel cultureel kapitaal iemand kan hebben. Vandaar dat de mate van kapitaal niet alleen afhankelijk is van de hoeveelheid tijd en geld die iemand kan besteden, maar ook van de hoeveelheid kapitaal die iemand door gegeven krijgt van zijn familie (Bourdieu, 1986). Ten slotte gebruikt Bourdieu nog het begrip **symbolisch kapitaal**. Dit bepaalt in hoeverre een kapitaalvorm wordt erkend door anderen en staat gelijk aan status of erkenning (Flinterman, 2013; Laberge & Kay, 2002, p.241). Deze waardetoekenning van economisch, sociaal en cultureel kapitaal wordt mede bepaald door het **veld** waarin iemand zich bevindt. Ieder veld heeft goederen, diensten, kennis en status rondom een bepaald onderwerp (Laberge & Kay, 2002, p.253). Voorbeelden van velden zijn kunst, het onderwijsstelsel en sport. "*Door een sport te gaan beoefenen, betreedt men een wereld met een eigen plaats ten opzichte van andere maatschappelijke verschijnselen*" (Bottenburg & Schuyt, 1996, p.25). Deze eigen plaats is bepaald aan de hand van sociale en institutionele verhoudingen die door de jaren heen zo gegroeid zijn. Binnen een veld gelden eigen logica en eigen regels (Laberge & Kay, 2002, p.255). Zo is het in de sportwereld duidelijk dat een (kunst)grasveld dient om op te sporten in plaats van op te picknicken en is het binnen het onderwijs logisch dat iemand goede cijfers wil halen.

Door middel van de habitus van mensen, de mate van kapitaal en de waarde die kapitaal toegekend krijgt in een bepaald veld onderscheiden mensen zich van anderen. Zo ook in de sport. Binnen de sportwereld kan onderscheid gemaakt worden in sporten met meer en minder status. Dit betekent dus ook dat mensen voor een bepaalde sport(vereniging) kiezen, omdat zij deze vinden passen bij hun status en zich daarmee kunnen onderscheiden van anderen. Terwijl sportverenigingen eerst nog exclusief waren, werden ze in de jaren '60 toegankelijker voor een breder publiek (zie paragraaf 2.1.1) (Van Bottenburg, 2006, p.4). Over het algemeen is het publiek toen meer gemengd geworden, maar er zijn altijd verschillen in voorkeur blijven bestaan tussen verschillende groepen mensen. Op deze manier hebben veel sporten, en daarbinnen ook verenigingen, een bepaalde mate van exclusiviteit en status behouden waardoor mensen daarbij willen horen. Hiermee kunnen mensen namelijk bepalen welke identiteit ze uitdragen en op welke manier ze zich willen onderscheiden van anderen (Ulseth, 2004, p.98). Mensen zijn geneigd om te gaan met mensen waar ze overeenkomsten mee hebben op basis van interesses, maar ook op basis van hun sociaal-economische achtergrond. Vandaar dat de keuze voor een sport af kan hangen van de maatschappelijke status van deze sport. Volgens Ruud Stokvis willen mensen een sport die bij hun stand past en waar ze de 'juiste' mensen kunnen ontmoeten (Stiphout, 2012, p.29). Een voorbeeld hiervan is hockey. Johan Wakkie, directeur van de KNHB zegt hierover in Elsevier: "Je eigen mensen ontmoeten. Samen hockeyen, kijken, borrelen" (Stiphout, 2012, p.29). Op deze manier kan sport een verbindende functie hebben tussen gelijkgestemden, bijvoorbeeld hockeyers. Deze binding wordt versterkt doordat groepen zich tegelijkertijd onderscheiden van andere groepen in de samenleving (Bourdieu, 1986). Zo onderscheiden hockeyers zich bijvoorbeeld van voetballers op basis van sociaaleconomische achtergrond. De keuze voor een sport kan dus afhangen van bij welke sociale groep iemand (niet) wil horen. Bourdieu heeft hier een schema bij gemaakt waarin hij sporten positioneert naar soort en mate van kapitaal op basis van de situatie in Frankrijk in de jaren '80 (zie Figuur 5). Hij positioneert voetbal en rugby onderaan bij de mate van kapitaal (Bourdieu, in Laberge & Kay, 2002, p.249). Dit wil zeggen dat hij dit vindt passen bij de arbeidersklasse met zowel minder economisch als cultureel kapitaal. Tennis en skiën krijgen een hogere positie binnen de sportwereld. Bourdieu ziet deze sporten vooral voor de middenklasse. Golf en bridge zijn sporten voor de hoogste klasse.

Figuur 5 Positie van sporten volgens Bourdieu in Frankrijk in de jaren '80 (selectie uit figuur 'The Space of Social Positions and the Space of Lifestyles')

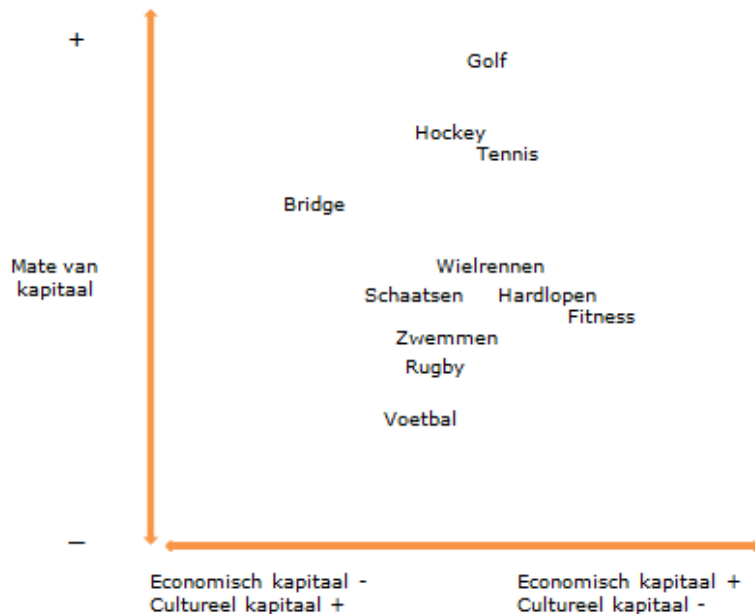


Bron: Bourdieu, in Laberge & Kay, 2012, p.245

De maatschappelijke status van een sport kan er dus voor zorgen dat mensen deze sport willen beoefenen en kan mensen aan de sport binden. Daarmee onderscheiden ze zich van andere sporters. Volgens Taks et al. (in Stempel, 2005, p.416) hoeft deze status echter niet af te hangen van de kosten van een sport. Als mensen horen dat sportdeelname geassocieerd wordt met sociale klasse, zien ze hier al snel economische barrières en ligt de focus op sporten als golf. Maar sporten als bowlen en bodybuilden gaan ook gepaard met hoge kosten en krijgen geen hoge status. Volgens White en Wilson (in Stempel, 2005, p.416) hangt het meer af van de educatie, oftewel het cultureel kapitaal.

Bourdieu heeft hockey niet opgenomen in zijn schema, maar dit zou in Nederland in de jaren '80 vergeleken kunnen worden met golf. In de loop van de tijd heeft hockey in Nederland echter een andere plaats gekregen. Hockey is populair geworden door een grote welvaartsstijging in de jaren '90, waardoor mensen tot de middenklasse gingen behoren en een sport zochten die bij hun stand paste en waar ze de juiste vriendjes voor hun kinderen konden vinden (Stiphout, 2012, p.29). Hierdoor noemt Elsevier hockey de nieuwe volkssport en wordt in het artikel van Stiphout (2012) de vraag gesteld of 'hockey niet te tokkie' wordt. Ook andere sporten hebben in de loop van de tijd een andere positie gekregen of hebben in Nederland een andere positie dan in het buitenland. Zo is rugby in de loop van de tijd van een sport voor de arbeidersklasse verplaatst richting de middenklasse. Daarnaast is fitness een veel beoefende sport, waardoor ook deze een plek moet krijgen in het schema. In Figuur 6 is het schema van Bourdieu vertaald naar Nederland in 2013 vanuit de interpretatie van de onderzoeker.

Figuur 6 Positie van sporten volgens Bourdieu aangepast aan Nederland in 2013



Golf, hockey en tennis zijn in Nederland sporten voor de hogere klasse. In de loop der tijd zijn tennis en hockey echter wat meer toegankelijker geworden, waardoor deze meer richting de middenklasse verschoven zijn. Rugby heeft zich, zoals beschreven, ook meer richting de middenklasse verplaatst. Daarnaast zijn hardlopen en fitness toegevoegd in het schema. Dit zijn sporten die zowel door zakenmensen beoefend worden als door mensen uit lagere sociale klassen. Vandaar dat deze sporten in de middenklasse geplaatst zijn. Ook wielrenners behoren in het algemeen tot de middenklasse. Hierbij is een groot verschil tussen de professionele en recreatieve wielrenners. Professionals zijn over het algemeen laag opgeleid in tegenstelling tot recreatieve renners die vaak een HBO of WO achtergrond hebben. Ook schaatsen wordt in Nederland in de middenklasse geplaatst, omdat hierbij met name verschil is tussen regio's. Voetbal heeft in 2013 in Nederland een vergelijkbare positie als in Frankrijk in de jaren '80.

2.2.4 Conclusie

Sociaal kapitaal is volgens Putnam iets dat groepen mensen kunnen bezitten en gaat over het vertrouwen in de medemens, normen van wederkerigheid en maatschappelijk nuttige contacten, kennis en vaardigheden die binnen netwerken verkregen kunnen worden. Hij acht zowel bonding als bridging sociaal kapitaal van belang voor sociale cohesie in de samenleving. Bourdieu ziet kapitaal daarentegen als iets dat individuen kunnen bezitten. Een combinatie van de habitus, de mate van kapitaal en de waarde die kapitaal toegekend krijgt in een bepaald veld vormt voor mensen een middel om zich te onderscheiden van anderen. Binnen de sportwereld kunnen mensen een bewuste keuze maken voor een sport met een bepaalde maatschappelijke status waar ze verwachten gelijkgestemden te ontmoeten.

Nu duidelijk is wat kapitaal inhoudt, is het tijd om terug te komen op de vraag waarom de overheid het belangrijk vindt dat mensen bij een vereniging moeten sporten in plaats van bij commerciële aanbieders of in informele groepen. De nadruk ligt in de volgende paragrafen op sociaal kapitaal, omdat deze vorm van kapitaal het meest te maken heeft met de redenen dat mensen belang hechten aan het sporten bij een vereniging.

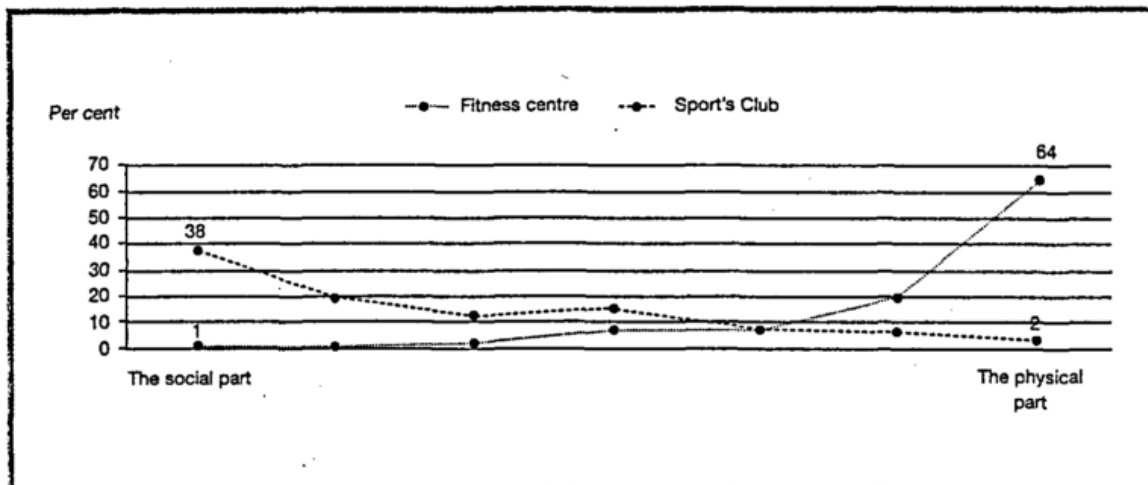
2.3 Het belang van de vereniging voor het ontwikkelen van kapitaal

Over het algemeen wordt sport gezien als een institutie die veel mogelijkheden heeft om de sociale cohesie te bevorderen en daarmee bij te dragen aan een veerkrachtige samenleving (Cairnduff, in Auld, 2008, p.144). "The policies are very clear in claiming that sport strengthens communities, enhances people's sense of community, makes communities more cohesive and encourages, improves and builds people's pride, identity and belonging." (Nicholson & Hoyer, 2008a, p.83). De reden dat mensen volgens Nicholson en Hoyer (2008a, p.89) moeten gaan sporten bij een vereniging in plaats van bij commerciële aanbieders of in informele groepen is omdat de kern van de relatie tussen sport en sociaal kapitaal ligt in de tijd en energie die mensen steken in hun deelname aan sport en aan vrijwilligerswerk in het verenigingsleven.

2.3.1 Tijd en energie in deelname aan sport

Wanneer mensen bij een vereniging sporten ontmoeten ze elkaar regelmatig voor dezelfde activiteit, waardoor ze meer tijd met elkaar doorbrengen en een band met elkaar krijgen (Ulseth, 2004, p.101; Putnam, 2000). Dit is een betere basis voor het ontstaan van vriendschappen dan de korte ontmoetingen bij een fitnesscentrum (Ulseth, 2004, p.101). In Figuur 7 is te zien dat mensen die bij een sportvereniging sporten meer waarde hechten aan het sociale gedeelte dan aan het fysieke gedeelte en dit bij mensen die gaan fitnessen juist andersom is. Slechts 1% vindt de sociale kant het belangrijkste bij het fitnessen tegenover 64% die de fysieke kant het belangrijkste vindt (Ulseth, 2004, p.110). De resultaten voor leden van sportverenigingen zijn omgekeerd. Hier vindt 2% het fysieke gedeelte het belangrijkste tegenover 38% die de sociale kant het belangrijkste vindt.

Figuur 7 Wat is het meest belangrijk als je gaat sporten: het sociale of het fysieke gedeelte?



Bron: Ulseth, 2004, p.110

Het belang dat aan de sociale kant van het sporten wordt toegekend, leidt tot meer contacten en vriendschappen op de vereniging. Dit kan versterkt worden doordat bij een vereniging vaak aan teamsport wordt gedaan, in tegenstelling tot fitness en sporten in informele groepen. Doordat er samenwerking nodig is en mensen van elkaar afhankelijk zijn bij een teamsport is er een sterkere basis voor contact en communicatie tussen de leden (Ulseth, 2004, p.102). Volgens Putnam is deze manier van contact, namelijk op gelijkwaardig niveau, erg belangrijk, omdat mensen hierdoor veel sociaal kapitaal opdoen (Putnam, 2000; Schnabel & De Hart, 2008, p.16-17). Dit kan zowel bonding als bridging sociaal kapitaal zijn, omdat mensen binnen een vereniging contact kunnen hebben met gelijkgestemden, maar ook met andersdenkenden (Verweel et al., 2005). Bij informele groepen bestaat alleen de kans op bonding sociaal kapitaal, omdat deze groepen voornamelijk bestaan uit vrienden en kennissen (Van den Berg & Tiessen-Raaphorst, 2011, p.98). Voor sociale cohesie en een veerkrachtige samenleving is juist ook bridging sociaal kapitaal van belang. Volgens Bourdieu zijn de contacten die ontstaan binnen een vereniging juist positief, omdat dit vaak contacten zijn tussen gelijkgestemde mensen met vergelijkbare posities (Van Ingen, 2009, p.17, 29, 107). Met het netwerk dat hier ontstaat kunnen leden van een vereniging zich onderscheiden van anderen. Hoe groter dit netwerk, hoe meer sociaal kapitaal deze leden hebben en hoe meer toegang ze hebben tot andere vormen van kapitaal.

Dat mensen elkaar regelmatig ontmoeten als ze sporten bij een vereniging, geeft mensen meer vertrouwen. Dit is gebleken uit onderzoek van Breedveld en Van der Meulen (in Verweel et al., 2005, p.17). Dit onderzoek toont aan dat er een relatie bestaat tussen vertrouwen in de medemens

en het sporten in verenigingsverband. Het vertrouwen van verenigings sporters ligt namelijk op 70% en is hoog in vergelijking met het vertrouwen in de medemens van andere sporters (55%) en niet-sporters (52%). Doordat mensen binnen een vereniging regelmatig met elkaar in contact komen, ontstaat er meer vertrouwen en kan er meer sociaal kapitaal gevormd worden. Brown (2008, p.181) komt tot een soortgelijke conclusie. Brown beweert dat leden van sportorganisaties meer sociaal kapitaal op doen dan leden van alle andere organisaties, omdat leden van sportorganisaties toleranter zijn en meer vertrouwen hebben in anderen. Echter, het is ook mogelijk dat het sociaal kapitaal hoger ligt bij mensen die sporten, omdat zij al een bepaalde mate van kapitaal nodig hebben om regelmatig te kunnen sporten (Nicholson & Hoyer, 2008b, p.5). Het vertrouwen en de hoge mate van sociaal kapitaal hoeven dus niet alleen het resultaat van het sporten te zijn.

2.3.2 Tijd en energie in vrijwilligerswerk

Naast het gegeven dat leden van een vereniging sociaal kapitaal opdoen, doordat ze tijd en energie steken in hun sport, doen leden dit ook op door middel van vrijwilligerswerk. Het principe van een vereniging is namelijk dat leden contributie betalen om te kunnen sporten en invloed uit te oefenen op de organisatie van de sport (Ulseth, 2004, p.100). Dit in tegenstelling tot commerciële sportaanbieders en informele groepen. Bij commerciële sportaanbieders betalen leden voor de sportmogelijkheden en nemen ze deel als klant in plaats van als participant. Bij informele groepen is deelname berust op aanwezigheid zonder iets te hoeven betalen en is er geen sprake van een bepaalde mate van organisatie waar mensen zich voor in moeten zetten. Van leden van een vereniging wordt daarentegen verwacht dat zij zich in zetten voor de vereniging in de vorm van vrijwilligerswerk. Hierdoor biedt een sportvereniging meer mogelijkheden om met mensen in contact te komen dan een fitnesscentrum of een informele groep (Ulseth, 2004, p.101). De interactie die door middel van vrijwilligerswerk ontstaat is kenmerkend voor het verenigingsleven, omdat leden informeel met elkaar in contact komen en vaak een sociale verantwoordelijkheid hebben en elkaar helpen zonder eigen belang (Auld, 2008, p.146-147). Vrijwilligers moeten verder kijken dan hun individuele behoeften en zich inzetten voor het collectief (Arai & Pedlar, 2003, p.197). Hierdoor komen zij in aanraking met mensen buiten hun eigen netwerk, waardoor ze hun horizon verbreden (Coalter, 2007, p.544). Dit leidt er toe dat vrijwilligerswerk (bonding en bridging) sociaal kapitaal oplevert (Doherty & Misener, 2008, p.135; Putnam, 2000). Vanuit Bourdieu gezien, leidt het doen van vrijwilligerswerk tot de vermeerdering van sociaal kapitaal, doordat vrijwilligers een groot netwerk opbouwen waar ze op terug kunnen vallen (Van Ingen, 2009, p.29). Doordat vrijwilligers contact hebben met andere vrijwilligers met een groot netwerk, wordt hun kapitaal versterkt. Hiermee kunnen ze zich onderscheiden van anderen. Daarbij komt dat de meeste vrijwilligers ook op een andere manier een actieve rol spelen in de samenleving, waardoor zij meer sociaal kapitaal opdoen en dit in verschillende groepen versterken. Uit onderzoek van Harvey et al. (2007, p.219) blijkt dat de relatie tussen sociaal kapitaal en vrijwilligerswerk ligt in het langdurig doen van vrijwilligerswerk. Sociaal kapitaal komt voor een deel voort uit de habitus, maar wordt vooral ontwikkeld in interactie met anderen. Het kost dus tijd om dit op te doen. Wat ook belangrijk is bij het opdoen van veel sociaal kapitaal is dat mensen niet alleen lid zijn van een sportvereniging, maar ook van andere organisaties. Dit blijkt uit de onderzoeken van Seippel (2006) en Wollebaek en Selle (2002). Geconcludeerd wordt dat het vertrouwen, en daarmee het sociaal kapitaal, hoger is als mensen lid zijn van meerdere organisaties en afhankelijk is van de mate van actieve participatie (Seippel, 2006, p.169, 179; Wollebaek & Selle, 2002, p.35-38). In combinatie met het onderzoek van Breedveld en Van der Meulen zou de sportvereniging zeker één van deze organisaties moeten zijn, omdat daar het vertrouwen hoger ligt dan bij niet-sporters (die mogelijk wel lid zijn van andere organisaties).

2.3.3 Conclusie

Sportverenigingen bieden mogelijkheden om met anderen in contact te komen, omdat mensen elkaar bij een vereniging regelmatig ontmoeten, er vaak teamsporten worden gedaan waarbij mensen samen moeten werken en van elkaar afhankelijk zijn en tevens omdat mensen vrijwilligerswerk doen bij een vereniging. Leden van een vereniging hebben contact met elkaar op een gelijkwaardig niveau, waardoor veel sociaal kapitaal ontwikkeld kan worden. Putnam ziet sportverenigingen dan ook als indicatoren van sociale cohesie, omdat mensen hier netwerken vormen waarmee ze zowel bonding als bridging sociaal kapitaal op kunnen doen (Putnam, 2000). Daarnaast vindt Bourdieu het een positief gegeven dat mensen meer contacten opdoen in een vereniging dan bij fitness of sporten in informele groepen, omdat zij hiermee hun sociaal kapitaal vergroten en ook meer andere vormen van kapitaal op kunnen doen (Van Ingen, 2009, p.107). Dit houdt de positie van mensen in de maatschappij in stand.

Hieruit blijkt dat het belangrijk is dat mensen naar de sportvereniging blijven komen. Echter, de samenleving heeft te maken met algemene sociale veranderingen die hier druk op uitoefenen. Dit heeft tot gevolg dat mensen minder snel naar een vereniging gaan om te sporten of, als ze wel

voor de vereniging kiezen, zich daar anders kunnen gaan gedragen. Hierdoor komt het ontwikkelen van kapitaal in gevaar. De volgende paragrafen beschrijven sociale veranderingen die mogelijk invloed hebben op de binding van mensen met de vereniging en daarmee ook op de mate van kapitaal in de samenleving.

2.4 De invloed van algemene sociale veranderingen

De mogelijke algemene sociale veranderingen die invloed uitoefenen op de sportvereniging en van toepassing zijn op dit onderzoek zijn individualisering en consumentisme. Deze worden in de volgende paragrafen besproken met daarbij de bedreigingen en kansen die de veranderingen hebben voor de vereniging en voor het opdoen van sociaal kapitaal binnen de vereniging.

2.4.1 Individualisering

Vroeger werd het leven van mensen grotendeels bepaald door religie en de indeling in klassen, geslacht, familie en werk (Brannen & Nilsen, 2005, p.415; Ulseth, 2004, p.97). Het leven van mensen was "*laid out before them like tram lines*" (Brannen & Nilsen, 2005, p.415). De bestaande structuren vanuit tradities waren belangrijke indicatoren bij het ontwikkelen van iemands identiteit en bepaalden welke toekomst voor iemand was weggelegd (Beck, in Ulseth, 2004, p.97). Deze directe, persoonlijke afhankelijkheid heeft plaats gemaakt voor functionele en anonieme afhankelijkheid (Schnabel, 2000, p.22). Tegenwoordig is er sprake van een toenemende vrijheid van keuze bij het inrichten van het eigen leven. Mensen willen zelf hun leven creëren en hun eigen lot bepalen aan de hand van persoonlijke kenmerken, belangen en interesses (Schnabel, 2004, p.14). Men wil de keuzevrijheid hebben om uit vele mogelijkheden een eigen keuze te maken waarmee persoonlijke wensen en behoeften vervuld kunnen worden (Schnabel, 2004, p.53; Ulseth, 2004, p.97). Dit is mogelijk doordat er minder sprake is van een hiërarchie in de samenleving en de verhouding tussen mensen meer gelijk is (Schnabel, 2000, p.23). Individualisering kan dus gezien worden als een maatschappelijke beweging met gelijkheid in rechten, kansen en mogelijkheden als doel. Mensen zien zichzelf hierbij als "*ontwerpers en uitvoerders van hun eigen leven op basis van de keuzen die ze zelf hebben gemaakt*" (Schnabel, 2004, p.53). De gelijkheid die individualisering met zich meebrengt leidt tot lossere omgangsvormen en informalisering van de verhoudingen (Schnabel, 2004, p.56). Informalisering verwijst in bredere maatschappelijke context naar de deinstitutionalisering van organisaties en organisatievormen (Schnabel, 2000, p.23). De hiërarchische en vaak piramidevormige opbouw van de traditionele organisatie verwacht inzet van de leden bij het bereiken van de doelen van de organisatie, maar gaat steeds vaker over in een modernere organisatie waarbij minder sprake is van hiërarchie en de betrokkenheid vaak incidenteel is (Schnabel, 2004, p.57). Mensen lijken hun duurzame banden meer te vervangen door vluchtige informele netwerken (Tiessen-Raaphorst & De Haan, 2008, p.38). Een combinatie van individualisering en informalisering leidt in organisaties tot meer nadruk op persoonlijke kenmerken, interesses (in plaats van bijvoorbeeld klasse) en betrokkenheidsgevoelens (in plaats van bijvoorbeeld milieu of mensenrechten) (Schnabel, 2004, p.57).

Individualisering zorgt er volgens Brannen en Nilsen (2005) voor dat de 'standard biography' plaats heeft gemaakt voor een 'choice biography'. De afkomst van mensen is niet meer bepalend voor hun toekomst en er is meer flexibiliteit. Deze 'choice biography' heeft ook invloed op de sportwereld, want "*de sport werkt in op de samenleving, maar de samenleving werkt ook in op de sport*" (Van Bottenburg & Schuyt, 1996, p.7). Dit zou betekenen dat sporters hun eigen tijd in willen delen met activiteiten waar ze zelf voor gekozen hebben op basis van hun persoonlijke interesses, wensen en behoeften. Dit kan zowel bedreigingen als kansen opleveren voor de sportvereniging.

Bedreigingen voor de vereniging

Een algemene gedachte van Putnam is dat tegenwoordig de focus ligt op individuele rechten en zelfredzaamheid (Auld, 2008, p.151). Dit heeft geresulteerd in een vermindering van sociaal kapitaal en daarmee van de sociale cohesie in de samenleving. Op deze manier kan individualisering een bedreiging vormen voor de sportvereniging, omdat mensen tegenwoordig eerder voor commerciële sportaanbieders of informele groepen zouden kiezen dan voor een vereniging. De reden hiervoor is dat deze sporten naar eigen inzicht en op een zelf gekozen tijdstip en plaats beoefenend kunnen worden (Van Bottenburg, 2004b, p.86). De opkomst van sporten als joggen, skaten, golfen, skateboarden, fitness, aerobics en windsurfen geeft mensen de mogelijkheid om te kiezen tussen een vereniging en anders georganiseerde sporten (VWS, 2005, p.13). In tegenstelling tot een verengingsport waarbij mensen vaak gebonden zijn aan de accommodatie en trainings- en wedstrijdtijden, kan men deze sporten, alleen of in klein verband, beoefenen wanneer het hun uitkomt. Dit kan ertoe leiden dat mensen minder naar de vereniging gaan. Daarnaast kan het wegvallen van de bestaande structuren vanuit tradities er volgens Bourdieu toe leiden dat kinderen niet meer dezelfde sport gaan doen als hun ouders, omdat dit niet

meer doorgegeven wordt in de familie. Als mensen hun eigen keuzes kunnen maken, is het minder vanzelfsprekend dat kinderen naar een sportvereniging gaan omdat hun ouders dit ook altijd doen. Wanneer mensen minder voor de vereniging kiezen betekent dit dat ze, vanuit Putnam bekeken, minder vaak en minder regelmatig andere mensen ontmoeten. Hierdoor krijgen ze minder vertrouwen in de medemens, ontwikkelen ze minder normen van wederkerigheid en doen ze minder maatschappelijk nuttige contacten, kennis en vaardigheden op (Putnam, 2000; Verweel et al., 2005). Daarnaast is de kans kleiner dat mensen bij anders georganiseerde sporten vrijwilligerswerk moeten doen, waardoor ook deze mogelijkheid om sociaal kapitaal op te doen vervalt (Ulseth, 2004, p.100). Ook kan de combinatie van individualisering en informalisering, waardoor de nadruk onder andere op interesse in plaats van klasse komt te liggen, leiden tot een mix van verschillende mensen (Schnabel, 2004, p.57). Hierdoor is het, vanuit Bourdieu gezien, mogelijk dat mensen zich minder kunnen onderscheiden van anderen door de keuze voor een sportvereniging. De status zal namelijk dalen als de vereniging toegankelijk wordt voor meer mensen (Van Ingen, 2009, p.107). Mogelijk ontmoeten leden dan ook minder de 'juiste' mensen met de 'juiste' bronnen, waardoor ze hun sociaal kapitaal minder kunnen versterken.

Kansen voor de vereniging

Tegenover deze bedreigingen staan de kansen van individualisering voor de sportvereniging. De keuzevrijheid die mensen willen om hun persoonlijke wensen en behoeften te vervullen, hoeft niet te betekenen dat mensen andere keuzes maken dan voorheen (De Beer, 2004, p.34). Het belangrijkste is dat mensen het gevoel hebben dat ze de vrijheid hebben om hun eigen keuzes te kunnen maken. Ondanks dat ze meer mogelijkheden hebben door het aanbod van nieuwe, individuele sporten, zijn volgens Van Bottenburg (2004a) traditionele (team)sporten als hockey, voetbal en tennis nog steeds erg populair. Dit kan komen doordat mensen, juist in een samenleving waarin ze veel op zichzelf zijn aangewezen, behoefte hebben aan collectieve belevingen (Schnabel, 2000, p.22). Mensen zijn sociale wezens die graag deel uit maken van en op zoek zijn naar bevestiging door een groep (Tiessen-Raaphorst & De Haan, 2008, p.31). Mensen 'kiezen voor de kudde' (Van Bottenburg, 2004a, p.103). Individualisering en kuddegedrag zijn volgens Van Bottenburg dan ook twee kanten van dezelfde medaille. Mensen willen graag bij een groep horen, maar dan willen ze wel zelf bepalen bij welke groep, met welke mensen ze zich verbonden willen voelen en met wie ze lief en leed willen delen. Als deze groep mensen te vinden is binnen een vereniging en mensen dus voor de vereniging kiezen in een tijd waarin ook andere, individuele mogelijkheden zijn, is het mogelijk dat mensen extra waarde hechten aan het verenigingsleven. Dit betekent dat ze de sociale kant van het sporten en kenmerken als een saamhorigheidsgevoel, leren samenwerken, samen doelen bereiken en discipline belangrijk vinden (VWS, 2005, p.16-17). Dit kan mensen binden aan de vereniging. Daarnaast is het, vanuit Putnam gezien, mogelijk dat mensen die waarde hechten aan het verenigingsleven en hierin actief participeren, meer netwerken vormen en normen van wederkerigheid ontwikkelen, waardoor ze zich graag voor de vereniging in willen zetten. Het doen van vrijwilligerswerk levert sociaal kapitaal op. Ook vanuit Bourdieu gezien kan kuddegedrag meer sociaal kapitaal opleveren, omdat mensen zullen kiezen voor een kudde die bij hun past en waar ze gelijkgestemden zullen ontmoeten. De contacten die leden van een vereniging hebben, leveren sociaal kapitaal op en daarmee ook andere vormen van kapitaal. Een kudde van gelijkgestemden met veel sociaal kapitaal kan onderscheidend werken en mensen status opleveren.

Kortom, individualisering houdt in dat de structuur in de samenleving afneemt, waardoor mensen een toenemende vrijheid van keuze krijgen om hun persoonlijke wensen en behoeften te kunnen vervullen. De gelijkheid in rechten, kansen en mogelijkheden die dit oplevert, leidt tot een informalisering van de verhoudingen. Het gevolg hiervan is dat de 'standard biography' plaats heeft gemaakt voor een 'choice biography'. Dit kan een bedreiging zijn voor de sportvereniging en daarmee voor de mate van kapitaal in de samenleving, omdat mensen eerder kunnen kiezen voor commerciële sportaanbieders of informele groepen. Het kan echter ook kansen opleveren. Als mensen, ondanks het nieuwe aanbod toch kiezen voor de kudde bij de vereniging, betekent dit dat ze het verenigingsleven en de bijbehorende contacten waarderen. Dit levert sociaal kapitaal op dat versterkt kan worden als leden zich ook als vrijwilliger voor de vereniging in willen zetten. Wat echter ook mogelijk is, is dat mensen die willen dat de dingen die ze doen aansluiten bij hun persoonlijke wensen en behoeften zich meer als klant gaan gedragen.

2.4.2 Consumentisme

Waar het bij individualisering dus gaat om een mogelijk afnemende bindingskracht van mensen ten opzichte van de vereniging, gaat het bij consumentisme om het veranderende gedrag van leden ten opzichte van de vereniging (Van der Roest, Vermeulen & Van Bottenburg, p.12). Als mensen er voor kiezen om bij een vereniging te sporten, kunnen ze zich gaan gedragen als participierend lid of steeds meer als klant. Voortkomend uit de individualisering kunnen mensen zichzelf tegenwoordig

zien als consumenten die willen dat diensten aansluiten bij hun individuele behoeften en voldoen aan hun verwachtingen. "People expect choice and demand quality" (Milburn, in Vidler & Clarke, 2005, p.21). Dit duidt er volgens Vidler en Clarke (2005) op dat we leven in een 'consumer age'. Hierin hebben leden, als consumenten, de keuze tussen bepaalde diensten. Dit wordt ook wel 'choice' genoemd. Hierdoor kunnen zij invloed uitoefenen op de manier waarop deze diensten worden georganiseerd. Wanneer de ene aanbieder niet voldoet, kan overgestapt worden naar een ander. Op deze manier zorgen consumenten dat diensten afgestemd worden op hun behoeften (Van der Roest et al., p.5). Naast 'choice' hebben mensen tegenwoordig ook steeds meer een 'voice'. Dit betekent dat mensen een stem hebben, waarmee ze mede bepalen hoe een dienst wordt georganiseerd (Simmons, Birchall & Prout, 2012, p.4). Als iemand het er namelijk niet mee eens is, bestaat de mogelijkheid een klacht in te dienen. Daarnaast wordt regelmatig naar de mening van gebruikers gevraagd door middel van bijvoorbeeld enquêtes en geeft 'voice' mensen de mogelijkheid om hun gevoel over een onderwerp of lidmaatschap te laten horen. In Simmons et al. (2012) wordt hierdoor ook wel gesproken over 'voice about choice'.

In Groot Brittannië wordt dit klantengedrag gezien als de oorzaak voor het aanbrengen van veranderingen in de publieke sector (Vidler & Clarke, 2005, p.20). Wanneer leden van verenigingen ook klantengedrag vertonen, zal de civil society met daarin de verenigingen zich aan moeten passen en moeten 'mee gaan met de tijd'. Verwacht wordt dat sportverenigingen steeds commerciëler worden om aan te kunnen sluiten bij de wensen van de leden (Enjolras, 2002, p.353; Schnabel, 2004, p.14). Dit sluit aan bij de oriëntatie van verenigingen richting de marktsector zoals te zien is in Figuur 3 op pagina 17. Volgens Enjolras (2002, p.354) zijn er twee manieren van commercialisering van de sportvereniging, namelijk door commerciële activiteiten te organiseren om de hoofdactiviteiten van de vereniging te kunnen financieren of door de relatie tussen de organisatie en haar leden te veranderen van participeren naar consumeren. Met name de eerste manier van commercialisering is interessant in het licht van dit onderzoek, omdat activiteiten in het multifunctionele clubhuis kunnen bijdragen aan de inkomsten van de vereniging. Net als individualisering kan ook consumentisme een bedreiging of een kans vormen voor de sportvereniging.

Bedreigingen voor de vereniging

Het consumentisme is een erg bottom-up gerichte trend. Consumenten kunnen, met behulp van de 'choice' en 'voice' principes, veel invloed uitoefenen op de hoeveelheid, het type en de kwaliteit van de diensten die worden aangeboden (Simmons et al., 2012, p.5). Echter, 'choice' kan tot gevolg hebben dat mensen steeds maar meer keuzes willen hebben, waardoor het ongelijkheid in de hand kan werken en voor onzekerheid kan zorgen (Jung, 2010, p.442-443). Het is belangrijk dat organisaties zich realiseren dat niet iedereen gelijke toegang kan hebben tot alle diensten afhankelijk van hun sociaal-culturele achtergrond en toegang tot goede informatievoorziening (Jung, 2010, p.443; Van der Roest et al., p.5). Zeker als sportverenigingen toegankelijk moeten zijn voor een breed publiek is dit een punt om rekening mee te houden. Daarnaast kan de 'voice' van mensen lastige situaties opleveren, omdat organisaties moeten voldoen aan zowel individuele als collectieve behoeften (Van der Roest et al., p.6). Ook kan het lastig zijn als mensen hun stem met name gebruiken om een klacht in te dienen. Leden van een vereniging die zich als klant gedragen betalen contributie en willen dat daarvoor alles voor ze geregeld wordt. Ze gaan uit van het principe van 'let the user pay', waarbij ze willen betalen voor een dienst in plaats van te participeren (Enjolras, 2002, p.352).

Volgens Stewart en Walsh (1992) moeten er beperkingen gesteld worden aan de invloed van het consumentisme. Zij stellen dat consumentisme in de publieke sector voor problemen kan zorgen, omdat mensen door kenmerken van de private sector te introduceren in de publieke sector gebruik maken van de dienst als klant in plaats van als actieve participant (Stewart & Walsh, 1992, p.507). Hetzelfde zou kunnen gelden voor de civil society met haar sportverenigingen. Dit zou duiden op een verschuiving van de vereniging als 'mutual support organisatie' naar een meer 'service delivery organisatie' (Boessenkool et al., 2011, p.17, 24; Thiel & Mayer, 2009, p.81; Van Bottenburg, in Van der Roest, 2011, p.11). In plaats van leden die betrokken zijn bij het organiseren van de sport, wordt de vereniging steeds meer een organisatie die tegen betaling een dienst levert en daar weinig tegenprestatie voor vraagt. Dit past bij de tweede manier van commercialisering van Enjolras (2002). Wanneer de relatie tussen de vereniging en de leden verandert van participeren naar consumeren, wordt dit een meer zakelijke relatie. Dit kan als gevolg hebben dat mensen naar de vereniging komen voor het afnemen van een dienst en vervolgens door gaan naar andere activiteiten (Enjolras, 2002, p.352; Van der Roest et al., p.12). Dit leidt ertoe dat mensen nog wel op de vereniging komen, maar minder lang en minder actief. Ze ontmoeten hierdoor minder mensen en doen, volgens Putnam en Bourdieu, minder sociaal kapitaal op dan wanneer ze zich als actieve participant zouden gedragen. Daarnaast heeft het consumentisme ook invloed op de bereidheid om vrijwilligerswerk te doen (Van Bottenburg, 2006, p.7). Er zal namelijk eerder gebruik gemaakt worden van de negatieve 'voice' opties dan dat ze vanuit hun betrokkenheid en

verantwoordelijkheid een bijdrage zullen leveren aan de vereniging. Dit heeft, vanuit Putnam gezien, een negatieve invloed op de ontwikkeling van sociaal kapitaal. Daarnaast versterkt de 'choice' optie, oftewel de mogelijkheid om over te stappen naar ander aanbod, de bedreiging voor de vereniging en het opdoen van sociaal kapitaal (Enjolras, 2002, p.353; Van der Roest et al., p.11). Commerciële aanbieders kunnen namelijk beter inspelen op de vraag van mensen door de inzet van professionals (Van der Roest, 2011, p.11). Professionals zijn bedrijfsmatiger ingesteld dan vrijwilligers die vaak ook minder tijd beschikbaar kunnen stellen. Wanneer verenigingen in willen spelen op de vraag van hun leden, moeten mogelijk professionals hun intrede maken in de vereniging en kan het vrijwillige karakter aangetast worden. Ook dit kan een bedreiging vormen voor het opdoen van sociaal kapitaal.

Kansen voor de vereniging

Het is echter ook mogelijk om consumentisme als een kans te zien. NOC*NSF (2012, p.15-16) ziet mogelijkheden om sportverenigingen nu juist te versterken. De wensen van de sporters en het binden van mensen aan de sport moeten voorop gesteld worden om mensen tevreden te laten zijn en zoveel mogelijk mensen naar de vereniging toe te krijgen en te behouden (NOC*NSF, 2012, p.14). Binnen het discours van consumentisme wordt 'choice' dan ook als een positief gegeven gezien. Door de mogelijkheid van consumenten om over te stappen naar een andere aanbieder wanneer ze niet tevreden zijn, zorgen zij er namelijk voor dat de diensten afgestemd worden op hun behoeften (Van der Roest et al., p.5). Daarnaast kan ook de stem van mensen positief zijn voor organisaties, omdat ze hiermee hun diensten kunnen verbeteren (Simmons et al., 2012). Mensen kunnen hun 'voice' gebruiken om verbeteringen aan te kaarten en hier zelf mee aan de slag te gaan, bijvoorbeeld door aan een commissie deel te nemen. Wanneer leden tevreden zijn met hun vereniging zullen zij er vaker komen, meer contacten leggen en zich voor de vereniging in willen zetten. Dit levert leden volgens Putnam en Bourdieu sociaal kapitaal op. Om dit te bewerkstelligen zijn er veranderingen nodig bij sportverenigingen. Ze moeten op zoek naar andere manieren om mensen aan zich te binden en hebben steeds meer aandacht nodig voor de sporter als consumerende klant (Van der Roest et al., p.12-13). Eén van de manieren waarop dit mogelijk kan, is door het aanbieden van nieuwe diensten in het clubhuis. Hiermee wordt de vereniging een 'community-based economy' waarin commercieel inkomen, vrijwillige bronnen en publieke gelden gecombineerd worden (Enjolras, 2002, p.356). In paragraaf 2.5 wordt verder ingegaan op de invloed van deze nieuwe diensten in het multifunctionele clubhuis op de binding van gebruikers met de vereniging.

Kortom, consumentisme gaat over leden van een vereniging die zich als klanten gedragen. Dit kan er toe leiden dat verenigingen zich aan gaan passen door commerciëler te worden om beter aan te sluiten bij de wensen van de leden. Dit vormt een bedreiging voor verenigingen omdat zo mogelijk relaties met de organisatie ontstaan als klant in plaats van relaties op basis van betrokkenheid en verantwoordelijkheid. Dit heeft een negatieve invloed op het opdoen van sociaal kapitaal. Maar consumentisme kan ook als een kans gezien worden. Wanneer er juist ingespeeld kan worden op de wensen van de leden, ontstaat de mogelijkheid om ze langer en vaker op de vereniging te laten komen wat kan leiden tot een positieve spiraal in het opdoen van sociaal kapitaal.

2.4.3 Conclusie

Individualisering houdt in dat mensen meer vrijheid willen om keuzes te maken die aansluiten bij hun persoonlijke wensen en behoeften. De gelijkheid in rechten, kansen en mogelijkheden die individualisering tot doel heeft, leidt tot een informalisering van de verhoudingen. Mensen gaan op zoek naar welk sportaanbod het best bij hun past. Dit kan een bedreiging zijn voor de sportvereniging, omdat mensen ook de mogelijkheid hebben om te kiezen voor commerciële aanbieders en informele groepen. Bij dit sportaanbod doen mensen vanuit Putnam gezien minder bonding en bridging sociaal kapitaal op, omdat ze minder contacten leggen. Ook vanuit Bourdieu gezien levert ander sportaanbod minder sociaal kapitaal op, omdat mensen hier minder gelijkgestemden ontmoeten. De keuze voor ander aanbod hoeft echter niet zo waarschijnlijk te zijn, omdat mensen vaak kiezen voor de kudde en dus toch bij een vereniging gaan sporten. De mensen die deze keuze maken, kunnen zich als participierend lid of als consumerend lid gaan gedragen. Consumerende leden vertonen klantgedrag wat tot gevolg kan hebben dat verenigingen commerciëler worden om beter aan te kunnen sluiten bij de wensen van de leden. Dit kan een bedreiging vormen voor de vereniging, omdat zo relaties met de vereniging ontstaan als klant in plaats van op basis van betrokkenheid. Dit is niet bevorderend voor het leggen en versterken van contacten en daarmee ook niet voor het opdoen van sociaal kapitaal. Echter, als verenigingen inspelen op de wensen van de leden kan dit juist ook leiden tot meer betrokkenheid bij de vereniging. Mensen maken dan minder gebruik van hun negatieve 'choice' en 'voice' opties en komen langer en vaker op de vereniging. Eén van de manieren om de aandacht van de consumerende sporter te trekken is door in te spelen op de wensen door nieuwe diensten te

organiseren in het multifunctionele clubhuis. De vraag is in hoeverre dit een bijdrage levert aan binding van gebruikers met de vereniging of juist meer klantengedrag tot gevolg heeft.

2.5 Bijdrage multifunctionele clubhuis aan binding met de vereniging

Op overheidsniveau wordt aandacht besteed aan het multifunctionele clubhuis, doordat de overheid sport sinds een aantal jaar in wil zetten als middel in plaats van als doel (VWS, 2005). Het huidige kabinet ziet een maatschappelijke rol weggelegd voor de sport en "*omarmt het particuliere initiatief en de publiekprivate samenwerking*" (VWS, 2011, p.9). In de Nota Tijd voor Sport beschreef het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport al dat de georganiseerde sport moet fungeren als een ontmoetingsplaats voor velen (VWS, 2005, p.20). De moderne sportvereniging moet niet alleen maar een "*toevallige facilitator zijn van sportwedstrijden*", maar moet via nieuwe diensten mensen aan zich zien te binden en haar maatschappelijke rol proberen te vergroten (VWS, 2005, p.20). De beleidsbrief 'Sport en bewegen in Olympisch perspectief' (VWS, 2011, p.9) bouwt hierop voort door aan te geven dat de sportvereniging verbindingen kan leggen met de buurt, naschoolse opvang en zorg en welzijn om zo vraag en aanbod goed op elkaar af te kunnen stemmen. Al deze actoren zouden samen kunnen komen in het clubhuis van sportverenigingen die hun ruimte beschikbaar stellen voor nieuwe diensten. Op deze manier worden verenigingen een 'community-based-economy'. Door middel van een combinatie van commercieel inkomen, vrijwillige bronnen en publieke gelden kan de vereniging proberen aan te blijven sluiten bij de wensen van de leden, zodat ze niet op zoek zullen gaan naar een beter alternatief (Enjolras, 2002, p.356). Wanneer gebruikers van het multifunctionele clubhuis tevreden zijn, zullen ze vaker naar de vereniging komen voor andere activiteiten of voor de sport. Hierdoor worden contacten gelegd en versterkt wat sociaal kapitaal oplevert volgens Bourdieu. Vanuit Bourdieu gezien zou het multifunctionele clubhuis mogelijk de maatschappelijke status van de vereniging kunnen verhogen, waardoor mensen hier bij willen horen. Afhankelijk van het soort activiteit dat er plaats vindt, kunnen mensen meer gelijkgestemden ontmoeten waarmee hun sociaal kapitaal extra versterkt kan worden. Putnam is echter van mening dat klantengedrag negatief is en dat het multifunctionele clubhuis niet bij kan dragen aan het opdoen van sociaal kapitaal. Hij vindt verenigingen namelijk belangrijk, omdat mensen hier zowel bonding als bridging sociaal kapitaal op kunnen doen. Klantengedrag maakt bridging kapitaal volgens hem onmogelijk. Mensen die meer naar de vereniging worden getrokken door middel van andere diensten, kunnen zich extra verbonden gaan voelen met mensen die hetzelfde doen. Hierdoor kan bonding sociaal kapitaal ontstaan. Maar doordat deze groep mensen zich tegelijkertijd als klant gedraagt, kunnen zij zich als groep onderscheiden van anderen en daarmee 'vervreemden' van de vereniging. Hierdoor zou er geen sprake kunnen zijn van bridging sociaal kapitaal (Putnam, 2000). Echter, verschillende onderzoeken tonen het tegendeel aan. Uit onderzoek van Okayasu et al. (2010) blijkt dat het organiseren van andere activiteiten op sportverenigingen positief kan zijn. Japanse sportverenigingen die hun ruimte beschikbaar stellen aan zanggroepen en voor creatieve cursussen hebben volgens dit onderzoek meer vermogen om bridging sociaal kapitaal te ontwikkelen dan traditionele sportverenigingen (Okayasu et al., 2010, p.182). Daarnaast hebben deze verenigingen ook meer vermogen om mensen in te sluiten. Ook het onderzoek van Thiel en Mayer (2009) toont aan dat een combinatie van activiteiten mogelijk is. Voorwaarden zijn wel dat de leden het idee mee kunnen ontwikkelen, dat de leden achter het besluit staan en dat het niet in strijd is met de non-profit status van de vereniging (Thiel & Mayer, 2009, p.89, 93). Het is dus wel van belang dat het een combinatie wordt en dat bepaalde kenmerken van de vereniging blijven bestaan. Daarnaast is door Enjolras (2002) aangetoond dat een combinatie van een vrijwillige vereniging en commerciële activiteiten positieve resultaten kan hebben. In dit onderzoek komt naar voren dat de meest commerciële verenigingen ook de organisaties zijn die veel subsidie ontvangen en dat een stijging in commercieel inkomen geen negatieve invloed hoeft te hebben op het vrijwilligerswerk. Commerciële activiteiten kunnen volgens dit onderzoek juist een positieve invloed hebben op de hoofdactiviteit van de vereniging, namelijk door de sport betaalbaar te houden (Enjolras, 2002, p.372-373). Nieuwe diensten in het multifunctionele clubhuis zouden dus weinig tot geen invloed hebben op het doen van vrijwilligerswerk en kan mensen meer naar de vereniging trekken doordat ten eerste de sport betaalbaar blijft en er ten tweede meer te doen is op de vereniging. Een multifunctioneel clubhuis kan een bijdrage leveren aan het aantrekken van mensen naar de vereniging, waardoor het een positieve invloed kan hebben op het opdoen van sociaal kapitaal. Kortom, de gedachte van beleidsmakers om via nieuwe diensten, in het multifunctionele clubhuis, mensen aan de vereniging te kunnen binden, wordt bevestigd door onderzoeken van Okayasu et al. (2010), Thiel en Mayer (2009) en Enjolras (2002). In tegenstelling tot Putnam beweren zij dat het multifunctionele clubhuis bij kan dragen aan zowel bonding als bridging sociaal kapitaal.

2.6 Conclusie

Verenigingen zijn in de loop van de tijd steeds toegankelijker geworden voor een breder publiek. Daarnaast hebben ze concurrentie gekregen van commerciële aanbieders en informele groepen. Hierdoor is het mogelijk dat verenigingen (potentiële) leden kwijtraken. Dit is ongewenst, omdat verenigingen een grotere bijdrage kunnen leveren aan het ontwikkelen van sociaal kapitaal dan commerciële aanbieders en informele groepen. Dit komt met name omdat het regelmatige contact, de aandacht voor de sociale kant van het sporten en het samenwerken bij verenigingen een goede basis is voor vriendschappen en daarmee voor het opdoen van sociaal kapitaal. Ook het vrijwilligerswerk dat mensen bij een vereniging doen, levert hier een bijdrage aan. Met name Putnam ziet sportverenigingen dan ook als indicatoren van sociale cohesie, omdat mensen hier netwerken vormen waarmee ze zowel bonding als bridging sociaal kapitaal op kunnen doen. Bourdieu is van mening dat de sportvereniging positief is omdat mensen hier netwerken vormen met gelijkgestemden. Dit levert sociaal kapitaal op waarmee mensen zich kunnen onderscheiden. Nu de samenleving mogelijk te maken heeft met sociale veranderingen als individualisering en consumentisme staat het verenigingsleven en daarmee het opdoen van sociaal kapitaal onder druk. Door individualisering kiezen mensen voor het sportaanbod dat het best aansluit bij hun persoonlijke wensen en behoeften. Dit kan een bedreiging zijn voor de sportvereniging, omdat mensen ook de mogelijkheid hebben om te kiezen voor commerciële aanbieders en informele groepen, waarbij mensen minder sociaal kapitaal opdoen. Vanuit Bourdieu gezien kan individualisering een gevaar vormen, omdat mensen mogelijk voor een sport gaan kiezen op basis van interesse die eerder niet bij hun positie paste. Wanneer dit leidt tot minder gelijkgestemden op de vereniging heeft dit een negatieve invloed op het sociaal kapitaal dat hier kan worden opgedaan. Individualisering kan ook kansen opleveren, omdat mensen graag kiezen voor de kudde. Een keuze voor de vereniging uit verschillende alternatieven toont aan dat er waarde gehecht wordt aan het verenigingsleven. Dit kan extra sociaal kapitaal opleveren in de vorm van sociale contacten en vrijwilligerswerk. Echter, het is ook mogelijk dat mensen die voor de vereniging kiezen zich meer als klant gedragen onder invloed van het consumentisme. Dit kan als gevolg hebben dat er een zakelijke relatie met de vereniging ontstaat als klant in plaats van op basis van betrokkenheid. Mogelijk wordt dan meer gebruik gemaakt van de negatieve 'choice' en 'voice' opties in plaats van dat leden een bijdrage gaan leveren aan de vereniging. Ook wanneer leden alleen naar de vereniging komen voor het afnemen van een dienst en daarna weer weg zijn, is dit niet bevorderend voor het opdoen van sociaal kapitaal. Er kan echter ook gebruik gemaakt worden van het klantengedrag. Als verenigingen inspelen op de vraag van de leden, kan dit leiden tot meer betrokkenheid bij de vereniging, waardoor ze er langer en vaker zullen komen. Dit kan mogelijk versterkt worden door het ontwikkelen van een multifunctioneel clubhuis. Volgens Putnam is klantengedrag negatief voor het opdoen van bridging sociaal kapitaal. Onderzoeken van Okayasu et al. (2010), Thiel en Mayer (2009) en Enjolras (2002) tonen echter aan dat het multifunctionele clubhuis een positieve uitwerking kan hebben op het sociaal kapitaal van de gebruikers.

3 Onderzoeksperspectief

In dit hoofdstuk komt eerst aan bod wat de kijk van de onderzoeker op organisaties is. Daarna wordt besproken vanuit welke benadering van Deetz (2000) dit onderzoek gedaan wordt en hoe dit van toepassing is op het onderzoek.

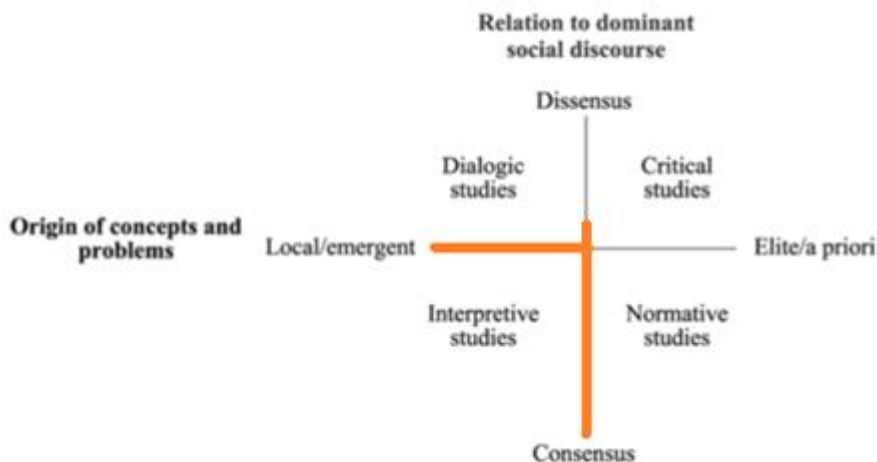
3.1 Kijk op organisaties

In dit onderzoek worden organisaties gezien als een sociale omgeving waarin het handelen van mensen van invloed is op de structuur. Dit betekent dat het handelen van de gebruikers van het multifunctionele clubhuis invloed heeft op de activiteiten die georganiseerd worden. Dit handelen wordt bepaald door de betekenissen die mensen geven aan hun omgeving en kunnen per persoon verschillen. Er wordt uitgegaan van een geconstrueerde werkelijkheid. Iedereen geeft vanuit zijn eigen situatie betekenis aan zijn omgeving en dus bestaat er geen objectieve werkelijkheid (Atkinson, 2012, p.149, 151). De werkelijkheid is afhankelijk van de menselijke perceptie en wordt daardoor verschillend geconstrueerd door verschillende personen (Atkinson, 2012, p.63). Dit gebeurt in een omgeving die invloed uitoefent op mensen, maar waar mensen tegelijkertijd ook invloed op uitoefenen door middel van hun eigen handelen. Weick (1995) noemt dit 'enactment'. "People create their environments as those environments create them" (Weick, 1995, p.34). De onderzoeker is hierbij van mening dat mensen veranderingen aan kunnen brengen in hun omgeving, ondanks bestaande structurele machtsverhoudingen. De betekenissen die mensen geven aan het multifunctionele clubhuis, en het handelen dat daaruit voortvloeit, kunnen dan ook bepalen in hoeverre het succesvol is en of de nieuwe activiteiten een positieve of negatieve invloed hebben op de binding met de vereniging. Waar nodig kunnen aanpassingen plaatsvinden zodat de accommodaties succesvoller worden. Het handelen heeft hiermee dus invloed op de structuur, terwijl deze structuur ook invloed uitoefent op de gebruikers.

3.2 Kijk op onderzoek

Eén van de benaderingen waarin onderzoek gedaan kan worden binnen de bestuurs- en organisatiewetenschappen is de benadering van Deetz (2000). Deetz maakt onderscheid tussen dissensus en consensus op de ene as en tussen local/emergent en elite/a priori op de andere as (zie Figuur 8). Als bij onderzoek de nadruk op dissensus ligt, staan verschillen, conflicten en spanningen centraal en gaat de onderzoeker op zoek naar de uitkomsten van deze strijd. Als de nadruk op consensus ligt, gaat het meer om de overeenkomsten en de harmonie en gaat de onderzoeker op zoek naar hoe iets 'behoort te zijn'. Verschillen en conflicten worden hierbij gezien als problemen waaraan aandacht besteed moet worden, zodat geleerd kan worden hoe er mee om te gaan. Bij local/emergent staat de situatie centraal en geeft de kennis die verkregen wordt inzicht voor vergelijkbare situaties. Hierbij worden de onderste lagen van een organisatie als uitgangspunt genomen in plaats van bijvoorbeeld de managers. De theorie wordt hierbij gezien als een eerste stap om te beginnen, maar staat open voor nieuwe betekenissen die voortkomen uit interactie. Elite/a priori staat hier tegenover. Hierbij worden de bovenste lagen van de organisatie als uitgangspunt genomen en is het onderzoek juist erg op de theorie gebaseerd. (Deetz, 2000, p.131-135)

Figuur 8 Oriëntaties van Deetz



Bron: Deetz, 2000, p.135

In dit onderzoek ligt de nadruk op local/emergent en consensus, waardoor het interpretatief van aard is. De gebruikers van het multifunctionele clubhuis staan centraal (local). De informatie die verkregen wordt, is van toepassing op een bepaalde situatie en is dus tijd en plaats gebonden. Toch is deze informatie erg nuttig omdat de diepere, achterliggende betekenis toepasbaar kan zijn op andere, vergelijkbare situaties. Vanuit dit perspectief is het de bedoeling dat er bij het maken van beleid rekening wordt gehouden met de invloed van dit beleid op de mensen waarop het betrekking heeft. Het is de bedoeling dat de betekenissen die mensen geven, en daarmee hun handelen, van invloed zijn op het beleid. Door na te gaan welke betekenissen gebruikers aan het multifunctionele clubhuis geven en wat dit voor invloed heeft op de binding met de vereniging kan het beleid met betrekking tot dit onderwerp verder ontwikkeld worden. Dit onderzoek moet een bijdrage leveren aan beleid van verenigingen en andere organisaties, zoals sportbonden en gemeenten, dat een positieve uitwerking heeft in de praktijk. Het is namelijk de bedoeling dat mensen die voor verschillende activiteiten naar het clubhuis komen allemaal gebruik kunnen maken van dit gebouw zonder dat dit een negatieve uitwerking heeft op een van de partijen. Iedereen moet het clubhuis als een fijne omgeving ervaren (consensus). Dit betekent niet dat negatieve geluiden niet naar voren komen (dissensus). Hier wordt juist ook naar op zoek gegaan. Het is de bedoeling om een goed beeld te schetsen van alle betekenissen die gebruikers geven aan het multifunctionele clubhuis. Vandaar dat het van belang is om zowel positieve als negatieve geluiden te horen en hier aandacht aan te besteden. Deze geluiden hebben namelijk invloed op het handelen van de gebruikers van het multifunctionele clubhuis en daarmee op de structuur. Dit leidt ertoe dat de betekenissen van de respondenten aan het multifunctionele clubhuis en hun gedrag erg belangrijk zijn in dit onderzoek en als uitgangspunt worden genomen (emergent). De literatuur uit hoofdstuk 2 dient als een eerste verkenning in het onderwerp en wordt voornamelijk aangevuld aan de hand van de informatie die de respondenten geven. (Deetz, 2000, p.132-135)

3.3 Conclusie

In dit onderzoek wordt belang gehecht aan de betekenissen die de respondenten geven aan het multifunctionele clubhuis, omdat de onderzoeker van mening is dat het handelen van mensen van invloed is op de structuur. De gebruikers bepalen in welke mate het multifunctionele clubhuis een succes wordt. Dit onderzoek wordt dan ook gedaan vanuit de interpretatieve benadering. Hierbij staan de betekenissen van de gebruikers van het multifunctionele clubhuis centraal, zorgt de literatuur voor verdieping op deze informatie en wordt gezocht naar consensus, maar ook dissensus om een zo'n goed mogelijk beeld te schetsen van de situatie. Dit perspectief heeft invloed op de methoden die gebruikt zijn in dit onderzoek, zoals in het volgende hoofdstuk wordt beschreven.

4 Methoden

Het beschreven onderzoeksperspectief heeft invloed op de manier van onderzoek doen en daarmee ook op de methoden. In dit onderzoek ligt de nadruk op semi-gestructureerde diepte-interviews. Daarnaast worden ook literatuur en documenten bestudeerd om zoveel mogelijk informatie te verzamelen en de verkregen kennis van respondenten te verdiepen.

4.1 Semi-gestructureerde diepte-interviews

Het afnemen van semi-gestructureerde diepte-interviews is een kwalitatieve onderzoeksmethode die aansluit bij de gebruikte interpretatieve benadering. Kwalitatief, interpretatief onderzoek vraagt om interactie tussen de onderzoeker en degenen die onderzocht worden (Atkinson, 2012, p.64). Hierbij staan de ervaringen van mensen en hun betekenis aan een bepaalde situatie, in dit geval het multifunctionele clubhuis, centraal. Zoals blijkt uit paragraaf 3.1 wordt de informatie die verkregen wordt van iedere respondent als waarheid aangenomen, als hun waarheid. Op deze manier kunnen alle betekenissen die respondenten geven aan het multifunctionele clubhuis naar voren komen.

De interviews worden gehouden aan de hand van topics (Atkinson, 2012, p.123). Deze topics zorgen voor structuur in het gesprek, maar geven de interviewer ruimte om dieper op bepaalde onderwerpen in te gaan. Dit kan tevens leiden tot nieuwe, onverwachte informatie. De topiclijst (zie bijlage II) is opgebouwd uit de onderdelen 'betekenis aan het multifunctionele clubhuis', 'betekenis aan de vereniging', 'binding' en 'succes- en faalfactoren'. Deze topics zijn grotendeels tot stand gekomen vanuit de literatuur en afgeleid uit de hoofd- en deelvragen.

De respondenten voor deze interviews zijn de gebruikers van het multifunctionele clubhuis. Er nemen zes verschillende sportverenigingen deel aan het onderzoek, waarvan twee hockeyverenigingen, twee voetbalverenigingen, een atletiekvereniging en een honk- en softbalvereniging (zie Tabel 1). Deze hockeyverenigingen zijn gekozen naar aanleiding van de enquête die gehouden is onder alle bezoekers van het Nationaal Hockey Congres 2013. Hiermee is een algemeen beeld verkregen van multifunctioneel gebruik van hockeyclubhuizen in Nederland. De verenigingen zijn gekozen op basis van het hebben van een multifunctioneel clubhuis, een verdeling in soorten activiteiten in het clubhuis, bereidheid om deel te nemen aan mijn onderzoek en ten slotte ligging in Nederland. De ene hockeyvereniging is benaderd vanwege het aanbieden van flexibele werkplekken, de andere hockeyvereniging vanwege het beschikbaar stellen van de locatie voor buitenschoolse opvang. Daarnaast is een voetbalvereniging benaderd, omdat deze deelneemt aan het project Het Sportieve Werken van NOC*NSF. Dit houdt in dat zij flexibele werkplekken in het clubhuis (gaan) organiseren. Daarnaast wordt het clubhuis van de voetbalvereniging ook nog gebruikt voor buitenschoolse opvang. De andere voetbalvereniging stelt de bestuurskamer beschikbaar als vergaderruimte en heeft een praktijk voor fysiotherapie in het clubhuis. De bekendheid met deze vereniging is 'via-via' ontstaan, net als met de honk- en softbalvereniging en de atletiekvereniging. De honk- en softbalvereniging is benaderd vanwege het beschikbaar stellen van de ruimte voor vergaderingen en de nieuwjaarsborrel van de Vereniging van Eigenaren van nabijgelegen appartementen. De atletiekvereniging is in dit onderzoek meegenomen vanwege het organiseren van kaartavonden. Er is geprobeerd zoveel mogelijk verschillende sportverenigingen en activiteiten in dit onderzoek te betrekken.

Daarnaast is geprobeerd om zoveel mogelijk verschillende gebruikers van het multifunctionele clubhuis te benaderen. In totaal zijn 16 respondenten geïnterviewd. Dit zijn zowel leden, bestuursleden en vrijwilligers van de vereniging als mensen die voor de niet-sportgerelateerde activiteiten op de vereniging komen. Deze tweede groep bestaat uit medewerkers van de kinderopvang, ouders van kinderen die op de kinderopvang zitten, mensen die gebruik (willen gaan) maken van de flexibele werkplekken, mensen die vergaderen in het clubhuis, iemand die voor een behandeling naar de fysiotherapeut gaat en iemand die de kaartavond bezoekt. Sommigen zijn tevens bekend met de vereniging vanwege de sport, anderen zijn alleen bekend met de vereniging vanwege de andere activiteit. Over het algemeen is er contact gezocht met een van de hoofdpersonen van de organisatie om zo in contact te worden gebracht met relevante personen voor dit onderzoek.

De interviews hebben plaatsgevonden op een door de respondenten voorgestelde locatie en tijdstip. Dit om de bereidheid om aan dit onderzoek mee te werken te vergroten. Daarnaast ook om mensen op hun gemak te laten voelen in een voor hun bekende omgeving. De interviews hebben een minimale duur van 48 minuten en een maximale duur van 1 uur en 24 minuten. Gemiddeld duurden de interviews 58 minuten.

Tabel 1 Verdeling deelnemende verenigingen, activiteiten en respondenten

Sportvereniging	Activiteiten	Aantal respondenten
Atletiekvereniging	Kaartavond	1
Hockeyvereniging 1	BSO	5
Hockeyvereniging 2	Werkplekken	2
Honk- en softbalvereniging	Vergaderruimte, borrels	1
Voetbalvereniging 1	BSO, werkplekken	5
Voetbalvereniging 2	Vergaderruimte, fysiotherapie	2

4.2 Rol van literatuur

De literatuur heeft in dit onderzoek drie functies. Ten eerste vormt het, zoals eerder beschreven, het startpunt van het onderzoek en zorgt het later voor verdieping. Het levert zoals Boeije (2005, p.47, 81) dit noemt 'sensitizing concepts' op die als zoeklicht fungeren in het onderzoek. Ten tweede wordt aan de hand van een literatuurstudie duidelijk welke wetenschappelijke kennis nog ontbreekt en hoe dit onderzoek dus van toegevoegde waarde kan zijn (Boeije, 2005, p.47). Ten derde zijn de topics voor de semi-gestructureerde interviews afgeleid uit de bestaande literatuur. De ontbrekende wetenschappelijke kennis roept vragen op aan de hand waarvan de topics voor de interviews zijn opgesteld. Zo leverde de literatuur kennis voor de opzet van de interviews.

4.3 Rol van documenten

Naast literatuur wordt ook gebruikt gemaakt van documenten. Deze zorgen voor achtergrondinformatie, inzicht in het nationale sportbeleid en daarmee voor een schets van de context waarin het multifunctionele clubhuis ontwikkeld wordt. Daarnaast behoort het beleidsplan van de KNHB tot een van de documenten, omdat met dit onderzoek een bijdrage geleverd wordt aan het behalen van één van de doelstellingen die hierin naar voren komen.

4.4 Kwalitatieve analyse

Alle interviews zijn met toestemming van de respondent opgenomen met een spraakrecorder en naderhand getranscribeerd. Vervolgens is de ongestructureerde informatie geanalyseerd met behulp van het programma MAXQDA (Boeije, 2005, p.60). Bij analyseren wordt orde aangebracht in de data door deze uiteen te rafelen en samen te vatten in begrippen. Vervolgens wordt gezocht naar verbanden tussen deze begrippen in het licht van de vraagstelling. Het analyseren is gedaan door alle data te coderen volgens de onderzoeksslang van Boeije (2005). Er is begonnen met open coderen, vervolgens axiaal coderen en ten slotte structureren. De resultaten zijn beschreven aan de hand van de codes. Deze hebben uiteindelijk geleid tot antwoorden op de deelvragen en daarmee op de hoofdvraag van het onderzoek.

4.5 Kwaliteit van onderzoek

De kwaliteit van onderzoek is volgens Boeije (2005) verbonden met de termen betrouwbaarheid en validiteit. Deze termen worden in de volgende paragrafen uitgelegd. Daarnaast wordt ingegaan op de manier waarop in dit onderzoek geprobeerd is de betrouwbaarheid en validiteit zo hoog mogelijk te maken.

4.5.1 Betrouwbaarheid

"Betrouwbaarheid heeft betrekking op beïnvloeding van de waarnemingen door toevallige of onsystematische fouten" (Boeije, 2005, p.145). Het gaat om de precisie waarmee de methoden van dataverzameling zijn toegepast en het principe van herhaalbaarheid. Dat wil zeggen dat een herhaling van het onderzoek onder dezelfde omstandigheden eenzelfde resultaat op moet leveren. Respondenten hebben echter altijd te maken met omgevingsfactoren die van invloed kunnen zijn op hun antwoorden op een bepaald moment. Zo kan een respondent positiever antwoorden na een leuke gebeurtenis of negatiever als hij/zij net iets naars te horen heeft gekregen. Antwoorden van respondenten zijn tijd-, plaats- en persoonsgebonden. Daarnaast zullen de resultaten van een kwalitatief onderzoek vrijwel nooit gelijk zijn bij herhaling, doordat er sprake is van subjectiviteit. Respondenten interpreteren hun omgeving van waaruit zij een mening vormen over, in dit geval, het multifunctionele clubhuis. Deze mening wordt door de onderzoeker geïnterpreteerd. Een andere onderzoeker kan dezelfde resultaten anders interpreteren, waardoor er verschillen kunnen ontstaan in de resultaten.

Er is getracht de betrouwbaarheid van dit onderzoek te verhogen door voldoende resultaten te verzamelen van zoveel mogelijk respondenten met een verschillende achtergrond. Geprobeerd is de verkregen informatie zo letterlijk mogelijk mee te nemen in dit onderzoek door de interviews te transcriberen en de resultaten te schrijven aan de hand van de woorden van de respondenten. Daarnaast zijn er zoveel mogelijk veelzeggende citaten geselecteerd om de resultaten mee weer te

geven. Tot slot heeft er zogeheten onderzoekerstriangulatie plaats gevonden. Dit betekent dat de begeleiders van de USBO evenals medestudenten een aantal interviews en het rapport hebben becommentarieerd. Door middel van deze feedback kon de kwaliteit van dataverzameling vergroot worden. (Boeije, 2005, p.145-153)

4.5.2 Validiteit

"Validiteit heeft betrekking op de beïnvloeding van het onderzoek door systematische fouten" (Boeije, 2005, p.145). Hierbij kan onderscheid gemaakt worden in interne en externe validiteit. Bij interne validiteit gaat het om de mate waarin de onderzoeker meet of verklaart wat hij daadwerkelijk wil meten of verklaren (Atkinson, 2012, p.227). Hiervoor is steeds nagegaan of de antwoorden van de respondenten (gedeeltelijk) antwoord gaven op de hoofd- en deelvragen van dit onderzoek. Dit is bij enkele interviews ook besproken met de begeleiders van de USBO en een aantal medestudenten. Externe validiteit gaat over de generaliseerbaarheid van de resultaten. Dit betekent dat men nagaat of verwacht kan worden dat de onderzoeksconclusies gelden in niet onderzochte situaties, als dus andere respondenten hadden deelgenomen (Atkinson, 2012, p.228; Boeije, 2005, p.155). In dit onderzoek is geprobeerd om de externe validiteit te waarborgen door zoveel mogelijk respondenten te betrekken die op een andere manier gebruik maken van multifunctionele clubhuizen van verschillende sportverenigingen. Door het multifunctionele clubhuis op deze manier van verschillende kanten te belichten, ontstaat een beeld van de betekenissen die aan dit concept gegeven worden en de gevolgen daarvan op de binding met de vereniging. Ondanks dat de onderzoeksgroep relatief klein is, wordt verwacht dat dit algemene beeld nuttig kan zijn voor het ontwikkelen van andere multifunctionele clubhuizen en andere multifunctionele gebouwen. De beschrijving is namelijk gericht op de betreffende situaties van de respondenten, maar de analyse levert een verklaring en een bijdrage aan theorieontwikkeling (Boeije, 2005, p.156).

4.6 Conclusie

Er is onderzoek gedaan door middel van semi-gestructureerde interviews met 16 gebruikers van multifunctionele clubhuizen. Deze respondenten zijn afkomstig van zes verenigingen met een kaartavond, kinderopvang, werkplekken, vergaderruimte, fysiotherapie, gelegenheid voor een borrel of een combinatie van deze activiteiten. De interviews zijn geanalyseerd en verwerkt in het volgende hoofdstuk.

5 Resultaten

In dit hoofdstuk komen de resultaten uit de interviews aan bod. Deze worden zoveel mogelijk beschreven aan de hand van de woorden van de respondenten. Hiermee wordt een antwoord gegeven op de deelvragen 'Wat vinden gebruikers van het multifunctionele clubhuis van de multifunctionaliteit en tot welk gedrag leidt dit?' en 'Wat zijn volgens de gebruikers de succesfactoren van het multifunctionele clubhuis?'. In de omschrijving van de respondenten achter de citaten wordt steeds eerst de soort sportvereniging vermeld, vervolgens de activiteit in het multifunctionele clubhuis waar de respondent over praat en tot slot of de respondent bekend of onbekend is met de sportactiviteiten en het verenigingsleven van de betreffende vereniging.

5.1 Binding

Binding hebben met een sportvereniging is van belang, omdat respondenten waarde hechten aan het verenigingsleven. Wat respondenten onder binding verstaan en waarom ze juist zoveel waarde hechten aan een vereniging komt naar voren in de volgende paragrafen. Omdat het volgens verschillende respondenten lastiger is om mensen naar de vereniging te trekken dan vroeger, worden in de laatste paragraaf ontwikkelingen besproken die hier van invloed op zijn.

5.1.1 Wat is binding?

Wat de respondenten onder binding met de vereniging verstaan, wordt vaak verwoord door **betrokkenheid**. Dit kan op verschillende manieren. Eén daarvan is binding hebben met de vereniging door middel van een **lidmaatschap**. Dit kan een lidmaatschap van de respondent zelf zijn of van zijn/haar kinderen. Daarnaast kan het ook gaan om het kijken van wedstrijden van andere teams, zoals van dames en heren 1.

"Binding met de vereniging is het komen kijken naar wedstrijden, zelf komen spelen, trainingsafspraken nakomen. Dat vind ik belangrijk. Dat je ook eens naar een andere partij gaat kijken." (Voetbal, vergaderruimte, onbekend)

"Dat je er naartoe gaat, dat je met je kinderen mee gaat, dat je je betrokken voelt bij resultaten die behaald worden, bij acties die gedaan worden. Dat vind ik binding." (Voetbal, kinderopvang, onbekend).

Een andere manier van binding met de vereniging is de **sociale contacten** die mensen hebben. Het uitgangspunt is namelijk dat iedereen dezelfde sport leuk vindt. Deze mensen ontmoeten elkaar op de vereniging en beleven samen iets, waardoor ze niet alleen met elkaar verbonden raken, maar ook met de vereniging. Als mensen elkaar kennen, is het mogelijk dat ze langer op de vereniging blijven na een wedstrijd of training en dat ze sneller geneigd zijn om deel te nemen aan activiteiten die georganiseerd worden.

"Dat je allemaal die sport leuk vindt. Weet je, dat is je uitgangspunt. ... dat je met allemaal verschillende mensen bent en toch dat ene ding leuk vinden. Dus dat verbindt." (Hockey, kinderopvang, bekend)

"Binding, ja, dat zijn eigenlijk de contacten. Dat mensen contact met elkaar zoeken. De sociale contacten eigenlijk. Wat doet Jantje, wat doet Pietje. Die ervaring heb ik tenminste." (Voetbal, fysiotherapie, onbekend)

Daarnaast wordt **vrijwilligerswerk** door respondenten veel benoemd als een manier waarop mensen binding kunnen hebben met een vereniging. Voorbeelden van vrijwilligerswerk zijn bardiensten draaien, meehelpen met een klusdag, een team trainen en/of coachen, een wedstrijd fluiten, schoonmaken, commissiewerk en het organiseren van activiteiten. Omdat mensen lid zijn van een vereniging wordt er vanuit gegaan dat ze meer doen dan alleen hun training en wedstrijd spelen. Hierbij speelt het hebben van sociale contacten vaak een rol. Uit het persoonlijke netwerk van mensen komen namelijk vaak veel vrijwilligers voort, omdat deze mensen makkelijk te benaderen zijn en mensen het leuker vinden om met bekenden samen te werken. Daarnaast levert het ook weer nieuwe contacten op wat volgens een van de respondenten een soort van verbondenheid geeft.

"... als ik zie wat ze aan vrijwilligerswerk doen. Dat zijn er zoveel bij (naam vereniging). Ze draaien bardiensten, maken schoon. Dat noem ik binding. Ze moeten er iets voor over hebben." (Voetbal, vergaderruimte, onbekend)

"Nou, ik denk als jij daar met verschillende ouders, die je wel ziet maar niet kent, als je dan leuke dingen doet in of rondom dat clubhuis, dat je veel eerder zegt van joh zullen wij anders samen dat teampje coachen of zullen wij dat eens regelen, want ik erger me dood dat die formulieren nooit goed of weet je wel? Zullen we dat samen even doen? Ik denk dat dat zo werkt." (Hockey, kinderopvang, bekend)

Daarnaast zijn mensen verbonden met de vereniging als ze het **gevoel hebben dat ze erbij horen**, als ze er een goed gevoel bij hebben, zich thuis voelen en de vereniging een warm hart toedragen. Een aantal voorbeelden van hoe mensen op deze manier binding hebben met een vereniging is als volgt:

- Toen een vereniging een Facebookpagina aan wilde maken, bleek dat verschillende teams al een eigen Facebookpagina hadden onder de naam van de vereniging. *"Dan zie je ook hoe trots iedereen is op z'n team of de club. Dat zijn hartstikke leuke dingen. Dus er is grote betrokkenheid." (Hockey, kinderopvang, bekend)*
- Als er een actie is vanuit de vereniging waarbij loten verkocht moeten worden, stimuleren ouders hun kinderen om dit te doen, omdat het in het belang van de vereniging is.
- Er is weinig verloop van leden bij de vereniging. Veel leden starten in de F-categorie en spelen nu nog in de senioren. *"Dat moet toch een teken zijn dat er een bepaalde warmte in die club is, dat iedereen zich hier thuis voelt." (Voetbal, werkplekken, bekend)*
- Een deel van de inkomsten van verenigingen komt uit sponsoring. Een betrokken persoon of bedrijf kan besluiten de vereniging, een team of een activiteit te sponsoren. Wanneer mensen binding hebben met de vereniging is het mogelijk dat ze het de vereniging gunnen en er een financiële bijdrage aan willen leveren.

Opvallend is dat een van de respondenten dit gevoel van erbij horen niet in relatie ziet tot de eigen vereniging. Deze respondent is van mening dat iemand ook binding kan hebben met een vereniging waar iemand niet persoonlijk bij betrokken is.

"Ja, trouwens, als je van voetbal houdt en je hebt binding met Ajax dan ben je ook geen lid ... Dat iets jou aantrekt op de vereniging." (Hockey, kinderopvang, onbekend)

Binding met de vereniging hebben kan dus op verschillende manieren volgens de respondenten, te weten lid zijn van de vereniging, het kijken naar wedstrijden, de sociale contacten die mensen bij de vereniging hebben, vrijwilligerswerk en het gevoel hebben erbij te horen. Nu is het de vraag waarom deze binding met de vereniging zo belangrijk is. Waarom is het goed dat mensen binding hebben met een vereniging en niet bij een fitnesscentrum of voor zichzelf gaan sporten? De respondenten legden uit wat zij de waarde vinden van de sportvereniging.

5.1.2 Waarde van de vereniging

De sportvereniging is belangrijk omdat dit een plek is waar mensen kunnen **sporten en bewegen**. Bewegen is gezond, zorgt voor ontspanning en wordt belangrijk gevonden *"in deze tijd van algehele vervetting van kinderen"* (Hockey, kinderopvang, bekend). Sporten en bewegen kan echter op meer plekken dan bij de sportvereniging. De voornaamste reden dat mensen voor een sportvereniging kiezen in plaats van voor een andere sportaanbieder is vanwege de **sociale contacten**. Mensen zijn op zoek naar gezelligheid en willen een praatje maken. Omdat iedereen binnen een vereniging dezelfde sport leuk vindt, ontstaat er een gevoel van verbondenheid en worden snel contacten gelegd. Bij fitness komen mensen doelgericht om te sporten, waardoor er minder contact is. De contacten bij een vereniging kunnen bestaan uit mensen waarmee iemand veel overeenkomsten heeft, maar ook uit andere mensen. Ondanks dat mensen dezelfde sport leuk vinden, kunnen er namelijk **verschillende typen mensen** op de vereniging rondlopen. Binnen een vereniging leren deze verschillende mensen met elkaar omgaan. *"Van stille, autistische en verlegen mensen tot bralapen"* (Hockey, kinderopvang, bekend). Daarnaast leren mensen binnen een vereniging naar andere meningen te luisteren en om te gaan met emoties. Ook leren ze respect voor elkaar te hebben en andere contacten op te doen dan ze bijvoorbeeld vanuit hun school of werk hebben. Zo komen ze in aanraking met verschillende persoonlijkheden, maar kunnen ze ook met mensen van andere culturen te maken krijgen, waardoor ze meer te weten komen over deze culturen. Een van de respondenten gaf het volgende voorbeeld:

"Mijn oudste zoon zit met een Turks jongetje in het team en die had zo'n besnijdenis. Dat kreeg hij dan te horen. Hij kwam dan met vragen van wat is dat dan? Dus dat is dan iets wat uit een andere cultuur komt en hij zo oppikt. We hebben ook wel eens een afsluiting van een seizoen gehad en dat we met alle ouders hadden gezegd van we nemen hapjes mee. Toen had het Turkse gezin ook Turkse hapjes meegenomen. De kinderen wilden weten wat het was en ze vonden het lekker." (Voetbal, kinderopvang, bekend)

Ook een andere respondent is van mening dat verschillende culturen binnen een vereniging samen kunnen worden gebracht. Het is hem opgevallen dat wanneer hij op de vereniging komt er allemaal verschillende groepjes staan: een groepje Hollanders, een groepje Turken of een groepje Marokkanen. Hij is van mening dat een Marokkaan niet bij een Turk gaat staan en andersom ook niet. Maar hij vindt het wel leuk dat iedereen bij de vereniging betrokken wordt, waardoor ze elkaar toch leren kennen.

Daarnaast is het mogelijk dat binnen een vereniging contacten ontstaan tussen mensen met verschillende sociaal economische statussen. Een van de respondenten legt dit uit door te vertellen dat zowel de slager en de bakker als de chirurg op de hockeyvereniging komen. Ze noemt dit een afspiegeling van het dorp waarin gemengd volk woont. Ook een andere respondent van deze hockeyclub geeft aan dat er verschillende mensen op de vereniging komen, waardoor ze van mening is dat de vereniging geen traditionele hockeyvereniging is met mensen die allemaal van huis uit hockeyen en een bepaalde sociaal economische status hebben. Ze is hier heel positief over en noemt het een verrijking van de vereniging.

"De eerste tijgerlegging die hier langs de lijn stond dat was even wennen, maar weet je, het maakt ook niet echt uit." (Hockey, kinderopvang, bekend)

Over een andere hockeyvereniging wordt daarentegen aangegeven dat er geen sprake is van een gemengd volk. Er zijn met name mensen te vinden met een hoge sociaal economische status. De respondenten van deze hockeyvereniging geven aan dat de situatie in hun vereniging anders is. Zij zijn van mening dat er een wij-gevoel ontstaat binnen de vereniging doordat er veel **gelijkgestemden** komen en mensen van een gelijk kaliber elkaar daar ontmoeten. Een van de respondenten noemt dit het 'OSM':

"Ons Soort Mensen. Dat zijn hockeyers, met een baan, heel veel ondernemers zitten er tussen, mensen met kinderen die hier spelen, families." (Hockey, werkplekken, bekend)

Hij geeft aan dat er een verbreding heeft plaatsgevonden in sociale klasse, maar dat de kern toch nog een bepaalde achtergrond en familiestructuur heeft. Dus ondanks de multiculturele samenleving van Nederland zoeken gelijkgestemde mensen elkaar toch op. Een van de respondenten geeft ook aan dat iedereen een filter heeft. Mensen gaan altijd na of iemand wel bij zijn clubje past. Zo ontstaan er groepen in de samenleving evenals binnen de vereniging.

Deze groepen gelijkgestemde mensen leveren volgens een van de respondenten bepaald sociaal gedrag, economische vaardigheden en sociale contacten op die nuttig kunnen zijn buiten de sport om. Maar ook kennismaking met andere persoonlijkheden en culturen zijn belangrijk voor de samenleving. Volgens een van de respondenten hoort dit allemaal bij het verenigingsleven en kan een goed verenigingsleven gewend zijn, mensen helpen in de maatschappij. Hij is van mening dat mensen die niet in een vereniging deelnemen eenlingen worden die niet zo snel slagen in de maatschappij.

Naast dat mensen dus graag een praatje maken met verschillende of gelijkgestemde mensen, willen ze ook graag **ergens bij horen**. Op de vereniging hangt een bepaalde sfeer waarin een wij-gevoel wordt gecreëerd en mensen worden opgenomen in een groep. Deze groep, met daarin sociale contacten, zorgt er voor dat veel mensen elkaar kennen binnen een vereniging, waardoor er een veilige, ontspannen sfeer hangt. Verschillende respondenten maken de vergelijking met een fitnessclub om het verschil aan te geven. Zo zegt een van de respondenten:

"Hier (vereniging) ken ik heel veel mensen, daar kun je altijd gezellig even een praatje mee maken. Op de fitnessschool kom je ook wel mensen tegen die je dan toevallig kent natuurlijk, maar dat is niet voor mij een doel." (Voetbal, werkplekken, bekend)

Mensen die fitnessen gaan doelgericht, voor hun gezondheid en niet voor de gezelligheid en de contacten. Ze gaan daar naartoe om te sporten en zijn daarna meteen weer weg. Het is veel meer een 'moetje' volgens een van de respondenten.

Een andere waarde van de vereniging ten opzichte van ander sportaanbod is dat mensen vast zitten aan bepaalde trainingsuren, waardoor ze **structureel** iedere week gaan sporten. Dit betekent dat mensen discipline krijgen en dat ze een gevoel van verplichting hebben naar teamgenoten, dat mensen leren dat ze op tijd moeten zijn, de juiste spullen bij zich moeten hebben en afspraken na moeten komen. Bij fitness is dit niet het geval, omdat dit gedaan kan worden wanneer het uitkomt en mensen hier geen verplichtingen hebben. Dit kan een voordeel zijn, maar volgens respondenten kan dit ook vaak betekenen dat mensen sneller niet gaan. Sommige respondenten vinden het dan juist ook een voordeel van de vereniging dat ze alles

samen kunnen doen. De groep of de trainer zijn voor sommigen een stok achter de deur om te gaan sporten. Daarnaast moeten leden binnen een vereniging samen spelen, samen naar een doel toe werken en samen de vreugde of de pijn van een wedstrijd delen. Ook leren kinderen dat ze gezamenlijk iets kunnen bereiken en daarvoor anderen nodig hebben, maar andersom anderen hun ook. De vereniging kan mensen dus **waarden en normen** meegeven.

Naast dat mensen samen sporten, zetten **vrijwilligers** zich ook samen in om de vereniging goed te organiseren en anderen te laten sporten. Dit is volgens een van de respondenten de kracht van de vereniging.

"Maar de kracht om inderdaad samen de gezelligheid, sfeer, sportief bezig zijn, zorgen dat het allemaal geregeld wordt, dat is ook wel de kracht van een vereniging." (Voetbal, werkplekken, bekend)

Vrijwilligers zijn allemaal betrokken mensen die graag hun steentje bijdragen aan de vereniging. Veel respondenten zijn van mening dat een vereniging niet zonder vrijwilligers kan, omdat de kosten anders veel te hoog zouden zijn. *"Zonder vrijwilligers heeft de vereniging geen bestaansrecht"* (Voetbal, werkplekken, bekend). Een van de respondenten geeft ook aan dat vrijwilliger zijn geen must is, maar dat hij het zelf belangrijk vindt om iets voor een vereniging te doen zonder dat hij daar wat voor terug krijgt. *"Dat zit in mijn natuur"* (Voetbal, werkplekken, bekend). Ook anderen geven aan dat zij van huis uit meegekregen hebben dat het belangrijk is om vrijwilligerswerk te doen. Een van de respondenten vertelt dat haar vader en moeder ook altijd veel vrijwilligerswerk deden, dat ze dat heel goed vond en daarom nu ook in een commissie zit. Daarnaast merkt ze ook dat ze het automatisch doorgeeft aan haar kinderen. Ze merkt dat zij het leuk vinden om haar mee te helpen bij activiteiten die ze organiseert. Ze vindt dit erg goed, omdat de kinderen er socialer van worden volgens haar. Ook een andere respondent vindt het belangrijk om vrijwilligerswerk door te geven en noemt dit de kracht van de vereniging ten opzichte van commerciële centra.

Kortom, de vereniging heeft verschillende waarden. Ten eerste zet een vereniging mensen aan tot sporten en bewegen. Maar wat de vereniging zo belangrijk maakt in vergelijking met een fitnesscentrum zijn de sociale contacten die mensen opdoen, zowel met verschillende mensen als met gelijkgestemden. Daarnaast levert sporten bij een vereniging mensen het gevoel op dat ze ergens bij horen, dat mensen structureel sporten, samen een doel kunnen bereiken, normen en waarden meekrijgen en vrijwilligerswerk willen doen. Hieruit blijkt dat het verenigingsleven belangrijk is voor mensen. Maar, volgens respondenten is het tegenwoordig lastiger dan vroeger om mensen naar de sportvereniging toe te trekken. De maatschappij heeft namelijk te maken met sociale veranderingen.

5.1.3 Veranderingen in de maatschappij

Eén van deze veranderingen houdt volgens een respondent in dat het beeld van de sportvereniging veranderd is. Hij vertelt dat het principe van een vereniging is dat iedereen zijn steentje bijdraagt en dat iedereen zich samen inzet voor de doelen van de vereniging. Dit is volgens hem veranderd door de **individualisering** van de samenleving, maar ook door het grote aantal alternatieven dat mensen hebben. Ook een andere respondent geeft aan dat er **veel aanbod** is. Een veelgenoemd ander aanbod is fitness. Het voordeel dat veel respondenten hiervan noemen is dat mensen hierbij de keuze hebben wanneer ze gaan fitnessen. Mensen zitten niet vast aan bepaalde trainingsuren en de openingstijden zijn ruimer. Fitness is vrijblijvender, mensen kunnen gaan wanneer het hun uitkomt en ze kunnen doen wat ze op dat moment leuk vinden. Volgens een respondent is fitnessen erg individueel. Aangegeven wordt dan ook dat mensen niet komen voor de contacten, maar hun training doen en weer naar huis gaan. Dit duidt er volgens een van de respondenten op dat mensen meer op zichzelf gericht zijn en een veel te druk programma hebben. De westerse maatschappij wordt ook erg gehaast genoemd waarbij mensen al snel een volle agenda hebben. Dit leidt er toe dat mensen krap plannen. Bij de één wordt het sporten ingepland, maar niet het napraten in de kantine, bij een ander wordt ook tijd vrijgehouden voor het sociale gedeelte en tot slot zijn er mensen die helemaal geen tijd meer hebben om te sporten. Omdat sporten bij een vereniging meer tijd kost dan één of twee uur per week fitnessen kan sneller voor deze laatste optie gekozen worden. Dit komt omdat mensen bij een fitnessclub alleen komen voor hun training en niet voor de gezelligheid.

"Bij een fitnesscentrum ben ik veel meer consument" (Voetbal, werkplekken, bekend).

Volgens de respondenten komt dit gedrag ook steeds meer voor bij de sportvereniging. Ze geven aan dat er steeds meer **consumerende leden** zijn die hun kinderen bij het hek afzetten en zelf

doorrijden naar een andere activiteit. Een van de respondenten geeft aan dat dit soort mensen er altijd zijn geweest, maar dat het nu toeneemt.

"Het aantal mensen dat binding heeft, zie je steeds kleiner worden. De groep daaromheen die alleen maar consumeert, wordt steeds groter. Dat houden we op een gegeven moment niet meer vol." (Hockey, werkplekken, bekend)

Daarbij komt dat deze consumerende leden volgens de respondenten weinig vrijwillig terug doen voor de vereniging. Zo willen leden steeds vaker hun bardienst afkopen en geeft een van de respondenten aan dat ze vindt dat ze niet voor niets contributie betaalt. Ze ziet haar sport en vrijwilligerswerk gescheiden van elkaar. Vrijwilligerswerk wil ze alleen doen als ze het leuk vindt. Vandaar dat ze het zelf combineert met haar werk in de ouderenzorg en niet met de sportvereniging.

"Ik bedoel in een vereniging met kinderen achter een bar, nou je kunt me er begraven, dat vind ik verschrikkelijk. Dat doe ik niet voor mezelf en dan denk ik als de vereniging dat moet doen om zichzelf overeind te houden, ja dan moet je of meer contributie gaan vragen of vrijwilligers zoeken die dat leuk vinden." (Voetbal, kinderopvang, onbekend)

Als de vereniging wel verwacht van (ouders van) leden dat ze een bardienst draaien dan vindt ze dat dit opgenomen moet worden in een contract. Dan kunnen mensen van tevoren bedenken of ze daarmee instemmen. Zij zegt daar zelf over:

"Als je een contract krijgt van een vereniging en ze zeggen van je moet elke zaterdag sporten en daarna moet je achter de bar gaan staan, ik teken niet. Dan zeg ik daag, ik kom om te sporten en dat achter de bar staan dat doe ik wel betaald op zaterdagmiddag. Of ik doe het ergens anders." (Voetbal, kinderopvang, onbekend)

Deze respondent is niet de enige met deze mening. Verschillende respondenten denken dat steeds meer mensen van mening zijn dat ze contributie betalen en dat dan alles voor ze geregeld wordt. Wanneer dit niet goed gebeurt, weten ze vrijwilligers van de vereniging te vinden met klachten. Volgens een van de respondenten willen mensen tegenwoordig graag dat alles voor ze geregeld wordt. Ze willen weinig hoeven doen, maar vragen wel dat alles goed geregeld is. Vandaar dat respondenten aangeven dat verenigingen steeds meer gaan **inspelen op de vraag** van de leden. Zo wordt aan leden gevraagd welke activiteiten ze graag willen en zorgen ze ervoor dat de ruimte netjes, schoon en modern is. Daarnaast wordt het aanbod van drankjes, hapjes en snoepgoed uitgebreid, omdat daar meer vraag naar is en wordt er goede kwaliteit koffie geschonken. Eén van de verenigingen heeft de horeca in het clubhuis gepacht om altijd een bepaalde kwaliteit te kunnen garanderen. Een respondent geeft daarbij aan dat mensen dit steeds meer waarderen, maar ook steeds meer verwachten.

"Dan heb je hele kleine verenigingen die in een barak zitten en waar de ouders achter de bar staan. Dan zie je ook dat dat geweest is en dan zit je je er ook aan te irriteren. Dan wil je ook een goede koffie. Je krijgt de ene keer een halve, de andere keer een hele." (Hockey, werkplekken, bekend)

Buiten dat deze mensen van de horeca **betaalde krachten** zijn, worden er steeds meer andere krachten binnen de vereniging betaald. Dit zijn met name trainers en coaches, schoonmakers en beheerders. Volgens een aantal respondenten kan de kwaliteit die gevraagd wordt door leden niet altijd gegeven worden door vrijwilligers. Een van de respondenten zegt echter dat opgepast moet worden dat niet de zakelijke aanpak op de vereniging wordt toegepast, omdat het wel gewoon een vereniging moet blijven. Een consequentie daarvan is dat mensen minder aangesproken kunnen worden op de kwaliteit die ze leveren.

Kortom, het is volgens respondenten niet (meer) vanzelfsprekend dat mensen iets terug doen voor de vereniging. Ze zijn meer op zichzelf gericht en hebben een druk leven. Hierdoor kan het sporten er sneller bij inschieten of gaan mensen alleen doelgericht sporten en minder voor de gezelligheid. Ze hebben de keuze voor een vereniging of bijvoorbeeld fitness waarbij ze doelgericht kunnen sporten wanneer ze maar willen. Een deel van de mensen die nog voor een vereniging kiest, stelt zich volgens een aantal respondenten steeds meer op als consument. Ze zien graag dat alles voor ze geregeld wordt en zijn van mening dat ze daar ook contributie voor betalen. Dit kan er toe leiden dat mensen minder of minder lang op de vereniging komen en minder vrijwilligerswerk doen.

5.1.4 Conclusie

Binding met de vereniging heeft volgens respondenten te maken met betrokkenheid door middel van een lidmaatschap, sociale contacten, vrijwilligerswerk en het gevoel hebben erbij te horen. Ze vinden dit belangrijk aan een vereniging, omdat mensen bij een vereniging meer sociale contacten opdoen dan bijvoorbeeld bij een fitnesscentrum. Dit zijn contacten met zowel verschillende mensen als met gelijkgestemden. Daarnaast gaan mensen graag naar de vereniging, omdat ze dan het gevoel hebben dat ze ergens bij horen, structureel gaan sporten, samen met anderen naar een doel toe werken, normen en waarden meekrijgen en vrijwilligerswerk kunnen doen. Maar, veranderingen in de samenleving leiden ertoe dat het voor mensen minder vanzelfsprekend is om naar de vereniging toe te gaan en zich daarvoor in te zetten. Ze kunnen namelijk ook gaan fitnessen waarbij ze doelgericht kunnen sporten wanneer ze maar willen. Mensen die toch voor de vereniging kiezen, veranderen steeds meer in consumerende leden die minder of minder lang op de vereniging komen en graag zien dat alles voor ze geregeld wordt.

Om mensen toch (vaker en langer) naar de vereniging toe te trekken en binding te laten krijgen met de vereniging zijn verenigingen hun clubhuis multifunctioneel gaan maken. In de volgende paragraaf wordt uitgelegd wat respondenten onder een multifunctioneel clubhuis verstaan en wat ze ervan vinden.

5.2 Het multifunctionele clubhuis

Verenigingen vragen zich af waarom mensen het niet leuk vinden om vaker te komen en waarom ze niet net als bestuursleden veel tijd willen steken in de vereniging. Een van de respondenten geeft aan dat de vereniging

"steeds meer een fitnessclub kan worden, waar je komt voor je wedstrijd of je training en that's it. ... Dat gaat ten eerste ten koste van de sfeer en twee is het niet de bedoeling van de sportvereniging, dan wordt het echt uurtje-factuurtje." (Hockey, werkplekken, bekend).

Vandaar dat deze vereniging nog terug probeert te grijpen naar vroeger en de binding van mensen met de vereniging probeert te behouden. Ook andere verenigingen willen mensen proberen vaker en langer op de vereniging te laten komen. Vandaar dat een aantal verenigingen hun clubhuis multifunctioneel zijn gaan maken. Een van de respondenten geeft hierbij aan dat binding, van sporters en vrijwilligers, ook absoluut een doel is.

In de volgende paragrafen wordt eerst beschreven wat er onder een multifunctioneel clubhuis verstaan wordt, daarna wat mensen ervan vinden en tot slot wat de gevolgen zijn.

5.2.1 Wat is het multifunctionele clubhuis?

Over het algemeen wordt onder het multifunctionele clubhuis een clubhuis verstaan dat niet alleen als kantine voor een specifieke sport dient, maar waar meerdere activiteiten kunnen plaatsvinden voor meerdere doelgroepen. Het gaat er voor veel respondenten om dat de bestaande **ruimte beter benut** wordt.

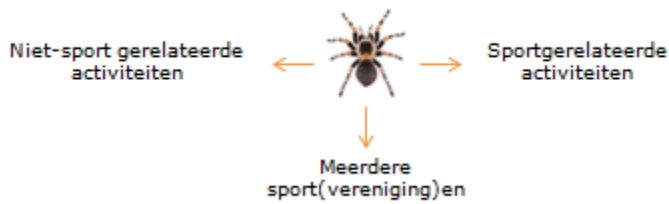
"In feite is de vereniging er gebaat bij dat de ruimte die we hebben zo optimaal mogelijk wordt gebruikt. Dat zie ik als multifunctioneel. (Hockey, werkplekken, bekend)

Sinds de crisis is het besef ontstaan dat het zonde is om de bestaande ruimte niet optimaal te benutten. Met name overdag, voordat de trainingen beginnen, staan veel clubhuizen leeg. Doordat verenigingen de laatste tijd minder inkomsten uit sponsoring en minder subsidies krijgen, gaan ze op zoek naar andere manieren om aan voldoende geld te komen. Eén van deze manieren is het clubhuis multifunctioneel maken en dus beter gebruik maken van de ruimte. Dit kan op verschillende manieren. Een respondent maakt hierbij de vergelijking tussen het multifunctionele clubhuis en een spin:

"Eigenlijk zijn we een spin met heel veel pootjes. Aan elk pootje is een activiteit te koppelen. En er zijn meer pootjes dan we denken." (Hockey, werkplekken, bekend)

Als een combinatie wordt gemaakt van alle antwoorden van de respondenten, ontstaat er in dit onderzoek een spin met drie pootjes die het multifunctionele clubhuis voor stelt. De pootjes bestaan uit niet-sportgerelateerde activiteiten, sportgerelateerde activiteiten en meerdere sport(vereniging)en (zie Figuur 9).

Figuur 9 De spin als multifunctioneel clubhuis



Het pootje over **niet-sportgerelateerde activiteiten** omvat onder andere seminars, kledinguitverkoop, werkplekken, vergaderruimte, feestjes, maatschappelijk werk, breiclub, huiswerkbegeleiding, EHBO-cursussen en hartrevalidatie. Een aantal hiervan kunnen gekoppeld worden aan de sport zoals de werkplekken waarbij mensen tijdens de lunch een training krijgen, maar het zijn op zichzelf activiteiten die niets te maken hebben met de sport(vereniging). Deze activiteiten zijn dan ook veelal toegankelijk voor mensen die geen lid zijn van de vereniging, maar wel voor deze activiteiten in het clubhuis komen. Verschillende respondenten vinden dit een goed idee. Een respondent noemt een vereniging die alleen gericht is op de eigen leden zelfs ouderwets. Anderen vinden het echter van belang dat andere activiteiten die in het clubhuis georganiseerd worden in eerste instantie alleen voor de leden of andere betrokkenen bedoeld zijn. Ten eerste vanuit de gedachte dat de vereniging bedoeld is voor leden, maar daarnaast ook om de koppeling met de sport te behouden. Mensen gaan bijvoorbeeld zitten werken in het clubhuis, geven daarna training of hebben een vergadering met een commissie en gaan daarna weer verder werken.

Het pootje **sportgerelateerde activiteiten** betreft onder andere fysiotherapie, fitness en sportcoaches. Daarnaast valt ook de sportkinderopvang hieronder, omdat dit soort kinderopvang kinderen specifiek de mogelijkheid biedt om te kunnen sporten, gebruik te maken van de sportvelden en kennis te maken met de vereniging en de sport.

Het combineren van **meerdere sport(vereniging)en** in het multifunctionele clubhuis vormt het volgende pootje van de spin. Zo is een van de voetbalverenigingen van plan om samen te gaan met een korfbal- en een rugbyvereniging om gezamenlijk van de kantine en de kleedkamers gebruik te maken. Hierdoor kunnen de kosten dalen en kunnen er eventueel samen activiteiten georganiseerd worden.

5.2.2 Wat vinden gebruikers van het multifunctionele clubhuis?

Verschillende gebruikers van de ruimte zijn tevreden met het multifunctionele clubhuis en juichen multifunctioneel gebruik toe. Zo geven ze aan dat het verstandig is om een gebouw meerdere functies te geven in plaats van twee of drie gebouwen neer te zetten met een aparte functie. Daarnaast is een van de respondenten voorstander van multifunctioneel gebruik vanwege een doorbraak in het niet in kaders denken. Ze vindt dat mensen multifunctioneler moeten worden, omdat een clubhuis niet leeg hoeft te staan als er geen sport is en bijvoorbeeld een school niet leeg hoeft te staan als er geen onderwijs is. Wanneer de ruimte optimaal benut wordt, heeft dit een positieve uitwerking op de **inkomsten** van de vereniging.

"Ik vind het ook heel goed vanuit de vereniging. Ik bedoel, je hebt een pand, je betaalt een pand en je kunt op een andere manier inkomsten voor je vereniging derven. Aan die kant vind ik het al heel positief." (Voetbal, kinderopvang, onbekend)

Organisaties die gebruik maken van het clubhuis betalen namelijk huur aan de vereniging. Daarnaast is het mogelijk dat mensen die voor andere activiteiten op de vereniging komen iets te eten of te drinken willen wat leidt tot een hogere baromzet. Volgens een van de respondenten kan de horeca uitbesteed worden of door de vereniging zelf gedaan worden. Het nadeel van uitbesteden is dat de vereniging daar dan veel minder aan overhoudt, terwijl de horeca een grote inkomstenbron is voor een vereniging. Ook kunnen er nieuwe sponsors voortvloeiën uit andere activiteiten, doordat mensen de vereniging leuk vinden en er een steentje aan bij willen dragen. Dit is met name belangrijk bij amateurverenigingen. Bij betaald voetbal heeft een bedrijf een bord voor de exposure, maar bij een amateurvereniging zal dat volgens een van de respondenten weinig opleveren. Een bedrijf sponsort dan omdat het binding heeft met de vereniging.

"De tweede reden was een financiële reden, want we moeten zorgen dat er hier wat meer omzet komt in die bar, ook in de daluren." (Hockey, werkplekken, bekend)

"Sowieso natuurlijk de huur die ze dan kunnen vragen. Dat zijn extra inkomsten. En wat in ons geval is (kinderopvang), dat ze ook meer leden zouden kunnen krijgen. Op dat gebied levert het ook weer extra contributie inkomsten op." (Voetbal, kinderopvang, bekend)

Zoals uit het laatste citaat blijkt, vormt de contributie van (nieuwe) leden een andere inkomstenbron van de vereniging. Verschillende respondenten zijn van mening dat het multifunctionele clubhuis kan leiden tot meer leden. De **sportieve omgeving** zou mensen die voor andere activiteiten op de vereniging komen, moeten uitnodigen om te gaan sporten. Door middel van deze activiteiten maken mensen namelijk kennis met de vereniging en de sport. Als potentiële leden het een fijne omgeving vinden, is het mogelijk dat ze er ook in de weekenden willen zijn en zich er dan ook meer op hun gemak voelen.

"Ik denk dat een club ook het voordeel heeft dat heel veel mensen binnen komen en dat mensen op een gegeven moment hopelijk ook denken van he dat is ook leuk om te doen, dat ga ik volgend seizoen eens doen. He, dat je zo ook weer leden kunt werven op die manier." (Hockey, kinderopvang, onbekend)

Ledenwerving is niet voor alle respondenten een belangrijke reden. Sommigen vinden het vooral belangrijk dat mensen in aanraking komen met sport en voldoende bewegen. Hiervoor hoeven mensen geen lid te zijn van de vereniging. Door middel van het multifunctionele clubhuis kunnen verenigingen hun **maatschappelijke rol** vervullen door meer mensen aan het sporten krijgen. Door andere activiteiten komen meer mensen naar de vereniging die er anders niet zouden komen. Op die manier zou een *"sportvereniging mensen kunnen aanzetten om op een sportieve manier de andere dingen die ze doen uit te voeren"* (Voetbal, werkplekken, bekend). Dat dit mogelijk is blijkt uit het gedrag van één van de kinderen van een respondent. Tijdens de opvang op de vereniging gaat ze naar buiten om met een bal te spelen, terwijl ze op de vorige opvang voor de televisie ging hangen en de tijd aan het doden was met een spelcomputer. Volgens de respondent komt dit doordat de kinderen mensen zien sporten en dus niet beter weten. Daarnaast noemen respondenten de wijkfunctie die de vereniging heeft. Ze zijn van mening dat er positieve geluiden te horen zullen zijn als de vereniging zich richt op waar er in de wijk behoefte aan is, zowel op sportief gebied als door middel van andere activiteiten.

Een andere reden waarom respondenten positief zijn over het multifunctionele clubhuis is dat het bij kan dragen aan het **versterken van (zakelijke) contacten**. Doordat mensen elkaar vaker ontmoeten als ze niet alleen naar de vereniging komen voor de sport maar ook voor andere activiteiten, leren ze meer mensen kennen, leren ze elkaar beter kennen en tegelijkertijd ook op een andere manier.

"Gewoon de mensen die bij de vereniging betrokken zijn op een andere manier meemaken. ... als je met kaarten bezig bent, dan leer je elkaar op een heel andere manier kennen." (Atletiek, kaartavond, bekend)

Daarnaast kunnen mensen die in het clubhuis gaan werken elkaar helpen met werkzaamheden en kunnen ze gebruik maken van elkaars netwerken.

"Je ziet ook in de ontwikkeling van het zakenleven dat toch netwerken belangrijk is, men wil elkaar ontmoeten. Ondanks de virtuele wereld van sites als LinkedIn en Facebook, wil men elkaar toch zien. Dat je elkaar ziet, biedt kansen en mogelijkheden om elkaar beter te leren kennen en dan komt er altijd nog iets moois uit." (Hockey, werkplekken, bekend)

Daarnaast wordt de **combinatie** van werkplekken en kinderopvang op de vereniging erg handig gevonden, omdat mensen niet extra de deur uit hoeven om te gaan sporten. Werkende mensen kunnen namelijk voor, tijdens of na het werk sporten. Ouders waarvan de kinderen door de opvang naar de training worden gebracht, hebben extra tijd om uit hun werk te komen, boodschappen te doen of te koken, voordat ze hun kinderen op gaan halen. De combinatie van sport met fysiotherapie wordt met name positief gevonden, omdat sporters met een blessure meteen naar de fysiotherapeut kunnen en omgekeerd dat de fysiotherapeut meer klandizie heeft en gebruik kan maken van bijvoorbeeld de velden bij een behandeling.

Wat respondenten nog meer positief vinden aan het multifunctioneel maken van het clubhuis is dat de **uitstraling** verbetert van het gebouw, maar ook van de vereniging. Voor het multifunctioneel maken van de ruimte is het volgens de respondenten vaak nodig dat het opgeknapt wordt. Dit leidt tot meer gezelligheid op de vereniging. Daarnaast zijn leden ook trots op hun multifunctionele clubhuis wat een positieve sfeer met zich meebrengt. Deze goede uitstraling kan een bijdrage

leveren aan de naamsbekendheid van de vereniging en bijvoorbeeld de kinderopvangorganisatie op de vereniging. Bij positieve ervaringen ontstaat er mond-tot-mondreclame die snel verspreid kan worden in de omgeving en voordelen op kan leveren voor beide organisaties. Daarnaast kan ook de uitstraling naar de gemeente volgens respondenten positief uitpakken voor de vereniging. Wanneer de gemeente positief is over de inzet van de vereniging om mee te werken aan andere doeleinden dan die van de vereniging zelf, zou de vereniging meer medewerking van de gemeente kunnen ontvangen bij bijvoorbeeld de aanvraag voor een extra kunstgrasveld, een nieuw clubhuis of subsidie.

Een ander positief punt is volgens een respondent dat verenigingen **toegankelijker** worden voor een groter publiek door het clubhuis multifunctioneel te gebruiken:

"Ik denk wel dat als je ook een multifunctioneler clubhuis hebt, dat je je toch in de maatschappij wat breder opstelt. Dat je wat toegankelijker wordt voor een groter publiek. Zo'n voetbalkantine kan best iets zijn waar een ander zich niet in waagt, maar dat je nu ook zegt van o er is ook kinderopvang en ze doen ook dit en dat. Dan wordt het wat laagdrempeliger om naar de vereniging toe te gaan." (Voetbal, kinderopvang, onbekend)

Tegelijkertijd maakt het multifunctioneel maken van een clubhuis de vereniging ook toegankelijker voor bijvoorbeeld EHBO-cursussen die plaats vinden vanuit "puur goodwill" en voor de burens van een vereniging om gebruik te maken van de ruimte voor een vergadering als een soort burendienst. Dit wordt als positief ervaren en de vereniging kan iets goeds doen voor de samenleving of de directe omgeving van de vereniging. Tegelijkertijd maken hierdoor weer meer mensen kennis met de sport en de vereniging en voeren ze hun activiteiten uit in een sportieve omgeving.

Er zijn ook een aantal **negatieve geluiden** te horen over het multifunctionele clubhuis. Deze werden voornamelijk veroorzaakt doordat mensen **tegelijkertijd** van dezelfde ruimte gebruik wilden maken. Door de komst van nieuwe activiteiten moeten mensen van de vereniging rekening gaan houden met anderen, terwijl ze hun activiteit al jaren hetzelfde doen. Dit kan frictie opleveren. Zo waren er op een vereniging hockeydames die op donderdagmiddag na de training wilden borrelen en sigaretten roken, terwijl daar ook kinderen van de kinderopvang rondliepen. Deze dames hadden het gevoel dat er inbraak werd gedaan op hun privacy, omdat het hun gebouw was. Dit zorgde voor een lastige situatie, maar kon uiteindelijk opgelost worden door samen naar een middenweg te zoeken.

"(De hockeydames gingen trainen en) daarna gezellig borrelen met z'n allen en sigaretjes roken en daar hadden wij dus zoiets van ja dat kan eigenlijk niet. ... daar liepen we wel even tegen aan. ... ze voelden ook wel dat wij daar een beetje inbraak hadden op hun privacy, want het was toch hun clubgebouw en van wij doen dat al zoveel jaar zo. Dus daar hebben we toch wel een beetje ja dat is toch wel even moeilijk. ... Toen hebben we wel wat af kunnen spreken ... je probeert daar een beetje een middenweg in te vinden natuurlijk, want het is ook gewoon hun gebouw, net zo goed. Maar wij willen niet dat er op onze locatie gerookt wordt in het zicht van alle kinderen." (Hockey, kinderopvang, onbekend)

Een andere respondent vertelde dat het belangrijk is dat de agenda van de vereniging en de werkplekken op elkaar worden afgestemd, zodat er niet op hetzelfde moment een belangrijke vergadering is met zakenmensen en een minidag. Hierbij moet een goede balans gevonden worden en goede afspraken gemaakt worden, want verschillende respondenten zijn van mening dat **nieuwe activiteiten niet ten koste mogen gaan van de leden** en de verenigingsactiviteiten.

"Alleen dat mag dan niet ten koste gaan van de leden en ik denk ook dat dat goed is. De buitenschoolse opvang is natuurlijk een eigen organisatie, fysiotherapeut is een eigen bedrijf en die huren bij ons ruimte. Dus die zijn geen onderdeel van onze vereniging. En die moeten dus de vereniging versterken en niet ten koste gaan van de vereniging. En op het moment dat het wel gebeurt, dan gaan mensen steigeren, maar op het moment dat het niet gebeurt dan vinden mensen het juist alleen maar goed." (Voetbal, werkplekken, bekend)

Daarnaast kan kinderopvang volgens sommige respondenten beter in een afgescheiden ruimte plaats vinden in plaats van in de kantine van het clubhuis, vanwege de hygiëne. Ten slotte vindt een van de respondenten dat er geen bruiloften en partijen in het clubhuis gehouden moeten worden, omdat dit de horeca in de gemeente onderdrukt.

Kortom, de respondenten zijn over het algemeen erg positief over het multifunctionele clubhuis. Met name vanwege de extra inkomsten die het optimaal benutten van de bestaande ruimte met zich mee brengt. Daarnaast wordt het positief gevonden dat nieuwe leden aangetrokken kunnen worden en mensen kennismaken met de sport, doordat ze in een sportieve omgeving verblijven. Het multifunctionele clubhuis kan tevens een bijdrage leveren aan het leggen en versterken van (zakelijke) contacten. Andere positieve punten zijn het gemak van de combinatie van organisaties, de verbeterde uitstraling en de betere toegankelijkheid van de vereniging wat weer kan leiden tot een kennismaking met de sport en de vereniging. De negatieve geluiden ontstaan met name wanneer mensen tegelijkertijd gebruik maken van de ruimte en de activiteiten niet goed samen gaan.

5.2.3 Gevolgen

De ontwikkeling naar een multifunctioneel clubhuis heeft volgens een van de respondenten tot gevolg dat er in de toekomst **twee verschillende soorten verenigingen** naast elkaar bestaan. De eerste is de traditionele vereniging die alleen het eigen aanbod faciliteert en waar verder weinig ontwikkeling plaats vindt. De tweede is de moderne, sterkere vereniging die samenwerkingsverbanden zoekt en maatschappelijke betrokkenheid meer steunt. Beide verenigingen kunnen volgens deze respondent blijven bestaan, omdat ze kunnen voorzien in de behoefte van verschillende mensen. Zo is er altijd een vereniging te vinden die aan iemands wensen voldoet. Een andere respondent is echter van mening dat de traditionele verenigingen het niet volhouden. Hij trekt hierbij het verband tussen traditionele en kleine verenigingen en grote en multifunctionele verenigingen. Hij is van mening dat verenigingen aan het opschalen zijn, waardoor kleine verenigingen op een gegeven moment doodbloeden of onderaan blijven bungelen. Dit wordt volgens hem veroorzaakt doordat mensen van de ene vereniging naar de andere vereniging trekken, omdat ze bij een grote of multifunctionele vereniging willen horen. Hij ziet hetzelfde gebeuren bij winkels, waarbij de kleine winkeltjes ten koste gaan van de grote malls. Het bestaansrecht van verenigingen is volgens hem dus afhankelijk van een bepaalde grootte.

Een van de respondenten geeft aan dat zijn vereniging de ontwikkeling aan het maken is van een traditionele naar een moderne vereniging. Het is volgens hem geen ouderwetse vereniging meer waar alleen maar leden mogen komen. De vereniging is volgens hem een plek die de gelegenheid moet bieden om verbindingen te leggen met andere organisaties die via bewegen mensen willen bereiken en mensen willen helpen.

5.2.4 Conclusie

Het multifunctionele clubhuis is ontstaan uit het idee dat de bestaande ruimte beter benut kan worden. Dit kan door middel van niet-sportgerelateerde activiteiten, sportgerelateerde activiteiten en meerdere sport(vereniging)en te combineren met de verenigingsactiviteiten in het clubhuis. Over het algemeen zijn de respondenten hier erg positief over. Met name wat betreft de extra inkomsten, de sportieve omgeving die mensen uit kan nodigen om lid te worden of kennis te maken met sport, de contacten, het gemak van de combinatie van activiteiten, een verbeterde uitstraling en een betere toegankelijkheid van de vereniging. De negatieve geluiden ontstaan met name wanneer mensen tegelijkertijd gebruik maken van de ruimte en de activiteiten niet goed samen gaan. Over de gevolgen zijn de respondenten het niet met elkaar eens. Verteld wordt dat er behoefte is aan traditionele en moderne verenigingen en deze dus naast elkaar kunnen bestaan. Een ander is van mening dat kleine, traditionele verenigingen opgeslokt worden door grote, multifunctionele verenigingen en het bestaansrecht van verenigingen dus afhankelijk is van de grootte.

5.3 Invloed van het multifunctionele clubhuis op de binding

In de volgende paragrafen wordt beschreven welke invloed het multifunctionele clubhuis heeft op de binding met de vereniging. Deze invloed is zowel positief als negatief.

5.3.1 Positieve invloed op binding

Het multifunctionele clubhuis kan meer mensen naar de vereniging toe trekken en bijdragen aan het tegengaan van klantengedrag. Zo zegt een respondent:

Het grootste deel begint al te consumeren, dus nu kan je nog een kleine slag maken. En ik denk dat dit (werkplekken op de vereniging) daaraan kan bijdragen. (Hockey, werkplekken, bekend)

Het multifunctionele clubhuis heeft namelijk tot gevolg dat **mensen (vaker) op de vereniging** komen, waardoor ze meer in aanraking komen met de **vereniging en de sport**. Ten eerste zien mensen, die niet bekend zijn met de vereniging en tijdens trainingsuren op de vereniging komen,

allemaal sportende mensen. Daarnaast maken ze de sfeer op de vereniging mee. Een aantal respondenten geeft aan dat ze denken dat de vereniging goed georganiseerd is. Ze vinden het altijd schoon en netjes, het is er gezellig druk en ze voelen zich welkom. Ook wordt verteld dat de vereniging een goede reputatie heeft. Dit kan er toe leiden dat mensen **zien dat alles goed geregeld is**, waardoor ze zich sneller zullen binden aan de vereniging. De drempel wordt namelijk lager om vaker naar de vereniging te gaan.

"Dus als je eigenlijk met alles wat je doet telkens weer op een goede manier in het nieuws komt en mensen mond-tot-mond reclame geven. Mensen die bij de fysiotherapeut komen die zeggen 'Ah het veld ligt er mooi bij' of mensen die hier van gastverenigingen komen en over ons vertellen, dat draagt allemaal bij aan je imago en dat helpt allemaal weer om mensen positief over een sport te krijgen en hopelijk dan een vervolgstap te zetten om ook aan het sporten te gaan." (Voetbal, werkplekken, bekend)

Een voorwaarde hierbij is dat mensen de betreffende sport al leuk vinden en de activiteit op de vereniging dus alleen een laatste zetje in de rug is. Anders zal het geen nieuwe leden opleveren. Ten tweede kan de kennismaking met de vereniging en de sport er toe leiden dat mensen zelf gaan sporten. Dit is met name het geval bij een multifunctioneel clubhuis met kinderopvang. De **sportieve omgeving** waarin de kinderen worden opgevangen nodigt uit om te bewegen en de kinderen zien ook wat andere kinderen doen op hun training. Doordat ze hiermee in aanraking komen, kunnen ze de sport leuk gaan vinden en lid willen worden. Daarnaast kan het kinderen van de opvang, die niet kunnen kiezen uit het grote aanbod aan sporten, overhalen om de betreffende sport te gaan beoefenen. Dit zou *"de perfecte match zijn"* (Hockey, kinderopvang, onbekend). Volgens een respondent is dit vooral het geval als er een samenwerking is tussen de kinderopvang en de vereniging in de vorm van een trainer voor de kinderen, waardoor ze direct naar de vereniging toe worden geleid. Een clinic voor kinderen van een de kinderopvangorganisatie heeft uitgewezen dat het ook daadwerkelijk nieuwe leden op kan leveren. Ook zullen kinderen die al wel weten dat ze de betreffende sport willen gaan doen sneller voor de multifunctionele vereniging met kinderopvang kiezen in plaats van een andere vereniging.

Buiten dat kinderen aangetrokken kunnen worden door de sportieve omgeving, kunnen ook ouders en andere volwassenen binding krijgen met de vereniging. Een voorbeeld hiervan is dat ze in aanraking komen met 35+ of 45+ sporters, waardoor de drempel lager wordt om ook lid te worden van de vereniging. Het is ook mogelijk dat volwassenen die in het clubhuis gebruik maken van de werkplekken binding krijgen met de vereniging doordat ze zelf willen sporten of training willen geven bij de vereniging. Daarnaast willen ze misschien graag vanuit hun kennis een bijdrage leveren aan de organisatie van de vereniging.

"Dat (een multifunctioneel clubhuis) biedt wel mogelijkheden, ja. Potverdrie, dat denk ik wel ja. Ik denk dat het een uitnodigend karakter heeft. Als je ergens mee in contact komt, wat eerst een onbekend fenomeen was, dat kan je doen aanzetten tot bepaalde activiteiten, om te gaan sporten. Dat kan ik me best voorstellen. Ik zou me zelfs kunnen voorstellen dat ze daarmee leden zouden kunnen werven." (Honk- en softbal, vergaderruimte, onbekend)

Hiervoor is het belangrijk dat er een duidelijke link is tussen de nieuwe activiteit en de sport. Deze combinatie maakt het concept uniek en moet mensen naar de vereniging toe trekken.

Naast dat activiteiten in een sportieve omgeving kinderen, hun ouders en andere volwassenen meer binding met de vereniging op kunnen leveren, kan een activiteit op de vereniging ook tot extra binding van de leden leiden. De bekendheid met de omgeving kan ertoe leiden dat ouders van hockeyende kinderen voor de kinderopvangorganisatie kiezen die op de vereniging zit, omdat de kinderen al bekend zijn met de locatie en de combinatie met de trainingen gemakkelijk is. Op deze manier kan de kinderopvang als een service gezien worden aan de leden van de vereniging, waardoor mensen een goed gevoel krijgen bij de vereniging. Zeker wanneer dit gepromoot wordt vanuit de multifunctionele samenwerking. Daarnaast kan een goed gevoel bij de vereniging tot gevolg hebben dat ouders zich in willen zetten als vrijwilliger. Een van de respondenten noemt een nieuwe activiteit een extraatje voor de mensen die al bij de vereniging zitten. Hij zou zelf op dezelfde manier vrijwilliger zijn als de activiteit er niet was geweest, maar geeft aan dat hij hoopt dat het wel nieuwe vrijwilligers op kan leveren. Als mensen namelijk op de vereniging komen, is het makkelijker om ze te vragen om wat voor de vereniging te doen. Ook op die manier kan een multifunctioneel clubhuis dus meer binding met de vereniging opleveren.

Een andere manier waarop het multifunctionele clubhuis er volgens respondenten voor kan zorgen dat mensen meer binding krijgen is dat de **uitstraling** van de vereniging verbetert. Bij multifunctioneel gebruik is het mogelijk dat er mensen worden ingehuurd voor het schoonmaken

van het gebouw. Daarnaast worden zowel binnen- als buitenruimtes opgeknapt om het gebruik te bevorderen. Dit kan mensen uitnodigen langer te blijven hangen en vaker te komen. Daarnaast kan het mensen aantrekken die van tevoren weinig op de vereniging kwamen. Zo vertelt een van de respondenten:

"Er zijn natuurlijk ook ouders die zelf niets met hockey hebben, dat was vroeger ondenkbaar, maar die lopen er nu veel rond. Die willen ook een beetje fatsoenlijk zitten en een kop en schotel hebben in plaats van een kartonnetje. Ouders die het hockey niet kennen, voelen zich hier dan ook meer thuis." (Hockey, werkplekken, bekend)

Een multifunctioneel clubhuis laat mensen dus kennis maken met de vereniging waardoor mensen zien dat alles goed geregeld is, laat mensen activiteiten ondernemen in een sportieve omgeving die kunnen leiden tot sportdeelname of vrijwilligerswerk en zorgt voor een betere uitstraling van de vereniging. Dit kan tot gevolg hebben dat mensen langer en vaker op de vereniging komen, waardoor ze **sociale contacten** kunnen opdoen of versterken. Een voorbeeld is een kledinguitverkoop die in het clubhuis werd gehouden tijdens een hockeytraining van de jongste jeugd. In plaats van dat moeders hun kinderen afzetten en weer naar huis gingen, bleven ze op de vereniging en gingen ze samen met anderen koffie drinken, bijkletsen en ondertussen naar de kleding kijken. Door middel van een dergelijke activiteit, maar ook een zakelijke activiteit kunnen sociale contacten opgedaan en versterkt worden. Een voorbeeld van een zakelijke activiteit is een lezing van iemand die op de vereniging gebruik maakt van de flexibele werkplekken waar leden, ouders en andere geïnteresseerden naartoe kunnen komen. Door middel van dit soort bijeenkomsten komen mensen met elkaar in contact en is er gezelligheid op de vereniging. Verschillende respondenten zijn hier positief over onder het motto 'hoe meer zielen, hoe meer vreugd'. Dit kan tot gevolg hebben dat mensen graag een steentje bijdragen aan de vereniging of er lid van willen worden.

Deze activiteiten zorgen voor sommige respondenten voor meer binding met de vereniging als er vooral mensen van de vereniging komen. Mensen weten dan dat ze **gelijkgestemde mensen** tegen komen, waarmee ze een bepaalde klik hebben. Vandaar dat een van de respondenten voorstander is om vooral hockeyers uit te nodigen bij een lezing op de hockeyvereniging:

"Net als bij squash, dat zijn volledig andere types. Daar heb ik ook veel meer een sportrelatie mee en verder eigenlijk niks. ... Voor mij zou het logischer zijn om hockeyverenigingen aan te doen, omdat ik daar ook ongeveer gelijkwaardigen, gelijkgestemden tegen kom." (Hockey, werkplekken, bekend)

Anderen zijn juist van mening dat een multifunctioneel clubhuis tot meer binding leidt bij **allerlei verschillende mensen**. Wanneer een clubhuis multifunctioneel is omdat het ruimte biedt aan meerdere sport(vereniging)en, is het mogelijk dat een ouder van een kind dat voetbalt in contact komt met iemand die tennist, waardoor deze ouder ook weer eens gaat tennissen. Daarnaast kan hockey nog wel eens als een kaksport gezien worden volgens een van de respondenten, waardoor het minder toegankelijk is. Een multifunctioneel clubhuis kan hier verandering in brengen, waardoor ook andere mensen hockey leuk kunnen gaan vinden.

Doordat mensen gebruik maken van het multifunctionele clubhuis gaan respondenten de vereniging meer **herkennen**. Ze kijken in de krant wie er gewonnen en gescoord heeft of lezen wedstrijdverslagen in de lokale krant. Ook valt het hun eerder op wanneer er een toernooi is op de vereniging of er iets anders wordt georganiseerd. Een van de respondenten geeft aan dat hij onbewust meer interesse is gaan tonen in de sport en wel eens naar een wedstrijd of kampioenschap gaat kijken. Daarnaast vindt er herkenning van de vereniging plaats door het sparen van voetbalplaatjes bij de supermarkt. Kinderen herkennen dan bijvoorbeeld de spelers uit het eerste team en zijn er trots op dat zij hun iedere week tegenkomen en op hun vereniging opvang hebben.

Bij een andere manier waarop een multifunctioneel clubhuis de binding van de gebruikers kan versterken, komt de **gunfactor** in beeld. Mensen die een vergaderruimte willen huren, kunnen dit doen bij een hotel of bij bijvoorbeeld Regus, maar ook bij een sportvereniging. Alle opties kosten geld, maar een van de respondenten geeft aan dit dan liever aan de vereniging te geven waar hij bij betrokken is. Daarnaast denkt hij ook dat buitenstaanders het eerder aan een sportvereniging gunnen dan aan een professioneel zakencentra. Hierbij moet dan wel rekening gehouden worden met de kwaliteit, omdat een clubhuis als locatie niet te vergelijken is met een professioneel zakencentrum. De mogelijkheid om gebruik te maken van de vergaderruimte in het multifunctionele clubhuis kan de gebruikers een goed gevoel bij de vereniging geven en er toe leiden dat de binding versterkt wordt.

Kortom, er kan gesteld worden dat mensen meer binding krijgen met de vereniging door middel van het multifunctionele clubhuis, omdat mensen hierdoor (vaker) op de vereniging komen en zo meer in aanraking komen met de vereniging en de sport. Ze zien dat alles goed geregeld is en komen vaker in een omgeving die uitnodigt om te sporten. Daarnaast kunnen mensen die vaker op de vereniging komen makkelijker benaderd worden voor vrijwilligerswerk. Dit wordt versterkt doordat mensen sociale contacten opdoen als ze vaker op de vereniging komen. Volgens sommige respondenten is dit vooral als er gelijkgestemden op de vereniging komen, andere respondenten zijn van mening dat dit ook het geval is als er allerlei verschillende mensen komen. Tot slot kan de herkenning van de vereniging toenemen door het multifunctionele clubhuis en kan de gunfactor toenemen.

5.3.2 Negatieve invloed op binding

Verschillende respondenten geven aan dat een multifunctioneel clubhuis de binding van gebruikers met de vereniging niet hoeft te versterken of juist kan verminderen. Dit komt ten eerste door de **persoonlijke voorkeur** van mensen voor een sport. Als iemand paardrijden leuk vindt en van een voetbalvereniging gebruik maakt voor andere activiteiten zal dit er niet toe leiden dat deze persoon voetbal zo leuk gaat vinden dat het naar die vereniging wil. Daarnaast bestaat er verschil in voorkeur tussen individuele sporten of teamsporten en zelf sporten of bij een vereniging sporten. Verschillende respondenten geven aan dat mensen hier een voorkeur in hebben en dat dit niet zal veranderen door voor activiteiten op de vereniging te komen. Aangegeven wordt dat de drempel wel lager wordt om naar een vereniging toe te gaan en dat het verenigingsleven wel aan kan trekken, maar dat dit afhankelijk blijft van de persoon.

"Ik denk echt dat dat persoonsgebonden is qua wat je leuk vindt aan sport. Omdat ik de vereniging leuk vind, ga ik niet voetballen, want ik vind voetbal niet leuk." (Voetbal, kinderopvang, onbekend)

Ook wordt aangegeven dat het afhankelijk kan zijn van de **leeftijd**. Volwassenen zullen zich minder snel bij een vereniging aansluiten als ze dit nog niet eerder hebben gedaan dan kinderen. Met name doordat mensen vaak al lang bij een vereniging zitten en de stap voor nieuwe mensen dan moeilijk kan zijn. Volwassenen kiezen bijvoorbeeld sneller voor fitness of andere individuele sporten. Daarnaast geeft een respondent van een voetbalvereniging aan dat er ook nog wel een beperking aan de voetbalsport zit, omdat het eerder mannen, vaders, aan zal trekken dan vrouwen.

Daarnaast zal de binding niet versterkt worden, omdat een van de respondenten van mening is dat de kinderen van de kinderopvang geen gebruik mogen maken van de sportmogelijkheden, omdat zij geen lid zijn van de vereniging. Daarnaast zou het een respondent verbazen als de werkplekken mensen van buiten de vereniging aantrekken, waardoor dit geen extra binding op kan leveren. Ook als deze mensen wel aangetrokken worden, kan dit leiden tot minder binding volgens een aantal respondenten. Dit komt doordat er dan **vreemden** binnen de vereniging komen die niet de gewenste sfeer meebrengen. Dit kan zich tegen elkaar af gaan zetten, waardoor de sfeer verpest wordt. Ook wordt door een van de respondenten aangegeven dat de nieuwe activiteit alleen bedoeld moet zijn voor leden, omdat er anders een verzakelijking optreedt. Wanneer mensen elkaar niet kennen, is het volgens hem mogelijk dat deelnemers het niet meer leuk vinden en het minder gaat leven binnen de vereniging.

Dat een aantal respondenten die alleen voor andere activiteiten (dus niet voor de sport) op de vereniging komen geen binding krijgen met de vereniging kan komen doordat ze puur **functioneel** naar de vereniging kijken. Ze komen naar de vereniging omdat de fysiotherapeut zijn praktijk daar heeft, er een goede vergaderruimte beschikbaar is of omdat de kinderopvang daar een locatie heeft. Als deze praktijk, vergaderruimte of kinderopvang ergens anders waren geweest dan waren zij daar naartoe gegaan. Respondenten komen op de vereniging voor wat ze moeten doen, zoals een behandeling bij de fysiotherapeut, vergadering of het ophalen van een kind, zijn daarna weer weg en hebben ook geen behoefte om daar langer te blijven.

"Het is fijn dat ze hun clubhuis beschikbaar stellen of verhuren aan de BSO, maar ik voel niet meer of minder voor de vereniging. Maar dat heeft niks met de hockey te maken, dat zou ik bij iedere andere club ook hebben." (Hockey, kinderopvang, onbekend)

Gebruikers van het multifunctionele clubhuis die alleen voor andere activiteiten op de vereniging komen, hebben dus een functionele kijk op de locatie. Deze mensen, maar ook mensen van de vereniging geven dan ook aan dat er **weinig of geen contact** is tussen de verschillende gebruikers van het multifunctionele clubhuis. Dit komt ten eerste doordat de verschillende

gebruikers er op verschillende tijden zijn. Zoals gebleken is in paragraaf 5.2 maken verenigingen hun clubhuis multifunctioneel om de lege uren beter te benutten. Gebruikers komen dus niet veel met elkaar in aanraking.

"Met zo'n activiteit kom ik eigenlijk niet in aanraking met mensen van de (naam vereniging). Want als wij komen is de beheerder er die voor de koffie en de drankjes zorgt en dat is het dan." (Honk- en softbal, vergaderruimte, onbekend)

Maar ook op de overlappende momenten, blijkt dat er weinig contact is tussen de gebruikers. Iemand die naar de fysiotherapeut gaat, geeft aan dat hij niet door het clubhuis hoeft te lopen, omdat er een aparte ingang is. Hij komt dus wel eens iemand tegen, maar meer niet. Een andere respondent geeft aan dat ze wel door het clubhuis moet om bij de vergaderruimte te komen, maar ook niemand spreekt. Hetzelfde geldt voor de kinderopvang. Verschillende gebruikers lopen door elkaar heen, maar komen niet met elkaar in contact.

"Je moet je voorstellen daar lopen een stuk of 80 mini's rond en dat zijn allemaal ouders die daar rondlopen. Dus je weet ook niet of het bij de BSO hoort of bij de club of wat dan ook. En heel veel loopt dat in elkaar over." (Hockey, kinderopvang, bekend)

Ook de kinderen van de kinderopvang komen niet snel in contact met mensen van de vereniging volgens een respondent, omdat ze die vaak niet kennen en er dus ook geen contact mee zoeken. Daarnaast wordt bij een vereniging het gedeelte van de kinderopvang afgezet voordat de trainingen beginnen en is het niet de bedoeling dat kinderen van de kinderopvang en van de vereniging door elkaar lopen. Op een andere vereniging zegt een ouder van één van de kinderen echter dat kinderen wel in contact komen met mensen van de vereniging, doordat ze in het clubhuis rondlopen. Daarnaast is er een keer contact geweest tussen de kinderen van de vereniging en de kinderopvang toen er samen Sinterklaas werd gevierd. Dit werd als positief ervaren, maar is daarna niet meer georganiseerd. De rest van het contact vindt plaats als trainers bijvoorbeeld in en uit komen lopen en gedag zeggen of als ze een keer iets moeten vragen, maar dit is erg oppervlakkig. Verder is er contact als mensen bekenden tegen komen op de vereniging of als er afspraken gemaakt moeten worden tussen de twee organisaties. Het contact dat er is, is dus erg beperkt en zorgt niet voor meer binding.

Daarnaast blijkt ook dat het multifunctionele clubhuis weinig invloed heeft op de binding van de leden van de vereniging, omdat er weinig contact is en leden weinig weten van de nieuwe activiteiten. Leden die regelmatig op de vereniging komen, geven aan weinig te merken van bijvoorbeeld de kinderopvang. Sommigen weten niet dat het er is, anderen kennen de naam wel, maar hebben er ook nog niets van gemerkt. Daarnaast heeft een van de respondenten een paar seizoenen geprobeerd om ouders naar het clubhuis te krijgen tijdens de training van de kinderen door koffie en thee te schenken, maar daar kwam niemand op af. Hiermee wil ze aangeven dat er nu dus ook weinig wisselwerking zal zijn tussen de mensen in het clubhuis en de mensen langs en op de velden.

Over het algemeen hebben de verschillende gebruikers dus geen last van elkaar, omdat de meeste nieuwe activiteiten plaats vinden op tijden dat het clubhuis leeg staat en de ruimte op dat moment niet gedeeld hoeft te worden. Als dit wel het geval is, blijft het contact erg beperkt.

Als er weinig onderling contact is, zal dit vanzelfsprekend leiden tot **weinig nieuwe vrijwilligers** uit de groep mensen die alleen voor de activiteit op de vereniging komen. Alleen de ouders van kinderen die zowel lid zijn van de vereniging als naar kinderopvang op de vereniging gaan, kunnen binding krijgen met de vereniging als vrijwilliger, maar dit komt niet door het multifunctionele clubhuis. Respondenten geven aan betrokken te zijn bij de vereniging door de sport van hun kinderen. Het multifunctionele clubhuis heeft hier geen invloed op en versterkt deze binding niet.

"... ik heb niks met de vereniging anders dan dat mijn kinderen daar sporten. De binding die ik er mee heb, is dat ik dan dingen voor mijn kinderen doe. Dat vind ik dat ik als moeder ook moet doen. ... Maar dat is omdat ik dat zelf wil en belangrijk vind. Het is niet dat het mijn binding versterkt met de vereniging." (Voetbal, kinderopvang, onbekend)

Mensen die alleen op de vereniging komen vanwege andere activiteiten moeten het volgens een van de respondenten wel heel leuk vinden om bijvoorbeeld in de horeca te werken, waardoor ze in het weekend bardiensten komen draaien. Dit zal niet zo snel voorkomen. Het zal met name worden gedaan door leden of ouders van leden, omdat zij binding kunnen hebben met de sport en de vereniging.

Respondenten die van mening zijn dat het multifunctionele clubhuis de binding met de vereniging juist negatief beïnvloedt zijn ouders van de kinderopvang. Doordat de kinderen vanuit de kinderopvang naar hun training worden gebracht, hoeven de ouders niet eerder te stoppen met werken, waardoor ze ook **niet bij de training gaan kijken**. Dit vermindert de betrokkenheid van de ouders bij de sport van de kinderen. Een van de respondenten geeft aan dat ze vrij moet nemen om te gaan kijken, maar ze kan dat niet iedere week doen, want dan heeft ze geen opvang meer nodig.

"Je betrokkenheid wordt wel minder als ouder. Dat is wel de andere kant er van. Want als mijn kinderen sporten ben ik er 9 van de 10 keer niet. Dan ben ik gewoon nog aan het werk. Dus dat is de keerzijde." (Voetbal, kinderopvang, onbekend)

Kortom, de redenen dat respondenten denken dat het multifunctionele clubhuis niet tot meer binding zal leiden, zijn dat het afhangt van de persoonlijke voorkeur voor het soort sport, de leeftijd en de aanwezigheid van vreemden die een andere sfeer meebrengen. Daarnaast hebben mensen die alleen voor andere activiteiten (dus niet voor de sport) op de vereniging komen geen binding met de vereniging, doordat ze puur functioneel naar de vereniging kijken. Een andere reden is dat er weinig tot geen contact is tussen de verschillende gebruikers van het clubhuis. Dit betekent dus dat zowel de nieuwe gebruikers als bijvoorbeeld de leden geen extra binding zullen krijgen met de vereniging vanwege het multifunctionele clubhuis. Sommige leden weten niet eens van het bestaan van bijvoorbeeld de kinderopvang af. Een gevolg hiervan is dat er weinig nieuwe vrijwilligers bij zullen komen. De binding met de vereniging kan verminderd worden, omdat kinderen vanuit de kinderopvang naar de training gaan en ouders hier dus niet bij aanwezig zijn.

5.3.3 Conclusie

Geconcludeerd kan worden dat er tegengestelde meningen zijn over of het multifunctionele clubhuis meer binding van de gebruikers met de vereniging oplevert. Aangegeven wordt dat mensen die (vaker) op de vereniging komen vanwege het multifunctionele clubhuis kennis maken met de vereniging en door de omgeving uitgenodigd worden om te gaan sporten. Anderen geven echter aan dat dit afhankelijk is van de persoonlijke voorkeur voor de soort sport en de leeftijd van de gebruikers. Daarnaast geven respondenten die van mening zijn dat meer binding met de vereniging ontstaat als mensen vaker op de vereniging komen aan dat dit kan leiden tot meer en versterkte sociale contacten en van daaruit ook meer vrijwilligers. Hier is ten eerste onenigheid over, omdat sommige respondenten van mening zijn dat meer binding ontstaat als er vooral gelijkgestemden op de vereniging komen en anderen juist denken dat mensen die normaal niet op de vereniging zouden komen meer binding met de vereniging kunnen krijgen door het multifunctionele clubhuis. Sommige respondenten zijn echter van mening dat de komst van 'vreemden' op de vereniging de sfeer kan verpesten en tot een verzakelijking kan leiden, waardoor er minder binding zal zijn.

Over het algemeen zijn de respondenten van mening dat een mix van verschillende gebruikers geen problemen oplevert. Zo wordt onder andere aangegeven dat op de hockeyvereniging ook mensen komen met tiggerleggings, kinderen die verschillende sporten doen en een andere achtergrond hebben ook bij elkaar in de klas zitten, de vader van een voetballer voorzitter is van de korfbalvereniging en het positief is onder het motto 'hoe meer zielen, hoe meer vreugd'. Omdat respondenten van één vereniging van mening zijn dat een mix van mensen een ongewenste sfeer oplevert, is het verstandig te kijken naar de visie van de vereniging. Als de vereniging exclusiever wil blijven, moet hiermee rekening gehouden worden bij het aantrekken van nieuwe activiteiten in het clubhuis. Een tweede reden waarom een multifunctioneel clubhuis mogelijk niet tot meer sociale contacten en daarmee meer vrijwilligers zal leiden is omdat verschillende respondenten aangeven dat er beperkt contact is tussen de verschillende gebruikers. Gebruikers die alleen voor andere activiteiten, en niet voor de sport, op de vereniging komen, kijken dan ook puur functioneel naar de vereniging. Tot slot kan de binding met de vereniging verminderd worden, omdat kinderen vanuit de kinderopvang naar de training gaan en ouders hier dus niet bij aanwezig zijn. Het multifunctionele clubhuis kan voor meer binding zorgen, doordat de herkenning van de vereniging toeneemt en het bijdraagt aan de gunfactor.

Hieruit blijkt dat het multifunctionele clubhuis dus meer binding op kan leveren onder bepaalde voorwaarden. Zo geeft een van de respondenten aan dat de vereniging en de andere activiteiten losse gehelen zijn die elkaar kunnen beïnvloeden, maar dit niet hoeft te gebeuren. Hoe de binding versterkt kan worden, volgt in de volgende paragraaf.

5.4 Hoe kan de binding versterkt worden...

Door de respondenten worden verschillende manieren genoemd waarop gebruikers die bekend zijn met de vereniging en gebruikers die alleen voor andere activiteiten op de vereniging komen meer binding kunnen krijgen met de vereniging.

5.4.1 ... met gebruikers die bekend zijn met de verenigingsactiviteiten?

Een eerste manier om mensen van de vereniging meer verbonden te laten zijn met de vereniging is volgens respondenten door **meer activiteiten** te organiseren waardoor ze (meer) enthousiast worden over de vereniging. Dit kunnen feesten, borrels, een playbackshow, een quiz of bijvoorbeeld sinterklaasavonden zijn. Door activiteiten te organiseren is het de bedoeling dat mensen vaker of langduriger op de vereniging zijn. Meerdere respondenten zijn van mening dat er vooral dingen georganiseerd moeten worden voor de jeugd. Met name feesten of avonden waarop de A-jeugd na de training op de vereniging blijft in plaats van dat ze naar de kroeg gaan, zouden het gezellig moeten maken voor de jeugd. Maar ook evenementen voor de (jongste) jeugd zijn belangrijk. Dit moet er toe leiden dat ze het naar hun zin hebben, het verenigingsleven meekrijgen en dit waarschijnlijk op latere leeftijd ook nog waarderen waardoor ze blijven komen.

"Dan moeten er meer evenementen georganiseerd worden om ze vaker en langer hier te houden na een training of wedstrijd. Om te verbreederen. Als je dat niet meegeeft in de jongste jeugd kan je niet van ze verwachten dat ze wel binding hebben met die club als ze 13 of 14 jaar zijn." (Hockey, werkplekken, bekend)

"Er moeten ook veel meer feestjes zijn. Wat hoorde ik vroeger altijd? Ja handbalfeesten die waren er wel, maar hockeyfeesten... dat is gewoon een begrip!" (Hockey, kinderopvang, bekend)

Daarnaast is het van belang dat er activiteiten voor de ouders worden georganiseerd om meer binding met de vereniging te ontwikkelen. Verenigingen kunnen wat betreft het vrijwilligerswerk voor een groot deel afhankelijk zijn van de ouders van de jeugd, waardoor het belangrijk is om hun meer bij de vereniging te betrekken. Door middel van activiteiten kan het contact met de ouders versterkt worden, waardoor zij niet meer alleen voor hun kinderen komen, maar zelf ook enthousiast zijn over de vereniging. Deze **versterkte contacten** en het enthousiasme maken het makkelijker om ouders te benaderen voor vrijwilligerswerk. Daarom organiseert een van de verenigingen ook activiteiten, zoals een taartenwedstrijd of een workshop sushi maken voor de ouders als er een activiteit is voor hun kinderen. Volgens een van de respondenten is goed, transparant en open contact met de mensen van de vereniging erg belangrijk voor het versterken van de binding.

Wat hiermee samenhangt is dat respondenten aangeven dat ze de binding willen versterken door een meer **persoonlijke benadering**. Eén van de verenigingen heeft een tijdje geleden een enquête verstuurd met vragen wat leden of ouders van leden voor werk doen, wat ze leuk vinden en of ze bereid zijn om vrijwilligerswerk voor de club te doen. Op deze manier kunnen mensen gericht, persoonlijk, gevraagd worden voor bepaalde werkzaamheden en wordt gebruik gemaakt van de kennis die in de vereniging rond loopt. Door mensen persoonlijk te benaderen voor vrijwilligerswerk of om een keer in het clubhuis gebruik te maken van de flexibele werkplekken is de kans groter dat mensen dit ook daadwerkelijk gaan doen. Ondanks mailtjes, posters en folders blijft de drempel bij een vereniging te hoog om bijvoorbeeld gebruik te maken van de werkplekken. Als dit op de man af wordt gevraagd, kunnen mensen worden overgehaald om het te proberen. Deze persoonlijke benadering vergt wel veel tijd. Daarnaast kan een e-mail waarin iemand wordt aangesproken met zijn eigen naam in plaats van 'Beste meneer/mevrouw' iemand meer betrokken laten voelen. Een van de respondenten zegt hierover:

"Maar dat voelt al persoonlijker en in ieder geval merken we al dat mensen die niet komen dan toch eerder geneigd zijn om zich af te melden, in plaats van een algemene oproep. Dus ook als iemand niet komt is hij toch meer betrokken." (Voetbal, werkplekken, bekend)

Eén van de verenigingen heeft een aantal leden persoonlijk benaderd en gevraagd of zij samen met twee mensen uit hun netwerk mee wilden denken over het nieuwe beleidsplan. Hierdoor zijn 60 mensen betrokken geweest bij de ontwikkeling van het beleidsplan. De vereniging wilde hiermee bereiken dat mensen weten wat de vereniging doet en denkt. Dit heeft geresulteerd in reacties van mensen dat ze er bij willen horen en het ook leuk vinden om zich er voor in te zetten. Ook een andere vereniging heeft leden of ouders van leden via een mail gevraagd mee te denken over hoe het clubhuis er uit moet komen te zien. Een aantal volwassenen hebben zich hier mee

bezig gehouden. Dus het informeren van leden over de vereniging en ze mee laten denken kan leiden tot meer binding.

Opvallend is dat er weinig wordt gesproken over sociale media door de respondenten. Dit staat dan ook tegenover de persoonlijke benadering waar een aantal respondenten over spreken. Toch denkt een respondent dat ook **sociale media** bij kan dragen aan de binding van mensen met de vereniging. Met name Facebook, waar interactie plaats kan vinden, kan een eerste stap zijn om mensen betrokken te laten zijn met de vereniging.

"... met name op Facebook, waar je ook wat interactie met leden kan krijgen, zijn toch mensen die daar wel reageren die je hier eigenlijk verder nooit ziet, maar toch blijkbaar wel de betrokkenheid en de behoefte hebben om daar iets te reageren. Vandaar moet dat misschien weer doorgroeien dat die mensen ook weer meer bij activiteiten van de club betrokken raken." (Voetbal, werkplekken, bekend)

Ten slotte kan de binding met de vereniging versterkt worden door mensen die al betrokken zijn bij de vereniging het gevoel te geven dat ze gewaardeerd worden.

Kortom kunnen meer activiteiten leiden tot meer en versterkte sociale contacten, waardoor de binding met de vereniging versterkt kan worden. Tegelijkertijd vergemakkelijkt dit een persoonlijke benadering voor vrijwilligerswerk wat kan leiden tot meer binding met de vereniging. Voor mensen die minder makkelijk persoonlijk te benaderen zijn, kan sociale media een eerste stap zijn om mensen meer betrokken te laten zijn bij de vereniging. Daarnaast is waardering erg belangrijk bij het versterken van binding.

5.4.2 ... met gebruikers die vanwege andere activiteiten bekend zijn met de vereniging?

Om mensen die voor andere activiteiten naar de vereniging komen meer binding te laten krijgen met de vereniging kunnen **activiteiten** georganiseerd worden die voor zowel mensen van de vereniging als anderen toegankelijk zijn. Een voorbeeld hiervan is een lezing, een lunch of een presentatie in combinatie met de werkplekken in het clubhuis. Een van de respondenten stelt voor om na een presentatie bijvoorbeeld ook een stukje scheidsrechterscursus te geven of inzicht te geven in de organisatie van een amateurvereniging. Ook kan een sportdag georganiseerd worden voor kinderen van de kinderopvang waar ook kinderen van de vereniging aan deel mogen nemen. Dit kan natuurlijk ook andersom, bijvoorbeeld met een toernooi of een sportkamp. Daarnaast stelt één van de medewerkers van de kinderopvang voor om een feest te houden samen met hun contactpersonen van de vereniging. Op deze manier zou hun binding met de vereniging versterkt kunnen worden.

Een andere manier om mensen die niet bekend zijn met de vereniging meer binding te laten krijgen met de vereniging is door ze voldoende **informatie** te geven. Mensen kunnen door middel van de website, e-mails of informatieavonden op de hoogte worden gebracht van de faciliteiten en mogelijkheden van de vereniging. Zo moet bijvoorbeeld duidelijk zijn wanneer de fysiotherapeut aanwezig is op de vereniging en hoe iedereen een afspraak kan maken. Daarnaast kan informatie verspreid worden over het verloop van activiteiten en de aankondiging van nieuwe activiteiten. Ook kunnen ouders die op intakegesprek komen bij de kinderopvang niet alleen een informatiepakket meekrijgen over de kinderopvang, maar ook over de combinatie met de vereniging en de voordelen daarvan. Of er kan iemand van de vereniging tijdens een informatieavond over opvoeding voor ouders van de kinderopvang iets over dit onderwerp binnen de vereniging vertellen. Vanuit de vereniging is het mogelijk om de activiteiten in het multifunctionele clubhuis te gebruiken als promotie bij de ledenwerving.

Ook door het ontwikkelen van **kortingsacties** tussen met name de flexibele werkplekken en kinderopvang en het lidmaatschap van de vereniging kunnen gebruikers van het multifunctionele clubhuis aangetrokken worden tot de vereniging. Als het een clubhuis betreft waar meerdere sporten samenkomen, is het mogelijk om bijvoorbeeld de ouders 'voordelig' te laten tennissen, zwemmen of squashen als hun kinderen voetbal- of hockeytraining krijgen. Als het een multifunctioneel clubhuis met kinderopvang of werkplekken betreft zou een combi-lidmaatschap gemaakt kunnen worden, waardoor het lidmaatschap van de vereniging goedkoper wordt voor kinderen die al naar de kinderopvang gaan of mensen die gebruik maken van de werkplekken. Dit kan zowel mensen van de opvang en de werkplekken naar de vereniging trekken als leden van de vereniging naar de kinderopvang en de werkplekken. Bij een van de verenigingen betaalt de kinderopvang al de helft van het lidmaatschap als kinderen zich vanuit hun aansluiten bij de vereniging. Een aantal kinderen heeft hier gebruik van gemaakt, maar het zal kinderen die niet van plan zijn lid te worden van de vereniging waarschijnlijk niet kunnen overhalen.

Een van de respondenten zou zelf langer of vaker op de vereniging komen als hij er fatsoenlijk kan eten. Dit betekent dat het meer richting horeca gaat en daar ook meer voor zou willen betalen. Een andere respondent is het er mee eens om meer op te vereniging te serveren dan alleen friet of een snack. Zij is van mening dat een multifunctioneel clubhuis ook uit moet stralen dat het multifunctioneel is. Dit houdt volgens haar in dat er een **neutralere sfeer** moet komen.

"Dat doen ze in buurtcentrums ook. Daar proberen ze het ook zo neutraal mogelijk te houden zodat je van alles er kunt doen met een heel klein beetje aankleding. Hier staan bijvoorbeeld wel plantjes op tafel, maar dan ligt er echt zo'n voetbalkantine lelijk kleding onder. Dus dan denk ik ga je dan ook oriënteren multifunctioneel en breed." (Voetbal, kinderopvang, onbekend)

Op deze manier moet het toegankelijker worden voor een breed publiek, waardoor allerlei mensen gebruik willen maken van het clubhuis. Andere respondenten zijn van mening dat het vooral schoon en netjes moet zijn en het gebouw er goed uit moet zien.

Kortom, de binding met de vereniging kan versterkt worden onder gebruikers van het multifunctionele clubhuis die niet bekend zijn met de verenigingsactiviteiten en de sport door activiteiten van de vereniging en andere activiteiten te combineren. Daarnaast kan informatie over de mogelijkheden van de vereniging, eventueel in combinatie met informatie over een combi-lidmaatschap of andere kortingsactie, gebruikers meer binding met de vereniging opleveren. Tot slot kan een neutralere sfeer de vereniging toegankelijk maken voor een breder publiek, waardoor ook andere mensen zich sneller thuis gaan voelen op de vereniging.

5.4.3 Conclusie

Voor beide groepen gebruikers kunnen activiteiten op de vereniging de binding versterken. Het meeste voordeel zal gehaald kunnen worden uit activiteiten die gebruikers kennis laten maken alle mogelijkheden van de vereniging. Dat wil zeggen dat leden en ouders van leden bijvoorbeeld door middel van een lezing kennis kunnen maken met de werkplekken in het clubhuis terwijl er een toernooi voor hun kinderen aan de gang is. Zo maken ze zowel meer kennis met elkaar als met de nieuwe activiteiten op de vereniging. Voor ouders van kinderen die naar de kinderopvang op de vereniging gaan zou een kennismaking met de sport of een informatieavond waarbij iemand van de vereniging iets komt vertellen meer binding kunnen opleveren. Verder zou voor gebruikers die bekend zijn met de vereniging een persoonlijke benadering en eventueel een benadering via sociale media voor meer binding kunnen zorgen. Deze persoonlijke benadering wordt vergemakkelijkt als mensen op de vereniging komen voor andere activiteiten. Het geven van voldoende informatie is belangrijk voor het binden van gebruikers die alleen voor andere activiteiten op de vereniging komen. Mogelijk kan een persoonlijke benadering, tijdens een gezamenlijke activiteit, ook hierbij goed werken. Daarnaast kunnen kortingsacties mensen aantrekken en moet een neutralere sfeer ervoor zorgen dat de vereniging toegankelijk wordt voor een breder publiek.

5.5 Succesfactoren

Bekend is wat respondenten verstaan onder binding, het multifunctionele clubhuis en hoe het multifunctionele clubhuis de binding van de gebruikers met de vereniging beïnvloedt en kan versterken. Belangrijk is om nog te kijken wanneer het multifunctionele clubhuis volgens de respondenten een succes kan worden.

Om succesvol te worden, wordt door de respondenten aangegeven dat de vereniging eerst duidelijk op papier moet hebben waar de vereniging voor staat en waar ze naar toe wil. Vervolgens kan bekeken worden welke activiteiten hier in passen. Dat wil zeggen dat bekeken moet worden van welke ruimte de nieuwe organisatie gebruik wil maken, op welke tijden en wat er gedaan wordt. Als dit niet botst met de activiteiten van de vereniging is het goed. Voorop staat namelijk dat **de nieuwe organisatie moet passen binnen de vereniging**. Omdat de vereniging al bestaat en de activiteit daar plaats vindt, mag het geen spanningen opleveren met de bestaande activiteiten. Daarnaast is het belangrijk om de link met de sport te houden, omdat dit het concept uniek maakt en gebruikers die niet bekend zijn met de vereniging daar naartoe kan trekken.

"Overigens is het wel zo dat natuurlijk alle belangen van de club voor gaan. Maar met goede afspraken kan het." (Voetbal, vergadering, onbekend)

Mocht de ene activiteit een keer botsen met de andere activiteit is het volgens de respondenten van belang dat er **goede afspraken** zijn gemaakt en er een **goede samenwerking** plaatsvindt.

De afspraken moeten vooraf voor beide partijen duidelijk zijn en daar dient iedereen zich ook aan te houden. *"Dan maakt het niet zo gek veel uit of daar gevolsdanst wordt door bejaarden of dat er gehockeyd wordt door kinderen"* (Hockey, kinderopvang, bekend). Mocht er iets mis gaan, kan er altijd terug gegrepen worden op de afspraken en kunnen mensen daar op aangesproken worden. Openheid en eerlijkheid is volgens een van de respondenten hierbij erg belangrijk, omdat dan een prettige sfeer behouden blijft. Dit betekent dat bijvoorbeeld de kinderopvang aangeeft wat hun regels zijn met betrekking tot de GGD en het gedrag van de kinderen, zodat de vereniging hier rekening mee kan houden. Andersom moet de vereniging bijvoorbeeld bij de kinderopvang aangeven wanneer er een verbouwing plaats gaat vinden. Ook is het belangrijk dat het schoonmaken van het gebouw goed geregeld is. Wanneer het clubhuis in het weekend gebruikt is voor competitiewedstrijden is het volgens een van de respondenten erg van belang dat dit schoon gemaakt wordt voordat de kinderen van de BSO komen. Over het algemeen is het belangrijk dat er goed overleg plaatsvindt, dat er een goede samenwerking is en dat mensen rekening houden met elkaar.

"Je kunt niet voorkomen dat verschillende gebruikers elkaar tegenkomen en dat ze zullen moeten geven en nemen. Dus dat is denk ik de enige manier waarop het kan. Toch? Gewoon iedereen z'n troep opruimen, iedereen zich houden aan begin- en eindtijden, elkaar een beetje accepteren als er toch iemand binnen wandelt. Dat soort dingen. Anders kan het niet." (Hockey, kinderopvang, bekend)

Een goede samenwerking kan leiden tot extra successen. Zo hebben kinderen van een kinderopvang in het gebouw van de scouting een keer een nacht geslapen in de tenten van de scouting. Een aantal mannen hebben hierbij geholpen en een activiteit voor de kinderen georganiseerd. Op deze manier kan een goede samenwerking meerwaarde hebben voor beide partijen. Een zelfde soort samenwerking zou ook moeten ontstaan op de sportvereniging.

Daarnaast is het volgens respondenten belangrijk dat er samen naar **oplossingen** wordt gezocht. Zo waren ouders gewend om met slecht weer tijdens de training van de kinderen binnen te gaan staan. Sinds de kinderopvang er in zit, is dat niet meer mogelijk. Vandaar dat er een overkapping is gemaakt en er leuke banken zijn neergezet om die ouders tegemoet te komen. Daarnaast is het goed om regelmatig een vergadering te houden tussen de vereniging en de organisatie van de andere activiteiten. Hierin moet dan besproken worden hoe de samenwerking gaat, wat wel en niet goed verloopt en wat er verbeterd kan worden. Op deze manier kunnen beide partijen er naar tevredenheid zitten. Daarbij zou het het mooiste zijn als ze uiteindelijk ook profijt van elkaar kunnen hebben.

"Zij weten ook gewoon dat wij hier voetbaltraining en dingen geven, maar dat vinden ze juist niet erg. Eventueel zeggen ze van mocht je omhoog zitten, dan kunnen we binnen de vereniging vragen of iemand dat wil doen. Daar is wel samenwerking in. We functioneren niet los van elkaar." (Voetbal, kinderopvang, bekend)

Wat de respondenten nog meer aangeven om van het multifunctionele clubhuis een succes te maken is de **communicatie** vanuit de vereniging en de andere organisaties. Een van de verenigingen is van mening dat de leden op de hoogte moeten zijn van het beleidsplan en de toekomstvisie van de vereniging. Zo weten ze wat ze kunnen verwachten, zijn nieuwe plannen goed uit te leggen en ontstaat er meer begrip als er nieuwe activiteiten georganiseerd worden. Dit begrip kan vergroot worden als het bestuur het enthousiasme overbrengt op de leden en de positieve punten benadrukt. Ook is het van belang dat mensen erbij worden betrokken. Bijvoorbeeld zoals bij het maken van het beleidsplan en hoe het clubhuis er uit moet komen te zien. Hierdoor wordt het draagvlak binnen de vereniging vergroot. Daarnaast worden mensen met name via de website en via e-mail op de hoogte gebracht van welke activiteiten plaats zullen gaan vinden. Respondenten geven aan dat leden er vaak geen problemen mee hebben als ze maar weten wat er gebeurt. Een andere manier om dit te bewerkstelligen is door een informatieavond te organiseren.

Communicatie is ook erg belangrijk om animo te krijgen voor sommige nieuwe activiteiten. Dit kan door middel van posters, flyers of sociale media. Maar bij een nog redelijk onbekend concept als flexibele werkplekken op de sportvereniging kan dit mogelijk niet genoeg zijn. Mensen zijn enthousiast, maar aan het idee dat ze tegenwoordig ook voor dit soort activiteiten op de vereniging terecht kunnen, moeten sommigen nog wennen. Het is dan volgens respondenten goed om het te blijven promoten en mensen persoonlijk op de hoogte te brengen en uit te nodigen.

"Dat moet echt groeien. We merken wel met echt nieuwe dingen die we als vereniging willen ondernemen dat niet echt de core-business van de vereniging is, daar beschouw ik

onder de voetbalcompetitie van de KNVB. Alles wat we daarnaast doen heeft altijd wel een aanlooptijd nodig." (Voetbal, werkplekken, bekend)

"Ik denk dat dit ook nog een beetje een jehova-achtig gebeuren is dat je moet blijven promoten, want het gaat zeker niet vanzelf." (Hockey, werkplekken, bekend)

Wat kan helpen bij het aantrekken van mensen die gebruik maken van het multifunctionele clubhuis is door het meer **toegankelijk** te maken. Zoals gebleken is in paragraaf 5.4 kan de binding volgens een van de respondenten versterkt worden door de uitstraling neutraler te maken. Dit maakt de vereniging toegankelijk voor mensen die er niet bekend mee zijn, waardoor de drempel lager wordt om er ook naartoe te gaan. Iedereen moet graag in het clubhuis verblijven en zich er thuis voelen. Zoals gebleken zijn respondenten van een hockeyvereniging juist van mening dat de werkplekken in het clubhuis met name toegankelijk moeten zijn voor hockeyers om het tot een succes te maken, omdat er dan vooral gelijkgestemde mensen op de vereniging komen. Als er vreemden zouden komen, zou een andere sfeer kunnen ontstaan die niet gewenst is. Een toegankelijke vereniging is dus niet voor iedereen gewenst. Het is verstandig de toegankelijkheid te bepalen vanuit de visie van de vereniging.

De toegankelijkheid van een sportvereniging hangt af van het soort vereniging. De clubhuizen moeten mensen aanspreken, mensen moeten er een goed gevoel bij krijgen en het gevoel hebben dat ze er tussen passen. Hierbij wordt aangegeven dat de sfeer op verschillende sportverenigingen anders is.

"Dat is wat ik zei een typische voetbalkantine, wat ik niet kan beschrijven. Het is een sfeer al als je binnenkomt. Je wil niet generaliseren, maar het is wel een bepaald slag volk wat er komt. Ga je bijvoorbeeld naar een hockeyclub dan is dat alweer heel anders. En heb je dan bijvoorbeeld een paardrijdkantine dan is dat ook weer anders." (Voetbal, kinderopvang, onbekend)

Vandaar dat een van de respondenten van mening is dat sommige sportverenigingen niet geschikt zijn. Zo is een golfvereniging bijvoorbeeld niet geschikt voor kinderopvang, omdat hier een luxer clubhuis bij past, de kinderen de velden snel kunnen beschadigen en niet alle mensen het gevoel kunnen krijgen dat ze er tussen passen. Andere respondenten zijn echter van mening dat het niet veel uit maakt op wat voor soort sportvereniging ze het clubhuis multifunctioneel gebruiken. Volgens een van de respondenten kan het op een golf-, een voetbal- en een hockeyvereniging, omdat de accommodaties toch vaak hetzelfde zijn. Kinderopvang op een voetbalvereniging wordt volgens haar extra succesvol, omdat dit veel jongens aan kan trekken.

Daarnaast is het volgens een van de respondenten belangrijk dat de sportvereniging die werkplekken aanbiedt niet gaat concurreren met bestaande zakencentra. *"Dat zijn toch bepaalde niches waar je een bepaalde positie moet innemen"* (Hockey, werkplekken, bekend). Daarbij komt dat de vereniging toegankelijk moet zijn door middel van een goede prijs-kwaliteit verhouding. De sportvereniging moet uit gaan van haar eigen kracht en het dus laagdrempelig maken om deel te nemen. De kracht van de sportvereniging in combinatie met werkplekken wordt de mogelijkheid om te sporten genoemd, eventueel met een begeleider erbij. Mensen moeten bij een sportvereniging niet de beste kwaliteit en service verwachten. Als hier rekening mee gehouden wordt en de voordelen van een vereniging goed gepromoot worden, kan dit juist een succes worden.

Daarnaast is een goede **buitenruimte** met name voor de kinderopvang van belang om er een succes van te kunnen maken. Maar ook de **binnenruimte** is voor de respondenten belangrijk. Bij kinderopvang moet het gebouw voldoen aan de eisen van de GGD, moeten er goede toiletten en een keuken zijn. Sommige respondenten zouden graag zien dat de kinderopvang plaats vindt in een afgescheiden ruimte, zodat kinderen ook een eigen plek hebben waar ze tot rust kunnen komen. Bij het organiseren van werkplekken vinden respondenten het van belang dat er voldoende zitruimte is en de faciliteiten aanwezig zijn. Onder faciliteiten wordt een snelle wi-fiverbinding, een beamer en een kopieerapparaat/printer verstaan. Daarnaast willen ze graag een goede koffie- en theevoorziening en de mogelijkheid om iets te eten. Daarnaast zouden ze het op prijs stellen als er een aparte ruimte is waar vergaderd kan worden of waar mensen anderen kunnen ontvangen. Ook respondenten die van het clubhuis gebruik maken om te vergaderen geven aan dat dit een aparte ruimte moet zijn die afsluitbaar is.

Kortom, het is belangrijk dat de nieuwe activiteit die wordt georganiseerd binnen de vereniging past en geen spanningen oplevert met de verenigingsactiviteiten. Goede afspraken, goede

samenwerking en het samen zoeken naar oplossingen worden erg van belang geacht door de respondenten. Daarnaast is communicatie over wat voor activiteiten de vereniging organiseert belangrijk. Wanneer mensen weten wat er gebeurt en ze er rekening mee kunnen houden, vinden ze het vaak geen probleem om wat te geven en te nemen. Wat volgens een deel van de respondenten bij zou dragen aan een succesvol multifunctioneel clubhuis is als het toegankelijk zou zijn voor een breder publiek. Dit wordt gedaan door het clubhuis open te stellen voor andere activiteiten, maar kan bevordert worden door een neutralere uitstraling. Dit moet echter wel aansluiten bij de visie van de vereniging. Respondenten van een hockeyvereniging zijn juist van mening dat het clubhuis niet voor iedereen toegankelijk moet worden, omdat het ontmoeten van gelijkgestemden activiteiten juist tot een succes kan maken. Wanneer er vreemde mensen bij komen, kan een andere sfeer ontstaan die niet gewenst is. Respondenten hebben ook een verschil in mening in op wat voor soort vereniging ze het multifunctioneel clubhuis gaan gebruiken. Verschillende respondenten zijn van mening dat het op alle verenigingen mogelijk is, anderen vinden bijvoorbeeld een golfvereniging niet geschikt. Ook de binnen- en buitenruimte met de bijbehorende faciliteiten spelen een rol bij een succesvolle ontwikkeling van het clubhuis.

5.6 Conclusie

Samengevat hebben gebruikers volgens de respondenten binding met de vereniging als ze betrokken zijn door middel van een lidmaatschap, sociale contacten, vrijwilligerswerk en als ze het gevoel hebben dat ze erbij horen. Ze vinden het belangrijk dat mensen sporten bij een vereniging, omdat dit sociale contacten oplevert, mensen het gevoel krijgen dat ze ergens bij horen, ze structureel gaan sporten samen met anderen, ze waarden en normen leren en op de vereniging vrijwilligerswerk kunnen doen. De binding met de vereniging staat echter onder druk van ontwikkelingen in de maatschappij. Deze ontwikkelingen houden volgens respondenten in dat mensen minder snel naar de vereniging komen en zich minder inzetten voor de vereniging door individualisering, veel aanbod (waaronder fitness) en een toename in consumerende leden. Daarnaast veranderen verenigingen door in te spelen op de vraag van de leden en betaalde krachten in dienst te nemen. Om mensen toch (vaker en langer) naar de vereniging toe te trekken en binding te laten krijgen met de vereniging ontwikkelen verenigingen het multifunctionele clubhuis. Dit kan er volgens een respondent toe leiden dat kleine, traditionele verenigingen opgeslokt worden door grote, multifunctionele verenigingen. Een andere respondent vertelt daarentegen dat er behoefte zal blijven aan traditionele verenigingen en dat deze twee dus naast elkaar kunnen bestaan.

Een andere belangrijke reden voor de ontwikkeling van een multifunctioneel clubhuis is dat de ruimte beter benut wordt in tijden van crisis. Wat respondenten onder een multifunctioneel clubhuis verstaan is te verdelen in drie categorieën, te weten niet-sportgerelateerde activiteiten, sportgerelateerde activiteiten en het huisvesten van meerdere sport(vereniging)en.

Wat gebruikers van het multifunctionele clubhuis vinden van deze ontwikkeling heeft invloed op hun gedrag en daarmee op hun binding met de vereniging. Respondenten denken over het algemeen dat het multifunctionele clubhuis binding van de gebruikers met de vereniging op kan leveren, maar in de praktijk blijkt dit nog niet vaak het geval te zijn. Echter, dat het mogelijk is staat voor veel respondenten vast. Om dit te bewerkstelligen moeten de verschillende onderdelen van het multifunctionele clubhuis meer samen gaan werken, zodat ze meer profijt van elkaar kunnen hebben.

Gebleken is dat de gebruikers over het algemeen erg positief zijn over het multifunctionele clubhuis. Ten eerste wat betreft de extra inkomsten die het de vereniging oplevert. Ten tweede omdat respondenten van mening zijn dat het multifunctionele clubhuis het gedrag van mensen kan veranderen. Zo geven een aantal respondenten aan dat mensen kennis kunnen maken met de sport en de vereniging, doordat ze tijd doorbrengen in een sportieve omgeving. Volgens sommige respondenten heeft dit, vanuit de kinderopvang, al een aantal extra leden opgeleverd. Ook respondenten van verenigingen die werkplekken aan (gaan) bieden denken dat een sportieve omgeving uitnodigt om meer te bewegen en mogelijk kan leiden tot nieuwe leden. Aangegeven wordt dat dit wel afhankelijk is van de persoonlijke voorkeur voor een sport en de leeftijd van de gebruikers. Om de kennismaking met de vereniging te bevorderen is het volgens respondenten goed om gezamenlijke activiteiten te organiseren. Dit geeft zowel de vereniging als de andere organisatie de mogelijkheid om informatie te verspreiden en mensen te benaderen. Daarnaast kunnen mensen met elkaar in contact komen. Dit kan de stap kleiner maken om lid te worden van de vereniging of om gebruik te maken van het multifunctionele clubhuis. Hierdoor wordt de binding met de vereniging versterkt.

Een andere reden dat respondenten positief zijn over het multifunctionele clubhuis is omdat gebruikers hierdoor (vaker en langer) op de vereniging komen wat kan leiden tot meer en versterkte contacten. Aangegeven wordt dat er sprake is van contact tussen de verschillende gebruikers van de vereniging, maar dat dit erg beperkt blijft. De respondenten die aangeven dat er

contact is, verschillen van mening over wat voor soort gebruikers er naar de vereniging toegetrokken zouden moeten worden. Over het algemeen zijn respondenten van mening dat een mix van verschillende typen mensen een verrijking is voor de vereniging. Het multifunctionele clubhuis kan een bijdrage leveren aan de kennismaking met de vereniging voor mensen die hier eerder niet zouden komen. Deze bijdrage kan vergroot worden wanneer een neutralere sfeer gecreëerd wordt op de vereniging, waardoor de vereniging meer toegankelijk wordt voor een breder publiek. Andere respondenten zijn juist van mening dat de komst van verschillende typen mensen een andere, ongewenste sfeer en een verzakelijking met zich meebrengen op de vereniging. Zij zijn van mening dat 'vreemden' de sfeer kunnen verpesten en meer binding van de gebruikers met de vereniging ontstaat als gelijkgestemde mensen aangetrokken worden. Het is dus verstandig te kijken naar de visie van de vereniging. Als de vereniging exclusiever wil blijven, moet hiermee rekening gehouden worden bij het aantrekken van samenwerkingspartners in het clubhuis. Omdat respondenten aangeven dat gezamenlijke activiteiten tussen de gebruikers de binding met de vereniging kan bevorderen, is het van belang dat ook hierbij rekening wordt gehouden met wat voor activiteit georganiseerd wordt en wie uitgenodigd wordt. Anders zullen weinig contacten gelegd worden en zal het een averechts effect hebben.

De respondenten die aangeven dat er weinig tot geen contact is tussen de verschillende gebruikers van de vereniging zijn van mening dat het multifunctionele clubhuis dan ook niet bij zal dragen aan binding met de vereniging. Dat er weinig onderling contact is tussen de gebruikers komt doordat gebruikers die alleen voor andere activiteiten, en niet voor de sport, op de vereniging komen, puur functioneel naar de vereniging kijken. Zij vinden het fijn dat ze gebruik kunnen maken van de beschikbare ruimte of naar de fysiotherapeut kunnen gaan, maar hadden het geen probleem gevonden als dit op een andere locatie was geweest. Voor de gebruikers die functioneel naar de vereniging kijken, is het de vraag of activiteiten samen met leden van de vereniging een positief effect heeft op de binding met de vereniging. Sommige respondenten geven namelijk aan dat ze hier niet op zitten te wachten. Voor deze groep gebruikers kan de binding met de vereniging mogelijk sterker worden als er een neutralere sfeer is, omdat de ruimte zo toegankelijker wordt voor een breder publiek.

Wat respondenten nog meer aangeven is dat ze positief zijn over het multifunctionele clubhuis vanwege het gemak van de combinatie met de sport. Met name ouders van kinderen die naar de kinderopvang op de vereniging gaan, vinden het handig dat hun kinderen direct door kunnen naar hun training. Dit kan als een service gezien worden naar de (ouders van) leden van de vereniging, waardoor mensen een goed gevoel bij de vereniging krijgen en de binding versterkt wordt. Een van de respondenten gaf echter aan dat dit juist tot minder binding kan leiden. Ouders zijn niet aanwezig bij de training van hun kinderen, waardoor de betrokkenheid bij de sport vermindert. Voor de gebruikers die de kinderopvang als een service zien, kunnen mogelijk kortingsacties of een combinatie lidmaatschap bijdragen aan meer binding met de vereniging.

Wanneer respondenten positief zijn over het multifunctionele clubhuis vanwege de kennismaking met de sportieve omgeving, de contacten die ze opdoen met gelijkgestemden of verschillende typen mensen en het versterken van een goed gevoel bij de vereniging, kan dit leiden tot binding in de vorm van vrijwilligerswerk. Andersom kunnen mensen die als vrijwilliger binding met de vereniging hebben ook meer binding krijgen in de vorm van sociale contacten, het sporten en een goed gevoel. Zoals deels al naar voren is gekomen, kan de binding versterkt worden door middel van gezamenlijke activiteiten, een persoonlijke benadering en voldoende informatie.

Tot slot kan het multifunctionele clubhuis de herkenning van de vereniging bij gebruikers vergroten en kan het bijdragen aan de gunfactor die mensen nodig hebben voor bijvoorbeeld het sponsoren van een amateurvereniging.

Respondenten zijn alleen negatief over het multifunctionele clubhuis wanneer mensen tegelijkertijd van de ruimte gebruik maken zonder goede afspraken en deze activiteiten niet goed samen gaan. Dit zal echter niet vaak voorkomen, omdat het juist de bedoeling is om gebruik te maken van de ruimte op tijden dat het clubhuis leeg staat. Daarnaast zal het volgens respondenten steeds minder voorkomen, omdat gebruikers steeds meer gewend raken aan het multifunctionele gebruik. Goede afspraken, een goede samenwerking en een goede communicatie zullen hier een bijdrage aan leveren.

Om van het multifunctionele clubhuis een succes te maken en meer binding te creëren met een vereniging is het belangrijk dat de nieuwe activiteit binnen de vereniging past en geen spanning oplevert met de verenigingsactiviteiten. De link met de sport is erg belangrijk, omdat dit het concept uniek maakt en meer mensen naar de vereniging toe kan trekken. Daarnaast zijn goede afspraken, goede samenwerking en het samen zoeken naar oplossingen erg van belang. Ook goede (enthousiaste) communicatie naar de leden van de vereniging is belangrijk, vanwege het draagvlak en de medewerking die moeten ontstaan. Een neutralere uitstraling moet er aan bijdragen dat de vereniging toegankelijker wordt voor een breder publiek. Dit is alleen succesvol als de komst van verschillende mensen gewenst is op de vereniging. Tot slot is het belangrijk dat de binnen- en buitenruimte geschikt zijn voor de activiteiten en dat de benodigde faciliteiten aanwezig zijn.

6 Discussie

In dit hoofdstuk wordt aandacht besteed aan zowel de resultaten als de literatuur. Zoals in paragraaf 3.2 en 4.2 is besproken dient de literatuur in dit onderzoek ter verdieping van de resultaten waarin de betekenissen van de respondenten centraal staan. Vandaar dat in dit hoofdstuk bekeken wordt wat overeenkomt en verschilt en daarmee op welke manier de resultaten een aanvulling vormen op de literatuur. Eerst wordt in paragraaf 6.1 ingegaan op het belang dat gehecht wordt aan het binden van mensen aan een vereniging. In paragraaf 6.2 komen de redenen voor het ontwikkelen van het multifunctionele clubhuis aan bod. Vervolgens wordt in paragraaf 6.3 beschreven of mensen meer binding krijgen met de vereniging door gebruik te maken van het multifunctionele clubhuis. Tot slot komt in paragraaf 6.4 naar voren hoe het multifunctionele clubhuis succesvol kan zijn en hoe de binding versterkt kan worden.

6.1 Het belang van de vereniging

In dit onderzoek komt naar voren dat waarde wordt gehecht aan het sporten bij een vereniging, vanwege de gezelligheid, de sociale contacten en het gevoel van ergens bijhoren. Dit in tegenstelling tot fitness waar mensen doelgericht naartoe gaan en minder contacten hebben. Deze argumenten komen ook naar voren in onderzoek van Ulseth (2004). Sporten bij een vereniging is waardevoller dan fitnessen, omdat meer waarde wordt gehecht aan de sociale kant dan aan de fysieke kant. Wat betreft deze sociale contacten is er zowel in de respondenten als in de literatuur een tweedeling te maken. De ene groep vindt het opdoen van contacten met verschillende typen mensen waardevol, omdat zo geleerd wordt om te gaan met en respect te hebben voor mensen met verschillende persoonlijkheden, meningen en culturen. Deze groep sluit aan bij Putnam, omdat dit zowel bonding als bridging sociaal kapitaal op kan leveren. Bonding sociaal kapitaal bestaat uit vertrouwen, normen van wederkerigheid en maatschappelijk nuttige contacten, kennis en vaardigheden opgedaan tussen min of meer homogene mensen, terwijl bridging sociaal kapitaal wordt opgedaan tussen verschillende groepen mensen. De andere groep wil juist graag gelijkgestemden ontmoeten. Gelijkgestemden worden ook wel het 'OSM: Ons Soort Mensen' genoemd. Doordat deze mensen van een gelijk kaliber elkaar opzoeken op een vereniging, ontstaat een wij-gevoel waar waarde aan wordt gehecht. Dit kan bepaald sociaal gedrag, economische vaardigheden en sociale contacten met zich meebrengen die nuttig kunnen zijn buiten de sport om. Deze voordelen die opgedaan worden binnen een groep gelijkgestemden sluiten aan bij wat Bourdieu belangrijk vindt aan sporten bij een vereniging. Hiermee kunnen mensen zich namelijk onderscheiden van anderen (Van Ingen, 2009, p.17, 29, 107). Hoe groter het netwerk, hoe meer sociaal kapitaal (hulpbronnen die gekoppeld zijn aan de contacten van een persoon) leden hebben volgens Bourdieu en hoe meer toegang ze hebben tot andere vormen van kapitaal.

Daarnaast is sporten bij een vereniging waardevoller, omdat het kansen biedt om vrijwilligerswerk te doen. Uit dit onderzoek is gebleken dat leden het belangrijk vinden om iets voor een vereniging te doen zonder daar wat voor terug te krijgen. Daarbij vinden ze het belangrijk om dit door te geven aan hun kinderen, net zoals zij het hebben doorgekregen van hun ouders. Ze zijn van mening dat kinderen hier socialer door worden. De interactie die door middel van vrijwilligerswerk ontstaat is kenmerkend voor het verenigingsleven, omdat leden informeel met elkaar in contact komen en vaak een sociale verantwoordelijkheid hebben en elkaar helpen zonder eigen belang (Auld, 2008, p.146-147). Deze contacten zijn vanuit Putnam gezien belangrijk, omdat dit vrijwilligers met name bridging sociaal kapitaal oplevert. Vanuit Bourdieu gezien is vrijwilligerswerk vooral belangrijk, omdat dit bijdraagt aan het vergroten van het netwerk en daarmee aan de vermeerdering van sociaal kapitaal. Daarnaast is de habitus volgens Bourdieu een onderdeel van de mate van kapitaal van mensen. Wanneer mensen het doen van vrijwilligerswerk hebben meegekregen van hun ouders neemt de mate van kapitaal dus toe. Tot slot sluit het onderzoek van Nicholson en Hoyer (2008) aan bij dit onderzoek, omdat hierin naar voren komt dat de kern van de relatie tussen sport en sociaal kapitaal ligt in de tijd en energie die mensen steken in hun deelname aan sport, maar ook aan vrijwilligerswerk in het verenigingsleven.

6.2 De ontwikkeling van het multifunctionele clubhuis

Gebleken is dat door respondenten en vanuit de literatuur waarde wordt gehecht aan sporten bij een vereniging. Vandaar dat het belangrijk is om mensen te binden aan de vereniging. Binding (in de vorm van een lidmaatschap, sociale contacten, vrijwilligerswerk en een goed gevoel) staat echter onder druk van algemene sociale veranderingen. In dit onderzoek is naar voren gekomen dat gedacht wordt dat mensen minder snel naar de vereniging komen en zich minder inzetten voor de vereniging door individualisering, veel ander sportaanbod (waaronder fitness) en een toename in consumerende leden. Daarnaast geven respondenten aan dat verenigingen in gaan spelen op de wensen van de leden en betaalde krachten in dienst gaan nemen om aan de behoeften van de (potentiële) leden te voldoen. Deze ontwikkelingen krijgen ook aandacht in wetenschappelijke

literatuur onder de noemers individualisering en consumentisme. Om deze algemene sociale veranderingen tegen te gaan, willen VWS en NOC*NSF de vereniging versterken door in te spelen op de wensen en behoeften van (potentiële) leden en zien daarbij kansen in het ontwikkelen van een multifunctioneel clubhuis. Gebleken is dat veel verenigingen aandacht besteden aan de ontwikkeling van een multifunctioneel clubhuis. Volgens respondenten kan een clubhuis multifunctioneel worden aan de hand van niet-sportgerelateerde activiteiten, sportgerelateerde activiteiten en het huisvesten van meerdere sport(vereniging)en. Door middel van deze activiteiten wordt de leegstaande ruimte beter benut en kunnen extra inkomsten verkregen worden. Daarnaast kunnen verenigingen aan de hand van deze activiteiten een maatschappelijke rol vervullen. Volgens het onderzoek van Van Kalmthout et al. (2013) is met name deze maatschappelijke rol voor verenigingsbestuurders een belangrijke reden om het clubhuis multifunctioneel te maken. Omdat in een dergelijk clubhuis samengewerkt wordt met andere sportaanbieders en andere sectoren is het mogelijk om meer aan te bieden dan sport voor de leden. Door middel van het aanbieden van deze activiteiten is het de bedoeling dat mensen langer en vaker naar de vereniging toe komen en meer binding krijgen met de vereniging. Ook Enjolras (2002) en Schnabel (2004) verwachten dat verenigingen commerciëler zullen worden en nieuwe diensten aan gaan bieden om meer mensen naar de vereniging toe te trekken. Ook enkele respondenten van dit onderzoek leggen het verband tussen algemene sociale veranderingen en de ontwikkeling van het multifunctionele clubhuis. Aangegeven wordt dat er nu nog een slag gemaakt kan worden om de groei van consumerende leden tegen te gaan en dat het multifunctionele clubhuis daar aan bij kan dragen.

De vraag is echter of het multifunctionele clubhuis mensen aan de vereniging kan binden door ze, door middel van de combinatie van activiteiten, langer en vaker op de vereniging te houden. Gaan gebruikers zich meer binden met de vereniging of kijken ze puur functioneel naar het clubhuis en levert het een ongewenste mengelmoes van mensen op?

6.3 Zorgt het multifunctionele clubhuis voor meer binding?

Of het multifunctionele clubhuis gebruikers daadwerkelijk aan de vereniging kan binden is afhankelijk van de betekenissen die de gebruikers geven aan het multifunctionele clubhuis en de invloed die deze betekenissen hebben op hun binding met de vereniging. In de volgende paragrafen komen positieve en negatieve betekenissen naar voren.

6.3.1 Ja! Maar...

Gebruikers geven verschillende positieve betekenissen aan het multifunctionele clubhuis. De **kennismaking** die gebruikers met de vereniging en de sport hebben als ze activiteiten uitvoeren in het clubhuis in plaats van ergens anders is er één van. Verwacht wordt dat dit binding met de vereniging op kan leveren in de vorm van een lidmaatschap. Echter, in de praktijk is dit nog niet veel voorgekomen. Een andere vorm van binding is dat gebruikers een goed gevoel bij de vereniging krijgen en dat een kennismaking bij kan dragen aan de maatschappelijke rol van verenigingen.

Een andere positieve betekenis aan het multifunctionele clubhuis is dat verwacht wordt dat gebruikers **sociale contacten** opdoen (of versterken) als zij aanwezig zijn. Ook deze verwachting blijkt in de praktijk nog beperkt te zijn. Net als bij de sociale contacten die leden opdoen binnen de vereniging bestaat in dit onderzoek een tweedeling in de sociale contacten die voort moeten komen uit het multifunctionele clubhuis. Aangegeven wordt dat het multifunctionele clubhuis de vereniging toegankelijker maakt voor een breder publiek. Dit zal een positieve invloed hebben op de binding van de groep gebruikers die van mening is dat een mix van verschillende typen mensen een verrijking is voor de vereniging. Voor de groep gebruikers die liever gelijkgestemden op de vereniging ontmoeten, zal dit een negatieve invloed hebben. Zij zullen liever zien dat het multifunctionele clubhuis alleen toegankelijker wordt voor het 'OSM' dat (nog) geen lid is van de vereniging.

Een derde positieve betekenis wordt aan het multifunctionele clubhuis gegeven vanwege het gemak van de **combinatie van activiteiten**. Deze service naar de leden kan een goed gevoel opleveren, waardoor extra binding ontstaat. Dit kan er volgens respondenten toe leiden dat mensen graag iets voor de vereniging terug doen en zich in willen zetten als vrijwilliger.

Door middel van deze service kan de vereniging inspelen op de behoeften van mensen. Hierdoor is het vanuit de literatuur gezien mogelijk dat zij kiezen voor de sportvereniging in plaats van voor ander sportaanbod. Vanuit het consumentisme kan de service het klantengedrag van gebruikers versterken. Het consumentisme kan ook positief gezien worden. Door juist in te spelen op deze maatschappelijke ontwikkeling, kunnen kansen worden benut en de sportvereniging versterkt worden. Dit kan uiteindelijk meer mensen naar de vereniging toe trekken.

Vanuit Putnam gezien kan het multifunctionele clubhuis meer binding opleveren vanuit de kennismaking, de sociale contacten en de combinatie van activiteiten. Hij is van mening dat dit

bonding sociaal kapitaal kan opleveren, omdat mensen die meer naar de vereniging worden getrokken door middel van andere diensten zich verbonden gaan voelen met mensen die hetzelfde doen. Echter, het levert geen bijdrage aan de ontwikkeling van bridging sociaal kapitaal, waardoor het multifunctionele clubhuis geen bijdrage kan leveren aan meer vertrouwen in de samenleving. Om deze reden wordt Putnam verder besproken in paragraaf 6.3.2.

Uit het onderzoek van Okayasu et al. (2010) blijkt echter dat het multifunctionele clubhuis bij kan dragen aan zowel bonding als bridging sociaal kapitaal. Er wordt meer sociaal kapitaal (inclusief vertrouwen, een netwerk en wederkerigheid) opgedaan bij een vereniging met een multifunctioneel clubhuis dan bij een vereniging die dit niet heeft.

Daarnaast kunnen de kennismaking en sociale contacten het sociaal kapitaal van gebruikers van het multifunctionele clubhuis vanuit Bourdieu gezien versterken als dit gelijkgestemde gebruikers zijn. Bij de keuze voor een nieuwe activiteit moet rekening gehouden worden met welk publiek dit aantrekt. Zo zouden werkplekken het gewenste publiek aan kunnen trekken, maar bijvoorbeeld een breiclub niet. Vanuit de positionering van sporten door Bourdieu (zie Figuur 5) zou verwacht worden dat er een verdeling op te maken is in welke sporten toegankelijk willen zijn voor een breed publiek en welke zich met name willen richten op gelijkgestemden. Voetbalverenigingen zouden zich dan meer open willen stellen, terwijl hockeyverenigingen exclusiever zouden willen blijven. In dit onderzoek is echter gebleken dat ook tussen hockeyverenigingen verschil zit in gewenste mate van toegankelijkheid. Dit zou verklaard kunnen worden aan de hand van de activiteiten die plaatsvinden. Op hockeyvereniging 1 (zie Tabel 1) vindt buitenschoolse opvang plaats die meer toegankelijk is voor een breed publiek, terwijl bij hockeyvereniging 2 werkplekken worden aangeboden vanuit een concept dat een bepaalde zakelijke uitstraling voor ogen heeft. Daarnaast zou de omgeving van de vereniging een verklaring kunnen vormen. Hockeyvereniging 1 ligt in een dorpse omgeving waar verschillende typen mensen wonen, terwijl hockeyvereniging 2 in een bepaalde wijk van de stad ligt waar meer gelijkgestemden mensen wonen.

Kortom, dit onderzoek sluit aan bij Putnam en Bourdieu wat betreft de verdeling in wat voor soort activiteiten en mensen aangetrokken moeten worden. Daarnaast gaat dit onderzoek op bepaalde punten in tegen deze twee wetenschappers. Volgens enkele respondenten is er wel contact tussen de verschillende gebruikers van het clubhuis, waardoor bridging sociaal kapitaal kan ontstaan. Op dit punt sluit dit onderzoek dus meer aan bij Okayasu et al. (2010). Tot slot gaat de positionering van sporten door Bourdieu niet altijd meer op. Door middel van het multifunctionele clubhuis kan namelijk ook verschil ontstaan tussen bijvoorbeeld twee hockeyverenigingen.

6.3.2 Nee, want...

Enkele respondenten hebben niet alleen positieve ervaringen met het multifunctionele clubhuis, maar geven ook een negatieve betekenis die een negatieve invloed heeft op de binding van de gebruikers met de vereniging. Een negatieve betekenis is voortgekomen uit het **tegelijktijd gebruik maken van de ruimte** door verschillende groepen gebruikers. Dit zou met name een negatieve invloed kunnen hebben op de binding van de leden met de vereniging. Het is mogelijk dat zij rekening moeten houden met een nieuwe activiteit, waardoor er verandering komt in iets dat al jaren hetzelfde gaat. Deze negatieve betekenis kan verklaard worden vanuit de combinatie van kinderopvang en het drinken van alcohol en roken van sigaretten. Mogelijk levert een combinatie met fysiotherapie of werkplekken minder problemen op.

Een andere negatieve betekenis wordt toegekend, omdat gebruikers **weinig tot geen onderling contact** hebben. Nieuwe gebruikers kunnen functioneel naar de vereniging kijken, waardoor zij alleen voor hun activiteit op de vereniging komen en geen behoefte hebben aan binding met de vereniging.

Daarnaast wordt volgens sommige respondenten verwacht dat de komst van **'vreemden'** op de vereniging een ongewenste sfeer oplevert die een negatieve invloed heeft op de binding van leden met de vereniging.

Deze negatieve betekenissen aan het multifunctionele clubhuis kunnen een negatieve invloed hebben op de binding met de vereniging. Daarmee kan het negatieve gevolgen hebben voor het krijgen van **vrijwilligers**.

Tot slot wordt door een enkele respondent aangegeven dat het multifunctionele clubhuis de binding juist ook kan verminderen. De combinatie van kinderopvang en sport kan namelijk leiden tot **minder betrokkenheid** van ouders bij de sport van hun kinderen. Gebruikers voelen zich hierdoor minder verbonden met de vereniging.

Met name de negatieve betekenis die gegeven wordt vanwege de beperkte sociale contacten tussen verschillende gebruikers sluit aan bij Putnam, omdat hiermee geen bridging sociaal kapitaal kan worden opgedaan. Mensen die door middel van andere diensten naar de vereniging toe worden getrokken, kijken functioneel naar de vereniging en gedragen zich als klant, waardoor zij zich als groep 'vervreemden' van de vereniging. Zij komen namelijk alleen op de vereniging voor het afnemen van hun dienst en zijn daarna meteen weer weg. Ondanks dat mensen dus langer en vaker op de vereniging komen, is gebleken dat het multifunctionele clubhuis het klantgedrag

vanuit het consumentisme, niet tegen gaat. Dit leidt niet tot de opbouw van bridging sociaal kapitaal, terwijl Putnam deze vorm van sociaal kapitaal als een belangrijke voorwaarde ziet voor vertrouwen in de samenleving. Beide vormen van sociaal kapitaal zijn hiervoor nodig.

Daarnaast zal volgens Putnam de verminderde betrokkenheid van de ouder bij de sport van een kind leiden tot minder sociaal kapitaal, omdat hierdoor minder tijd en energie gestoken wordt in de sport. Ook de negatieve invloed op het krijgen van vrijwilligers is vanuit Putnam gezien een reden om een negatieve betekenis te geven aan het multifunctionele clubhuis.

Overeenkomstig met Bourdieu geeft een deel van dit onderzoek een negatieve betekenis aan het multifunctionele clubhuis bij de komst van 'vreemden'. Wanneer deze gebruikers de sfeer verpesten heeft dit een negatieve invloed op de binding van leden met de vereniging.

Zoals aangegeven ervaren respondenten het multifunctionele clubhuis over het algemeen positief en zijn er enkele negatieve betekenissen. Respondenten die een negatieve invloed zien op de binding met de vereniging, verwachten op andere punten toch ook een positieve invloed. Zo wordt een positieve invloed verwacht van de kennismaking met een sportieve omgeving. Daarnaast kan het multifunctionele clubhuis de herkenning van de vereniging vergroten en bijdragen aan de gunfactor die mensen nodig hebben voor bijvoorbeeld het sponsoren van een amateurvereniging. Ook zijn enkele respondenten van mening dat er een bijdrage wordt geleverd aan het invullen van de maatschappelijke rol die verenigingen hebben doordat ze zich openstellen voor bijvoorbeeld mensen uit de wijk. Het goede gevoel bij de vereniging dat hieruit voortvloeit, leidt alsnog tot meer binding bij de vereniging dan dat deze gebruikers voorheen hadden.

Kortom, het blijkt dat delen van deze negatieve betekenissen aansluiten bij Putnam en delen bij Bourdieu. Bij Putnam vanwege weinig contact tussen de verschillende groepen gebruikers en de negatieve gevolgen die negatieve betekenissen hebben voor het krijgen van vrijwilligers. Bij Bourdieu vanwege de komst van 'vreemden' op de vereniging. Echter, over het algemeen zijn gebruikers positief over de binding die het multifunctionele clubhuis oplevert. Het draagt in alle gevallen bij aan enige binding, waardoor dit meer is dan wanneer mensen geen gebruik zouden maken van de ruimte op de vereniging. Omdat de positieve verwachtingen van de gebruikers ten aanzien van de binding in de praktijk nog niet altijd tot uitdrukking komen, is het belangrijk te kijken wat hiervoor nodig is en hoe de binding met de vereniging versterkt kan worden.

6.4 Succesvol en bindend

In paragraaf 6.4.1 wordt beschreven onder welke voorwaarden het multifunctionele clubhuis een succes kan worden. Wanneer hier aandacht aan besteed wordt, kan de binding van de gebruikers het best versterkt worden. Hoe dit mogelijk is wordt beschreven in paragraaf 6.4.2. Hierbij wordt rekening gehouden met positieve en negatieve betekenissen die aan het multifunctionele clubhuis gegeven worden.

6.4.1 Voorwaarden voor succes

Om de binding met de vereniging te kunnen versterken, is het van belang dat bepaald wordt wat **de vereniging wil bereiken** met het multifunctioneel maken van het clubhuis en **welke activiteiten bij de vereniging passen** qua tijd en ruimte en qua mensen. Wanneer verenigingen hun clubhuis multifunctioneel maken vanwege het beter benutten van de ruimte en de extra inkomsten, kan dit aangeven dat binding van de gebruikers met de vereniging niet gewenst is. Echter, dit kan ook aangeven dat verenigingen weinig aandacht hebben voor het profijt dat organisaties van elkaar kunnen hebben. Wanneer verenigingen op de hoogte zijn van wat de mogelijkheden en voordelen van het multifunctionele clubhuis kunnen zijn, kunnen ze een betere win-winsituatie creëren. Wanneer dit gewenst is, is het van belang na te gaan welke activiteiten hier aan bij kunnen dragen. De activiteiten moeten bij de vereniging passen en mogen niet ten koste gaan van de leden en verenigingsactiviteiten. Vandaar dat **de link tussen de nieuwe activiteit en de sport** belangrijk is. Er moet aandacht besteed worden aan of de activiteit past qua tijd en ruimte. Tegelijkertijd gebruik maken van de ruimte kan negatieve gevolgen hebben voor de betekenissen aan het multifunctionele clubhuis en voor de binding met de vereniging. Het is belangrijk dat er een goede **communicatie** is, dat er goede **afspraken** worden gemaakt, dat beide groepen gebruikers **geven en nemen** en samen op zoek gaan naar goede **oplossingen** waar nodig. Praktische hulpmiddelen als een digitale agenda kunnen de communicatie tussen de verschillende gebruikers verbeteren. Hierin kan aangegeven worden wie er wanneer gebruik maakt van welke ruimte en voor welke activiteit. Daarnaast staan in de agenda alle namen en telefoonnummers van contactpersonen vermeld, zodat mensen elkaar gemakkelijk kunnen vinden en afspraken kunnen maken voor eventueel overleg. Samenwerking, wederzijds respect en een goede communicatie leveren naast sociale contacten ook een goed gevoel bij de vereniging op, waardoor gebruikers zich meer verbonden kunnen voelen met de vereniging. Een andere manier

om dit te realiseren is door verschillende gebruikers te betrekken bij de besluitvorming en ze inbreng te geven in welke activiteiten in het clubhuis plaats gaan vinden. Gezamenlijke verantwoordelijkheid levert draagvlak op en daarmee binding met de vereniging.

Naast dat de nieuwe activiteit bij de vereniging moet passen qua tijd en ruimte, is dit ook het geval qua mensen die de nieuwe activiteit aantrekt. Zoals naar voren is gekomen sluit een deel van de respondenten aan bij Putnam en vinden ze **verschillende typen mensen** op de vereniging een verrijking, terwijl een ander deel net als Bourdieu van mening is dat er vooral **gelijkgestemden** op de vereniging moeten komen. Per vereniging moet dus bekeken worden welke activiteit met welke publiek aansluit en in hoeverre de vereniging zich openstelt voor een breed publiek.

Wanneer activiteiten qua tijd en ruimte en qua mensen niet binnen de vereniging passen, zal het multifunctionele clubhuis een averechts effect hebben op de binding van de gebruikers met de vereniging. Het onderzoek van Thiel en Mayer (2009) sluit aan bij de mening van de gebruikers dat deze punten van belang zijn. De nieuwe activiteit mag niet in strijd zijn met de non-profit status en mag dus niet ten koste gaan van de leden en verenigingsactiviteiten. Daarnaast kan het multifunctionele clubhuis het best ontwikkeld worden samen met de leden. Tot slot moet er een goede samenwerking en communicatie zijn tussen de gebruikers, zodat problemen en negatieve gevolgen snel naar boven komen en er mogelijk aanpassing plaats kan vinden die aansluit bij de behoeften (Thiel & Mayer, 2009, p.93).

6.4.2 Het versterken van de binding

Als de eerste stap van keuze voor een activiteit die bij de vereniging past is genomen, is het mogelijk om de binding van gebruikers met de vereniging te versterken. Hierbij moet aandacht zijn voor een win-winsituatie. Eén van de manieren waarop dit kan, is door **gezamenlijke activiteiten** te organiseren. Hierdoor vindt kennismaking plaats met de verschillende activiteiten in het clubhuis, kunnen sociale contacten gelegd worden tussen verschillende gebruikers en is het mogelijk om mensen persoonlijk te benaderen voor verenigingsactiviteiten, nieuwe activiteiten en eventueel voor vrijwilligerswerk. Dit levert deelnemers meer sociaal kapitaal op en kan ertoe leiden dat het klantgedrag vanuit het consumentisme door middel van het multifunctionele clubhuis tegengegaan wordt. Wanneer gebruikers een beter gevoel hebben bij de vereniging en meer sociale contacten hebben, zullen ze minder functioneel naar de vereniging kijken. Het zal echter een uitdaging zijn om deze 'functionele' gebruikers deel te laten nemen aan gezamenlijke activiteiten, omdat enkelen aan hebben gegeven geen behoefte te hebben aan meer binding. Het is dus van belang dat de gezamenlijke activiteit aansluit bij de interesse van zowel de leden als de nieuwe gebruikers en dat dit gepromoot wordt vanuit de verschillende organisaties. Hoe dit aansluit is voor iedere vereniging en activiteit verschillend.

Een andere manier om de binding van de gebruikers met de vereniging te versterken is door **meer bekendheid** te geven aan de mogelijkheden van het multifunctionele clubhuis. Dit kan tijdens de gezamenlijke activiteit, maar ook door middel van informatie via de website, bij ledenwerving voor de vereniging en bij aanmelding voor een nieuwe activiteit. Hierbij is het goed om in te spelen op de doelgroep.

Vervolgens zou de binding van gebruikers met de vereniging volgens dit onderzoek versterkt kunnen worden door het ontwikkelen van **kortingsacties of combi-lidmaatschappen**. Dit zal geen mensen overhalen die de sport niet leuk vinden of niet op zoek zijn naar kinderopvang, een flexibele werkplek of een fysiotherapeut. Het kan wel het laatste zetje in de rug zijn om voor deze vereniging of organisatie te kiezen. Dit heeft tot gevolg dat gebruikers langer en vaker op de vereniging zijn, hun binding versterkt wordt en meer sociaal kapitaal opgedaan wordt.

Tot slot kan de binding van gebruikers met de vereniging versterkt worden door het creëren van de **juiste sfeer**. Wanneer het clubhuis opgeknapt wordt vanwege de komst van nieuwe activiteiten, kan dit een positieve invloed hebben op de gezelligheid en de sfeer op de vereniging. Dit kan tegelijkertijd bijdragen aan een goed gevoel en meer sociale contacten bij de vereniging en daarmee aan de binding. Volgens respondenten moet de sfeer neutraler worden om de toegankelijkheid van de vereniging te verhogen. Echter, vanuit de literatuur hangt wat juist is af van de gewenste mate van toegankelijkheid van de vereniging. Vanuit Putnam gezien zou er een neutralere sfeer op de vereniging moeten komen om ook mensen van buitenaf aan te trekken. De vraag is echter of een neutralere sfeer ook een positieve invloed heeft op de binding van de leden met de vereniging. Het is mogelijk dat juist de sfeer van de sportvereniging bij leden voor binding met de vereniging zorgt. Een meer exclusieve sfeer daarentegen zou vanuit Bourdieu gezien meer gelijkgestemden aan kunnen trekken. Het is mogelijk dat dit de status van de vereniging verhoogt. Maar ook deze exclusieve sfeer kan de binding van de leden met de vereniging negatief beïnvloeden als hierdoor hun verenigingsgevoel afneemt. Dit zou betekenen dat de sfeer zo gemaakt moet worden dat zowel leden zich nog thuis voelen in hun clubhuis als dat het de juiste mensen van buitenaf aantrekt. Putnam zou meer neigen naar een neutralere sfeer, terwijl Bourdieu eerder een exclusievere sfeer zou creëren. Uit dit onderzoek is gebleken dat inbreng van de leden in wat er gebeurt met hun clubhuis, kan zorgen voor meer draagvlak.

Daarnaast zouden vanuit Putnam gezien met name de gezamenlijke activiteiten, maar ook meer bekendheid, kortingsacties of een combi-lidmaatschap de binding met de vereniging kunnen versterken en meer sociaal kapitaal op kunnen leveren. Kortingsacties en combi-lidmaatschappen zouden het klantengedrag wel weer kunnen versterken vanuit Putnam gezien, maar de link met de sport zorgt tevens voor contacten binnen de vereniging. Hierdoor wordt er bonding en bridging sociaal kapitaal opgedaan. Ondanks dat enkele gebruikers functioneel op de vereniging komen, verwachten respondenten dat er altijd meer binding met de vereniging wordt opgedaan door op de vereniging te komen voor andere activiteiten. De voorgestelde punten om de binding met de vereniging te versterken daarbij meegenomen, leidt er toe dat dit onderzoek niet aansluit bij de gedachten van Putnam.

Tot slot kunnen vanuit Bourdieu gezien met name gezamenlijke activiteiten, maar ook meer bekendheid en kortingsacties of combi-lidmaatschappen bijdragen aan het versterken van de binding met de vereniging. Voorwaarde hierbij is dat gelijkgestemden worden aangetrokken.

Kortom, het is belangrijk dat de nieuwe activiteit in het multifunctionele clubhuis past bij de visie van de vereniging, maar ook qua tijd en ruimte en qua mensen. Deze activiteit moet de vereniging versterken en niet ten koste gaan van de leden en verenigingsactiviteiten. Vandaar dat de link tussen de nieuwe activiteit en sport belangrijk is. Verder dragen een goede communicatie, samenwerking en afspraken bij aan een succesvol multifunctioneel clubhuis. Wanneer de activiteit aansluit bij de vereniging kan de binding van de gebruikers versterkt worden door het organiseren van gezamenlijk activiteiten, het geven van meer bekendheid, kortingsacties of combi-lidmaatschappen en de juiste sfeer.

7 Conclusie

In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag 'Welke betekenissen geven gebruikers van het multifunctionele clubhuis aan deze ruimte en hoe beïnvloeden de betekenissen hun binding met de vereniging?'. Dit wordt gedaan door middel van het beantwoorden van de deelvragen.

Deelvraag 1: Wat is bekend over de verandering van sportverenigingen en wat is het gevolg daarvan op de binding van de gebruikers met de vereniging?

Wat in de literatuur bekend is over de verandering van sportverenigingen is dat ze in de loop van de tijd steeds toegankelijker zijn geworden voor een breder publiek. Tegelijkertijd hebben sportverenigingen steeds meer concurrentie gekregen van commerciële aanbieders en informele groepen als mogelijkheden voor sportbeoefening. In combinatie met de mogelijke algemene sociale veranderingen individualisering en consumentisme ontstaat er druk op de sportvereniging. Respondenten merken op dat het voor mensen minder vanzelfsprekend is om naar de vereniging toe te gaan en zich hiervoor in te zetten. Mensen willen tegenwoordig kunnen kiezen voor aanbod dat het best aansluit bij hun persoonlijke wensen en behoeften en kunnen bij de vereniging klantengedrag gaan vertonen in plaats van dat ze actief participeren. Het multifunctionele clubhuis moet mensen langer en vaker naar de vereniging toe trekken, waardoor ze binding krijgen met de vereniging. Er is in de literatuur echter een tweedeling op te maken in welke gevolgen het multifunctionele clubhuis heeft op de binding van gebruikers met de vereniging. Putnam (2000) is van mening dat het de gebruikers alleen bonding sociaal kapitaal (vertrouwen, normen van wederkerigheid en maatschappelijk nuttige contacten, kennis en vaardigheden opgedaan tussen min of meer homogene mensen) op kan leveren en geen bridging sociaal kapitaal (sociaal kapitaal dat wordt opgedaan tussen verschillende groepen mensen), waardoor het multifunctionele clubhuis vanuit hem gezien geen binding met de vereniging op kan leveren. Uit onderzoek van Okayasu et al. (2010) blijkt echter dat het wel mogelijk is om zowel bonding als bridging sociaal kapitaal te ontwikkelen. Bourdieu (1986) is van mening dat gebruikers sociaal kapitaal opdoen onder de voorwaarde dat er gelijkgestemden op de vereniging komen. Geconcludeerd kan worden dat in de literatuur verdeeldheid is over de invloed van het multifunctionele clubhuis op de binding van de gebruikers met de vereniging. Eenzelfde verdeling is op te maken tussen de respondenten van dit onderzoek. Dit wordt bij de beantwoording van de hoofdvraag nader toegelicht.

Deelvraag 2: Wat vinden gebruikers van het multifunctionele clubhuis van de multifunctionaliteit en tot welk gedrag leidt dit?

Het multifunctionele clubhuis bestaat volgens dit onderzoek uit verenigingsactiviteiten gecombineerd met niet-sportgerelateerde en sportgerelateerde activiteiten en de huisvesting van meerdere sport(vereniging)en. Geconcludeerd kan worden dat een positieve betekenis aan het multifunctionele clubhuis gegeven wordt vanwege het beter benutten van de ruimte, de extra inkomsten en de maatschappelijke rol die de vereniging hiermee kan vervullen. Dit levert positieve verwachtingen op over het binden van gebruikers aan de vereniging, maar in de praktijk blijkt dit nog niet altijd het geval te zijn. Het heeft tot nu toe enkele lidmaatschappen, (beperkt) sociaal contact en een goed gevoel opgeleverd. Daarnaast worden enkele negatieve betekenissen gegeven die leiden tot een negatieve invloed op de binding. Dit wordt veroorzaakt door tegelijkertijd gebruik van de ruimte door groepen gebruikers die niet bij elkaar passen, een functionele kijk van gebruikers op de vereniging, de komst van 'vreemden' en een verminderde betrokkenheid van ouders bij de sport van hun kinderen. Doordat enkele gebruikers een functionele kijk hebben, is gebleken dat het multifunctionele clubhuis niet altijd bijdraagt aan het tegen gaan van klantengedrag. Deze gebruikers bezoeken de vereniging voor het afnemen van een dienst en gaan daarna meteen weer weg. Ondanks deze negatieve ervaringen wordt over het algemeen verwacht dat het multifunctionele clubhuis mensen vaker en langer naar de vereniging toe kan trekken. Het uitvoeren van activiteiten in een sportieve omgeving levert meer binding met de vereniging op dan wanneer deze activiteiten elders uitgevoerd worden.

Deelvraag 3: Wat zijn volgens de gebruikers de succesfactoren van het multifunctionele clubhuis?

Het is voor verenigingen belangrijk na te gaan welke activiteiten aansluiten bij de visie van de vereniging en welke activiteiten bij de vereniging passen qua tijd, ruimte en mensen. Door de activiteiten af te stemmen op de vereniging kan er een win-winsituatie ontstaan. Het is de bedoeling dat de activiteiten de vereniging versterken en niet ten koste gaan van de leden of verenigingsactiviteiten. Op basis van dit onderzoek kan er weinig gezegd worden over wanneer een activiteit bij een vereniging past en wanneer niet. Het enige dat naar voren is gekomen is dat kinderopvang in combinatie met volwassenen die alcohol willen drinken en willen roken geen goede combinatie is. Verder wordt het belangrijk gevonden dat de link met de sport duidelijk naar voren komt, omdat dit de vereniging uniek maakt ten opzichte van andere locaties. Het is belangrijk dat

een vereniging nadenkt over deze link en dat er goede afspraken worden gemaakt tussen de vereniging en een nieuwe organisatie, dat er goede communicatie is en dat er samengewerkt wordt. Het is ook belangrijk na te gaan in hoeverre de vereniging toegankelijk wil zijn voor een breed publiek. Sommige verenigingen vinden verschillende typen mensen een verrijking, anderen willen liever alleen gelijkgestemden aantrekken. Voor een succesvol concept is het belangrijk dit van tevoren te bepalen. Wanneer bepaald is welke activiteit het beste bij de vereniging past, is het mogelijk om de binding van gebruikers met de vereniging te versterken. Dit is mogelijk door middel van gezamenlijke activiteiten, meer bekendheid met de mogelijkheden van het multifunctionele clubhuis, kortingsacties of een combi-lidmaatschap en de juiste sfeer. Aan de hand van dit onderzoek kan geen conclusie getrokken worden over of deze ideeën daadwerkelijk de binding versterken. Wat de juiste sfeer is om de binding van zowel leden en vrijwilligers als nieuwe gebruikers te versterken, zal per vereniging verschillen. Dit is afhankelijk van de gewenste mate van toegankelijkheid en het soort activiteit dat in het clubhuis plaatsvindt.

Hoofdvraag: Welke betekenissen geven gebruikers van het multifunctionele clubhuis aan deze ruimte en hoe beïnvloeden de betekenissen hun binding met de vereniging?

In dit onderzoek is gebleken dat over het algemeen positieve betekenissen gegeven worden aan het multifunctionele clubhuis en enkele negatieve betekenissen. Hiermee sluit dit onderzoek voor een deel aan op de literatuur. Overeenkomsten tussen dit onderzoek en Putnam (2000) zijn dat verschillende typen mensen op de vereniging een verrijking zijn. Vanuit Putnam gezien levert dit namelijk bonding en bridging sociaal kapitaal op. Het multifunctionele clubhuis kan hier volgens Putnam en enkele respondenten niet aan bijdragen. Doordat sommige gebruikers functioneel naar de vereniging kijken, kan alleen bonding sociaal kapitaal opgedaan worden met de mensen die hetzelfde doen en levert dit geen bridging sociaal kapitaal op. Beide vormen zijn van belang voor meer vertrouwen in de samenleving. Overeenkomstig met Bourdieu (1986) is dat zowel de vereniging als het multifunctionele clubhuis volgens een deel van de respondenten gelijkgestemden aan moet trekken, omdat contacten met deze mensen een wij-gevoel en sociaal kapitaal opleveren. Wanneer 'vreemden' op de vereniging zouden komen, zou dit een andere, ongewenste sfeer met zich meer kunnen brengen. Er is dus een tweedeling op te maken zowel tussen de respondenten onderling als in de literatuur. Dit onderzoek gaat op een paar punten ook in tegen Putnam en Bourdieu. Sommige respondenten zijn namelijk van mening het multifunctionele clubhuis wel degelijk bijdraagt aan het opdoen van bridging sociaal kapitaal, omdat er contacten zijn tussen de verschillende groepen gebruikers. Deze groep wordt ondersteund door het onderzoek van Okayasu et al. (2010) waarin naar voren komt dat het multifunctionele clubhuis bijdraagt aan het opdoen van zowel bonding als bridging sociaal kapitaal. Daarnaast gaat de positionering van sporten door Bourdieu niet altijd meer op. Gebleken is dat door middel van het multifunctionele clubhuis namelijk ook verschil kan ontstaan tussen bijvoorbeeld twee hockeyverenigingen in plaats van alleen tussen bijvoorbeeld een hockey- en een voetbalvereniging. Hieruit kan geconcludeerd worden dat het multifunctionele clubhuis een positieve invloed heeft op de binding van de gebruikers met de vereniging. Het draagt in alle gevallen bij aan enige binding, waardoor dit meer is dan wanneer mensen geen gebruik zouden maken van de ruimte op de vereniging. Echter, er gelden enkele voorwaarden om de positieve betekenissen daadwerkelijk om te zetten in binding met de vereniging. Ten eerste moet de nieuwe activiteit in het multifunctionele clubhuis passen bij de visie van de vereniging en passen qua tijd, ruimte en mensen. Een nieuwe activiteit moet de vereniging versterken en niet ten koste gaan van de leden en verenigingsactiviteiten. Vandaar dat ten tweede de link tussen de nieuwe activiteit en sport belangrijk is. Deze link zal bijdragen aan contact tussen de verschillende gebruikers van het multifunctionele clubhuis. Verder dragen een goede communicatie, samenwerking en afspraken bij aan een succesvol multifunctioneel clubhuis. Wanneer de activiteit aansluit bij de vereniging kan de binding van de gebruikers versterkt worden door het organiseren van gezamenlijk activiteiten, het geven van meer bekendheid, kortingsacties of combi-lidmaatschappen en de juiste sfeer.

7.1 Aanbevelingen

Uit de resultaten en conclusies van dit onderzoek zijn een aantal aanbevelingen af te leiden die kunnen bijdragen aan een succesvol multifunctioneel clubhuis waar mensen meer binding krijgen met de vereniging.

- **Vanuit de visie van de organisatie een keuze maken voor een samenwerkingspartner**

Wanneer een samenwerkingspartner goed aansluit bij de visie van de vereniging kan de ontwikkeling van het multifunctionele clubhuis goed uitgelegd worden aan de leden en begrijpen zij de gemaakte keuze. Dit levert draagvlak op en draagt bij aan een succesvolle samenwerking. Het is hierbij belangrijk om rekening te houden met de tijd en ruimte die

een nieuwe activiteit nodig heeft. Deze nieuwe activiteit moet de vereniging namelijk versterken en mag niet ten koste gaan van de leden en verenigingsactiviteiten. Daarnaast is het belangrijk om rekening te houden met het soort mensen dat de nieuwe activiteit aantrekt. Vanuit de visie van de vereniging moet bepaald worden of de vereniging toegankelijk moet zijn voor een breed publiek of dat vooral gelijkgestemden gewenst zijn. Daarbij kan tevens aandacht besteed worden aan welke sfeer gewenst is op de vereniging. Het is belangrijk om hier aandacht aan te besteden en verenigingen bewust te maken van de negatieve gevolgen die activiteiten kunnen hebben op de binding met de vereniging als een activiteit niet aansluit bij de visie van de vereniging. Daarnaast is het ook belangrijk de positieve gevolgen te benadrukken als een activiteit wel aansluit.

- **Aandacht besteden aan een win-winsituatie**

Wanneer de juiste samenwerkingspartner is gekozen, kunnen zowel verenigingen als organisaties die gebruik maken van het clubhuis meer profijt halen uit de samenwerking dan ze nu doen. Het is belangrijk dat zij hiervan op de hoogte worden gebracht door bijvoorbeeld de betreffende sportbond. Van belang is om vooraf met de samenwerkingspartner te zoeken naar de beste win-winsituatie. Hiervoor moet worden nagegaan wat beide partijen met de samenwerking willen bereiken.

- **De link tussen nieuwe activiteiten en de sport benadrukken**

De combinatie van sport en andere activiteiten maakt het multifunctionele clubhuis uniek ten opzichte van andere aanbieders. Vandaar dat er een link moet zijn tussen een nieuwe activiteit en de verenigingsactiviteiten. Op deze manier zullen mensen zich sneller binden aan de vereniging in plaats van zich als klant te gedragen. Ze komen namelijk voor meerdere doeleinden op de vereniging die daar gemakkelijk met elkaar gecombineerd kunnen worden. Dit betekent dat ze niet meteen weg zijn na het uitvoeren van een activiteit. Hier moet bij de keuze voor een nieuwe activiteit rekening mee gehouden worden. Een kortingsactie of combi-lidmaatschap kan hier een bijdrage aan leveren. Daarnaast zal automatisch de juiste sfeer op de vereniging ontstaan als de link tussen nieuwe activiteiten en de sport duidelijk is. Wanneer dit benadrukt wordt, trekt het mensen aan die juist vanwege deze combinatie voor de vereniging kiezen.

- **Laat leden en vrijwilligers meedenken over nieuwe activiteiten**

Om de link tussen nieuwe activiteiten en de sport te benadrukken en hiermee de juiste sfeer te creëren kan de vereniging leden en vrijwilligers mee laten denken over de nieuwe activiteiten. Met behulp van hun input kan bepaald worden of ze willen dat het clubhuis hun clubhuis blijft of dat er een neutralere of exclusievere sfeer gerealiseerd mag worden om mensen van buitenaf aan te trekken. Dit levert meer draagvlak op en zal tot minder problemen en een betere samenwerking leiden.

- **Geef meer bekendheid aan de activiteiten**

Om het multifunctionele clubhuis een succes te laten zijn en binding op te laten leveren, moeten alle gebruikers op de hoogte zijn van zowel verenigingsactiviteiten als activiteiten die plaats vinden in het multifunctionele clubhuis. Het is verenigingen en haar samenwerkingspartners aan te raden om informatie op de website te plaatsen en informatie mee te geven aan nieuwe leden of bij nieuwe aanmeldingen voor een nieuwe activiteit. Ook hierbij moet de link met de sport benadrukt worden.

Zorg daarnaast dat de gemeentelijke sportafdeling, scholen of bijvoorbeeld zzp'ers op de hoogte zijn van de mogelijkheden op de vereniging. Zij kunnen kinderen, mensen die een flexibele werkplek zoeken of andere doelgroepen doorverwijzen naar de vereniging. Bekendheid bij de gemeente kan daarnaast van belang zijn omdat een multifunctioneel clubhuis de vereniging privileges kan geven bij de gemeente. Zij kunnen de vereniging tevens op de hoogte stellen van bepaalde regels waar rekening mee gehouden moet worden bij de ontwikkeling van het multifunctionele clubhuis.

- **Zoek vooraf uit aan welke regels de vereniging gebonden is bij welke activiteiten**

Deze aanbeveling komt niet voort uit dit onderzoek, maar vanuit ontwikkelingen rondom het multifunctionele clubhuis blijkt dat er aandacht besteed moet worden aan regels met betrekking tot de belasting, het bestemmingsplan van de gemeente en bijvoorbeeld de arbowetgeving of regels van de GGD. Het is belangrijk om hier van tevoren van op de hoogte te zijn om problemen te voorkomen. Hierbij moet rekening gehouden worden met verschillen tussen gemeenten. Een aanbeveling voor de gemeente is dan ook om een overzicht te maken waarmee verenigingen kunnen bepalen welke activiteiten voor hun haalbaar zijn.

- **Organiseer gezamenlijke activiteiten**

Gezamenlijke activiteiten met de verschillende gebruikers van het multifunctionele clubhuis zijn goed om iedereen kennis te laten maken met de mogelijkheden van zowel de verenigingsactiviteiten als andere activiteiten in het clubhuis. Wanneer mensen bekend raken met deze activiteiten, maar ook met de mensen die hier gebruik van maken,

ontstaat een betere sfeer. Daarnaast kan dit de win-winsituatie versterken. Bij kinderopvang in het clubhuis is het belangrijk om ook de ouders te betrekken in deze gezamenlijke activiteiten, omdat gebleken is dat hun betrokkenheid bij de sport van hun kinderen kan verminderen door de combinatie van activiteiten. Voorbeelden van gezamenlijke activiteiten zijn lezingen, kennismakingslessen, sportactiviteiten voor kinderen van de vereniging en de buitenschoolse opvang of feestelijke jaaropeningen en -afsluitingen.

7.2 Mogelijkheden voor vervolgonderzoek

Dit onderzoek heeft een bijdrage geleverd aan kennis met betrekking tot de ontwikkeling van multifunctionele clubhuizen en de invloed daarvan op de gebruikers. Echter, dit onderzoek kent beperkingen. De kwalitatieve aard van het onderzoek heeft ertoe geleid dat een relatief kleine groep respondenten is meegenomen. Aangezien het multifunctionele clubhuis een redelijk nieuw concept is en veel verenigingen bezig zijn met de ontwikkeling hiervan, is het mogelijk dat andere verenigingen en gebruikers andere ervaringen hebben. Des te meer omdat gebleken is dat de situatie per vereniging verschilt. Vandaar dat er veel mogelijkheden zijn voor vervolgonderzoek. Vanuit dit onderzoek kunnen er een aantal afgeleid worden.

Uit dit onderzoek is gebleken dat per vereniging verschilt welke mate van toegankelijkheid gewenst is, welke activiteiten hier bij passen en wat voor sfeer de meeste binding van verschillende gebruikers met de vereniging op kan leveren. Vervolgonderzoek zou deze verschillen verder kunnen uitdiepen, zodat meer bekend wordt over welke activiteiten en welke sfeer passen bij welke mate van toegankelijkheid. Dit kan bijdragen aan zo positief mogelijke gevolgen voor de vereniging en de betreffende samenwerkingspartner in het multifunctionele clubhuis.

Daarnaast kan onderzocht worden of de voorgestelde ideeën voor het versterken van de binding van de gebruikers hier ook daadwerkelijk aan bijdragen. Leiden meer bekendheid, een kortingsactie of combi-lidmaatschap en gezamenlijke activiteiten tot meer binding van de leden, nieuwe gebruikers of van beiden? Zo ja, wat voor soort kortingsactie of combi-lidmaatschap is het best? Welke vorm van gezamenlijke activiteiten is het best? Moet dit aan de sport gerelateerd zijn of juist niet? Moeten er allerlei sporten beoefend kunnen worden of de sport van de betreffende vereniging? Dit zijn voorbeelden van vragen die nu nog onbeantwoord zijn.

Daarnaast is uit dit onderzoek gebleken dat sommige gebruikers van het multifunctionele clubhuis die niet bekend zijn met de verenigingsactiviteiten de vereniging functioneel zien. Hierbij wordt aangegeven dat er ook geen behoefte is aan meer binding met de vereniging, maar dat gezamenlijke activiteiten die aansluiten bij de behoeften hier enige verandering in kunnen brengen. Een vervolgonderzoek zou in kunnen gaan op de mogelijkheid om een functionele kijk tegen te gaan door de link met sport te benadrukken. Wanneer er toch functionele gebruikers blijven bestaan, is het belangrijk na te gaan wat dit voor gevolgen heeft voor de vereniging. Wat vinden leden ervan dat mensen alleen maar voor andere activiteiten op de vereniging komen en geen bijdrage leveren aan het verenigingsleven? Wat voor invloed heeft dit op de sfeer binnen de vereniging? In dit onderzoek zijn de mensen die de vereniging functioneel zien met name gebruikers van het multifunctionele clubhuis vanwege de vergaderruimte en de fysiotherapeut. Het kan van belang zijn om na te gaan of er verschillen zijn tussen gebruikers van verschillende activiteiten. Wanneer dit bekend is, kunnen verenigingen hier rekening mee houden.

Welke activiteiten in het clubhuis plaats mogen vinden, is zoals bij de aanbevelingen (in paragraaf 7.1) naar voren is gekomen afhankelijk van de regels van de belasting, de gemeente en bijvoorbeeld de arbowetgeving of GGD. Het is goed om onderzoek te doen naar wat de algemene regels hiervoor zijn en welke verschillen er tussen gemeenten bestaan. Daarnaast kan onderzoek gedaan worden naar hoe nieuwe activiteiten, rekening houdend met deze regels, het best ontwikkeld kunnen worden.

Tot slot is uit dit onderzoek gebleken dat het verkrijgen van extra inkomsten een belangrijke rol speelt bij het multifunctioneel maken van clubhuizen. Echter, uit de SportAanbiedersMonitor 2012 (Van Kalmthout et al., 2013) blijkt dat verenigingen die worden gezien als open club (dat wil zeggen verenigingen die open staan voor niet-leden en samenwerken met andere sport(vereniging)en en andere sectoren) over het algemeen grote verenigingen zijn die de minst gezonde financiële positie hebben. Deze verenigingen hebben vooral problemen met stijgende kosten en huurprijzen. Daarnaast hebben ze te maken met een daling van de gemeentelijke bijdrage en inkomsten uit sponsoring en reclame. Wanneer verenigingen aangeven dat ze het clubhuis multifunctioneel gaan maken vanwege de extra inkomsten is het erg belangrijk om hier verder onderzoek naar te doen. Het is van belang om na te gaan hoe het komt dat verenigingen met multifunctionele clubhuizen de minst gezonde financiële positie hebben en hoe dit voorkomen en verbeterd kan worden.

Literatuur

- Arai, S. & Pedlar, A. (2003). Moving beyond individualism in leisure theory: A critical analysis of concepts of community and social engagement. *Leisure Studies*, 22(3), 185-202
- Atkinson, M. (2012). *Key concepts in sport & exercise research methods*. Londen, Engeland: Sage publications
- Auld, C. (2008). Voluntary sport clubs: The potential for the development of social capital. In M. Nicholson & R. Hoyer (Red.), *Sport and social capital* (p. 143-164). Londen, Engeland: Routledge
- Boeije, H. (2005). *Analyseren in kwalitatief onderzoek: Denken en doen*. Den Haag: Boom Onderwijs
- Boessenkool, J., Lucassen, J., Waardenburg, M. & Kemper, F. (2011). *Sportverenigingen: Tussen tradities en ambities*. Nieuwegein: Arko Sports Media
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Red.). *Handbook of theory and research for the sociology of education* (p. 241-258). New York, NY: Greenwood
- Brannen, J. & Nilsen, A. (2005). Individualisation, choice and structure: A discussion of current trends in sociological analysis. *The Sociological Review*, 53(3), 412-428
- Brown, K. M. (2008). Community sport/recreation members and social capital measures in Sweden and Australia. In M. Nicholson & R. Hoyer (Red.), *Sport and social capital* (p. 165-186). Londen, Engeland: Routledge
- Coalter, F. (2007). Sports clubs, social capital and social regeneration: 'Ill-defined interventions with hard to follow outcomes'? *Sport in Society*, 10(4), 537-559
- De Beer, P. (2004). Individualisering zit tussen de oren. In J.W. Duyvendak & M. Hurenkamp (Red.), *Kiezen voor de kudde. Lichte gemeenschappen en de nieuwe meerderheid* (p. 18-36). Amsterdam: Van Gennep.
- Deetz, S. (2000). Describing differences in approaches to organization science: Rethinking Burrell and Morgen and their legacy. In P. J. Frost, A. Y. Lewin & R. L. Daft (Red.), *Talking about organization science* (p. 123-152). Londen, Engeland: Sage publications
- Doherty, A. & Misener, K. (2008). Community sport networks. In M. Nicholson & R. Hoyer (Red.), *Sport and social capital* (p. 113-142). Londen, Engeland: Routledge
- Dumais, S. A. (2002). Cultural capital, gender and school success: The role of habitus. *Sociology of Education*, 75(1), 44-68
- Enjolras, B. (2002). The commercialization of voluntary sports organizations in Norway. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 31(3), 352-376
- Flinterman, J. J. (2013). *De sociologie van Pierre Bourdieu voor studenten in 600 woorden samengevat*. Geraadpleegd op <http://flinterman.home.xs4all.nl/Pierre-Bourdieu-samengevat.html> [8 april 2013]
- Harvey, J., Lévesque, M. & Donnelly, P. (2007). Sport volunteerism and social capital. *Sociology of Sport Journal*, 24(2), 206-223
- Hover, P., Hakkers, S. & Elling-Machartzki, A. (2012). Fitness in cijfers. In P. Hover, S. Hakkers & K. Breedveld (Red.), *Trendrapport fitnessbranche 2012* (p. 31-53). Nieuwegein/Utrecht: Arko Sports Media/Mulier Instituut

- Jung, T. (2010). Citizens, co-producers, customers, clients, captives? A critical review of consumerism and public services. *Public Management Review*, 12(3), 439-446
- Jochum, V. (2003). *Social capital: Beyond the theory*. NCVO: voice of the voluntary sector
- Laberge, S. & Kay, J. (2002). Pierre Bourdieu's sociocultural theory and sport practice. In J. Maguire & K. Young (Red.), *Theory, sport & society* (p. 239-267). Bingley, Engeland: Emerald Group Publishing Limited
- Nicholson, M. & Hoye, R. (2008). Locating social capital in sport policy. In M. Nicholson & R. Hoye (Red.), *Sport and social capital* (p. 69-92). Londen, Engeland: Routledge
- Nicholson, M. & Hoye, R. (2008). Sport and social capital: An introduction. In M. Nicholson & R. Hoye (Red.), *Sport and social capital* (p. 1-18). Londen, Engeland: Routledge
- Okayasu, I., Kawahara, Y. & Nogawa, H. (2010). The relationship between community sport clubs and social capital in Japan: A comparative study between the comprehensive community sport clubs and the traditional community sports clubs. *International Review for the Sociology of Sport*, 45(2), 163-186
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York, NY: Simon & Schuster.
- Schnabel, P. (2000). Een sociale en culturele verkenning voor de langere termijn. In SCP/CPB, *Trends, dilemma's en beleid: Essays over ontwikkelingen op langere termijn* (p. 11-27). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau
- Schnabel, P. (2004). Het zestiende Sociaal en Cultureel Rapport kijkt zestien jaar vooruit. In SCP, *In het zicht van de toekomst: Sociaal en cultureel rapport 2004* (p. 45-90). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau
- Schnabel, P. & De Hart, J. (2008). Sociale cohesie: Het thema van dit Sociaal en Cultureel Rapport. In SCP, *Betrekkelijke betrokkenheid: Studies in sociale cohesie, Sociaal en Cultureel Rapport 2008* (p. 1-33). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau
- Seippel, Ø. (2006). Sport and social capital. *Acta Sociologica*, 49(2), 169-183
- Siisiäinen, M. (2000). Two concepts of social capital: Bourdieu vs. Putnam. Finland: University of Jyväskylä. Paper gepresenteerd bij het ISTR Fourth International Conference "The Third Sector: For What and for Whom?", Trinity College, Dublin, Ireland, 5-8 juli 2000
- Simmons, R., Birchall, J. & Prout, A. (2012). User involvement in public services: 'Choice about voice'. *Public Policy and Administration*, 27(1), 3-29
- Stempel, C. (2005). Adult participation sports as cultural capital : A test of Bourdieu's theory of the field of sports. *International Review for the Sociology of Sport*, 40(4), 411-432
- Stewart, J. & Walsh, K. (1992). Change in the management of public services. *Public Administration*, 70(4), 499-518
- Stokvis, R. (2011). *De sportwereld: Een inleiding*. Nieuwegein: Arko Sports Media (p. 87 103; 131-143)
- Thiel, A. & Mayer, J. (2009). Characteristics of voluntary sports clubs management: A sociological perspective. *European Sport Management Quarterly*, 9(1), 81-98
- Tiessen-Raaphorst, A. & De Haan, J. (2008). Maatschappelijke ontwikkelingen. In K. Breedveld, C. Kamphuis & A. Tiessen-Raaphorst (Red.), *Rapportage sport 2008* (p. 27-45). Den Haag/'s-Hertogenbosch: Sociaal en Cultureel Planbureau/Mulier Instituut
- Ulseth, A. L. B. (2004). Social integration in modern sport: Commercial fitness centres and voluntary sports clubs. *European Sport Management Quarterly*, 4(2), 95-115

- Van Bottenburg, M. (2004a). Individueel en collectief gedrag in de sport. In J.W. Duyvendak & M. Hurenkamp (Red.), *Kiezen voor de kudde: Lichte gemeenschappen en de nieuwe meerderheid* (p. 85-103). Amsterdam: Van Genneep
- Van Bottenburg, M. (2004b). *Verborgen competitie: Over de uiteenlopende populariteit van sporten*. Nieuwegein: Arko Sports Media
- Van Bottenburg, M. (2006). *Het kapitaal van de sport*. Nieuwegein: Arko Sports Media. Oratie bij de aanvaarding van het ambt als bijzonder hoogleraar sportontwikkeling, Universiteit Utrecht, 18 oktober 2006.
- Van Bottenburg, M. (2007). Om de sport verenigd: Instituties in de sportwereld. In J.W. Duyvendak, C. Bouw, K. Gërkhani & O. Velthuis (Red.), *Sociale kaart van Nederland: Over instituties en organisaties* (p. 225-239). Den Haag: Boom Lemma
- Van Bottenburg, M. & Schuyt, C. J. M. (1996). *De maatschappelijke betekenis van sport*. Arnhem: NOC*NSF
- Van den Berg, E. & Tiessen-Raaphorst, A. (2011). Samen spelen, samen delen: Sport in informele groepen. In E. Van den Berg, P. van Houwelingen & J. de Hart (Red.), *Informele groepen: Verkenningen van eigentijdse bronnen van sociale cohesie* (p. 85-102). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau
- Van der Roest, J. (2011). *Hybridisering van sportverenigingen: Onderzoek naar het functioneren van voetbalverenigingen en voetbalscholen*. 's-Hertogenbosch: Mulier Instituut
- Van der Roest, J., Vermeulen, J. & Van Bottenburg, M. *Creating sport consumers in Dutch sport policy*. Ongepubliceerd manuscript
- Van Ingen, E. J. (2009). *Let's come together and unite: Studies of the changing character of voluntary association participation*. Ridderkerk: Ridderprint BV
- Van Kalmthout, J., Van der Werff, H., Daamen, T. & Veerman, H. (2013). SportAanbiedersMonitor 2012: Facts & figures. Arnhem/Utrecht: NOC*NSF/Mulier Instituut
- Verweel, P. (2007). *Respect in en door sport*. Amsterdam: Uitgeverij SWP
- Verweel, P., Janssens, J. & Roques, C. (2005). Kleurrijke zuilen: Over de ontwikkeling van sociaal kapitaal door allochtonen in eigen en gemengde sportverenigingen. *Vrijtijdstudies*, 4(23), 7-21.
- Vidler, E. & Clarke, J. (2005). Creating citizen-consumers: New Labour and the remaking of public services. *Public Policy and Administration*, 20(2), 19-37
- Weick, K. E. (1995) *Sensemaking in organizations*. Londen, Engeland: Sage publications
- Wollebaek, D. & Selle, P. (2002). Does participation in voluntary associations contribute to social capital? The impact of intensity, scope, and type. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 31(1), 32-61

Documenten

Creative City Lab (2013). *Crisis creëert ruimte, werkconferentie platform DGO*. Geraadpleegd op <http://www.creativecitylab.nl> [21 juni 2013]

KISS (2013). *Cijfers lidmaatschappen*. Geraadpleegd op <https://kiss.nocnsf.nl> [23 januari 2013]

KNHB (2010). *Meerjarenbeleidsplan 2009-2015: De toekomst van hockey, focus op kwaliteit en cultuur*. Nieuwegein: Plantijn Casparie

NOC*NSF (2012). *Sport inspireert! Sportagenda 2016*. Geraadpleegd op <http://www.nocnsf.nl/sportagenda2016> [23 januari 2013]

Stiphout, R. (2012). De nieuwe volkssport. *Elsevier, 15 september 2012*, 28-33

The sportlounge (2012). *The Sportlounge: Winning workplaces, het nieuwe samenwerken in een inspirerende omgeving*. Geraadpleegd op <http://thesportlounge.nl> [3 mei 2013]

VWS (2005). *Tijd voor sport: Bewegen, meedoen, presteren*. Den Haag: VWS

VWS (2011). *Beleidsbrief sport: Sport en bewegen in Olympisch perspectief*. Nieuwegein: Arko Sports Media

Lijst van figuren en tabellen

Figuren

Figuur 1 Redenen van samenwerking met andere organisaties (in % verenigingen die samenwerken).....	12
Figuur 2 Geschat aantal sportaanbieders in Nederland.....	16
Figuur 3 Oriëntatierichtingen binnen sportverenigingen	17
Figuur 4 The (re)production of social capital	18
Figuur 5 Positie van sporten volgens Bourdieu in Frankrijk in de jaren '80 (selectie uit figuur 'The Space of Social Positions and the Space of Lifestyles')	20
Figuur 6 Positie van sporten volgens Bourdieu aangepast aan Nederland in 2013	21
Figuur 7 Wat is het meest belangrijk als je gaat sporten: het sociale of het fysieke gedeelte?	22
Figuur 8 Oriëntaties van Deetz	31
Figuur 9 De spin als multifunctioneel clubhuis	43

Tabellen

Tabel 1 Verdeling deelnemende verenigingen, activiteiten en respondenten	34
--	----

Bijlagen

Bijlage I - Resultaten enquête Het multifunctionele hockeyclubhuis

In totaal hebben 150 mensen de enquête ingevuld van 104 verschillende verenigingen (de enquête is verzonden naar 178 verenigingen).

De aantallen en percentages in de volgende tekst zijn op basis van de enquête!

56 verenigingen (53,8%) hebben al een multifunctioneel clubhuis.

Hiertoe behoren:

- 5 verenigingen met minder dan 500 leden
- 22 verenigingen met 500-1200 leden
- 29 verenigingen met meer dan 1200 leden

Met name de grote verenigingen hebben dus een multifunctioneel clubhuis.

49 van de 56 verenigingen willen nog meer activiteiten gaan organiseren.

6 verenigingen vinden het goed zoals het nu is.

48 verenigingen (46,2%) hebben geen multifunctioneel clubhuis.

Hiertoe behoren:

- 14 verenigingen met minder dan 500 leden
- 27 verenigingen met 500-1200 leden
- 7 verenigingen met meer dan 1200 leden

Met name de kleine en middelgrote verenigingen hebben dus geen multifunctioneel clubhuis.

In totaal staan 38 van de 48 verenigingen (79,2%) hiervoor open. Hiertoe behoren alle grote verenigingen.

5 kleine verenigingen en 4 middelgrote verenigingen staan hier niet voor open (1 vereniging heeft deze vraag niet beantwoord).

Districten

Van de verenigingen die de enquête hebben ingevuld, blijkt dat vooral verenigingen in Midden Nederland (14 van de 20) en Zuid Holland (16 van de 24) multifunctioneel zijn.

In Zuid Nederland zijn 8 van de 22 verenigingen multifunctioneel, in Noord Holland zijn dit er 9 van de 19, in Oost Nederland 6 van de 15 en in Noord Nederland 3 van de 4.

Wat voor activiteiten vinden er plaats?

Veel verenigingen hebben BSO/kinderopvang/NSO. Dit is voornamelijk bij middelgrote en grote verenigingen.

Daarnaast bieden veel (grote) verenigingen huiswerkbegeleiding aan. Deze verenigingen liggen vooral in de Randstad.

Verder worden er veel verschillende activiteiten aangeboden. Hierbij een uitgebreide lijst:

- Fysiotherapie
- (Verhuur voor) feesten, borrels en etentjes
- Verhuur aan particulieren, zangkoren, bands, toneelverenigingen, gewichtsconsulent, andere sportverenigingen, harmonie
- Vergaderruimten (zowel voor bedrijven als hockeygebonden)
- Lezingen/cursussen/opleidingen/seminars
- Kaarten, bridgen, sjoelen enz.
- Meerdere sporten, zoals squash, tennis, fitness, beachvolleybal, startpunt voor hardlooptroepen en nordic walking,
- Schaatsbaan in de toekomst
- Sponsoractiviteiten en businessclub
- Vaste ontmoetingsplaats hockeysociëteit
- Presentaties en personeels/klanten events van sponsors
- Werkplekken/The Sportlounge/KNHB kantoor
- Re-integratiebedrijf
- Kleine shop met hockeyspullen
- Sportbegeleiding
- Hartrevalidatie
- Bloedbank
- Administratie

Wat voor activiteiten willen verenigingen organiseren? *(schuin gedrukt is anders dan wat er al georganiseerd wordt)*

- Fysiotherapie
- (Verhuur voor) feesten, borrels en etentjes
- Verhuur aan andere sportverenigingen en voor schildercursussen, muziekverenigingen, exposities, toneelgroepen enz.
- Verhuur aan bedrijven / zakelijke bijeenkomsten
- Meerdere sporten zoals bowl, jeu de boules, beachvolleybal, spinnen, fitness en startpunt voor hardlooptroepen en wielrenners.
- Sponsors / businessclub
- Presentaties / cursussen / trainingsruimte
- Bridge
- Praatgroepen
- Huiswerkbegeleiding
- BSO/kinderopvang
- Catering / kleine horeca
- Werkplekken / The Sportlounge
- Chiropractor / gezondheidszorg
- *Kookcursussen*
- *Buurtactiviteiten / dames uit de buurt yogalessen*
- *Ouderen (in beweging) / minder validen*
- *Scholen / LO*
- *Opvulling daguren*
- *Sociale activiteiten voor leden*
- *Soos*
- *Lunchruimte voor nabij gelegen kantoren*
- *Staan overal voor open / afhankelijk van mogelijkheden / nieuwbouw / nieuwe geldstromen*
- *Afhankelijk van vergunningen*
- *Vergaderruimten maatschappelijke organisaties / lokale ondernemersverenigingen*
- *Mag geen verdere belasting zijn voor vrijwilligers en geen aanpassingen aan clubhuis kosten*

Opmerkingen/vragen

"Misschien heb jij nog suggesties/ideeën voor ons nog te realiseren clubhuis. Ik ben ook op zoek naar plattegronden van multifunctionele hockeyclubhuizen, misschien kun jij mij daaraan helpen?"

"Kun je inzicht geven in waar de grenzen van de multifunctionaliteit kunnen liggen in verband met bestemmingsplannen, commercieel uitbaten, valse concurrentie horeca en misschien nog andere beperkingen?"

Kortom:

Meer dan de helft van de verenigingen heeft nu al een multifunctioneel clubhuis. Daar komt bij dat 79,2% van de verenigingen die dat nu nog niet zijn hier wel voor open staan. Geconcludeerd kan worden dat het erg leeft onder hockeyverenigingen in Nederland. Er worden veel verschillende activiteiten aangeboden. Veel verenigingen hebben een vorm van BSO/kinderopvang/NSO en huiswerkbegeleiding. De rest verschilt van vereniging tot vereniging. Een van de mogelijkheden is The Sportlounge. Omdat dit een nieuw concept is op hockeyverenigingen wordt hier nog verder op ingegaan.

The Sportlounge

Van de 56 verenigingen die al een multifunctioneel clubhuis hebben, denken 21 verenigingen dat The Sportlounge bij de vereniging past.

29 van de 56 verenigingen denken dat The Sportlounge niet bij de vereniging past. 5 van deze 29 hebben daarbij ook aangegeven dat ze niet meer willen organiseren. Dus er zijn 24 verenigingen die wel meer willen organiseren, maar The Sportlounge niet bij de vereniging vinden passen.

Van de 48 verenigingen die nu geen multifunctioneel clubhuis hebben, staan 38 verenigingen hier wel voor open. Van deze 38 denken 10 verenigingen dat The Sportlounge bij hun vereniging past en 23 verenigingen niet. De verenigingen die niet open staan voor een multifunctioneel clubhuis denken ook dat The Sportlounge niet bij hun vereniging past.

Onder de verenigingen die denken dat The Sportlounge bij hun vereniging past zijn:

- 3 verenigingen met minder dan 500 leden
- 12 verenigingen met 500-1200 leden
- 16 verenigingen met meer dan 1200 leden

De verdeling van de verenigingen die denken dat The Sportlounge bij hun past over de districten is als volgt:

Midden Nederland	6
Noord Holland	7
Noord Nederland	2
Oost Nederland	2
Zuid Holland	9
Zuid Nederland	5

Waarom denken verenigingen dat The Sportlounge wel bij hun past?

- Geschikte ruimte (maar vergt investering)
- In de toekomst
- Invulling lege uren en inkomsten
- Het Nieuwe Werken
- Voordeel voor de vereniging

Waarom denken verenigingen dat The Sportlounge niet bij hun past?

- Geen geschikte ruimte
- Het concept
- Locatie
- Vergunningen
- Past niet bij vereniging
- Onbekendheid

Bijlage II – Topiclijst

Deze topiclijst bevat vragen die aan alle respondenten gesteld kunnen worden, maar ook vragen die specifiek voor een vereniging of activiteit gelden. Ter voorbereiding op een interview zijn deze vragen geselecteerd en is een apart overzicht gemaakt.

Welkom

Betekenis aan het multifunctionele clubhuis

Wat is volgens u een multifunctioneel clubhuis?

Wat vindt u van het multifunctionele clubhuis?

Waarom denkt u dat verenigingen besluiten om hun clubhuis multifunctioneel te maken? / Hoe kwam u op het idee een kaartavond te organiseren? / Wat is het doel?

Waarom werkt u in The Sportlounge? / Waarom werkt u op een sportbso? / Waarom brengt u uw kind naar deze kinderopvang? / Waarom gaat u naar deze fysiotherapeut?

Betekenis aan de vereniging

Hoe zou u de vereniging in een paar woorden beschrijven?

In hoeverre is uw beeld van de vereniging veranderd sinds dat u op de vereniging werkt/komt?

Positief of negatief? Waarom?

Wat voor invloed denkt u dat de combinatie van een commerciële organisatie en een vereniging heeft op het gedrag van mensen binnen de vereniging?

In hoeverre komt u in contact met de rest van de vereniging? Wat zijn dit voor mensen? Wat vindt u hiervan?

In hoeverre komt u in aanraking met mensen die u anders niet zou ontmoeten? Andere sociale herkomst. Wat levert u dit op?

Binding

Wat verstaat u onder binding met de vereniging?

Op welke manier heeft u binding met de vereniging?

Op welke manier uit zich dit?

Hoe zou dit versterkt kunnen worden? Bv door de vereniging zelf of door (andere activiteit)

Van welke activiteit zou u gebruik maken als dit in het clubhuis georganiseerd zou worden?

Wat voor invloed heeft dit op uw binding met de vereniging?

In hoeverre denkt u dat mensen die voor de (andere activiteit) op de vereniging komen ook meer voor de sport/1^e elftal/vrijwilligerswerk op de vereniging zullen komen?

Wat heeft de combinatie van (andere activiteit) en de vereniging u opgeleverd? Economisch, cultureel, sociaal? Wat zou u er nog meer uit willen halen?

Mensen hebben keuze tussen individuele sporten en een vereniging. In hoeverre denkt u dat een multifunctioneel clubhuis mensen aan de vereniging kan binden?

Waarom wil u de kaartavond alleen toegankelijk maken voor leden?

Succes- en faalfactoren

Wat zijn de voor- en nadelen voor de leden/vereniging/andere activiteit/andere gebruikers?

Hoe kunnen de voordelen versterkt worden?

Hoe kunnen de nadelen minder erg worden?

Denkt u dat werkplekken op iedere sportvereniging georganiseerd kan worden? Accommodatie, maar ook soort sport (voetbal of hockey/golf). Wat zou u liever hebben?

Wanneer kan een multifunctioneel clubhuis volgens u een succes worden? Voorwaarden

Wanneer zal een multifunctioneel clubhuis volgens u geen succes worden?

Wat zou uw advies zijn aan een andere vereniging die een (andere activiteit) wil organiseren?

Bedanken