

# *Een kijkje in de keuken bij de sportvereniging*



*Een kwalitatief onderzoek naar de kloof tussen beleidsintenties en de praktijk in de sportkantine met betrekking tot het gezonder maken van het aanbod in sportkantines*

Klaas Smink

Utrecht, juni 2011



# ***Een kijkje in de keuken bij de sportvereniging***

*Een kwalitatief onderzoek naar de kloof tussen beleidsintenties en de praktijk in de sportkantine met betrekking tot het gezonder maken van het aanbod in sportkantines*

Utrecht, 29 juni 2011

Afstudeeronderzoek

Universiteit Utrecht  
Utrechtse School voor Bestuurs- en Organiseringswetenschap  
Master Sportbeleid en sportmanagement

Auteur: K.W.H. Smink  
Studentnummer: 3439844  
E-mail: [klaassmink@hotmail.com](mailto:klaassmink@hotmail.com)

Begeleider: Drs. M.G. van Slobbe  
2<sup>o</sup> lezer: Dr. J.H. Boessenkool

Foto omslag: verwijzing naar de 'eethoek' in een voetbalkantine (Smink, 2011)

## Inhoudsopgave

	<b>Samenvatting</b>	<b>5</b>
	<b>Voorwoord</b>	<b>6</b>
<b>1.</b>	<b>Inleiding</b>	<b>7</b>
1.1	Aanleiding onderzoek	7
1.2	Doelstelling	8
1.3	Relevantie	8
1.4	Leeswijzer	9
<b>2.</b>	<b>Het speelveld</b>	<b>10</b>
2.1	Toenemende aandacht voor gezondheid	10
2.2	Beleidsimplicaties voor de sport	11
2.3	De betrokken partijen in beeld	14
<b>3.</b>	<b>Vraagstelling en onderzoeksmethode</b>	<b>17</b>
3.1	Onderzoeksperspectief	17
3.2	Vraagstelling	18
3.3	Dataverzameling	19
3.4	Validiteit	21
<b>4.</b>	<b>Literatuurstudie</b>	<b>23</b>
4.1	Sport en gezondheid	23
4.2	Sturing door beleid	25
4.3	Sportvereniging als middel voor beleid	27
4.4	Machtsverhoudingen	28
<b>5.</b>	<b>Analysekader</b>	<b>30</b>
5.1	Betekenisgeving nader verklaard	30
5.2	Symbolen als dragers van betekenis	32
<b>6.</b>	<b>Het perspectief van de sportvereniging</b>	<b>34</b>
6.1	Het huidige aanbod in sportkantines	34
6.2	Totstandkoming van het aanbod	35
6.3	De presentatie van het aanbod	37
6.4	Betekenisgeving aan de kantine en het aanbod	39
6.5	De functie van de vereniging	41
6.6	Betekenisgeving aan gezondheid	42
6.7	Gezondheid en het aanbod in de sportkantine	43
6.8	Praktische problemen en de rol van de vrijwilliger	45
6.9	Resumé	46
<b>7.</b>	<b>Analyse</b>	<b>48</b>
7.1	Sociaal en met mate	48
7.2	De kloof in beeld	51
<b>8.</b>	<b>Conclusie</b>	<b>57</b>
8.1	Beantwoording hoofd- en deelvragen	57
8.2	Discussie	59

<b>9.</b>	<b>Aanbevelingen</b>	<b>61</b>
9.1	Operationele beleidsaanbevelingen voor NOC*NSF	61
9.2	Aanbevelingen voor vervolgonderzoek	62
	<b>Literatuurlijst</b>	<b>63</b>
	<b>Bijlagen</b>	<b>67</b>
Bijlage 1	Topiclijst interviews	68
Bijlage 2	Aandachtspunten observaties	69
Bijlage 3	Overzicht aanbod sportkantines	70

## Samenvatting

In dit onderzoek wordt de kloof tussen beleidsintenties om sportkantine 'gezonder' te maken en de dagelijkse praktijk in de sportkantine in beeld gebracht aan de hand van betekenisgeving. Dit is gedaan op basis van observaties en interviews bij tien sportverenigingen uit verschillende takken van sport. Hiermee is - tegen het licht van de landelijke beleidsintenties - een kijkje in de keuken van de sportvereniging verkregen.

De stijgende trend van overgewicht en obesitas vormt voor de overheid een omvangrijk, maatschappelijk probleem. Hierdoor is de maatschappelijke aandacht voor gezondheid steeds groter geworden. Omdat sport kan bijdragen aan het verbeteren van gezondheid, wordt sport gebruikt als middel om het maatschappelijke probleem van overgewicht en obesitas op te lossen. Dit gaat verder dan alleen het bevorderen van actieve sportdeelname: een gezonde leefstijl bestaat uit meer dan een bepaalde mate sporten of bewegen. Ook een gezond voedingspatroon wordt gezien als onderdeel van een gezonde leefstijl. De praktijk in de sportkantine wordt echter algemeen beschouwd als ongezond. Snacks en alcohol dragen niet bij aan een gezonde leefstijl, terwijl dit wel gezien wordt als een positief gevolg van sport. Daarom worden vanuit overheid en georganiseerde sport intenties uitgesproken om het aanbod in sportkantine gezonder te maken. De vraag is echter hoe hier binnen vrijwillige organisaties als de sportvereniging tegenaan gekeken wordt. Zien zij de sportkantine wel als plaats om gezondheid te bevorderen? Omdat de overheid voor de uitvoering van deze intenties afhankelijk is van de sportvereniging is het essentieel om hier inzicht in te krijgen.

Daarom zijn in dit onderzoek tien sportverenigingen bezocht. Bij iedere sportvereniging is eerst een observatie gedaan, waarmee een algemene indruk van de praktijk in haar kantine is verkregen. Vervolgens is een interview afgenomen met de personen die binnen deze verenigingen formeel besluiten over het aanbod in de kantine.

De data die op deze manier verkregen zijn, zijn vervolgens geanalyseerd door aan de hand van symbolen als dragers van betekenis de kloof tussen beleid en praktijk in beeld te brengen.

Uit deze analyse is gebleken dat verenigingen vooralsnog weinig heil zien in een gezonder aanbod in hun kantine. Er wordt erkend dat het aanbod ongezond is, maar dit wordt niet als problematisch gezien. Dit geldt overigens meer voor verenigingen met een kantine in eigen beheer dan voor verenigingen met een commercieel geëxploiteerde kantine.

Hiermee bestaat een kloof tussen de beleidsintenties en de praktijk in de kantine. Deze kloof komt voort uit drie verschillende actoren die een rol spelen bij het vormgeven van het aanbod in een kantine: leveranciers, dominante leden en vrijwilligers. Leveranciers sluiten contracten af waardoor verenigingen gebonden zijn aan een bepaald assortiment. Dominante leden kunnen initiatief nemen voor nieuwe producten in een kantine. Op de momenten waarop dit gebeurt wordt vrijwel nooit stil gestaan bij gezondheid. Vrijwilligers zijn de mensen achter de bar, die de producten moeten verkopen en bereiden. De beperkte beschikbaarheid van vrijwilligers bezorgt hen echter een machtspositie waarmee zij in staat zijn het assortiment te beïnvloeden. Willen zij producten niet verkopen, dan gebeurt dit niet.

Dit zorgt ervoor dat de landelijke beleidsintenties op dit moment lastig haalbaar lijken. Het wordt een kwestie van de lange adem. Pas op het moment dat leden binnen verenigingen gaan pleiten voor een gezonder aanbod, lijkt de tijd rijp om hier een grootschalige landelijke aanpak voor te ontwikkelen. Tot die tijd zal het stimuleren van een gezonder aanbod in sportkantine op een zeer zorgvuldige en laagdrempelige manier vorm gegeven moeten worden.

## Voorwoord

Met deze scriptie is na zeven jaar een einde gekomen aan mijn studententijd. Toen ik me zeven jaar geleden als achttienjarige puber meldde in het verre Groningen had ik geen idee waar ik aan begon. Zeven bruisende, pittige en prachtige jaren liggen inmiddels achter mij. Een proeve van bekwaamheid, met als kroon op het werk dit onderzoek. Aan u om te beoordelen of ik ervoor geslaagd ben.

Het afgelopen half jaar heeft voornamelijk in het teken gestaan van dit onderzoek. In dit onderzoek worden symbolen als dragers van betekenis gebruikt om de kloof in beeld te brengen tussen beleid en praktijk rondom het gezonder maken van sportkantines.

Daarmee vormt dit onderzoek de afsluiting van de master Sportbeleid en sportmanagement aan de Universiteit Utrecht, die ik de afgelopen twee jaar gevolgd heb. Dit heb ik met erg veel plezier gedaan. Sport vind ik al 25 jaar fascinerend en ik ben dan ook erg blij dat ik mijn hobby toch op een of andere manier in mijn beroep terug kan laten komen. Als het op het veld niet lukt... Dit was echter nooit gelukt zonder een aantal mensen en die wil ik daar dan ook ontzettend voor bedanken.

In de allereerste plaats mijn ouders. Zij hebben altijd voor me klaar gestaan en zonder hun was ik nooit zo ver gekomen. Ik ben ze ongelooflijk dankbaar voor de steun die altijd in allerlei vormen op me afgevuurd werd, of het nou een gehaktbal was of een smsje. Ook op de steun van mijn zus en broers kon ik altijd rekenen: Roos, Dirk, Daan, Willem en Teun bedankt! Deze ondersteuning vormde een goede basis om deze scriptie op te schrijven.

Om deze basis verder uit te kunnen bouwen heb ik rijkelijk kunnen putten uit de tijd, energie, aandacht en kunde van mijn begeleider Michel van Slobbe. Met nuttige adviezen en mooie metaforen wist hij mij de juiste kant op te sturen, hoewel zijn geduld soms danig op de proef is gesteld door mijn wispelturigheid. Mijn dank hiervoor is groots.

Daarnaast zijn er nog een aantal mensen van NOC\*NSF die ik zeer erkentelijk ben:

- Ruud Hekker; voor het vele 'sparren' tijdens onze gezamenlijke stageperiode
- Martine Witteveen; voor alle hulp en opbouwende commentaren
- Nicolette van Veldhoven; voor het feit dat ik ondanks alles toch gebruik mocht blijven maken van haar uitgebreide expertise
- Lieke Vloet; voor de kans die ze me gegeven heeft om bij haar stage te komen lopen
- Bas van Haren, Joep Pelsser en (met name) Rajiv Karamat; voor alle afleiding (in welke zin dan ook).

Mijn scriptie was ook nooit mogelijk geweest zonder alle 'informanten' die aan mijn onderzoek hebben meegewerkt. Door jullie informanten te noemen krijgen jullie eigenlijk niet de eer die je verdient, maar zonder jullie had er nu nooit zo'n dik boekwerk kunnen liggen. Ik hoop dat dit jullie er niet van weerhoudt het te lezen en ben benieuwd of mijn onderzoek aan de verwachtingen voldoet!

Daarnaast zijn er nog tal van andere mensen die ik de afgelopen tijd heb lastig gevallen met de zin en onzin van mijn scriptie. Ik wil iedereen bedanken voor het luisterend oor en hoop dat jullie net zo tevreden zijn over het resultaat als ik. Veel leesplezier!

Klaas Smink

## 1. Inleiding

**'Tsunami van obesitas overspoelt de wereld'**

(nu.nl, 04-02-2011)

**'Ongezonder leven? Hogere zorgpremie'**

(nos.nl, 28-01-2010)

**'Vettax moedigt gezond eetgedrag aan'**

(vmt.nl, 23-02-2011)

**Consument luistert niet naar goedbedoelde voedingsadviezen**

(gezondheid.blog.nl, 24-12-2007)

**Kinderen belonen met snoep leidt vaker tot overgewicht**

(telegraaf.nl, 01-03-2011)

### 1.1 Aanleiding van het onderzoek

Bovenstaande mediaberichten laten zien dat er veel discussie is over het individuele gezondheidsgedrag van de Nederlander. Dit is niet zonder reden. Sinds de jaren '80 van de vorige eeuw is er in Nederland sprake van een nieuw, maatschappelijk probleem: er zijn steeds meer mensen met overgewicht en/of obesitas (Convenant Gezond Gewicht, 2009).

Overgewicht en obesitas hebben verstrekkende gevolgen voor het functioneren van een maatschappij. Dit komt vooral tot uiting in de enorme zorgkosten die ermee gemoeid zijn (Safai, 2008, in Houlihan, 2008). Om de stijgende trend van overgewicht en obesitas in Nederland een halt toe te roepen, is daarom het Convenant Gezond Gewicht afgesloten. Het Convenant Gezond Gewicht is ondertekend door 27 partijen, afkomstig van (rijks- en lokale) overheden, het bedrijfsleven en verschillende maatschappelijke organisaties.

De nationale sportkoepel Nederlands Olympisch Comité\*Nederlandse Sport Federatie (NOC\*NSF) is één van die partijen. NOC\*NSF vertegenwoordigt de georganiseerde sport: ruim 5 miljoen Nederlandse sporters die zijn aangesloten bij een vereniging of bond (Smink & Van Veldhoven, 2010). NOC\*NSF is aangesloten bij het convenant om de positieve effecten van sport voor gezondheid beter te benutten en op die manier overgewicht en obesitas onder de Nederlandse bevolking terug te dringen. Om dat doel te bereiken, zijn verschillende inspanningsverplichtingen aangegaan. Eén van de inspanningsverplichtingen luidt als volgt:

*Het stimuleren van een aanbod voedingsmiddelen in sportkantines dat past in een gezond voedingspatroon (Convenant Gezond Gewicht, 2009).*

Hiermee wordt de suggestie gewekt dat de foto op de omslag niet verwijst naar een eethoek waar gezonde voeding centraal staat. Een blik in de kantine van een gemiddelde sportvereniging lijkt dit te bevestigen: het aanbod reikt globaal gezien niet verder dan patat, een broodje kroket en een biertje. De ambitie die vanuit het convenant wordt uitgesproken is hiermee goed verklaarbaar. Een gezond aanbod in de sportkantine is voor veel sportverenigingen namelijk niet vanzelfsprekend, terwijl het vanuit overheidsperspectief toch een geschikte gelegenheid lijkt om sport en gezonde voeding te combineren. De sportkantine is immers de plek waar ruim 5 miljoen sporters samenkomen na afloop van de sportbeoefening, wat gepaard gaat met het nuttigen van eten en drinken. Als er dan gesport wordt 'omdat het gezond is', zou het logisch zijn als het aanbod in de kantine hiermee in lijn is. Dit lijkt echter niet het geval te zijn: er is sprake van een kloof. En dat is toch opvallend, gezien de sterke maatschappelijke positie die de sportvereniging inneemt. Met ruim 5 miljoen sporters is bijna een derde van de bevolking op vrijwillige basis vertegenwoordigd. Daarmee staat de sportvereniging midden in de maatschappij. In combinatie met de steeds grotere maatschappelijke belangstelling voor

een gezonde leefstijl, zouden groente- en fruitsnacks of een broodje gezond beter in het tijdsbeeld passen. De beleidsintenties lijken daarmee goed te plaatsen, maar zien sportverenigingen de kantine wel als geschikte plek om gezond gedrag te promoten?

Skille (2008) heeft deze vraag ook gesteld en concludeert dat wanneer gezondheid sportverenigingen beïnvloedt als onderdeel van het landelijke sportbeleid, de uitvoering van dit beleid afhankelijk is van de interpretatie van de verantwoordelijke individuen binnen de sportvereniging. Het uiteindelijk realiseren van landelijke beleidsintenties om sportkantines gezonder te maken is dus afhankelijk van de interpretatie die vanuit verantwoordelijken binnen de vereniging aan deze beleidsintenties gegeven wordt.

## **1.2 Doelstelling**

In dit onderzoek zal daarom gezocht worden naar de betekenis die vanuit sportverenigingen aan het aanbod in hun kantine wordt toegekend. Aan de hand van deze betekenis wordt de kloof tussen beleid en praktijk in beeld gebracht. De sportvereniging wordt in dit onderzoek vertegenwoordigd door de perso(n)en die binnen de vereniging besluiten over het aanbod in de kantine (in het vervolg 'informanten' genoemd). Door middel van observaties en interviews wordt inzichtelijk gemaakt hoe deze informanten tegen het aanbod aan kijken en of zij daarbij stil staan bij gezondheid. Daarnaast worden de landelijke beleidsintenties om gezond aanbod in sportkantines te stimuleren in kaart gebracht, zodat inzicht verkregen wordt in de kloof tussen beleid en praktijk.

Dit leidt tot de volgende doelstelling van het onderzoek: het inzichtelijk maken van de kloof tussen enerzijds de landelijke beleidsintenties om het aanbod van eten en drinken in sportkantines gezonder te maken en anderzijds de betekenissen die vanuit sportverenigingen aan dit aanbod worden toegekend.

Deze doelstelling zal gerealiseerd worden aan de hand van de volgende hoofdvraag:

*Welke betekenissen geven informanten binnen de sportvereniging aan het aanbod in de kantine en hoe verhouden deze zich tot landelijke beleidsintenties om een gezond aanbod in sportkantines te stimuleren?*

## **1.3 Relevantie**

De relevantie van dit onderzoek is op te delen in een maatschappelijke relevantie en een wetenschappelijke relevantie. Beiden zullen in deze paragraaf worden toegelicht.

### **1.3.1 Maatschappelijke relevantie**

De sportvereniging lijkt een aantrekkelijke plaats om beleidsdoelstellingen na te streven: via ruim 25.000 verenigingen kunnen meer dan 5 miljoen sporters worden bereikt (Smink & Van Veldhoven, 2010). Bovendien wordt aan de sportvereniging een belangrijke maatschappelijke functie toegekend (Stokvis, nog te publiceren). Sport wordt steeds meer gebruikt als middel om maatschappelijke doelstellingen mee te realiseren op het gebied van integratie, participatie en gezondheid (Safai, 2008). De vraag is echter hoe sportverenigingen hier tegenaan kijken. Meer mensen aan het sporten krijgen om nadelige gezondheidseffecten terug te dringen is ook in het belang van de vereniging, maar geldt dat ook voor het aanbieden van gezond eten en drinken in de kantine?

Voor het eventueel verder ontwikkelen van een programma om een gezond aanbod in sportkantines te stimuleren is dit een cruciale vraag en moet hier goed over nagedacht worden. Sportverenigingen halen 25% van hun inkomsten uit kantineverkoop (Breedveld, Kamphuis, & Tiessen-Raaphorst, 2008), waardoor de economische gevolgen van een dergelijk initiatief directe invloed zullen hebben op de financiële positie van de sportvereniging.



De bereidwilligheid van de sportvereniging kan hierdoor op gespannen voet komen te staan met landelijke beleidsdoelstellingen. De maatschappelijke relevantie van dit onderzoek moet dan ook gezocht worden in het inzichtelijk maken van de bereidwilligheid van de 25.000 sportverenigingen, die met 5 miljoen sporters bijna een derde van de Nederlandse bevolking vertegenwoordigen.

### **1.3.2 Wetenschappelijke relevantie**

Sport kan een bijdrage leveren aan het verbeteren van de gezondheid van een individu (Ferron, Cauderay, Michaud, & Narring, 1999; Safai, 2008). Het effect op gezondheid kan echter groter zijn als - naast sport - ook op andere gebieden aanpassingen gedaan worden aan de leefstijl. Sporten leidt namelijk niet automatisch tot een verbeterde gezondheid: er is genoeg bewijs dat sport ook negatieve effecten kan hebben (Safai, 2008).

Het stimuleren van een gezond aanbod in sportkantine is een poging om - naast het sporten zelf - de sporters ook te bewegen hun voedingspatroon rondom de sportactiviteiten aan te passen. Met de intentie om een gezond aanbod te stimuleren wordt geïmpliceerd dat het aanbod op dit moment niet gezond genoeg is. Dat betekent dat het zou moeten veranderen. Daarmee wordt een terrein betreden dat over het algemeen geheel door de sportvereniging zelf ingevuld wordt. Van de circa 9.000 sportverenigingen in Nederland met een eigen kantine (NOC\*NSF, 2010), zijn er bijna 2.000 kantines die niet door de vereniging zelf geëxploiteerd worden (Koninklijke Horeca Nederland (KHN), 2010). Eventuele aanpassingen in het aanbod van de sportkantine komen hiermee voor een groot deel neer op de vrijwillige organisatie die de sportvereniging is. Vrijwillige organisaties zijn echter nergens toe te verplichten, waardoor de vraag gesteld kan worden of bij sportverenigingen wel de intentie aanwezig is om te voldoen aan de beleidsdoelstellingen die vanaf landelijk niveau bij hun terecht komen.

Los van dit vraagstuk is het relevant om te onderzoeken of de sportvereniging wel de juiste plaats is om het consumptiegedrag van mensen te beïnvloeden. Is dit wel de functie van een sportvereniging? En zijn er niet genoeg andere plaatsen die de mogelijkheid bieden om invloed uit te oefenen op leefstijl? In sportverenigingen komen al mensen die door middel van sport werken aan het verbeteren van hun gezondheid, of dit nou de intentie is of niet. In essentie gaat het om de vraag hoe ver het gebruik van sport als middel moet gaan. Houdt het op bij het aanbieden van mogelijkheden tot beweging, moet er actief geprobeerd worden om zoveel mogelijk mensen aan het bewegen te krijgen of moet de sportvereniging de plaats worden waar mensen op allerlei fronten werken aan het verbeteren van hun gezondheid?

Door antwoord te krijgen op dergelijke vragen wordt een aanvulling verkregen op bestaande literatuur op het specifieke gebied van sport als middel om maatschappelijke doeleinden mee te bereiken. Tevens wordt er inzicht verkregen in de kloof tussen het centrale, professionele niveau waarop beleid tot stand komt en de lokaal georganiseerde, vrijwillige implementator van dit beleid: de sportvereniging. Want zoals Skille (2008) al concludeerde: het nastreven van (gezondheids)doelstellingen via de sportvereniging betekent een sterke afhankelijkheid van de individuele verantwoordelijken op lokaal niveau.

## **1.4 Leeswijzer**

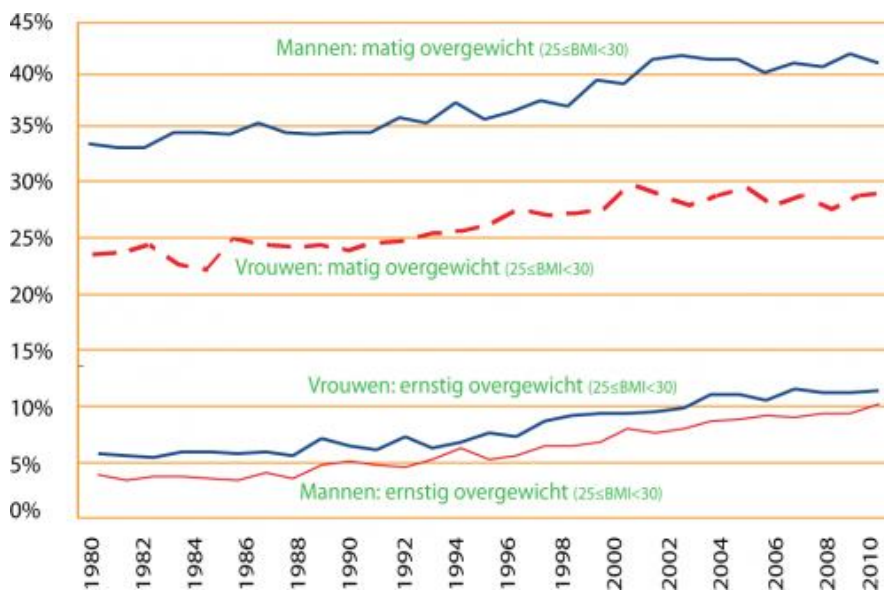
In dit eerste hoofdstuk zijn de aanleiding en relevantie van het onderzoek geschetst. In hoofdstuk 2 wordt een uitgebreider inzicht gegeven in het speelveld van het onderzoek: wat is de context van het onderzoek? Hoofdstuk 3 is een toelichting op de gekozen methodologie die uiteindelijk moet leiden tot de beantwoording van de hoofd- en deelvragen. Hoofdstuk 4 biedt een literatuuroverzicht van de achtergronden van het onderwerp. In hoofdstuk 5 wordt het analysekader gepresenteerd, waarbij betekenisgeving van Weick (1995) en symbolen als dragers van betekenis van Yanow (1996) de centrale concepten zijn. Hoofdstuk 6 is een samenvatting van de belangrijkste resultaten, die in hoofdstuk 7 geanalyseerd worden aan de hand van het analysekader. Hoofdstuk 8 is ten slotte de beantwoording van de hoofdvraag: de conclusie. Hierbij zullen ook enkele discussiepunten worden aangedragen. In hoofdstuk 9 worden vervolgens aanbevelingen gedaan die voortkomen uit het onderzoek.

## 2 Het speelveld

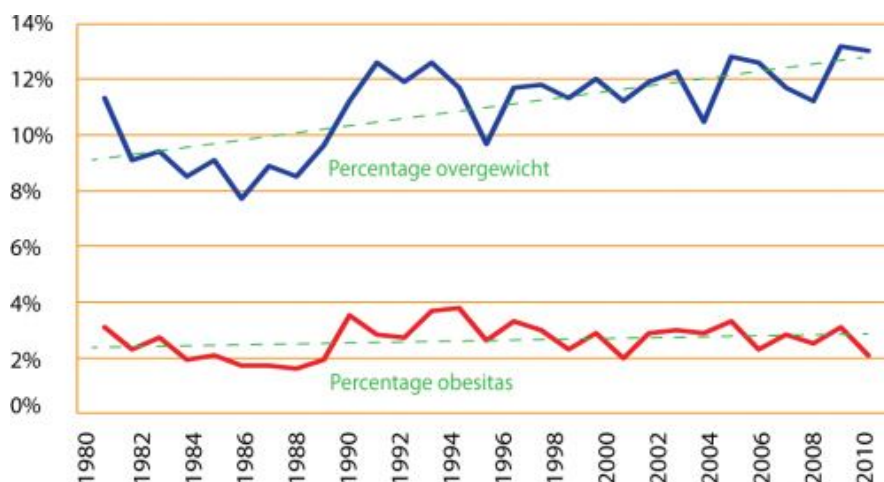
Zoals bleek uit de aanleiding van dit onderzoek, komt dit onderwerp voort uit maatschappelijke ontwikkelingen. In dit hoofdstuk zal daarom eerst de toenemende aandacht voor gezondheid beschreven worden (paragraaf 2.1). Vervolgens wordt in paragraaf 2.2 beschreven welke specifieke beleidsimplicaties dit heeft voor de sport in Nederland. Tot slot worden in paragraaf 2.3 de meest relevante organisaties binnen het kader van dit onderzoek toegelicht.

### 2.1 Toenemende aandacht voor gezondheid

Nederland groeit. Niet alleen in bevolkingsaantal, maar ook op individueel niveau: mensen worden steeds dikker. Sinds de jaren '80 is er sprake van een nieuw, mondiaal probleem: een steeds hoger percentage van de wereldbevolking heeft te maken met overgewicht en ernstig overgewicht: obesitas (Tsai, Ahmed, Wendt, Bhojani & Donnelly, 2008)<sup>1</sup>. Ook in Nederland is deze ontwikkeling gaande, zoals blijkt uit figuur 1 en 2.



Figuur 1: Personen van 20 jaar en ouder met overgewicht en obesitas (Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), 2010)



Figuur 2: Personen van 2-20 jaar met overgewicht en obesitas (CBS, 2010)

<sup>1</sup> Overgewicht wordt vastgesteld op basis van de Body Mass Index, waarbij het lichaamsgewicht in kilo's wordt gedeeld door het kwadraat van de lichaamslengte. Bij een BMI van meer dan 25 is sprake van overgewicht, bij een BMI van meer dan 30 is sprake van obesitas (WHO, 2011).

Vier op de tien Nederlandse mannen en drie op de tien Nederlandse vrouwen heeft te maken met matig overgewicht. Dit percentage lijkt zich de laatste jaren enigszins te stabiliseren. Het percentage volwassenen met ernstig overgewicht neemt echter nog steeds toe. Ook het percentage kinderen en jongeren met overgewicht en obesitas stijgt. Gemiddeld genomen is het percentage overgewicht in 30 jaar gestegen met 30% (CBS, 2010).

Vanuit overheidsoogpunt worden deze ontwikkelingen gezien als maatschappelijk ongewenst. Grote aantallen mensen met overgewicht en de daarmee gepaard gaande ziektes hebben gevolgen voor de maatschappij als geheel: ziekteverzuim neemt toe, zorgkosten stijgen tot ongekende hoogten en dit leidt weer tot allerlei neveneffecten (Safai, 2008). Breedveld et al. (2008) concluderen hierop dat gezondheid een steeds grotere rol speelt in de Nederlandse samenleving. Er komt steeds meer aandacht voor een gezonde leefstijl, die vooral gebaseerd is op voldoende sport (beweging) en een gezond voedingspatroon. De overheid speelt hierop in door mensen meer bewust te maken van de nadelige gevolgen van een ongezonde leefstijl. Hierbij wordt gezondheid gezien als keuze, waarbij de overheid voor zichzelf een sturende rol ziet weggelegd (Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS), 2007). Deze rol kan vorm krijgen door het gebruik van sport. Het doel is hierbij niet meer om mensen simpelweg te kunnen laten sporten, het doel is om – naast het laten sporten – ook het gedrag van de sporters buiten de sport te beïnvloeden. Op de site van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) staat bijvoorbeeld het volgende: “VWS stimuleert mensen tot gezond gedrag: meer bewegen, niet roken, matig alcoholgebruik, veilig rijden en gezond eten.”<sup>2</sup>

Sport wordt verondersteld een positief effect te hebben op gezondheid. In combinatie met de toenemende maatschappelijke aandacht voor gezondheid, leidt dit ertoe dat vanuit de overheid steeds meer beleidsintenties uitgesproken worden waarin sport wordt gebruikt om gezondheid te bevorderen. Daarom zal in de volgende paragraaf ingegaan worden op de implicaties die dit heeft voor de sport.

## **2.2 Beleidsimplicaties voor de sport**

Om goed inzicht te krijgen in het gebruik van sport als middel om gezondheid te bevorderen zullen de meest relevante ontwikkelingen van de laatste tien jaar toegelicht worden. Hierin valt op dat gezondheid als gezamenlijke verantwoordelijkheid wordt gezien, waarbij de overheid zich ten doel stelt om de gezonde keuze gemakkelijk te maken. Naast deze algemene ontwikkeling zal specifieke aandacht besteed worden aan het Convenant Gezond Gewicht.

### **2.2.1 Gezamenlijke verantwoordelijkheid**

In 2004 presenteerde het kabinet de nota Langer Gezond Leven (VWS, 2003). De nadruk lag hierin op volksgezondheid en preventie. De achterliggende gedachte van de nota was om meer aandacht te genereren voor deze twee onderwerpen, waar volgens het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) nog veel winst te behalen viel (RIVM, 2002). En hoewel gezondheid primair een verantwoordelijkheid is voor mensen zelf, wordt de volksgezondheid ook gezien als een voorname taak van de overheid. Burgers moeten er immers op kunnen rekenen dat de overheid gezondheidsrisico's waarop zij zelf weinig of geen invloed hebben, wel op tijd voorziet en zoveel mogelijk voorkomt. Toch kan dit nooit helemaal gegarandeerd worden. Dat is onbetaalbaar en zou vergaande gevolgen hebben voor de vrijheid van burgers. Daarom ziet de overheid gezondheid als een gezamenlijke verantwoordelijkheid van burgers, overheden, zorgaanbieders, zorgverzekeraars, maatschappelijke organisaties en sociale partners. Hierin ziet men ook een rol voor de sportvereniging: “Het is vaak mogelijk om met scholen en sportkantine afspraken te maken over het aanbieden van gezonde snacks. Zorgen dat gezonde voeding vooraan ligt en niet verborgen in een hoekje is al een goed begin.” (p. 24).

---

<sup>2</sup> Bron: [www.vws.nl](http://www.vws.nl), 07-06-2011

In de nota Tijd voor Sport (VWS, 2005) wordt sport ingezet om meer mensen te laten bewegen en sporten voor hun gezondheid. Over het stimuleren van een gezond aanbod in sportkantines wordt weinig gezegd. Wel wordt een opmerking gemaakt over de gang van zaken in sportkantines: "Sport maakt het beste in de mens wakker, maar kent ook minder mooie kanten. De meeste sportkantines zijn gezellige goed functionerende gelegenheden, maar een gezellig biertje kan soms behoorlijk uit de hand lopen." (p. 17).

De nota Kiezen voor Gezond Leven (VWS, 2007) is het vervolg op de nota Langer Gezond Leven (VWS, 2003). Binnen deze preventienota staat het bevorderen van een gezonde leefstijl centraal. Dit wordt gedaan door in te zetten op een vijftal terreinen: roken, schadelijk alcoholgebruik, overgewicht (bewegen en voeding), diabetes en depressie. Voor elk speerpunt zijn concrete doelstellingen geformuleerd. Deze doelstellingen tracht men op twee manieren te bereiken: het versterken van de relatie tussen landelijk en lokaal gezondheidsbeleid en het breder organiseren van het landelijke preventiebeleid. Met betrekking tot het speerpunt overgewicht (bewegen en voeding) is de ambitie dat mensen gezond moeten leven: lekker bewegen en genieten van gezond eten. Deze ambitie wil men bereiken door een brede landelijke aanpak van overgewicht via het Convenant Gezond Gewicht en een lokale aanpak die op dit convenant gebaseerd is.

### **2.2.2 Convenant Gezond Gewicht**

Het Convenant Gezond Gewicht (VWS, 2009) is opgesteld om te breken met de trend van toenemend overgewicht en obesitas. Het convenant loopt tot 2015 en gaat uit van een integrale aanpak gebaseerd op samenwerking. Het convenant is onderverdeeld in vier deelconvenanten: School, Werk, Consument & Vrije Tijd en Jongeren Op Gezond Gewicht (JOGG). Binnen het koepelconvenant zijn de overalldoelstellingen opgenomen en procedurele en organisatorische afspraken gemaakt, in de deelconvenanten zijn specifieke afspraken gemaakt door de relevante partijen voor dat onderwerp.

De algemene doelstelling van het Convenant Gezond Gewicht (2009) is drieledig, namelijk:

- "1) Het maatschappelijk agenderen van overgewicht en obesitas en de maatregelen voor het terugdringen ervan.
- 2) Het vergroten van de bewustwording van en kennis over de gezondheidsrisico's van overgewicht en obesitas onder de Nederlandse bevolking en de achterban van partijen en het bestaan van (effectieve) maatregelen die bijdragen aan de preventie en de aanpak van overgewicht en obesitas.
- 3) Het bewerkstelligen van een trendbreuk in de ontwikkeling van overgewicht en obesitas bij kinderen en volwassenen in Nederland, hetgeen betekent dat de stijgende lijn van obesitas bij volwassene en de stijgende lijn van overgewicht en obesitas bij kinderen wordt omgezet in een dalende lijn en dat de zich stabiliserende lijn van overgewicht bij volwassenen ook wordt omgezet in een dalende lijn. Partijen zullen hiertoe, ieder vanuit hun eigen maatschappelijke verantwoordelijkheid en mogelijkheden, samenwerken en zullen hiertoe gezamenlijk bijdragen." (p. 4).

Het convenant staat hiermee in het teken van het terugdringen van overgewicht onder kinderen en het terugdringen van obesitas onder kinderen en volwassenen in Nederland. Een dergelijke doelstelling is tegenwoordig niet meer uitvoerbaar door één enkele partij. In de hedendaagse samenleving is samenwerking noodzakelijk. Het convenant is daarom ondertekend door partijen (partners) uit verschillende sectoren. Vanuit de overheid zijn bijvoorbeeld het Ministerie van VWS, het Ministerie van Jeugd & Gezin en het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap vertegenwoordigd. Vanuit het bedrijfsleven zijn werkgevers- en werknemersorganisaties vertegenwoordigd, alsmede de vakbonden. Vanuit het onderwijs is de MBO Raad partner en vanuit de sport is de landelijke sportkoepel NOC\*NSF aangesloten.

NOC\*NSF neemt met haar participatie in het convenant verantwoordelijkheid voor het stimuleren van gezondheid via sport. Dit komt naar voren in een aantal specifieke inspanningsverplichtingen, waaronder de aanleiding van dit onderzoek: "Het stimuleren van een aanbod voedingsmiddelen in

sportkantines dat past in een gezond voedingspatroon" (Convenant Gezond Gewicht, 2010). Dit zal gedaan worden op basis van een stappenplan, dat een looptijd kent van 2010 tot eind 2014. Het stappenplan ziet er als volgt uit:

Activiteit	Periode
Inventariseren hoeveelheid sportkantines, daar waar mogelijk per sport en wijze van beheer	Zomer 2010
Gelijktijdig sportbonden en horecaondernemers enthousiasmeren en inspireren om kritisch naar voedingaanbod te kijken	2010 en verder
Inventarisatie voedselaanbod in sportkantines	Voorjaar 2011
Selecteren doelgroep voor pilot	Zomer 2011
Vorbereiden plan van aanpak	Eind 2011
Uitvoering pilot	Eind 2012
Evaluatie pilot	Eind 2013
Uitvoering pilot	Eind 2014

**Figuur 3: Stappenplan stimuleren gezonde voeding in sportkantines (Convenant Gezond Gewicht, 2010)**

Dit stappenplan wordt uitgevoerd door NOC\*NSF en Koninklijke Horeca Nederland (KHN). NOC\*NSF draagt zorg voor de sportkantines die in eigen beheer van de sportvereniging zijn, KHN draagt zorg voor de commercieel geëxploiteerde sportkantines.

Het stappenplan is tot op dit moment het enige concreet uitgewerkte actieplan om een gezonder aanbod in sportkantines te stimuleren. Ook in meer recentere beleidsstukken wordt dit niet nader uitgewerkt. De nadruk ligt vooral op het realiseren van keuzemogelijkheden voor een gezond alternatief.

### 2.2.3 Gezondheid als keuze

De nota Overgewicht (VWS, 2009) richt zich op de vormgeving van preventief beleid: het probleem moet bij de bron aangepakt worden. Die bron is het individu, gezondheid wordt gezien als een individuele verantwoordelijkheid. Mensen kiezen immers zelf voor wat ze eten en drinken, of en hoe ze willen bewegen en sporten en wat voor leefstijl zij er op na houden. De overheid ziet het als haar taak om ervoor te zorgen dat mensen deze keuzes - met het oog op de grote maatschappelijke gevolgen van massaal overgewicht en obesitas - bewust en goed geïnformeerd kunnen maken. Deze keuzes worden doorgaans gemaakt op lokaal niveau: thuis, in de supermarkt, bij de sportvereniging. Een lokale aanpak lijkt dan ook het meest doeltreffend. Of, zoals wordt gesteld in de nota: "Een preventieve aanpak op lokaal niveau die de omgeving gezonder maakt, is essentieel voor succes." (p. 11).

De meest recente beleidsnota Gezondheid dichtbij (VWS, 2011) richt zich eveneens op een lokale aanpak en eigen keuze. Mensen maken zelf keuzes en dat gebeurt op lokaal niveau. Ook hier wordt echter gewezen op de taak van de overheid om - vanuit haar verantwoordelijkheid voor de volksgezondheid - in samenwerking met andere maatschappelijke organisaties te zorgen dat ook een gezonde keuze mogelijk is: "Als het om leefstijl gaat, schrijft de overheid mensen zo min mogelijk voor wat ze wel of niet mogen. Mensen maken zelf keuzes. Die keuzes worden gemaakt in een omgeving waarin de gezonde keuze makkelijk is." (p. 3).

Gezonde voeding in sportkantines komt hiermee regelmatig voor in het overheidsbeleid. Toch is het niet alleen de overheid die zich hier op richt: ook vanuit de sport zelf worden intenties uitgesproken. Het stimuleren van gezonde voeding in sportkantines is namelijk onderdeel van het meest omvangrijke beleidsplan uit de Nederlandse sportgeschiedenis: het Olympisch Plan 2028 (Nederlands Olympisch Comité\*Nederlandse Sport Federatie (NOC\*NSF), 2009). Het Olympisch Plan is een integraal plan om de Nederlandse sport in de volle breedte naar Olympisch niveau te brengen, met een mogelijke kandidaatstelling voor de Olympische Spelen van 2028 tot gevolg. Dit 'Olympisch niveau'

wordt uitgewerkt in acht concrete ambities, die breder gaan dan sport alleen. De ambities zijn op het gebied van topsport, breedtesport, sociaal-maatschappelijk, welzijn, economisch, ruimtelijk, evenementen en media. Uit deze ambities vloeien weer activiteiten voort die moeten bijdragen aan de realisatie van de ambitie.

Binnen de welzijnsambitie staat de gezondheid van de bevolking centraal. De welzijnsambitie is als volgt: "Nederland heeft in 2016 een gezonde bevolking: fitte werknemers, vitale ouderen, en minder mensen (en vooral kinderen!) met overgewicht. Voldoende beweging en gezonde voeding zijn de norm." (p. 27). In deze ambitie wordt de link gelegd tussen beweging en voeding. Bovendien wordt duidelijk wat onder een gezonde bevolking verstaan wordt: fitte en vitale mensen zonder overgewicht. Dit moet bereikt worden door een combinatie van 'voldoende beweging en gezonde voeding'. Deze link wordt specifiek in de activiteiten die de welzijnsambitie moeten realiseren. Zo valt te lezen: "Dit willen we bereiken door onder meer (...) gezonde voeding te stimuleren in sportkantines, op sportevenementen en op scholen. (...) maximaliseren van de bijdrage vanuit de sportwereld aan het Convenant Overgewicht." (p. 28). Het Convenant Overgewicht is de voorloper van het Convenant Gezond Gewicht.

Hiermee is duidelijk dat - naast de overheid - ook landelijke sportorganisaties intenties uitspreken om sportkantines gezonder te maken. Daarnaast zijn ook op lokaal niveau enkele activiteiten te herkennen om sportkantines gezonder te maken. In Alkmaar werkt voetbalvereniging De Flamingo's '64 uit Alkmaar samen met het bedrijf Action4Life aan het programma Dé Gezonde Sportkantine. Binnen dit programma wordt de sportvereniging bij de hand genomen om te komen tot een assortiment waarbij gezondheid het centrale uitgangspunt is. In Den Bosch is Hockeyclub Den Bosch samen met een aantal regionale partijen bezig met de ontwikkeling van 'Het Beste Sportrestaurant van Nederland'. Doel is om een aparte productenlijn te ontwikkelen van gezonde en duurzame voeding. Naast deze concrete activiteiten om kantines gezonder te maken, is door Sportservice Overijssel een workshop ontwikkeld waarin men laat zien hoe de sportkantine gezonder gemaakt kan worden.

Vanuit de overheid, vanuit landelijke sportorganisaties en vanuit een enkel lokaal initiatief wordt dus intenties uitgesproken en activiteiten georganiseerd om sportkantines gezonder te maken. Dit raakt een aantal partijen. Daarom worden in de volgende paragraaf de meest relevante organisaties binnen het kader van dit onderzoek beschreven.

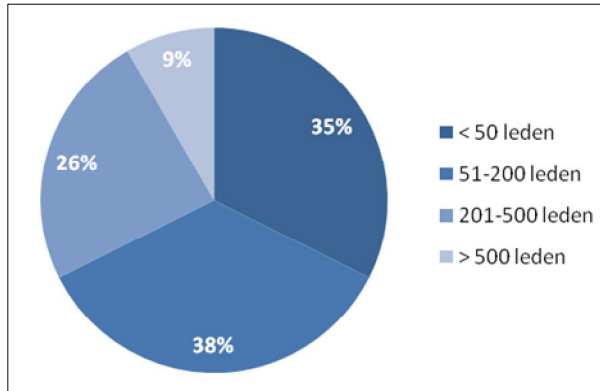
## **2.3 De betrokken partijen in beeld**

Initiatieven om sportkantines gezonder te maken raken in de eerste plaats de sportvereniging (paragraaf 2.3.1). Op landelijk niveau worden deze sportverenigingen vertegenwoordigd door de sportbonden, die gezamenlijk de landelijke sportkoepel NOC\*NSF vormen (paragraaf 2.3.2). NOC\*NSF speelt op haar beurt weer een rol bij het vaststellen van het landelijke overheidsbeleid van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) (paragraaf 2.3.3).

### **2.3.1 De sportvereniging anno 2011**

In Nederland zijn ruim 25.000 sportverenigingen (Smink & Van Veldhoven, 2010). Gemiddeld hebben deze sportverenigingen 190 leden, maar de grootte kan behoorlijk variëren (zie figuur 4).

Van deze sportverenigingen heeft 54% een eigen accommodatie, waarvan 84% een eigen kantine (Van Kalmthout & Lucassen, 2008). Dit komt neer op ongeveer 12.000 sportkantines. Een inventarisatie van NOC\*NSF komt uit op 6.000 sportkantines, waardoor een grove schatting van 9.000 sportkantines in Nederland gerechtvaardigd is.

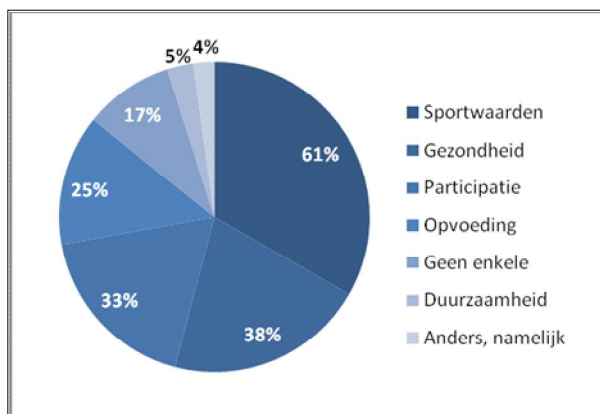


**Figuur 4: Sportverenigingen naar grootte (Van Kalmthout & Lucassen, 2008)**

De kantine vormt voor 25% van de verenigingen de belangrijkste inkomstenbron (Breedveld et al., 2008). Voor 13% is het echter ook weer de grootste kostenpost. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat er een verschil is tussen buiten- en binnensport: buitensportverenigingen hebben veel vaker de beschikking over een eigen accommodatie, terwijl binnensportverenigingen meestal zijn aangewezen op het huren van gemeentelijke accommodaties (Tiessen-Raaphorst & Breedveld, 2009).

84% van de sportverenigingen maakt gebruik van vrijwilligers, waarvan er in totaal ongeveer 1 miljoen in de sport actief zijn (Tiessen-Raaphorst, Breedveld, De Haan & Verbeek, 2010). Na het behoud en de werving van leden is het behoud en de werving van vrijwilligers voor verenigingen de grootste bron van zorg. Ruim 17% kampt met een tekort aan vrijwilligers (Van Kalmthout & Lucassen, 2008).

Met ruim 5 miljoen leden uit alle lagen van de bevolking staan de sportverenigingen middenin de maatschappij. Een zekere maatschappelijke verantwoordelijkheid wordt vanuit dan ook erkend door 78% van de verenigingen (Van Kalmthout & Lucassen, 2008). Deze maatschappelijke verantwoordelijkheid komt vooral terug binnen de thema's sportwaarden (individuele waarden van de leden die door de sport positief kunnen worden beïnvloed, zoals zelfvertrouwen, sociaal gedrag, prestatievermogen en welbevinden), gezondheid en participatie (zie figuur 5). Hierbij moet aangetekend worden dat bij maatschappelijke thema's kleine verenigingen (< 100 leden) een minder grote rol voor zichzelf zien weggelegd dan (middel)grote verenigingen (101-250 leden en > 250 leden) (Van Kalmthout & Lucassen, 2008).



**Figuur 5: Maatschappelijke verantwoordelijkheid sportverenigingen (Van Kalmthout & Lucassen, 2008)**

### 2.3.2 Nederlands Olympisch Comité\*Nederlandse Sport Federatie

NOC\*NSF is de koepelorganisatie van 75 Nederlandse sportbonden en 15 buitengewone leden. NOC\*NSF vertegenwoordigt de georganiseerde Nederlandse sport en behartigt haar algemene belang. Bij het vaststellen van het sportbeleid is NOC\*NSF hiermee een vooraanstaande partij. De overheid is van haar afhankelijk voor de uitvoering van de meeste programma's. Deze uitvoering komt

in de praktijk vaak voor rekening van de ruim 25.000 sportverenigingen die bij de 75 bonden aangesloten zijn. NOC\*NSF vervult vervolgens een ondersteunende rol naar de bonden toe.

De twee belangrijkste beleidsprogramma's binnen NOC\*NSF zijn de Sportagenda 2012 en het Olympisch Plan 2028. De Sportagenda heeft drie doelstellingen: meer mensen een leven lang laten sporten, behoren tot de mondiale top-10 van de sportwereld en het ontwikkelen en versterken van de organisatie van de sport (NOC\*NSF, 2007). Het Olympisch Plan gaat verder dan sport alleen: zoals eerder toegelicht is dit een plan om heel Nederland naar 'Olympisch niveau' te tillen. Deze beide beleidsstukken vormen de komende jaren de basis voor het sportbeleid van NOC\*NSF.

### **2.3.3 Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport**

Het Ministerie van VWS is vanuit de rijksoverheid de belangrijkste speler op sportgebied in Nederland. Het ministerie zet, veelal in overleg met andere partijen, de hoofdlijnen uit van het Nederlandse sportbeleid. Uitgangspunt is hierbij de regeringsnota van het kabinet. Naast de uitvoering van de eigen programma's beïnvloedt VWS het Nederlandse sportbeleid via de toekenning van subsidies. Veel beleidsprogramma's van sportorganisaties worden gefinancierd door subsidie vanuit het ministerie.

Met dit hoofdstuk is duidelijk geworden hoe het speelveld van dit onderzoek er uit ziet. De belangrijkste ontwikkelingen en spelers binnen het kader van dit onderzoek zijn beschreven. Hiermee komen we steeds dichterbij de kern. In het volgende hoofdstuk zal daarom ingegaan worden op de vraagstelling en de methodologie die bij dit onderzoek gebruikt is.

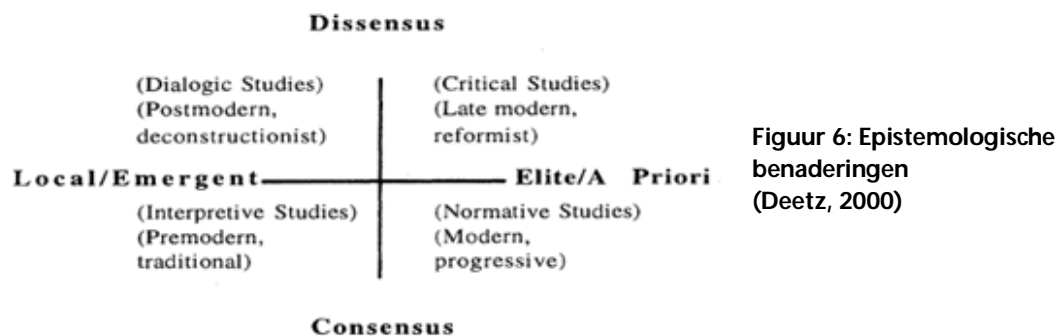


### 3 Vraagstelling en onderzoeksmethode

Nu duidelijk is waar dit onderzoek precies over gaat, zal dieper ingegaan worden op de manier waarop het onderzoek is uitgevoerd. Daarvoor is het in eerste instantie van belang om het onderzoeksperspectief van de onderzoeker te beschrijven (paragraaf 3.1). Dit heeft immers gevolgen voor de vraagstelling en gekozen methode. Daarna zullen de hoofd- en deelvragen toegelicht worden (paragraaf 3.2), gevolgd door de manier waarop de data verzameld zijn (paragraaf 3.3). Tot slot zal in paragraaf 3.4 ingegaan worden op de validiteit van het onderzoek.

#### 3.1 Onderzoeksperspectief

De basis van dit onderzoek is het perspectief wat door de onderzoeker gebruikt is. Dit perspectief wordt in beginsel gevormd door de ontologie van de onderzoeker. Ontologie is een set van aannames over wat de wereld is (Henn, Weinstein & Foard, 2006). Binnen dit onderzoek wordt de wereld gezien als een sociale constructie. Dat betekent dat mensen hun eigen werkelijkheid creëren op basis van interactie. Dit uitgangspunt heeft consequenties voor de manier waarop duiding kan worden gegeven aan de uitkomsten van dit onderzoek: de epistemologie. Deetz (2000) heeft een kwadrant ontwikkeld waarin vier epistemologische benaderingen worden benoemd aan de hand van twee paradigma's (zie figuur 6).



**Figuur 6: Epistemologische benaderingen (Deetz, 2000)**

Het dissensus/consensus-paradigma stelt de vraag of vooral sprake is van verschillen (dissensus) of eenheid (consensus). Bij dissensus gaat men uit van conflicten als natuurlijke situatie. Deze conflicten ontstaan doordat de ene groep mensen gedomineerd wordt door een andere groep. Bij consensus staat vertrouwen centraal. De situatie wordt geaccepteerd zoals zij is en wordt niet ter discussie gesteld.

Binnen dit onderzoek bestaat een enigszins paradoxale houding ten opzichte van het dissensus/consensus-paradigma. Aan de ene kant wordt binnen de sportverenigingen gezocht naar consensus. Het gaat hierbij om betekenissen die vanuit bestaande kaders worden toegekend: de onderzoeker stelt de bestuurlijke configuratie bij het verzamelen van data niet ter discussie. Aan de andere kant impliceert de zoektocht naar een 'kloof' ook een zekere mate van dissensus. Er wordt gesteld dat er een kloof is tussen de beleidsintenties en de sportverenigingen. Het doel van dit onderzoek is echter om deze kloof in beeld te brengen en goed te kunnen duiden, waarbij het noodzakelijk is om op het niveau van sportverenigingen te letten op overeenkomsten in plaats van verschillen. De focus ligt dus op consensus onder sportverenigingen en dissensus tussen sportvereniging en landelijk beleid.

Het local-emergent/elite-a priori paradigma stelt de vraag waar de uitkomsten van het onderzoek vandaan komen. De local-emergent dimensie impliceert dat de onderzoeker met open vizier het onderzoek in gaat en van 'onderaf' (lokaal niveau) nieuwe kennis ontwikkelt. Deze kennis is lokaal gericht en daardoor vooral situationeel van aard. De elite-a priori dimensie gaat veel meer uit van reeds ontwikkelde kennis. Bestaande theorieën worden getoetst waarmee universele, generaliseerbare uitspraken worden gedaan.

Dit onderzoek gaat meer uit van local-emergent dan van elite-a priori. Sportverenigingen zijn lokale organisaties en dit onderzoek is bedoeld om meer inzicht te krijgen in de manier waarop er binnen deze lokale organisaties gedacht wordt over het aanbod in hun kantine. Daarmee wordt van onderaf nieuwe kennis ontwikkeld die gebruikt kan worden om landelijke beleidsintenties af te stemmen op de wensen van de sportvereniging.

De focus van dit onderzoek ligt grotendeels op de consensus- en local-emergent dimensie, waarmee het te plaatsen is in de interpretatieve hoek. Een interpretatieve onderzoeker ziet een organisatie als een sociale 'community'. De nadruk ligt hierbij meer op een sociale dan op een economische visie op organisaties. Mensen worden hierbij niet gezien als eenvoudige studieobjecten, maar als actieve betekenisgevers. Dit betekent dat de rol van theorie anders wordt: het voorziet in relevante concepten, maar is geen middel om mee te toetsen of mee te classificeren. Dit wordt gedaan in interactie met de objecten van onderzoek: zij zijn degenen die betekenis geven aan het onderwerp van onderzoek (Deetz, 2000). De aandacht voor dissensus (de kloof) zorgt er echter voor dat in dit onderzoek ook dialogische invloeden merkbaar zijn. Dit komt vooral tot uiting in het benadrukken van verschillen tussen het landelijke beleidsniveau en de lokale uitvoerder.

Binnen dit onderzoek wordt theorie gebruikt om relevante achtergronden te schetsen, maar zal de nadruk vooral liggen op de interpretatie van betekenissen die vanuit de onderzoekspopulatie worden toegekend. De interpretatie van deze betekenissen wordt gedaan aan de hand van een analysekader waarbij het concept van betekenisgeving van Weick (1995) en het concept van symbolen als dragers van betekenis van Yanow (1996) als uitgangspunt dient. Dit analysekader wordt beschreven in hoofdstuk 5.

## **3.2 Vraagstelling**

Vanuit het in de vorige paragraaf beschreven perspectief is, op basis van de aanleiding van het onderzoek, gekomen tot een bepaalde vraagstelling. De vraagstelling bestaat uit een hoofdvraag die ondersteund wordt door vier deelvragen (paragraaf 3.2.1). In deze hoofd- en deelvragen zijn een aantal begrippen opgenomen die in paragraaf 3.2.2 nader toegelicht worden.

### **3.2.1 Hoofdvraag en deelvragen**

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt als volgt:

*Welke betekenissen geven informanten binnen de sportvereniging aan het aanbod in de kantine en hoe verhouden deze zich tot landelijke beleidsintenties om een gezond aanbod in sportkantines te stimuleren?*

Binnen dit onderzoek zal dus gezocht worden naar betekenisgeving op het lokale niveau van de sportvereniging, in relatie tot de intenties die er op landelijk niveau zijn om dit lokale niveau te veranderen. De hoofdvraag valt uiteen in de volgende vier deelvragen:

1. *Welke wetenschappelijke basis is er met betrekking tot beleidsimplementatie via de sportvereniging?*
2. *Welke landelijke beleidsintenties zijn er om een gezond aanbod in sportkantines te stimuleren?*
3. *Welke betekenissen geven informanten binnen de sportvereniging aan gezondheid?*
4. *Welke betekenissen geven informanten binnen de sportvereniging aan het aanbod in de kantine?*

### 3.2.2 Definities

*Betekeningen:* in dit onderzoek wordt gezocht naar betekenissen. Hierbij wordt uitgegaan van de definitie van Weick (1995). Weick ziet betekenisgeving als een continu proces waarin mensen betekenis geven aan de werkelijkheid door terug te kijken op hun handelen. Betekenissen zijn persoonsgebonden en kunnen relatief snel veranderen. Betekenisgeving komt altijd voort uit sociale interactie met de omgeving.

*Informanten:* in dit onderzoek wordt van informanten gesproken als zij een doorslaggevende rol hebben bij de besluitvorming van sportverenigingen over het aanbod in de kantine. Vaak gaat het hier om bestuursleden met 'kantinezaken' in hun portefeuille, om de beheerder of pachter van een kantine of om leden van de kantinecommissie.

*Sportverenigingen:* in dit onderzoek gaat het om sportverenigingen die beschikken over een eigen accommodatie, inclusief kantine.

*Het aanbod in de kantine:* in dit onderzoek wordt gesproken van 'aanbod in de kantine' (kortweg: aanbod) als het gaat over het eten en drinken wat in de sportkantine verkocht wordt. 'Assortiment' is een woord wat als synoniem gebruikt wordt.

*Beleidsintenties:* landelijke initiatieven om maatschappelijke ontwikkelingen een bepaalde richting in te sturen.

*Gezondheid:* in de laatste deelvraag wordt gezocht naar betekenisgeving aan gezondheid. Hierbij wordt de definiëring overgelaten aan de geïnterviewde. Voor een goede interpretatie van de resultaten is een definitie van het begrip 'gezondheid' echter wel degelijk van belang. Gezondheid is echter een dermate complex begrip, dat hier in het theoretisch kader uitvoerig aandacht aan besteed zal worden.

### 3.3 Dataverzameling

Zoals toegelicht in paragraaf 3.1 staat in dit kwalitatieve onderzoek de interpretatieve benadering centraal. Dit heeft gevolgen voor de manier waarop er data verzameld wordt: de onderzoekspopulatie dient in haar natuurlijke omgeving in beeld gebracht te worden. Deetz (2000) noemt observaties (paragraaf 3.3.2) en semi-gestructureerde diepte-interviews (paragraaf 3.3.3) als geschikte methoden. Voordat deze methoden beschreven worden zal eerst aandacht besteed worden aan de onderzoekspopulatie (paragraaf 3.3.1).

Naast de data die vanuit de onderzoekspopulatie wordt verkregen, is door middel van een documentenanalyse inzicht verkregen in de beleidsintenties om het aanbod in kantines gezonder te maken (paragraaf 3.3.4).

#### 3.3.1 Onderzoekspopulatie

In dit onderzoek zijn 10 sportverenigingen bezocht. Bij de selectie van deze 10 sportverenigingen is gezocht naar een evenwichtige spreiding in takken van sport, in grootte, in ligging en in wijze van kantinebeheer. Dit heeft geresulteerd in de volgende onderzoekspopulatie (zie volgende pagina):

#	Tak van sport	Aantal leden	Ligging	Wijze van beheer	Geïnterviewd
1	Omni: hockey, voetbal, tennis, squash, cricket, jeu des boules	4.500	Stad	Commercieel	Pachter
2	Hockey	1.600	Stad	Commercieel	Pachter, kok
3	Omni: voetbal, hockey, jeu des boules, kaartspelen	1.200	Stad	Eigen beheer	Verenigingsmanager, bestuurslid, voormalig barmedewerker
4	Voetbal	800	Dorp	Eigen beheer	Kantinebeheerder, bestuurslid
5	Tennis	800	Stad	Eigen beheer	Bestuurslid, hoofd inkoop, coördinator vrijwilligers
6	Voetbal	500	Dorp	Eigen beheer	Bestuurslid, kantinebeheerder
7	Korfbal	400	Dorp	Eigen beheer	Bestuurslid
8	Omni: honkbal, softbal, peanutball, handbal, korfbal, jeu des boules	350	Dorp	Eigen beheer	Lid kantinecommissie, lid kantinecommissie
9	Rugby	250	Stad	Eigen beheer	Kantinebeheerder
10	Tafeltennis	170	Stad	Eigen beheer	Bestuurslid, hoofd inkoop

**Tabel 1: Onderzoekspopulatie**

Bij al deze verenigingen is eerst een observatie uitgevoerd, gevolgd door een interview met de informanten. Deze informanten zijn aangewezen door de verenigingen zelf. Bij het benaderen van iedere vereniging is gevraagd naar de personen die het meest direct betrokken zijn bij het aanbod in de kantine. Op die manier is tot deze lijst van informanten gekomen. In dit overzicht is de naam opgenomen die zij zelf aan hun functie gaven. In de praktijk blijkt het er vaak op neer te komen dat er weinig verschil in taken is tussen bijvoorbeeld een kantinebeheerder en een hoofd inkoop.

### 3.3.2 Observaties

De observaties hebben allemaal plaats gevonden in de kantines van de deelnemende verenigingen. Hierbij is gekozen voor momenten waarop er volgens de informanten veel activiteit in de kantine zou zijn: op wedstrijddagen of een drukke trainingsavond. Tijdens de observaties is een algemeen beeld verkregen van de vereniging, haar kantine en het aanbod in deze kantine. Dit is verkregen door foto's te maken, door aantekeningen te maken over de algemene indruk, het assortiment, de prijzen en de presentatie van producten en door gesprekje te voeren met aanwezigen in de kantine. Van iedere observatie is een observatieverslag gemaakt. Het formulier dat is gebruikt bij de observaties is opgenomen als bijlage 2.

Ook is bij de observaties al kennis gemaakt met de mensen waarmee enkele dagen later het interview is afgenomen.

### 3.3.3 Interviews

Na de observatie is er bij iedere vereniging een semi-gestructureerd diepte-interview afgenomen. Deze interviews zijn afgenomen bij de eerder gedefinieerde informanten en vonden allen plaats in de kantine van de vereniging. Sommigen in een aparte ruimte in de kantine (bijvoorbeeld een bestuurskamer), anderen aan een tafel in de kantine zelf.

De keuze voor diepte-interviews biedt de onderzoeker de mogelijkheid om aan de hand van vooraf vastgestelde topics dieper in te gaan op bepaalde onderwerpen, waarmee uiteindelijk de betekenissen die aan deze onderwerpen worden toegekend achterhaald kunnen worden. Daarnaast is tijdens de interviews gebruik gemaakt van de informatie die tijdens de observaties verkregen werd. Opvallende promotie van bepaalde producten is hier een voorbeeld van.

Bij ieder interview is benadrukt dat het anoniem verwerkt zal worden. Alle verenigingen zijn in het onderzoek anoniem gemaakt, waardoor ook de identiteit van de geïnterviewde personen onbekend

blijft. Dit is gedaan om geïnterviewden op hun gemak te stellen, waardoor zij eerder geneigd zijn om vrijuit te antwoorden. Daarnaast bleek het belangrijk om tijdens de observaties vast kennis te maken met de personen die later geïnterviewd zouden worden. Gezondheid en het aanbod in sportkantines bleek bij sommige informanten toch een zekere spanning op te leveren, die voor een groot deel weggenomen kon worden door bij de observatie al een uitgebreide toelichting op het onderzoek te geven.

Na het afnemen van de interviews en het doen van de observaties is een rijke hoeveelheid aan data verkregen. Deze data zijn vervolgens geanalyseerd op basis van de thema's die er uit naar voren kwamen. De analyse is gedaan met behulp van het kwalitatieve analyseprogramma MAXQDA. Bij de analyse zijn uitspraken geclusterd onder 15 verschillende codes (onderwerpen). Op basis van deze codes zijn de thema's opgesteld die in hoofdstuk 6 de paragrafen vormen van het resultatenhoofdstuk.

### **3.3.4 Documentenanalyse**

Om inzicht te krijgen in beleidsintenties met betrekking tot het aanbod in sportkantines is een documentenanalyse uitgevoerd. Deze documentenanalyse richtte zich op landelijke beleidsdocumenten waarin gesproken wordt over het aanbod in sportkantines of over de relatie tussen sport en gezondheid. In het vorige hoofdstuk is reeds gebleken dat deze beleidsdocumenten voornamelijk afkomstig waren van de landelijke overheid, een enkeling (Olympisch Plan 2028) is afkomstig vanuit de sport zelf. Om de beleidsintenties vanuit de overheid goed te kunnen duiden is ook een gesprek gevoerd met een beleidsmedewerker van het Ministerie van VWS.

## **3.4 Validiteit**

Kwalitatief onderzoek kan op gespannen voet leven met de kwaliteit van het onderzoek. Daarom is het belangrijk om aandacht te besteden aan validiteit. In deze paragraaf zal toegelicht worden hoe dat binnen dit onderzoek gedaan is.

Validiteit gaat erom of de resultaten van kwalitatief onderzoek een correcte weergave zijn van het object van onderzoek. Henn et al. (2006) beschrijven drie factoren die de validiteit van een onderzoek kunnen bedreigen.

Reactiviteit gaat om de reactie van mensen als zij weten dat ze meedoen aan een onderzoek. Bewust of onbewust kunnen mensen andere (sociaal wenselijke) antwoorden gaan geven, wat de validiteit van het onderzoek niet ten goede komt. Een manier om dit te ondervangen is door het vertrouwen te winnen van de mensen die geïnterviewd worden. Binnen dit onderzoek is dat gedaan door eerst de observatie te doen en enkele dagen later het interview. Tijdens de observatie is alvast kennis gemaakt met de mensen die geïnterviewd gingen worden (de informanten). Daarbij is tevens het onderzoek uitgebreid toegelicht. Deze combinatie van onderzoeksmethodes (observaties en interviews) wordt door Glesne (2006) triangulatie genoemd. Bij triangulatie gaat het niet simpelweg om het combineren van verschillende soorten data, maar om het versterken van de validiteit door het gebruik van verschillende methodes. Door de combinatie van observaties en interviews is binnen dit onderzoek geprobeerd de validiteit zo hoog mogelijk te krijgen.

De tweede bedreiging van validiteit is subjectiviteit. Alle keuzes die binnen een onderzoek gemaakt worden komen voort uit de mening van de onderzoeker over wat relevant is en wat niet. Het gaat hier bijvoorbeeld om keuzes in onderzoeksdesign (setting, objecten van studie), maar ook om de keuze welke data wel en niet relevant wordt geacht en om de interpretatie van de data. De invloed van subjectiviteit kan verkleind worden door alle keuzes die binnen het onderzoek zijn gemaakt goed te verantwoorden. Binnen dit onderzoek is dit dan ook zo veel mogelijk gedaan.

De derde bedreiging van validiteit is dat de onderzoeker teveel empathie ontwikkelt met zijn objecten van onderzoek. Dit kan leiden tot een bias bij de interpretatie van de data. Binnen dit onderzoek is dit ondervangen door de contacten met verenigingen zo summier mogelijk te houden. Er is contact

gelegd met de juiste personen binnen de vereniging en vervolgens een afspraak gemaakt voor de observatie en het interview.

Zoals toegelicht zijn binnen dit onderzoek zoveel mogelijk maatregelen genomen om de validiteit van het onderzoek te waarborgen. Dat betekent dat het onderzoek - binnen de geschetste kaders - als valide beschouwd kan worden.

## 4 Literatuurstudie

Met initiatieven om gezonde voeding in sportkantines te stimuleren proberen overheid en NOC\*NSF - ondersteund door andere partijen - om de stijgende maatschappelijke aandacht voor gezondheid ook tot de kantine van de sportvereniging te laten doordringen. In paragraaf 4.1 zal daarom ingegaan worden op de diepere achtergronden van de complexe relatie tussen sport en gezondheid. In paragraaf 4.2 zal aandacht besteed worden aan sturing door beleid: manieren waarop getracht wordt maatschappelijke ontwikkelingen een gewenste richting in te sturen. In paragraaf 4.3 zal vervolgens aandacht zijn voor de sportspecifieke kenmerken die een rol kunnen spelen bij sturing door beleid, waarna in paragraaf 4.4 ingegaan wordt op de rol van macht in dit geheel.

### 4.1 Sport en gezondheid

Eén van de meest gehoorde argumenten ter promotie van sport is dat het 'goed is voor de gezondheid'. Hoewel dit argument zeker niet ongegrond is, toont onderzoek aan dat enige terughoudendheid gepast is. Sport is namelijk niet per definitie goed voor de gezondheid.

Voor we hier echter dieper op ingaan, is het eerst noodzakelijk om meer inzicht te krijgen in het begrip 'gezondheid'. Iedereen heeft wel een idee wat 'gezond' is en wat niet gezond is, maar wat zegt de literatuur hierover?

#### 4.1.1 Gezondheid: wat is dat?

Aan de uitwerking van het begrip gezondheid wordt in de literatuur veel aandacht besteed. Een discours wordt als volgt omschreven: "a system of statements that constructs an object, which relies on a specific body of knowledge for its language and discipline" (Foucault, 1972). Discourseen zijn dus te herleiden uit een aantal stellingen over een bepaald object, wat voortkomt uit de specifieke kennis die hierover beschikbaar is. Stellingen over gezondheid in bijvoorbeeld kranten, tijdschriften of op televisie vinden dus hun grondslag in kennis over gezondheid. Om het begrip gezondheid goed te kunnen duiden is het daarom relevant om in te gaan op de verschillende gezondheidsdefinities uit de literatuur.

Een definitie van gezondheid die veel gebruikt wordt is de definitie van de Wereldgezondheidsorganisatie (WHO):

"Gezondheid is een toestand van subjectief welbevinden op geestelijk, lichamelijk en maatschappelijk gebied" (Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) 1948).

Hoewel deze definitie wereldwijd als leidend wordt gezien (de WHO wordt gevormd door 191 lidstaten), worden er ook kanttekeningen bij geplaatst (Yach, 1998). Gezondheid is immers een ideologisch geladen begrip dat sterk contextgebonden is. Hierdoor is het nooit vrij van de waarden die mensen er zelf aan toe kennen (Evans, 2003). Toch blijken er uit de literatuur enkele algemene veronderstellingen met betrekking tot de definiëring van het begrip gezondheid.

Zo wordt de definitie van de WHO gezien als te breed. Dit komt voort uit het idee dat gezondheid en het nastreven hiervan overgelaten moet worden aan gezondheidsprofessionals en medici. Dit hangt samen met een andere beperking van deze definitie: de meetbaarheid. Als gezondheid wordt gezien als een subjectieve toestand van welbevinden op geestelijk, lichamelijk en maatschappelijk gebied dan leidt dit tot operationele problemen: hoe meet je gezondheid? Het lichamelijke element is meetbaar, zoals Nordenfelt (2006) ook stelt. Hij maakt onderscheid tussen twee theorieën over gezondheid, waarbij de Biostatistical Theory of Health (BST) gezondheid beschouwt als een objectieve beschrijving van de toestand van een persoon. Dat betekent dat op basis van standaardmethodes objectief vastgesteld kan worden of iemand niet ziek is. Als iemand niet ziek is, is hij/zij gezond. De eerder genoemde Body Mass Index (BMI) is hier een voorbeeld van. De tweede theorie die Nordenfelt (2006) onderscheidt is de Holistic Theory of Health (HTH). Binnen deze theorie wordt iemand gezien als

gezond, indien hij onder normale omstandigheden al zijn/haar vitale doelen kan bereiken. Deze omschrijving gaat verder dan alleen de fysieke toestand van een persoon: ook de (subjectieve) mentale toestand maakt onderdeel uit van gezondheid. Hiermee bestaat gezondheid uit twee elementen: de objectief meetbare fysieke toestand en de subjectieve mentale toestand. Wakefield (1992) bevestigt dit. Hij stelt dat gezondheid bestaat uit een objectief meetbaar element van de natuurlijke (fysieke) toestand en een subjectief meetbaar element van het geestelijk welzijn.

De discussie over de grenzen van de definitie van de WHO gaat ook op aan de andere kant. Zo vindt Larson (1995) de definitie te smal. Hij constateert dat gezondheid volgens de WHO bestaat uit drie elementen: fysiek (lichamelijk), mentaal (geestelijk) en sociaal (maatschappelijk). Dit is volgens hem niet voldoende. Gezondheid zou nog een vierde element moeten bevatten: spiritualiteit. Dit komt voort uit de historische veronderstelling dat gezondheid moet bestaan uit een bepaalde toestand van verstand, lichaam en geest. Daarnaast benoemt ook Larson (1995) de operationele beperkingen van de definitie. Door het abstracte niveau is het moeilijk om de verschillende elementen meetbaar te maken. Dit speelt met name een rol bij het mentale en sociale element, zoals ook Yach (1998) erkent.

De WHO probeert de problemen met meetbaarheid in te perken door specifieke doelen en indicatoren op te stellen waarmee een relatie met gezondheid verondersteld mag worden. Hierbij gaat het bijvoorbeeld om arbeidsproductiviteit als indicator van fysieke gezondheid en inkomensverdeling als indicator van sociale gezondheid (WHO, 1985).

Dit heeft echter niet geleid tot een algemeen geaccepteerde definitie van gezondheid. Wel is er op basis van voorgaande literatuur een bepaalde discours vast te stellen: gezondheid bestaat uit zowel een objectieve, (voornamelijk) fysieke component als uit een subjectieve, (voornamelijk) mentale component. Vooral het subjectieve gedeelte van de definitie leidt tot problemen met de meetbaarheid.

#### **4.1.2 Sport en gezondheid**

In de vorige paragraaf is aandacht besteed aan de definitie van gezondheid. Hoewel dit begrip moeilijk af te bakenen is, wordt sport verondersteld er een positieve invloed op te hebben.

Deze positieve invloed kan op meerdere manieren tot uiting komen. Safai (2008, in Houlihan, 2008) constateert dat de positieve gevolgen van sport in te delen zijn in twee hoofdstromen: een verbetering van de actuele gezondheidstoestand en een preventief effect. Het effect op de actuele gezondheid blijkt uit verbetering van onder meer de fysieke mogelijkheden, levenskwaliteit, zelfvertrouwen en mentale gezondheid en vermindering van stress (Hassmén, Koivula, & Uutela, 2000). Het preventieve effect van sport op gezondheid zorgt voor een vermindering van kans op hart- en vaatziekten, overgewicht en diabetes, depressies, hoge bloeddruk en sommige vormen van kanker (Bouchard, Shephard & Stephens, 1994; Blair & Brodney, 1999; Dishman, Dowda, Motl, Pate & Saunders, 2009). Het voorkomen van deze ziektes leidt tot grote economische voordelen. De directe kosten van medische zorg dalen en het verlies in arbeidsproductiviteit door ziekte vermindert (Safai, 2008).

Hoewel de positieve invloed van sport op gezondheid dus absoluut bewezen is, moet sport niet gezien worden als een wondermiddel (Safai, 2008). Zo stellen Smith, Green & Roberts (2004) vast dat ondanks een toename in sportparticipatie onder Britse jeugd, deze participatie niet altijd toereikend is voor het bereiken van positieve effecten op de gezondheid. Dit komt doordat er pas sprake is van positieve effecten op de gezondheid bij een bepaalde mate van participatie. Daarnaast stellen zij dat het inzetten van sport alleen om gezondheid te verbeteren niet genoeg is om daadwerkelijk tot resultaat te leiden: het moet onderdeel zijn van een bredere aanpak voor gezondheidsverbetering. Ook het voorkomen van ongezond eten en overmatig alcoholgebruik zouden hier deel uit van moeten maken. Om gezondheidseffecten te bereiken door middel van sport, zal dus de algehele leefstijl moeten veranderen (Smith, Green & Roberts, 2004). Onderzoek van Ferron e.a. (1999) ondersteunt dit argument. Bij een studie onder volwassenen wordt een positief verband gelegd tussen sport en gezondheid, waarbij sport onderdeel moet zijn van een bredere (preventieve) aanpak. Dit komt door het verband tussen sport en zelfvertrouwen: aan de ene kant nemen mensen met meer zelfvertrouwen



eerder deel aan sport, aan de andere kant neemt zelfvertrouwen toe door sportdeelname. Deze toename van het zelfvertrouwen heeft weer gevolgen voor ander gezondheid gerelateerd gedrag: mensen die door het sporten meer zelfvertrouwen krijgen nemen ook eerder afstand van onder meer drank, drugs en sigaretten.

Donnelly & Harvey (1996) stellen dat sport nog steeds niet voor iedereen toegankelijk is. Zo lang mensen met een laag inkomen, ouderen, allochtonen en mensen met een beperking niet volledig kunnen participeren, blijven ook de positieve gezondheidseffecten buiten bereik. Terwijl dit juist de groepen zijn die vaak gezondheidsproblemen ervaren.

Naast deze beperkingen komen ook risico's voort uit het sporten zelf. Blessures zijn hier het meest herkenbare voorbeeld van. Sportblessures komen vaak voor en leiden tot extra kosten voor de gezondheidszorg (Nicholl, Coleman & Williams, 1993).

Bij de analyse van de beperkingen en risico's van sporten omdat het goed is voor de gezondheid, is het noodzakelijk op te merken dat er een verschil is tussen breedtesport en professionele sport (topsport). In termen van Safai (2008) gaat het om "mild to moderate forms of physical activity" (p. 167) en "organised, competitive sport" (p. 167). Omdat dit onderzoek zich specifiek richt op de sportvereniging (de breedtesport), worden de beperkingen en risico's van topsport buiten beschouwing gelaten.

## **4.2 Sturing door beleid**

Het is in het belang van een overheid om een hoge standaard op het gebied van gezondheid te realiseren. De overheid tracht daarom de gezondheid van haar burgers te bevorderen. In deze paragraaf zal toegelicht worden welke mogelijkheden de overheid daarvoor tot haar beschikking heeft.

### **4.2.1 Overheidssturing**

Iedereen heeft een bepaald eigen belang. De ene persoon wil overal een sigaret op kunnen steken, de andere persoon heeft last van het roken door de ander. Naast deze individuele belangen is echter ook sprake van publiek belang: behoeften die gelden voor de gehele samenleving. Denk bijvoorbeeld aan volksgezondheid. Als teveel Nederlanders ongezond leven, ontstaan enorme kosten voor de samenleving als geheel. Omdat roken slecht is voor de gezondheid, is dus ook een zeker publiek belang aanwezig om (de gevolgen van) roken zo veel mogelijk terug te dringen.

Dergelijke publieke belangen kunnen niet enkel door individuen of belangengroepen worden georganiseerd. Daarvoor is een onafhankelijke instantie nodig die door alle partijen erkend wordt: de overheid. De overheid in Nederland is opgebouwd in drie niveaus: landelijk (de rijksoverheid, waar bijvoorbeeld het Ministerie van VWS onder valt), regionaal (de provincies) en lokaal (de gemeenten).

De overheid zorgt dat het doen en laten van burgers en maatschappelijke organisaties op elkaar wordt afgestemd (Bovens, 't Hart & van Twist, 2007). Maatschappelijke organisaties zijn groepen of verbanden die zich hebben georganiseerd om bepaalde doeleinden te bereiken. Deze doeleinden kunnen bestaan uit het behartigen van belangen, maar ook uit het vervullen van bepaalde maatschappelijke functies (Bovens et al., 2007).

Het bevorderen van afstemming tussen burgers en maatschappelijke organisaties wordt 'sturing' genoemd. Sturing is cruciaal voor het goed functioneren van een samenleving, omdat het zorgt voor ordening, conflictbeheersing en probleemoplossing. Een samenleving wordt onbestuurbaar als alle individuen en belangengroepen continu met elkaar discussiëren over te nemen beslissingen. Sturing kan echter nog verder gaan: een overheid kan proberen maatschappelijke ontwikkelingen een gewenste richting in te sturen. Bovens, 't Hart & van Twist (2007) noemen dit één van de belangrijkste prikkels van overheidsingrijpen. Dit hangt sterk samen met de politieke voorkeur van dat moment. Wat voor de ene partij een gewenste richting is, kan voor de andere partij juist een ongewenste richting zijn. Bij het voorbeeld van het roken gaat het om de vraag in welke mate mensen beschermd moeten worden tegen de schadelijke gevolgen die het roken van een sigaret door anderen met zich mee brengt. Waar ligt de grens tussen bescherming door de overheid en eigen verantwoordelijkheid? Een moeilijk te beantwoorden vraag, waar behoorlijk verschillend over gedacht kan worden.

#### **4.2.2 Andere vormen van sturing**

De overheid is dan ook niet de enige organisatie die zich met sturing van maatschappelijke ontwikkelingen bezig houdt. Daarom onderscheiden Bovens et al. (2007) nog drie andere vormen van maatschappelijke sturing: maatschappelijke zelfsturing, sturing in wisselwerking tussen overheid en middenveld en sturing door de markt.

Maatschappelijke zelfsturing houdt in dat groeperingen (maatschappelijke organisaties) zonder tussenkomst van de overheid waarden uitdragen, problemen oplossen of kansen benutten. Deze groeperingen beschikken vaak over specifieke middelen om invloed mee uit te oefenen, zoals geld, deskundigheid, een grote achterban, de juiste contacten of netwerken.

Een andere vorm van maatschappelijke sturing is sturing in wisselwerking tussen de overheid en het maatschappelijk middenveld. Het maatschappelijk middenveld bestaat uit particuliere organisaties met en zonder publieke taken, maar zonder winstoogmerk (bonden, verenigingen etc.). Vaak is sprake van een gedeeld belang van deze organisaties en overheid. Dit leidt ertoe dat de overheid de grote lijnen en financiën bepaalt, waar vervolgens door de particuliere organisaties uitvoering aan gegeven wordt.

De derde vorm van maatschappelijke sturing is sturing door de markt. Sturing door de markt kan spontaan ontstaan: er is sprake van voldoende concurrentie tussen aanbieders van goederen en diensten, waardoor activiteiten van burgers en bedrijven automatisch op elkaar worden afgestemd. Consumenten hebben de keuze, waardoor een optimaal evenwicht van vraag en aanbod ontstaat. De rol van de overheid beperkt zich hier tot het bewaken van de marktwerking, om voldoende aanbieders op de markt te kunnen garanderen.

#### **4.2.3 Beleid als instrument voor sturing**

Met uitzondering van sturing door de markt, ontstaat sturing niet vanzelf. Sturing moet op een bepaalde manier vorm krijgen. Bovens et al. (2007) stellen dat beleid hiervoor gebruikt wordt. Beleid omvat alle voornemens, keuzes en acties van een of meer bestuurlijke instanties gericht op de sturing van een bepaalde maatschappelijke ontwikkeling. Het is hiermee de concretisering van sturing op specifieke maatschappelijke terreinen. Deze sturing is echter niet eenvoudig vorm te geven: er bestaat een ongekeerde veelheid aan normen, waarden, overtuigingen en belangen. Om het tot stand komen van beleid (beleidsvorming) te kunnen verklaren, wordt het vaak opgedeeld in verschillende fases. Bovens et al. (2007) onderscheiden er vier:

Fase 1 - Agendavorming. Het proces waardoor bepaalde maatschappelijke problemen de aandacht van het publiek en/of de beleidsbepalers krijgen.

Fase 2 - Beleidsvorming. Besluitvorming over de inhoud van beleid.

Fase 3 - Beleidsuitvoering. Het omzetten van beleidsvoornemens in concrete acties.

Fase 4 - Beleidsevaluatie. Het beoordelen van de totstandkoming, de inhoud en de resultaten van beleid.

Deze gefaseerde visie op beleid is echter niet vrij van discussie. Binnen de bestuurskunde zijn er twee verschillende visies op beleidsprocessen: analytisch en politiek.

Binnen het analytisch perspectief wordt beleid gezien als een doelgericht, weloverwogen handelen. Beleid is een gefaseerd proces en de maatschappij is een object van sturing door beleidsvoerende instanties van binnen en buiten de overheid. Beleid is er op gericht om gedragingen van burgers, bedrijven en andere maatschappelijke organisaties op een doelgerichte manier te beïnvloeden. Het beleidsproces bestaat in deze visie uit opeenvolgende fases.

Tegenover de analytische visie staat de politieke visie. Binnen de politieke visie wordt beleid gezien als een continue strijd. Dit wordt veroorzaakt door het pluriforme karakter van het openbaar bestuur: er is

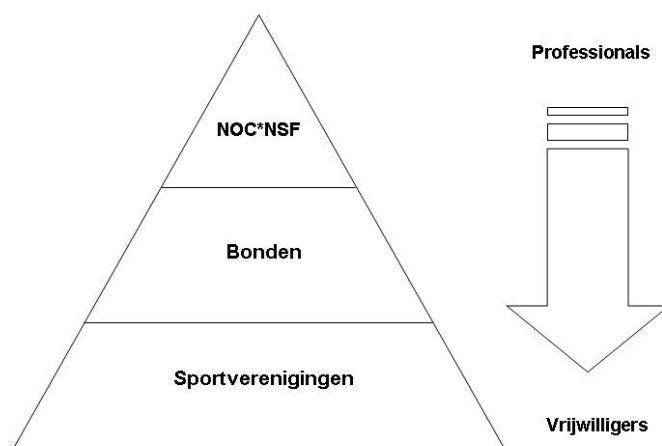
altijd sprake van tegenstellingen tussen verschillende groepen binnen de maatschappij en binnen het bestuur zelf. Deze tegenstellingen komen voort uit verschillende posities, belangen, ideologieën, religies en culturen. Bestaande procedures voor beleidsvorming worden in de politieke visie gezien als mechanismen voor het beslechten van conflicten en het tot stand brengen van compromissen waar een meerderheid zich in herkent. Men onderkent dus geen opeenvolgende fasen, maar gaat uit van een permanente, chaotische strijd waarin de verschillende fasen door elkaar heen lopen. Het is namelijk lang niet altijd zo dat een beleidsproces begint met het onderkennen van een probleem, waarvoor vervolgens een oplossing wordt gezocht. In de praktijk kan het ook andersom zijn: oplossingen zijn 'op zoek' naar problemen. Daarnaast kunnen - binnen het kader van dit onderzoek - sportspecifieke kenmerken nog een rol spelen bij het gebruik van sport om beleidsdoelen te realiseren. Hier zal in de volgende paragraaf op ingegaan worden.

### 4.3 Sportvereniging als middel voor beleid

Tot nu toe is sturing door beleid vooral algemeen behandeld. Sport wordt echter wel gezien als een complexe en relatief autonome wereld (Bourdieu, 1988; Van Bottenburg, 2007). De complexiteit komt voort uit de aanwezigheid van tal van organisaties van uiteenlopende aard, die in onderlinge competitie en samenwerking de voorwaarden en omstandigheden voor het beoefenen en volgen van sport creëren (Stokvis, 1989). De autonomie is te herleiden uit de eigen logica, regels, waarden, normen en opvattingen die binnen de sportwereld leidend zijn (Van Bottenburg, 2007).

De autonomie van de georganiseerde sport kent echter haar grenzen: sport wordt veelvuldig gebruikt voor de implementatie van beleid. Houlihan (2005) en Safai (2008) constateren dan ook dat overheden de sport als een uiterst geschikt instrument om niet-sportgerelateerde doelstellingen mee te realiseren en hier steeds meer gebruik van maken. Toch zorgt het specifieke karakter van sport voor beperkingen bij het gebruik van sport als middel.

Deze beperkingen worden vooral veroorzaakt door de gespannen verhouding tussen professional en vrijwilliger. De organisatie van de Nederlandse sport is goed te beschrijven aan de hand van een piramidale structuur (zie figuur 7). Deze loopt van NOC\*NSF, via de 75 sportbonden, naar de ruim 25.000 sportverenigingen. Deze piramide wordt gekenmerkt door een afnemende mate van professionaliteit. Bij NOC\*NSF werken uitsluitend professionals. Bij de bonden is over het algemeen sprake van een mix van professionals en vrijwilligers, terwijl verenigingen vaak uitsluitend gedragen worden door vrijwilligers.



**Figuur 7: Professionaliteit georganiseerde sport**

Seippel (2005) constateert dat deze mate van professionaliteit een beperking is bij het gebruik van sport als middel. De beleidsmaker op centraal niveau en de uitvoerder op lokaal niveau leven beiden in een andere wereld. De beleidsmaker is doorgaans een professional, de uitvoerder een vrijwilliger. Het vrijwillige karakter voorkomt dat de lokale uitvoerder (de sportvereniging) vergaande verplichtingen

aangaat buiten het organiseren van sport, ten opzichte van de beleidsmaker op centraal niveau (sportbonden en NOC\*NSF).

Skille (2008) noemt nog twee andere factoren die een rol spelen bij de implementatie van beleid door sport. Hij stelt vast dat beleidsimplementatie afhankelijk is van degenen die er daadwerkelijk uitvoering aan moeten geven. Dit is van belang omdat deze personen niet per definitie dezelfde doelstellingen hebben als hun superieuren (degenen die het beleid maken). In het geval van een vrijwillige sportvereniging en een professionele bond (of koepel) komt deze relatie nog eens extra onder druk te staan, omdat een sportvereniging als vrijwillige organisatie slechts beperkte verplichtingen heeft ten opzichte van haar bond. Daarnaast stelt Skille (2008) dat op het niveau van de sportvereniging niet alleen beleid wordt geïmplementeerd, maar ook actief beleid wordt 'gemaakt'. Iedere situatie is verschillend en vrijwilligers reageren daar op hun eigen manier op. Hierdoor vertroebelt de lijn tussen het maken van beleid en het implementeren van beleid (Skille, 2008).

Ook Enjolras & Waldahl (2007) benadrukken dat dit vooral veroorzaakt wordt door de verschillende aard van de organisaties die het beleid ontwikkelen (overheid, sportkoepels, sportbonden) en de organisaties die het beleid moeten implementeren: de sportverenigingen. Omdat bij de landelijke beleidsorganisaties professionals werkzaam zijn en bij de sportverenigingen voornamelijk vrijwilligers, ontstaat er een afhankelijkheidsrelatie waarbij de professionals voor de uitvoering van hun beleid afhankelijk worden van vrijwilligers.

Tot nu toe is steeds uitgegaan van een situatie waarin sportverenigingen als middel gebruikt worden om beleidsdoelen te realiseren. Gordon & Babchuk (1959) stellen echter dat dit geen vanzelfsprekendheid is. Zij maken onderscheid tussen twee verschillende typen verenigingen: expressief en instrumenteel. Expressieve verenigingen stellen zich ten doel om activiteiten voor de leden zelf tot stand te brengen. Boessenkool (2009) stelt dat Nederlandse sportverenigingen van oudsher tot dit type behoren. Daar tegenover staan de instrumenteel gerichte verenigingen: verenigingen die een doel nastreven dat buiten de vereniging om breder verankerd is in de samenleving. Stokvis (nog te publiceren) spreekt in dit verband van instrumentalisering van sportverenigingen, als zij door overheden worden gebruikt om doelen te verwezenlijken die niet geheel samenvallen met de doelen van de vereniging zelf. Als voorbeelden van dergelijke doelen worden onder meer het openstellen voor allochtone jeugd en het bevorderen van gezond leefgedrag genoemd (Stokvis, nog te publiceren). Deze instrumentalisering heeft tot gevolg dat er extra activiteiten van vrijwillig kader worden gevraagd. Dit kan opgelost worden door een deel van de verenigingsactiviteiten te professionaliseren, wat echter weer gevolgen heeft voor het socialisatieproces en het vervullen van vrijwillige kaderfuncties. Op de lange termijn leidt dit tot een bedreiging van de continuïteit van de vereniging (Stokvis, nog te publiceren).

Beleidsimplementatie via de sportvereniging kan dus vergaande gevolgen hebben. Toch wordt sport steeds meer gebruikt als middel om maatschappelijke ambities na te streven, zoals ook het geval is bij het stimuleren van gezonde voeding in sportkantines. Voorgaande literatuurstudie toont echter aan dat er nogal wat valkuilen lijken te bestaan. Of, zoals Skille (2008) het omschrijft: "The way from policy-making at the national level to the implementation of the policy at the local level is long and uneasy." (p.181).

Dat deze weg zo lang en ongemakkelijk kan zijn, komt onder meer door de verschillende belangen, groepen en posities die hier een rol bij spelen. Tot besluit van dit hoofdstuk zal daarom aandacht besteed worden aan het concept van macht.

#### **4.4 Machtsverhoudingen**

Eerder in dit hoofdstuk is al kort gerefereerd aan de verschillende belangen die een rol spelen bij de organisatie van het publieke domein. Eigen belang kan conflicteren met algemeen belang en er zijn tal van organisaties met verschillende deelbelangen. Een centraal concept binnen deze strijd om belangen

is macht. Machtverhoudingen in organisaties worden gekenmerkt door een wederzijdse afhankelijkheid (Bovens et al., 2007). Deze wederzijdse afhankelijkheid houdt in dat er een zekere balans is tussen de verschillende partijen. De machtsbalans kent altijd minimaal twee polen, waarbij de relatieve sterkte van de partijen de doorslag geeft (Elias, 1971). Tennekes (1995) stelt bijvoorbeeld dat een ongelijke machtsbalans bepaalde personen en groepen de mogelijkheid verschaft om hun interpretatiekaders met meer gezag naar voren te brengen en anderen te dwingen tot handelen overeenkomstig hun situatiedefinitie. Binnen het kader van dit onderzoek kan dit een rol spelen in de complexe relatie tussen overheid, NOC\*NSF, sportbonden en verenigingen. Zo kan de overheid bijvoorbeeld besluiten subsidie toe te kennen aan NOC\*NSF als zij een landelijk programma opstart om sportkantines gezonder te maken. Een dergelijk programma zal echter via de bij NOC\*NSF aangesloten bonden bij de verenigingen terecht moeten komen. Dit betekent dat bonden achter een dergelijk programma moeten staan en uiteindelijk verenigingen ook. De situatiedefinitie van een vereniging kan echter totaal verschillen van de situatiedefinitie zoals die vanuit de overheid wordt gehanteerd, waardoor verenigingen niet geneigd zijn om aan een dergelijk programma deel te nemen. De machtsbalans is in dit geval onevenwichtig en in het voordeel van de vereniging.

Macht speelt niet alleen een rol in de relatie tussen verschillende organisaties, macht speelt ook een rol binnen deze organisaties. Zoals reeds gesteld komen betekenissen tot stand in interactie. Binnen deze interactie worden voortdurend betekenissen geconstrueerd op basis van onderhandeling, waarbij macht en onderhandeling een belangrijke rol spelen. De dominante betekenis die uit dit proces voortkomt, wordt 'contested meaning' genoemd (Parker, 2000).

De betekenissen die binnen dit onderzoek door informanten worden toegekend, komen dus voort uit interactieve onderhandelingsprocessen. Bij het proces van betekenisgeving spelen echter meer factoren een rol. Omdat betekenisgeving het centrale concept van dit onderzoek is, wordt dit in het volgende hoofdstuk uitgewerkt.

## 5 Analysekader

Zoals uit voorgaande hoofdstukken duidelijk is geworden, wordt de data die uit de interviews, observaties en documentenanalyse naar voren zijn gekomen geanalyseerd aan de hand van het concept betekenisgeving. Om vast te kunnen stellen welke betekenissen informanten binnen de sportvereniging toekennen aan het aanbod in hun kantine, is het echter noodzakelijk om te weten wat er precies onder betekenisgeving verstaan wordt. Hoe worden betekenissen geconstrueerd? Dit zal in paragraaf 5.1 uitgelegd worden.

Dit onderzoek gaat echter verder dan alleen het achterhalen van betekenissen. Het uiteindelijke doel is om op basis van betekenissen de kloof tussen beleidsintenties en de praktijk in beeld te brengen. Daarom zal in paragraaf 5.2 uitgelegd worden op welke manier symbolen als dragers van betekenis kunnen helpen om de kloof scherper te definiëren.

De kaders die in dit hoofdstuk worden geschetst dienen als uitgangspunt voor de analyse van de data.

### 5.1 Betekenisgeving nader verklaard

Het concept van betekenisgeving is uitgewerkt door Weick (1995). Hij stelt dat betekenisgeving die mensen ergens aan toekennen vastgesteld kan worden op basis van zeven kenmerken.

#### 5.1.1 Grounded in identity construction

De betekenisgever is degene waar het proces van betekenisgeving begint. In dit onderzoek zijn de betekenisgevers de informanten uit de sportvereniging. Volgens Weick (1995) kan betekenisgeving echter nooit een individuele aangelegenheid zijn. Betekenisgeving is namelijk afhankelijk van de situatie waar een persoon zich in bevindt. Per situatie kunnen mensen een andere identiteit aannemen, waarvan ze denken dat deze op dat moment geschikt is. Daarom is betekenisgeving 'gegrond' in de constructie van de identiteit, die situationeel van aard is.

Binnen dit onderzoek houdt dat in dat de betekenissen die door informanten worden toegekend, dus ook als situationeel moeten worden beschouwd. Informanten nemen een identiteit aan waarvan ze vinden dat die past binnen de context van dit onderzoek, dus gebaseerd op hun rol bij het aanbod in de kantine. In een andere setting (bijvoorbeeld vanuit hun werk) is het dus goed mogelijk dat dezelfde personen een andere betekenis toekennen aan gezondheid of het aanbod in sportkantines. Dit betekent echter niet dat de betekenis die tijdens het interview gegeven wordt niet 'waar' is, het is voor de informanten hun waarheid op dat moment.

#### 5.1.2 Retrospective

Retrospective betekent terugkijken. Weick (1995) veronderstelt hiermee dat betekenisgevers ervaringen uit het verleden gebruiken om betekenissen toe te kennen aan de huidige situatie. In tegenstelling tot het vorige kenmerk (grounded in identity construction) is retrospectieve wel individueel van aard: het is gebaseerd op ervaringen uit het verleden.

Binnen dit onderzoek betekent dit dat het individuele verleden van informanten een rol speelt bij de betekenis die zij geven aan gezondheid en het aanbod in sportkantines. Als iemand bijvoorbeeld is opgegroeid bij een sportvereniging waar alleen maar gezonde broodjes in de kantine verkocht werden, is het aannemelijk dat de betekenis die aan het aanbod en gezondheid wordt toegekend zal verschillen met de betekenis die iemand die is opgegroeid in een snackbar hieraan toekent.

#### 5.1.3 Enactive of sensible environments

Mensen creëren gedeeltelijk zelf de omgeving waarin zij acteren (Weick, 1995). Betekenisgeving gebeurt in interactie met deze omgeving, zoals is gebleken bij het eerste kenmerk. Het handelen van mensen wordt hiermee beïnvloed door de omgeving waarin deze handeling plaats vindt, terwijl deze omgeving deels zelf gecreëerd is. Voor een deel ook niet, er zijn altijd omgevingsfactoren die het handelen (en daarmee de betekenis) beïnvloeden zonder dat de betekenisgever daar invloed op heeft.

In dit onderzoek zal er dan ook gelet moeten worden op deze factoren. Met betrekking tot het aanbod in de kantine kunnen bijvoorbeeld afspraken tussen de vereniging en sponsors een rol spelen, maar ook de bewaarmogelijkheden van (vers)producten.

#### **5.1.4 Social**

Betekenisgeving is nooit individueel omdat wat een persoon doet altijd afhankelijk is van anderen. Weick (1995) stelt daarom vast dat betekenisgeving een sociaal proces is. Dit proces wordt beïnvloed door andere mensen, zowel verbaal als non-verbaal en zowel direct als indirect.

In dit onderzoek betekent dit dat informanten bij het geven van betekenis beïnvloed worden door zowel personen van binnen als van buiten de sportvereniging. De betekenis die zij daarmee construeren kan dus meer zijn dan slechts een reflectie van de betekenissen die binnen de vereniging aan het aanbod en gezondheid worden toegekend.

#### **5.1.5 Ongoing**

Betekenisgeving is een continu proces zonder begin- en eindpunt (Weick, 1995). Dit komt doordat betekenissen worden toegekend op basis van ervaringen en het opdoen van ervaringen ook een continu proces is. Daarmee is betekenisgeving veranderlijk. De betekenis die informanten op dit moment toekennen aan gezondheid en het aanbod in de kantine kan dus heel anders zijn dan over bijvoorbeeld 30 jaar. Als de stijgende aandacht voor gezondheid (zoals beschreven in hoofdstuk 2) doorzet, is het goed mogelijk dat er over 30 jaar een geheel andere betekenis aan gezondheid en het aanbod in de kantine wordt toegekend.

#### **5.1.6 Focused on and extracted by cues**

Mensen kunnen overall betekenis aan geven. Betekenisgeving is overall om ons heen en daardoor relatief ongrijpbaar. Weick (1995) komt hieraan tegemoet door te focussen op 'extracted cues': kleine uitingen van betekenisgeving die wijzen op een grotere, dieper liggende betekenis. Extracted cues zijn contextafhankelijk, wat inhoudt dat de context bepaalt wat een extracted cue wordt en hoe deze cue geïnterpreteerd moet worden.

Voor dit onderzoek betekent aandacht voor extracted cues dat er goed gelet moet worden op kleine gebeurtenissen of verschijnselen die een grotere betekenis kunnen representeren. Dit kan zijn in een interview (bijvoorbeeld een anekdote), maar ook bij een observatie (bijvoorbeeld de presentatie van producten). Hier kan dan tijdens interviews op terug gekomen worden.

#### **5.1.7 Driven by plausibility rather than accuracy**

Mensen zijn altijd op zoek naar geloofwaardigheid. Deze geloofwaardigheid wordt gezocht in een logische samenhang, wat belangrijker wordt geacht dan feitelijke juistheid (Weick, 1995). Deze logische samenhang is echter subjectief: wat voor de ene persoon logisch is hoeft voor een andere persoon helemaal niet logisch te zijn.

Binnen dit onderzoek kan dit bijvoorbeeld tot uiting komen in de relatie tussen de functie van een sportvereniging en het aanbod in de kantine. Informanten die vinden dat verenigingen geen maatschappelijke verantwoordelijkheid hebben zullen misschien minder snel geneigd zijn om een gezond aanbod in de kantine aan te bieden dan informanten die wel een maatschappelijke verantwoordelijkheid voor de vereniging herkennen. Omdat dit nou eenmaal als een logische samenhang gezien wordt.

De zeven kenmerken van betekenisgeving bieden een kader om betekenisgeving door informanten mee te kunnen begrijpen. Hiermee is het analysekader nog niet compleet. Binnen dit onderzoek gaat het om de betekenissen die informanten aan het aanbod in de kantine toekennen in relatie tot landelijke beleidsintenties om een gezond aanbod in sportkantines te stimuleren. Daarbij is er dus sprake van twee partijen: de lokale sportvereniging en de landelijke organisaties die het beleid vaststellen. Het niveauverschil tussen deze twee partijen is echter dermate groot, dat het ook interessant is om in te gaan op de kloof die tussen deze partijen bestaat. Yanow (1996) biedt hiervoor een interpretatief kader, waarin symbolen worden beschouwd als dragers van betekenis. Naast het

concept van betekenisgeving van Weick (1995), zal de symboolmetafoor van Yanow (1996) gebruikt worden om de resultaten van dit onderzoek mee te analyseren.

## **5.2 Symbolen als dragers van betekenis**

Yanow (1996) stelt dat sprake is van een kloof tussen beleidsintenties en de daadwerkelijke implementatie van beleid. Deze kloof uit zich op verschillende manieren: ambiguïteit in beleidstaal, een gebrek aan geschikte prikkels op uitvoerend niveau, slechte organisatie op lokaal niveau en blokkerende communicatiestromen tussen nationaal, regionaal en lokaal niveau. Yanow verklaart de kloof met behulp van symbolen. Een symbool is 'iets' dat iets anders betekent. Vaak is een symbool iets concreets dat iets abstracts betekent. Een symbool is hiermee een sociale overeenkomst: mensen zijn het eens over de alternatieve betekenis waar een symbool voor staat. Symbolen zijn hiermee het bewijs van de betekenissen die een groep mensen eraan toe kent en de mate waarin men er in gelooft en deze betekenissen uitdraagt.

Yanow onderscheidt vervolgens drie verschijningsvormen van symbolen: taal, objecten en handelingen. Deze verschijningsvormen zijn de potentiële dragers van de betekenis die mensen er aan geven. Deze betekenis is echter open voor interpretatie: vanwege het abstracte niveau is betekenis moeilijk expliciet te maken. Betekenis wordt daarom stilzwijgend toegekend aan de hand van de symbolische verschijningsvormen taal, objecten en handelingen.

Aan de hand van deze symbolen kan dus de betekenis worden vastgesteld die vanuit verschillende niveaus aan beleid wordt toegekend. Binnen dit onderzoek kan taal dienen om de beleidsintenties en interviews mee te analyseren, terwijl objecten en handelingen - ondersteunend aan Weick's concept van betekenisgeving uit de vorige paragraaf - gebruikt worden om de interviews met informanten mee te analyseren.

### **5.2.1 Taal**

Beleidstaal wordt vaak gekenmerkt door ambiguïteit: het is op meerdere manieren uit te leggen. Vanuit het perspectief van degene die het beleid moet implementeren kan dit voor problemen zorgen: omdat het op meerdere manieren interpreteerbaar is, is het de vraag wat precies de intentie is van het beleid. Daarmee is het ook de vraag op welke acties er ingezet moeten worden om beleidsdoelen te realiseren. Yanow (1996) stelt echter dat beleidstaal zonder ambiguïteit niet realistisch is. Vaak is het zelfs noodzakelijk om een zekere mate van vaagheid te behouden, omdat er anders geen overeenstemming bereikt kan worden. De vaagheid zorgt er dan voor dat het beleid op verschillende manieren uit te leggen is en dus voor verschillende partijen acceptabel is. Ambiguïteit wordt hierbij dus strategisch ingezet. Ambiguïteit in beleidstaal wordt ook veroorzaakt door het proces voorafgaand aan de implementatie van beleid. De betekenissen die in het proces van agendavorming en beleidsvorming aan bod komen, zijn uiteindelijk zichtbaar in de taal van het beleid. Beleidstaal is hiermee het symbool van de verschillende betekenissen geworden, een 'contested meaning' in de termen van Parker (2000). Een derde reden waarom ambiguïteit per definitie onderdeel is van beleidstaal is het meerstemmige karakter van taal. Omdat woorden meerdere betekenissen hebben, zijn zij ook op meerdere manieren te interpreteren en dus ambigu. Dit leidt ertoe dat het onmogelijk is om op een eenduidige manier vast te leggen op welke manier de implementatie van beleid plaats moet vinden. Op het in hoofdstuk 2 geschetste beleid zal dus dieper ingegaan worden in de analyse.

### **5.2.2 Objecten**

Objecten zijn fysieke artefacten zoals gebouwen en kleding. Door middel van objecten kunnen organisaties betekenissen uitdragen: de uiterlijke kenmerken van een gebouw kunnen symbolisch zijn voor de werkwijze van de organisatie die binnen het gebouw werkzaam is. Yanow (1996) maakt hierbij onderscheid tussen 'substantive symbolism' en 'enacted symbolism'. Substantive symbolism dient alleen om betekenissen over te dragen, zoals bijvoorbeeld het gebruik van duur interieur om te laten zien dat geld geen rol speelt. Enacted symbolism dient daarentegen om nieuwe betekenissen te genereren. Door middel van objecten communiceert een organisatie dus met intern en extern publiek.



Deze communicatie is zeer contextspecifiek, een bepaald object kan in Nederland iets anders symboliseren dan in Indonesië. De objecten zijn hiermee uitingen van betekenissen die aan beleid toegekend worden. Op basis van objecten kan dus vastgesteld worden welke betekenissen men binnen die organisatie geeft aan beleid.

Objecten die binnen dit onderzoek centraal staan zijn sportkantines. Tijdens observaties zijn foto's gemaakt van objecten in deze kantines, zoals een koeling waarin broodjes worden gepresenteerd of uitingen van sponsors. De meest relevante foto's worden gebruikt in de analyse.

### 5.2.3 Handelingen

Taal en objecten beïnvloeden elkaar en reageren op elkaar. Dit gebeurt op basis van menselijke handelingen. Mensen communiceren met elkaar over informatie die door middel van taal en objecten op hen afkomt. Deze communicatie is zowel verbaal als non-verbaal, zoals reeds gebleken bij de zeven kenmerken van betekenisgeving van Weick (1995). De handelingen zijn hiermee ook uitingen van betekenis. Deze betekenissen zijn echter zelden expliciet: handelingen moeten gezien worden als symbolen van betekenis. Yanow (1996) concludeert hier dat collectieve handelingen dan de betekenis symboliseren die een organisatie er aan toekent. Deze collectieve handelingen zijn gedefinieerd als rituelen, mythes, 'verboden goals' en stiltes.

Rituelen zijn gereguleerde acties op groepsniveau die herhaald worden. Mythes zijn verhalen die worden gecreëerd en geloofd door een groep mensen, die dienen als verlengde van een puzzel uit de individuele realiteit. Stiltes - onderwerpen die verzwegen worden - verdienen net zo veel aandacht als onderwerpen waar wel aandacht aan besteed wordt. Het besluit om ergens niks over te zeggen, komt immers ook voort uit aannames en impliciet toegekende normen. 'Verboden goals' zijn doelen die niet expliciet gemaakt kunnen worden omdat er niet genoeg sociale consensus is om ze publiek bekend te maken.

Binnen dit onderzoek zal tijdens de interviews met informanten gelet worden op beschrijvingen van handelingen die met het aanbod in de kantine of gezondheid te maken hebben. Hierbij kan gedacht worden aan bepaalde rituelen of mythes waaraan door informanten gerefereerd wordt.

De symbolische manier waarop taal, objecten en handelingen betekenissen representeren leidt ertoe dat zij niet eenduidig geïnterpreteerd worden. Hierdoor ontstaat een verschil (een kloof) tussen bedoelde betekenissen (*intended meanings*) en geïnterpreteerde betekenissen (*interpreted meanings*). Deze kloof heeft gevolgen voor de implementatie van beleid ('de praktijk van een plan'): degene die beleid moet implementeren geeft hier op zijn eigen manier betekenis aan en handelt hier naar. Dat betekent dat niet meer gehandeld wordt op basis van het plan, maar op basis de betekenis die hieraan wordt toegekend door de implementator. Als deze betekenis niet overeenkomt met de betekenis die daar vanuit beleidsniveau bij bedoeld is, ontstaat er dus een kloof: de kloof tussen plan en praktijk. Voor een succesvolle beleidsimplementatie is een zekere consensus in betekenisgeving tussen de verschillende niveaus cruciaal. Met het interpretatieve analysekader zoals die in dit hoofdstuk gepresenteerd is, is het mogelijk om deze betekenisgeving in beeld te brengen. Betekenissen vanuit beleidsniveau op basis van de taal in beleidsdocumenten, betekenissen vanuit de sportvereniging op basis van Weick's kenmerken van betekenisgeving en een analyse van objecten en handelingen die naar voren komen uit de observaties en interviews.

In het volgende hoofdstuk zal een overzicht gegeven worden van de data die verzameld zijn door middel van de observaties en interviews in de sportvereniging. Hierbij ligt de nadruk op uitspraken die kenmerken van betekenisgeving bevatten en op objecten als dragers van betekenis. In hoofdstuk 7 zullen deze resultaten vervolgens geïnterpreteerd worden op basis van dit analysekader.

## 6 Het perspectief van de sportvereniging

In dit hoofdstuk worden de resultaten weergegeven van de observaties en interviews die plaatsgevonden hebben bij de 10 sportverenigingen. Zoals eerder toegelicht zijn deze sportverenigingen afkomstig uit verschillende takken van sport. Voetbal is het sterkst vertegenwoordigd, gevolgd door hockey. Ook tennis werd bij meerdere verenigingen beoefend.

Het presenteren van de resultaten wordt gedaan op basis van het analysekader. Dit houdt in dat de gepresenteerde resultaten (uitspraken en foto's) wijzen op taal, objecten of handelingen als dragers van betekenis.

In dit hoofdstuk zal eerst het 'doorsnee aanbod in de sportkantine' beschreven worden (paragraaf 6.1). Op basis hiervan zal dieper ingegaan worden op de achtergronden van dit aanbod: de totstandkoming van het aanbod (paragraaf 6.2), de presentatie van het aanbod (paragraaf 6.3), de betekenis die informanten aan het aanbod en de kantine toekennen (paragraaf 6.4) en de functie die aan de vereniging toegekend wordt (paragraaf 6.5). Daarna zal in paragraaf 6.6 de betekenis die aan gezondheid wordt toegekend beschreven worden. In paragraaf 6.7 wordt vervolgens een link gelegd tussen gezondheid en het aanbod, waarna in paragraaf 6.8 praktische zaken aan bod komen, met speciale aandacht voor de rol van vrijwilligers. Tot slot wordt nog een kort resumé gegeven (paragraaf 6.9).

### 6.1 Het huidige aanbod in sportkantines

In dit onderzoek wordt het aanbod in de sportvereniging gezien als drager van betekenis. Het aanbod is een object wat een bepaalde betekenis representeert. Daarom is gedurende de observaties bij alle verenigingen een foto gemaakt van de prijslijst. Er blijken veel overeenkomsten te zijn in het aanbod van de onderzochte verenigingen. Uit het brede scala van eten en drinken komt een aantal producten naar voren dat in acht of meer kantines verkocht wordt: 'het doorsnee aanbod in de sportkantine' (zie figuur 8).

<b><u>Drinken</u></b>	<b><u>Eten</u></b>
<b>Koffie</b>	<b>Patat</b>
<b>Thee</b>	<b>(Broodje) kroket</b>
<b>Vruchtensap</b>	<b>(Broodje) frikadel</b>
<b>Sportdrink</b>	<b>(Broodje) gehaktbal</b>
<b>Frisdrink</b>	<b>Bittergarnituur</b>
<b>Bier</b>	<b>Tosti</b>
<b>Speciaal bier</b>	<b>Saus</b>
<b>Wijn</b>	<b>Snoep</b>
	<b>Chips</b>
	<b>Candybars</b>

Figuur 8: Het doorsnee aanbod in de sportkantine

Om tot dit doorsnee aanbod te kunnen komen was het noodzakelijk om een aantal producten te rubriceren. Dit geldt bij het drinken voor vruchtensap (appelsap, sinaasappelsap, tomatensap etc.), sportdrink (AA, Aquarius, Extran etc.), speciaal bier (bruinbier, witbier, rosébier etc.) en wijn (wit, rood,

rosé). Bij het eten geldt dit voor saus (ketchup, mayonaise, satésaus etc.), snoep (kauwgom, lolly's, zakje snoep etc.), chips (naturel, paprika, ribbel etc.) en candybars (Mars, Nuts, Snickers etc.).

Geen enkele vereniging biedt uitsluitend het doorsnee aanbod aan. Bovendien zijn binnen het doorsnee aanbod variaties mogelijk door de rubricering van producten. In bijlage 3 is het totaaloverzicht opgenomen van het aanbod in alle onderzochte sportkantines. Hieruit blijkt de grote diversiteit aan producten.

Zie voor een illustratie van het aanbod in de sportkantine foto 1.

THEE DIV. SOORTEN		100		PRIJSLIJST	
KOFFIE	110	HERTOG JAN TAP	150	BROCCIE	
SPECIAL	130	PALM FLES	160	KROKET DOBBEN	150
CHOCOMEL	130	LEFFE FLES	160	FRIKANDEL	130
		HOEGAARDEN WIT	160	KAAS	120
		HJ SEIZOENBIER	150	BAL	160
		LIPTONICE LIGHT	130	GEZOND	150
		AA DRINK	150		
		AQUARIUS	150	PATAT ZONDER	130
COLA	100	WIJNEN	150	EXTRA SAUS	20
COLA LIGHT		PORT-SHERRY-	150	CUP A SOUP	100
RIVELLA LIGHT		MARTINI	150		
SINAS		JONGE JENEVER	150	TOSTI	120
CASSIS		BESSEN	150	BITTERBAL 75cl	150
TONIC		VIEUX	150	BITTERCARN	550
SPA ROOD		OUDE	150	KROKET DOBBEN	120
BITTER LEMON		BACARDI	180	FRIKANDEL	100
APPELSAP	120	WHISKEY	180		
APPELSIENTJE	120	COGNAC	225		
TOMATENSAP	120	AMARETTO	200		

Foto 1: De prijslijst in de kantine van een tennisvereniging met 800 leden (Smink, 2011)

## 6.2 Totstandkoming van het aanbod

In ieder interview is gevraagd naar de manier waarop het huidige aanbod in de kantine tot stand is gekomen. Er zijn drie factoren die hier een rol bij spelen: de historie van het aanbod, sponsors en leveranciers en de rol van leden.

### 6.2.1 Historie van het aanbod

Het huidige aanbod in sportkantines wordt voor een groot deel verklaard vanuit de historie. Het wordt gezien als een vaststaand gegeven. Het is al jaren hetzelfde en men ziet weinig aanleiding om daar verandering in aan te brengen. Op de vraag hoe het huidige aanbod tot stand is gekomen stelt een verenigingsmanager:

*"Het huidige aanbod is eigenlijk meer een... nou ja, goed... vloeit voort uit de jaren... Nou ja, gewoon uit traditie. Simpel. Het huidige aanbod is gewoon... eigenlijk nog niks anders dan wat het ooit geweest is volgens mij."* (Omni, 1.200 leden, eigen beheer)

Ook twee bestuursleden met kantinezaken in de portefeuille geven een vergelijkbaar antwoord:

*"(...) er is gewoon altijd een aanbod geweest en dat is gewoon standaard zo gebleven."* (Tafeltennis, 170 leden, eigen beheer)

*“Ja... het is gewinning, dus het valt je niet meer op. Even heel simpel gezegd. Je bent het al zo lang gewend, je weet niet beter.”* (Korfbal, 400 leden, eigen beheer)

Er zijn wel nuanceverschillen merkbaar tussen de verenigingen met de kantine in eigen beheer en de verenigingen met commercieel geëxploiteerde kantines. Bij commercieel geëxploiteerde kantines lijkt het aanbod minder vast te staan op basis van het verleden. Een pachter zegt:

*“Er staan ook op de lijst nu een aantal producten die niet lopen, daar heb je gewoon geen vraag naar. Wat dat betreft verandert het redelijk snel.”* (Hockey, 1.600 leden, commercieel)

### **6.2.2 Sponsoren en leveranciers**

Tijdens interviews is de vraag gesteld welke factoren ervaren worden die van buitenaf invloed uitoefenen op het aanbod in de kantine. Sponsoren en leveranciers blijken altijd wel een bepaalde rol te spelen. Hun invloed kan ver gaan: leveranciers zijn bereid om bij te dragen aan bijvoorbeeld de bouw van de bar, keuken of koeling. Een bestuurslid van een tafeltennisvereniging en de pachter van een omnivereniging zeggen hierover:

*“Dat is dan of je weggaat bij Heineken. Maar dat is niet mogelijk om weg te gaan bij Heineken, vanwege dat je een contract hebt vanwege het aanleggen van de bar.”* (Tafeltennis, 170 leden, eigen beheer)

*“Bij ons is deels het assortiment bepaald door de Heineken. Want Heineken die heeft een overeenkomst met (naam vereniging). Gewoon een sponsorcontract. Daarin staat dat wij een bepaald assortiment moeten voeren. Zoals Heineken bier en frisdrank moeten we van Vrumona afnemen.”* (Omni, 4.500 leden, commercieel)

Het gaat hierbij niet alleen om de leverancier van dranken. Ook andere sponsoren kunnen een doorslaggevende stem hebben in het aanbod in de kantine. Een bestuurslid van een voetbalvereniging zegt:

*“Om toch... we hebben het jarenlang afgehouden. Maar om toch aan de vraag van patat te gaan voldoen. (...) Want we hebben hier een oude sponsor gehad, dat was een snackbar. En die had toen in de tijd een contract hier met een sponsorbord. En die heeft dat toen afgehouden. (...) Maar dan ga je al ietsje verder. Het assortiment wat wij hebben is deels ook wel ingegeven door bijvoorbeeld sponsors.”* (Voetbal, 500 leden, eigen beheer)

Vaak is de leverancier hiermee ook sponsor. Er worden contracten afgesloten die voor beiden voordelen opleveren. De leverancier verzekert zich van een bepaalde afzet, de vereniging bedingt korting en wordt in materiële zin tegemoet gekomen. Vertegenwoordigers spelen hier een rol in. Op de vraag hoe een bepaald product een kantine binnen komt, antwoordt de beheerder van een rugbyvereniging:

*“Je krijgt zo'n vertegenwoordiger ooit is binnen. En AA is van Raak, het oude Raak. (...) En ja, die doen ook dingen voor ons... (...) Bidons leveren ze, we zijn bezig met een bord aan de kant.”* (Rugby, 250 leden, eigen beheer)

### **6.2.3 De rol van leden**

Ook leden spelen een bepaalde rol bij het tot stand komen van het assortiment. Op de vraag welke rol leden spelen bij het al dan niet aanbieden van producten komen de volgende antwoorden:

*“Ik vind... als ik dat zou willen doen, dan moet het dus vanuit mensen zelf komen. En ze zijn hier mondig genoeg om dingen te vragen. En als er vraag naar is dan wil ik het proberen.”* (Rugby, 250 leden, eigen beheer)

*“Het is eigenlijk allemaal... hè, zoals het gaat dan is het prima en als we horen van hé, dat kan anders, dan gebeurt dat ook wel denk ik. (...) Maar blijkbaar mist men het niet als het er niet is, want er wordt dus niet expliciet om gevraagd.” (Tafeltennis, 170 leden, eigen beheer)*

*“Als iets... want ze hebben ook een snack van de maand, maar dat hebben eigenlijk leden zelf die hebben dat aangedragen. Van is het misschien wel iets leuk om een keer zoiets te doen?” (Voetbal, 800 leden, eigen beheer)*

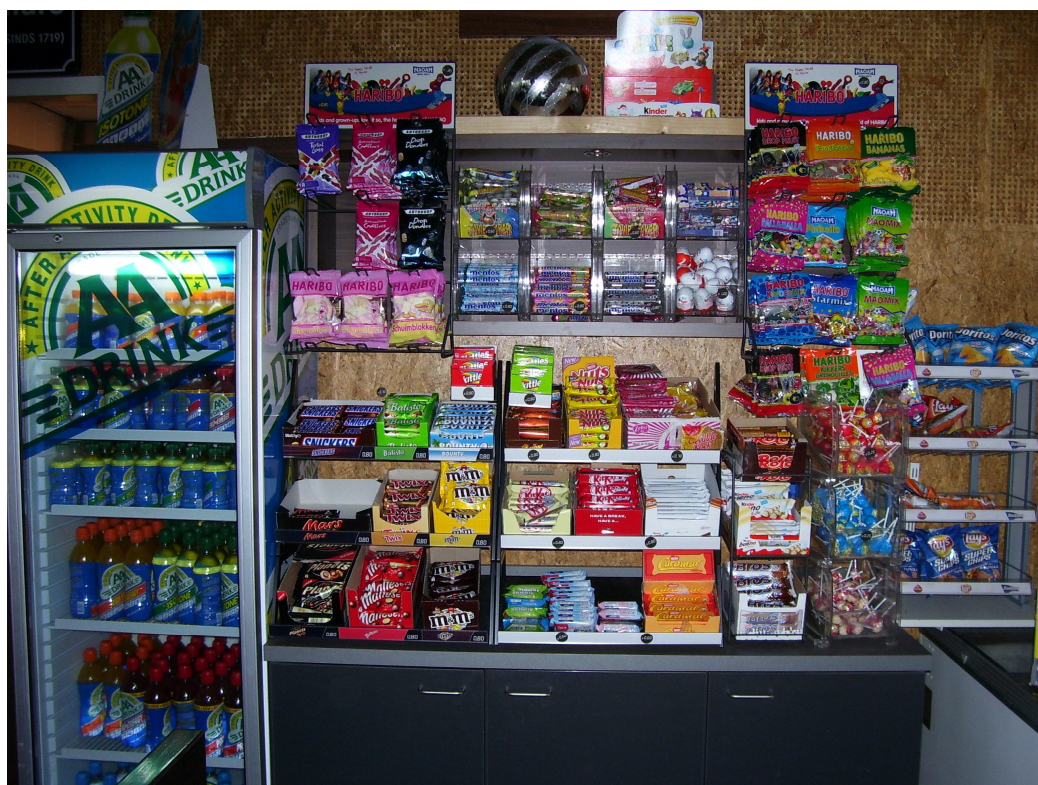
De rol van leden wordt door pachters van commercieel geëxploiteerde kantines op een vergelijkbare manier omschreven:

*“Ja... de mensen vragen natuurlijk ook wel is wat aan je. En ja, dan ga je er natuurlijk ook over nadenken om dat in te brengen. Of dat financieel haalbaar is.” (Hockey, 1.600 leden, commercieel)*

*“Nee, ehm... Ja, als gasten dan een speciaal broodje willen, dan kijken we... vaak nemen we het dan wel even op. En dan kijken we hoe het loopt. En dan blijft het of niet.” (Omni, 4.500 leden, commercieel)*

### 6.3 De presentatie van het aanbod

Uit de observaties bleek dat producten die op de prijslijst staan, vaak ook zichtbaar gepresenteerd worden. Dit geldt alleen niet voor producten die in de keuken bereid moeten worden. Hiervoor was in de helft van de gevallen een aparte 'snackcorner' of 'eethoek' ingericht.



**Foto 2: De presentatie van het aanbod in de kantine van een hockeyvereniging met 1.500 leden (Smink, 2011)**

In de interviews is vaak ook een verband tussen de verkoop en de presentatie van producten. De kern van dit verband is de redenatie dat actieve promotie van producten leidt tot een grotere afzet. Op de vraag of producten actief gepromoot worden stelt men het volgende:

*“En dan zie je ook dat er eigenlijk niet helemaal genoeg wordt doorgepakt op promotie. Dus dan... waar je eigenlijk moet zeggen van... we gaan... als je daar de kantine binnen komt, dan hangen de lijsten met... met... een groot bord, met alles wat je verkoopt op de deur, bij wijze van spreken. Dat mag je veel meer laten zien. Er hangt een tv-scherm waar je dat zou kunnen laten tonen.” (Omni, 1.200 leden, eigen beheer)*

*“Als mensen lopen te eten dan verkoop je. Dat is heel raar maar het is zo. (...) Als je verkoopt of als mensen het eten dan krijg je vraag. Zoals die balletjes gehakt die ik heb, die zijn wat duurder als de normale balletjes gehakt. Maar die zijn heel lekker. Komen uit de jus. Zo gauw mensen er één eten: goh, dat is lekker. Dan heb je vraag. En je verkoopt zo 20, 25 broodjes bal.” (Rugby, 250 leden, eigen beheer)*

*“Op het moment dat jij één bord hebt waar één product op wordt aangeboden, hebben de mensen geen keuze. En die denken van het is of lekker of niet lekker. Als ze zeggen het is niet lekker, gaan ze automatisch terug naar het oude. Op het moment dat ze zeggen hé dat is lekker, zeggen ze meteen doe maar. Dus het heeft met het aanbod te maken van hoe laat je het zien, hoe promoot je het.” (Korfbal, 400 leden, eigen beheer)*

Toch betekent het erkennen van een verband tussen promotie en afzet niet dat er ook meteen actief werk van gemaakt wordt van promotie. Dit lijkt alleen voorbehouden aan de commercieel geëxploiteerde kantines, zo blijkt uit de antwoorden van pachters:

*“We gaan nu ook van die voorgedrukte posters af. We gaan gewoon van die borden gebruiken, dan kan je het elke keer weer aanpassen.” (Hockey, 1.600 leden, commercieel)*

*“Nee... we proberen nu gewoon een beetje het te promoten door... we hebben nu een wijnflyer gemaakt. Dat je... Dan kan je makkelijk zien wat voor wijnen we hebben, en bij wat voor eten het past. Een beetje de smaak, staat er allemaal op. Op die wijnwaaier staat welke druif het is, naar wat het smaakt, wat voor vaten het heeft gelegen. Van de mensen... denken we dat ze dat interessant vinden en eerder wijn bestellen.” (Omni, 4.500 leden, commercieel)*

Bij verenigingen met de kantine in eigen beheer gebeurt het promoten van producten vooral op basis van promotiemateriaal wat door de leveranciers wordt aangeleverd. Zo antwoordt een bestuurslid van een korfbalvereniging op de vraag waar de AA-promotie in hun kantine vandaan komt:

*“AA hebben we eigenlijk altijd al gehad. Ja, en never change a winning team zeggen ze wel is. Want het heeft geen zin gehad om dat te wijzigen. En ze hebben nu inderdaad een – sinds een week of drie – een nieuwe variant. Nou, die wordt door middel van wat foldertjes en dergelijke wordt dat inderdaad gepromoot.” (Korfbal, 400 leden, eigen beheer)*

## **6.4 Betekenisgeving aan de kantine en het aanbod**

In de vorige paragrafen is het aanbod in de sportkantines beschreven, waarna dieper is ingegaan op de totstandkoming en de presentatie er van. Dit is noodzakelijk voordat er dieper ingegaan kan worden op de manier waarop er over het aanbod gedacht wordt: welke betekenis wordt er aan gegeven door de informanten? Omdat het aanbod onderdeel is van de kantine, zal eerst ingegaan worden op betekenissen die aan de kantine worden gegeven.

### **6.4.1 De huiskamer van de vereniging**

De kantine is het ontmoetingspunt van de vereniging. Buiten de trainingen en wedstrijden om ontmoet men elkaar hier. Hier wordt veel waarde aan gehecht, zo blijkt uit de antwoorden op de vraag wat de functie van de kantine is:

*"het is bij wijze van spreken de huiskamer van de vereniging. Alle leden die wij hebben - in mijn ogen - moeten zich daar thuis voelen. En dat zet je... dat doe je door een bepaalde sfeer neer te zetten."* (Omni, 1.200 leden, eigen beheer)

*"Je ziet overal zie je families, van ouders tot aan kinderen. Man en vrouw, dat maakt niet uit. Dus je wilt ook dat beetje dat familiegevoel weer creëren. Nou ja, met een schitterende accommodatie is het natuurlijk mooi om dat ook in de kantine naar voren te laten komen."* (Korfbal, 400 leden, eigen beheer)

*"En het is natuurlijk ook een stukje... het sociaal gebeuren eromheen. Dat de mensen toch... want als je hier op zondagavond nog komt, of tenminste, ik weet niet of het nu nog is, maar in ieder geval op zaterdagavond, dan zit het hok helemaal vol. En ja, dat is toch een bepaalde gezelligheid die er uitstraalt. Een stukje sociaal."* (Tennis, 800 leden, eigen beheer)



Foto 3: De kantine als huiskamer van de vereniging bij een rugbyvereniging met 250 leden (Smink, 2011)

#### **6.4.2 Ze eten je arm en ze drinken je rijk**

De functie van de kantine wordt vooral gezien als een sociaal ontmoetingspunt waar leden graag komen. Dit komt ook naar voren bij de betekenissen die aan het aanbod worden toegekend. De beheerder van een rugbyvereniging verwoordt dit zo:

*"Hè, het is puur een stukje service naar de mensen toe. Het mag geen geld kosten, maar we hoeven er ook niet echt schatrijk van te worden. Dus je neemt je marge dat je een beetje moet hebben, die neem je erop en dat is alles."* (Rugby, 250 leden, eigen beheer)

Uit bovenstaande quote blijkt echter al dat financiële overwegingen ook een rol spelen. Als gevraagd wordt naar de functie van het aanbod in de kantine dan geven bestuursleden de volgende antwoorden:

*"De baromzet is natuurlijk een wezenlijk onderdeel van de totale exploitatie. Dus ik vind ook dat je daar niet te lichtzinnig mee om moet gaan."* (Tennis, 800 leden, eigen beheer)

*Anders dan vraag die er is... je kijkt ook een beetje naar je marge. Daar probeer je ook wat te halen. Wat*

*ik net al zei, als je ergens heel weinig marge op hebt zou je dat niet zo gauw doen.* (Voetbal, 500 leden, eigen beheer)

*Het is een sportvereniging dus... het maximale hoeft je er niet uit te halen. Want het is gewoon eigenlijk het idee van je hebt sport en je kunt hier wat eten. Dus het maximale hoeft je er niet uit te halen, maar het minimale zeker niet. Er moet natuurlijk wel wat overblijven voor de vereniging zelf.* (Voetbal, 800 leden, eigen beheer)

Er wordt bij de financiële overwegingen wel onderscheid gemaakt tussen dranken en voeding. Men stelt dat verenigingen de winst op hun producten vooral pakken op drinken, terwijl er op eten geen winst gemaakt wordt. Opvallende uitspraken in dit verband komen van een bestuurslid en een verenigingsmanager:

*"Maar het spreekwoord is: ze eten je arm en ze drinken je rijk."* (Tennis, 800 leden, eigen beheer)

*"(...) ik hoorde bijvoorbeeld, het sportbestuurderscongres van vorig jaar, hoorde ik de toenmalige voorzitter van (naam vereniging), hoorde ik zeggen: onze vereniging drijft op bier."* (Omni, 1.200 leden, eigen beheer)

Los van het onderscheid tussen dranken en voeding, is het bij de betekenis die aan het aanbod wordt toegekend relevant om onderscheid te maken tussen kantines in eigen beheer en commercieel geëxploiteerde kantines. Pachtters van commercieel geëxploiteerde kantines wijzen enerzijds op een bepaald winst oogmerk, maar anderzijds ook op de specifieke setting van de sportvereniging:

*"Nou, dat je niet drieëneenhalve euro voor een glas wijn vraagt zoals als je in (plaatsnaam) op een terrasje gaat zitten. Maar wel sportkantineconform. En er moet natuurlijk gewoon geld verdiend worden, klaar. Ik moet mijn salaris, mijn loonbelasting en weet ik veel wat er ook van betalen. Dus ja, daar hebben we gewoon rekening mee te houden."* (Hockey, 1.600 leden, commercieel)

*"Ja, gewoon op basis van de inkoop. En dan de winstmarge die we erop willen hebben. Overigens, dat is alleen met broodjes zo die we verkopen. De verkoopprijzen van de dranken dat is in onderling overleg met de club. Omdat je toch een sportvereniging bent en ja, niet de prijzen als in de stad wil hanteren. Je hebt ook wel wat minder kosten. Zodoende komen we op deze prijzen die we nu hebben."* (Omni, 4.500 leden, commercieel)

## **6.5 De functie van de vereniging**

Aan de sportvereniging kent men vooral een sociale functie toe, zo blijkt uit de reacties op de vraag wat de functie van een sportvereniging is. Naast een sociale functie wordt 'plezier' als belangrijke factor gezien. Sporten of bewegen moet op een plezierige manier plaats kunnen vinden en de sportvereniging dient dit te organiseren:

*"Ik zie... ja, een ontmoetingsplek. En toch even je energie kwijt hè. Tenminste, ja... eerst even lekker sporten. En daarna gewoon even lekker met je vrienden, teamgenoten, nog even lekker een biertje drinken. Even bijkletsen, ja."* (Omni, 4.500 leden, commercieel)

*"Ja, het is meerledig denk ik hè. Je hebt een sociale functie, een maatschappelijke functie. Maar het belangrijkste is natuurlijk dat je hier met zijn allen met die sport bezig bent. En dat je daardoor ook met zijn allen een binding hebt."* (Voetbal, 500 leden, eigen beheer)

*"Sportvereniging... ja, dat is een binding natuurlijk. Dat is al heel erg belangrijk. Maar ook net als wat B vertelt, mensen moeten er plezier in hebben. Ook al is het bewegen dan dat ze hebben, dat wordt*



*natuurlijk ook wel gestimuleerd, de beweging die ze erbij hebben.”(Voetbal, 800 leden, eigen beheer)*

Enkele beheerders en bestuursleden noemen ook nog een opvoedkundige rol:

*A: “Het ontwikkelen van een kind.”*

*B: “Het groeiproces.”*

*A: “Ja. En een teamsport dat ze om leren gaan met verlies en winst en omgaan met anderen. Het teamgebeuren. Teamsport. Sociaal gebeuren.” (Omni, 350 leden, eigen beheer)*

*“Nou, dat je jongeren toch – en trouwens, niet alleen jongeren maar ook voor ouderen – dat je die toch voor een gedeelte een uitlaatklep kan geven. En dat je sociaal met elkaar omgaat. En dat je... en sportief met elkaar omgaat. Dat je mensen ook wat bij brengt, zeg maar, waar ze in hun eigen leven naast het sporten, dat ze daar ook iets aan hebben. (...) Maar voornamelijk toch wel plezier maken. Iemand moet het leuk vinden om te doen, die moet er plezier in hebben.” (Korfbal, 400 leden, eigen beheer)*

Eén pachter ziet de functie van de sportvereniging nog op een andere manier en erkent dit ook zelf:

*“Ik denk dat dat in één woord te vangen is - dan ben ik trouwens wel gelijk de uitzondering die de regel bevestigt: gezond bezig zijn met je lichaam. En dan heb je de hele lading.” (Hockey, 1.600 leden, commercieel)*

## **6.6 Betekenisgeving aan gezondheid**

Hoewel gezondheid slechts door één informant uit zichzelf werd genoemd als functie van een sportvereniging, is er tijdens ieder interview dieper op ingegaan. Iedereen is gevraagd naar een definitie van gezondheid. Vrijwel iedereen noemde ‘bewegen’ als onderdeel van gezondheid. Naast bewegen heeft ook eten en drinken grote invloed op gezondheid. Hierbij wordt verondersteld dat vooral de mate waarin geconsumeerd wordt bepalend is. Daarnaast worden zaken genoemd die niet onder gezond vallen, zoals roken en het drinken van alcohol. Zie de volgende uitspraken:

*“Bewegen. Een beetje op je eten letten, een beetje op je drinken letten en een beetje op je roken letten.” (Rugby, 250 leden, eigen beheer)*

*“Nou ja, even om het heel breed te houden dan: alles met mate. Alles met mate. Niet te veel eten, niet te veel drinken, ook niet teveel van een bepaald product. (...) Ja, wat versta je onder gezondheid? Dat betekent gewoon heel regelmatig sporten, dat betekent letten op je voeding. Dat je niet te vaak te vet eet. En als je vet eet dat het dan – om het maar even populair weer te noemen – gezonde vetten zijn. Ja, dat versta ik onder gezondheid.” (Korfbal, 400 leden, eigen beheer)*

*Ja, dat is niet roken en niet drinken en vers fruit en groente eten... en... maar ja, goed... Als we al die dingetjes moeten volgen die er in de Schijf van Vijf zitten... Wat hoeven we dagelijks, dan zullen we wel heel gezond zijn, denk ik. En als we dan ook nog op de juiste manier en hoeveelheid ook nog beweging... erbij bewegen, ja dan denk ik wel... ja... wie zal het zeggen? (Voetbal, 800 leden, eigen beheer)*

*“Ik bedoel... ik denk dat het afhangt van de mate, hoeveelheid waarin je het consumeert. Dat iets gezond of ongezond is.” (Voetbal, 500 leden, eigen beheer)*

Een enkeling noemt - naast lichamelijke aspecten als eten, drinken en bewegen - ook nog een geestelijke component. De beheerder van een voetbalvereniging:

*“Ja, ik denk van... Gezondheid is natuurlijk hartstikke belangrijk en je moet er ook wel zeker rekening mee houden. Maar ja, je moet ook gelukkig zijn. Dat vind ik toch ook wel heel belangrijk. Ook al ben je*

*dan iets dikker of beweeg je iets minder, als het allemaal medisch nog verantwoord is dan is het wel goed, denk ik dan. Dan mag je best wel is een keer een vette hap hebben of mag je best wel is een keer een sigaretje pakken of... Maar het moet wel medisch verantwoord blijven.”* (Voetbal, 800 leden, eigen beheer)

In relatie tot het onderwerp van dit onderzoek, is in ieder interview ook gevraagd naar producten die zij ‘gezond’ en ‘ongezond’ vinden. Hiermee wordt hun gezondheidsdefinitie expliciet vertaald naar producten die hierop aansluiten. Dit leverde een aantal interessante inzichten op. Er is grote consensus over groente en fruit als gezonde producten. Dit komt vooral doordat dit ‘vers’ is en dat wordt beschouwd als gezond. Dat heeft de consequentie dat een enkeling ook een hamburger of tosti als ‘gezond’ zien, terwijl deze mening niet door anderen gedeeld wordt. Over sauzen is iedereen het wel eens: dit is ongezond. De volgende uitspraken geven inzicht in de producten die als gezond en ongezond beschouwd worden:

*“En als je een broodje gezond maakt dan moet er een zootje mayonaise weet ik wat op. Nou, dan is het niet meer gezond. Want dat gebeurt gewoon, laten we eerlijk zijn.”* (Rugby, 250 leden, eigen beheer)

*“Je groente. Je fruit. Sla, komkommer, tomaat en dat soort zaken. Dat versta ik onder gezond eten zeg maar.”* (Korfbal, 400 leden, eigen beheer)

*“Nou ja, gezond is... frituur vind ik gezien niet gezond. Vooral de sauzen wat we erbij gooien. Maar de broodjes bal bijvoorbeeld, ja daar zit verder geen vetstoffen of suikers toegevoegd. Dat is gewoon puur natuur. Ja, de tosti's zijn ook best gezond, want daar zit ook verder geen toegevoegde waarde. Ja, dat soort dingen. Wel ook heel veel Italiaanse bollen, gezond... daar is verder geen extra vet bij gezet zeg maar. Alleen sla, komkommer, tomaat, kaas, of geen kaas... ham, en dat soort dingen.”* (Hockey, 1.600 leden, commercieel)

A: *“Ja. Nou ja, alles is vers. Als ik broodjes gezond maak – dat doe ik dan altijd met de competitie, 's morgens – alles is vers, wat daar tussen en op komt.”* (...)

B: *“Je kan natuurlijk een broodje frikadel ook gezond noemen.”*

A: *“Als je daar behoefte aan hebt...”*

B: *“Ja, als je er ui bij doet heb je een hele gezonde groente erbij, haha.”* (Tennis, 800 leden, eigen beheer)



Foto 4: Vers belegde broodjes bij een omnivereniging met 4.500 leden (Smink, 2011)

## 6.7 Gezondheid en het aanbod in de sportkantine

Bij sportverenigingen met de kantine in eigen beheer vinden informanten het aanbod van eten en drinken over het algemeen niet voldoen aan hun definitie van gezondheid. Zo stelt een voormalig barmedewerker van een omnivereniging:

*“De belangrijkste gezonde zaken vind je hier niet terug. Uiteraard. Broodjes gezond, maar bijvoorbeeld... bananen, appeltjes, fruit zeg maar. Nou ja, vertel maar waar ik dat hier kan krijgen.”* (Omni, 1.200 leden, eigen beheer)

Bij sportverenigingen met een commercieel geëxploiteerde kantine ligt dit anders, hier is meer aandacht voor de verkoop van gezonde producten. Een pachter verklaart dit als volgt:

*“Nou ja, dat is toch iets van deze tijd. En ja, de mensen die willen het ook graag. Dus daar moet je wel op inspelen.”* (Omni, 4.500 leden, commercieel)

In bijlage 3 is ook zichtbaar dat het assortiment van deze verenigingen veel uitgebreider is.

Vanuit verenigingen met de kantine in eigen beheer worden ook vraagtekens gesteld bij de noodzaak van een gezond aanbod in de kantine. Als er wordt gesproken over initiatieven om een gezonder aanbod in sportkantines te stimuleren zeggen twee beheerders en een bestuurslid:

*“Wat is gezondheid... heeft dit met een vereniging te maken... ik moet gewoon voor mijn eigen zorgen, maar... is dat in een kantine zo belangrijk eigenlijk?”* (Omni, 350 leden, eigen beheer)

*“Nou, ik denk niet dat de vereniging geschikt is om daar een gezonder assortiment van te maken.”* (Tafeltennis, 170 leden, eigen beheer)

*“En op het moment dat je mensen gaat wijzen op bepaalde... nou ja, noem het bij overgewicht of iets in die richting, dan ga je natuurlijk wel heel erg belerend worden. Hè, en dat... een stukje opvoeden doe je wel, maar dat doe je meer in het sociale aspect, dat doe je meer in het sportieve aspect als dat je dat doet met gezondheid zeg maar. Je geeft wel mee dat regelmatig sporten belangrijk is, maar qua voeding wordt daar nog niet heel erg naar gekeken hier.” (Korfbal, 400 leden, eigen beheer)*

Men draagt ook verklaringen aan voor het ontbreken van een gezond aanbod in de sportkantine. Dit komt vooral voort uit de functie van de sportvereniging: die functie is meer sociaal dan opvoedkundig. De beheerder van een rugbyvereniging:

*“En dat is eigenlijk een beetje... ja, zoals ik het dus zie bij een club. Het gaat om de gezelligheid, het gaat om de sociale contacten. En daar wordt dus niet echt naar gezond eten gekeken.” (Rugby, 250 leden, eigen beheer)*

Ook wordt gewezen op het karakter van een vereniging. Dit blijkt uit uitspraken van een verenigingsmanager en een hoofd inkoop:

*“Kijk, kijk... een vereniging is een vereniging. Dat is niet voor niks een vereniging. Dat is ontstaan uit jarenlange... hè... combinaties van bepaalde mensen die hier omgang met elkaar hebben. Langs de lijn van sport. Hè, en wat je ziet is dat je ehm... ja... op het moment dat je dingen gaat veranderen, dan loop je iemands winkel binnen. Dan neem je iemands winkel over. Dat gevoel heerst dan heel erg.” (Omni, 1.200 leden, eigen beheer)*

*“Nee, maar voor kinderen is het toch ook leuk om een dagje... zo'n zaterdag, de hele zaterdag op stap te zijn en een toernooitje te spelen. En dan ja, dan is het ook leuk om een patatje te eten. Want waarschijnlijk krijg je dat thuis niet.” (Tafeltennis, 170 leden, eigen beheer)*

Ondanks deze factoren blijken verenigingen wel mogelijkheden te zien voor een gezonder aanbod in sportkantines. Bij het beantwoorden van de vraag op welke manier gezondheid dat wel via de sportverenigingen uitgedragen kan worden zeggen twee bestuursleden:

*“In het kader van de ongezonde dikke jeugd van tegenwoordig, en de toekomst met veel dikke mensen met suikerziekte. Ja, voorlichting op scholen. Maar voorlichting op sportverenigingen kan natuurlijk ook.” (Tafeltennis, 170 leden, eigen beheer)*

*“Je kan heel veel sport doen, en sport propageren omdat het goed is voor de volksgezondheid en voor de leden die je als club hebt. En dat is ook belangrijk. Maar als je daar niet aan koppelt dat het ook belangrijk is om ook een gezonde leefstijl voor te staan, dan ben je een beetje water aan het dragen naar de zee, heb ik het idee. In ieder geval doe je jezelf vreselijk tekort denk ik.” (Omni, 1.200 leden, eigen beheer)*

Het onderwerp blijft echter discutabel. Vanuit zowel commercieel geëxploiteerde kantines als uit kantines in eigen beheer worden vraagtekens geplaatst. Een pachter en een bestuurslid:

*“Dat originele eerste blikje Red Bull zaten vier, vijf kopjes koffie aan cafeïne in. En dat... dat willen ze gewoon niet. Maar ja, dat is net zo hypocriet waarbij sportverenigingen als wat de discussies nu gaan beginnen. Vanuit de KNHB zijn ze nu bezig met het terugdringen van het alcoholgebruik. Maar aan de andere kant: ik denk dat geen hockeyvereniging niet gesponsord wordt door een brouwerij.” (Hockey, 1.600 leden, commercieel)*

*“Hè, dus dat is een beetje ook het dilemma waar je als ministerie van VWS voor zit, waar je als grote NOC\*NSF koepel voor zit, waar je als KNVB voor zit... Hè, aan de ene k... bij de KNVB is het helemaal een*

*spagaat en NOC\*NSF... van dat Amstel en Heineken aan de ene kant hoofdsponsor zijn, en aan de andere kant dat je wil dat de cultuur gezonder wordt.” (Omni, 1.200 leden, eigen beheer)*

## **6.8 Praktische problemen en de rol van de vrijwilliger**

Informanten benoemen een aantal praktische factoren die van invloed zijn op wat er aangeboden wordt in de kantine. Het gaat hier bijvoorbeeld om het bewaren van producten en regels met betrekking tot de hygiëne. Daarnaast speelt de vrijwilliger (bij verenigingen met de kantine in eigen beheer) een bepalende rol.

### **6.8.1 Versheid, hygiëne en afzet**

Versheid van producten wordt in vrijwel ieder interview genoemd als een beslissende factor wat betreft de keuze voor een product. Versproducten brengen een beperkte houdbaarheid met zich mee en hierin zien verenigingen een risico. De afzet is daarvoor te laag en concentreert zich vooral op één wedstrijddag per week. Illustratief zijn de volgende uitspraken als gevraagd wordt naar beperkingen bij de keuze voor producten:

*“Stel dat je een broodje gezond gaat doen, met kaas en sla en tomaat en weet ik veel wat. Dat zou hier alleen maar bederven, omdat er te weinig afname is... Dus het moet gewoon uit de vriezer komen. Alles wat niet uit de vriezer komt dat is... dat gaat hier gewoon... moet dan bedorven weggegooid worden. Denk ik.” (Tafeltennis, 170 leden, eigen beheer)*

*“Nou ja, dat heeft ook met je bewaarmogelijkheid te maken zeg maar. Nou is een pot erwtensoep niet helemaal een goed voorbeeld omdat je dat natuurlijk prima in kan vriezen... Maar we hebben voorheen hebben we ook broodjes gezond gehad. Maar goed, als je daar de ingrediënten voor hebt en het gaat niet op op een zaterdag, dan kan je het eigenlijk weggooien. Want de week daarop is het niet meer goed. En dat is één van de dingen... hè, onze keuken is feitelijk alleen maar op de zaterdag open. Dat we op de wedstrijddagen open zijn. Dus daarin zit ook al iets dat je rekening moet houden met... ja, alles wat je niet verkoopt moet je weggooien. Dat is alleen maar zonde geld natuurlijk.” (Korfbal, 400 leden, eigen beheer)*

*“Je moet eerst 4/5<sup>e</sup> verkopen wil je aan je winst komen. Dat is in zo'n kleine gemeenschap toch moeilijk.” (Tennis, 800 leden, eigen beheer)*

Naast de houdbaarheid van de producten, vreest men bij het gebruik van verse producten ook de regels op het gebied van hygiëne. De angst is dat er aan allerlei regels voldaan moet worden, voordat dergelijke producten verkocht mogen worden. Twee bestuursleden:

*“Dat zouden we kunnen doen, maar dan ben je weer heel afhankelijk van normen van de hygiëne die je allemaal moet hebben. En dan zit je weer aan zoveel dingen vast. Dan zeg ik: ja... (...) Dan moet je met een heleboel dingen moet je gaan werken, dus dan hoeven ze niet - zoals dat ze nu staan - met blote handen in die keuken. Dat hoeft je dan echt niet meer te gaan doen. Dan moet je echt met handschoenen gaan werken.” (Voetbal, 500 leden, eigen beheer)*

*“Maar goed, het is en blijft een sportvereniging, waar het moeilijk is om iedereen scherp te houden op hygiëne.” (Tafeltennis, 170 leden, eigen beheer)*

Ook bij verenigingen met een commercieel geëxploiteerde kantine wordt dit erkend. Hier wordt het echter niet als probleem gezien. Een pachter zegt:

*“En ook gewoon heel simpel: de producten. Hè, zoals ik net al zei, met de t.h.t.-datums en dat soort zaken. Dat je gewoon sanitair en HCCP-technisch goed bezig bent. En ik weet zeker dat in kantines met*

*vrijwilligers nog wel is met handen en voeten getreden wordt.*" (Hockey, 1.600 leden, commercieel)

### 6.8.2 Afhankelijkheid van vrijwilligers

Verenigingen met een kantine in eigen beheer zijn wat betreft de mensen achter de bar aangewezen op vrijwilligers. Hoewel er geen structureel tekort aan vrijwilligers ervaren wordt, blijken er toch grenzen aan de beschikbaarheid over vrijwilligers te zitten. Bij een vraag over de rol van vrijwilligers in relatie tot het aanbod zeggen een beheerder en een bestuurslid:

*"Ik heb er ook geen personeel voor. Dan heb je twee mensen nodig: eentje voor in de keuken en eentje voor achter de bar. En dat kunnen we niet draaiende houden."* (Omni, 350 leden, eigen beheer)

*"Het is hoofdzakelijk ook gewoon de tijd die daar mee gemoeid is."* (Tennis, 800 leden, eigen beheer)

Een verenigingsmanager draagt wel een oplossing aan voor dit probleem:

*"En wat we met hockey nou hebben afgesproken hè... hockeyers zijn dus verplicht om bardiensten te draaien. Dus ouders van jeugdspelers en seniorenteams. We hebben gewoon gezegd: elk team moet vier vaste vrijwilligers gaan leveren die dan de bardienst draaien. Nou, effectief betekent dat dat je dan misschien drie keer een bardienst in een seizoen draait, of vier keer."* (Omni, 1.200 leden, eigen beheer)

Naast de beschikbaarheid blijkt ook de veranderingsbereidheid van vrijwilligers sportverenigingen parten te spelen. Men stelt dat het moeilijk is om in een vrijwilligersorganisatie verandering door te voeren. In meerdere interviews wordt dit erkend als het gaat over eventuele verandering van het aanbod:

*"En... maar hetzelfde geldt voor een broodje gezond, weet je. Dan denken ze... ja, dat is een minuscule aanpassing op het huidige assortiment. Ja, daar wordt zoveel weerstand tegen geboden. 'Ja dat wordt helemaal niet verkocht, en dat is lastig, en we hebben de tijd niet... en we hebben een te kleine ruimte...' Allemaal smoezen - in mijn ogen - om het maar niet te hoeven doen."*

(...)

*"Nu heb ik het gevoel: het is mijn woord tegen het... tegen het woord van... van de barcommissie. En daar krijg je langzaam dingen gedaan. Een pinautomaat is er nu. Nou, dat was ook een wereld van... daar ging ook een rel van hier tot Tokio. En een broodje gezond, precies hetzelfde."* (Omni, 1.200 leden, eigen beheer)

*"Ik bedoel, het is allemaal gestoeld op vrijwilligerswerk en dat maakt het lastig om grote switches... of switches te maken."* (Tafeltennis, 170 leden, eigen beheer)

*"Vrijwilligers zijn toch wat anders dan mensen die vanuit hun werk ermee bezig zijn."* (Voetbal, 500 leden, eigen beheer)

### 6.9 Resumé

Het mag duidelijk zijn dat er een groot aantal invloeden zijn die een rol spelen bij het tot stand komen van het aanbod in een sportkantine. Het aanbod wordt gezien als een relatief vaste inkomstenbron, zonder dat er 'de hoofdprijs' voor gevraagd hoeft te worden. Over gezondheid wordt bij het bepalen van het aanbod amper nagedacht. Dit komt enerzijds door praktische problemen (zoals het bewaren van producten en de afhankelijkheid van vrijwilligers), anderzijds zien verenigingen het ook niet direct als hun verantwoordelijkheid. Verenigingen erkennen dan ook een kloof tussen hun definitie van gezondheid (en gezonde producten) en het aanbod in hun kantine. Bij verenigingen met de kantine in eigen beheer is deze kloof overigens groter dan bij verenigingen met een commercieel geëxploiteerde kantine.

Om meer grip te krijgen op de kloof tussen de praktijk in de sportkantine en de landelijke beleidsintenties zullen de resultaten uit dit hoofdstuk nu geanalyseerd worden aan de hand van de kenmerken van betekenisgeving van Weick (1995) en symbolen als dragers van betekenis van Yanow (1996).

## 7 Analyse

In dit hoofdstuk worden de resultaten geanalyseerd aan de hand van het analysekader waarin betekenisgeving (Weick, 1995) en symbolen als dragers van betekenis (Yanow, 1996) centraal staan. Daarbij zal eerst dieper ingegaan worden op de betekenissen die de informanten toekennen aan gezondheid (paragraaf 7.1.1) en het aanbod in de sportkantine (paragraaf 7.1.2). Vervolgens wordt dieper ingegaan op de theoretische kloof tussen beleid en praktijk, die in beeld wordt gebracht met behulp van taal, objecten en handelingen (paragraaf 7.2).

### 7.1 Sociaal en met mate

In deze paragraaf worden uitspraken van informanten gebruikt om betekenissen die aan gezondheid (paragraaf 7.1.1) en het aanbod (paragraaf 7.1.2) gegeven worden te analyseren. Vanuit het interpretatieve perspectief van dit onderzoek is het hierbij niet het doel om generaliseerbare uitkomsten te produceren, maar is het de bedoeling om een juiste weergave te presenteren van de betekenissen die informanten in dit onderzoek geven aan gezondheid en het aanbod in de sportkantine. Het moet worden gezien als hun waarheid op dat moment.

#### 7.1.1 Alles met mate

Onder de informanten in de sportvereniging heerst een zekere consensus over de betekenis die zij toekennen aan gezondheid. Zij definiëren gezondheid vooral als met mate bewegen, eten en drinken. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de volgende citaten:

*“Nou ja, even om het heel breed te houden dan: alles met mate. Alles met mate. Niet te veel eten, niet te veel drinken, ook niet teveel van een bepaald product. (...) Ja, wat versta je onder gezondheid? Dat betekent gewoon heel regelmatig sporten, dat betekent letten op je voeding. Dat je niet te vaak te vet eet. En als je vet eet dat het dan – om het maar even populair weer te noemen – gezonde vetten zijn. Ja, dat versta ik onder gezondheid.”* (Korfbal, 400 leden, eigen beheer)

*“(...) ik denk dat het afhangt van de mate, hoeveelheid waarin je het consumeert. Dat iets gezond of ongezond is.”* (Voetbal, 500 leden, eigen beheer)

In de literatuurstudie is geconstateerd dat het heersende discours uitgaat van gezondheid als resultaat van twee componenten: een meetbare fysieke component en een mentale component die moeilijk meetbaar is. De betekenissen die door informanten aan gezondheid worden toegekend hebben vooral betrekking op de fysieke component. Bewegen, eten en drinken heeft hier allemaal mee te maken. De mentale component werd slechts door één van de informanten genoemd, in termen van ‘gelukkig zijn’:

*“Ja, ik denk van... Gezondheid is natuurlijk hartstikke belangrijk en je moet er ook wel zeker rekening mee houden. Maar ja, je moet ook gelukkig zijn. Dat vind ik toch ook wel heel belangrijk. Ook al ben je dan iets dikker of beweeg je iets minder, als het allemaal medisch nog verantwoord is dan is het wel goed, denk ik dan. Dan mag je best wel is een keer een vette hap hebben of mag je best wel is een keer een sigaretje pakken of... Maar het moet wel medisch verantwoord blijven.”* (Voetbal, 800 leden, eigen beheer)

Vanuit het interpretatieve perspectief dat binnen dit onderzoek gehanteerd wordt is het echter niet de bedoeling om de praktijk te toetsen aan de hand van de theorie. Theorie voorziet vooral in relevante concepten. In dit geval gaat het om gezondheid. Zoals gesteld door Evans (2003) is dit een sterk contextgebonden begrip. Gezien de specifieke setting van de sportvereniging in combinatie met het onderwerp van dit onderzoek, is het daardoor goed mogelijk dat informanten eerder geneigd waren gezondheid te definiëren in termen van bewegen, eten en drinken. Dit sluit bovendien aan bij de kenmerken van betekenisgeving die Weick (1995) onderscheidt. Eén van de kenmerken is *enactive of*



*sensible environments*. Dit houdt in dat betekenisgeving gebeurt in interactie met de omgeving. De interviews in dit onderzoek vonden allemaal plaats in de kantine van de desbetreffende sportvereniging. Dit heeft gevolgen voor de betekenis die wordt toegekend: binnen deze setting is het heel logisch om gezondheid te definiëren in termen van beweging en consumptiegedrag. Als de interviews waren afgenomen bij bijvoorbeeld sportpsychologen, is het aannemelijk dat er een andere betekenis aan het begrip gezondheid toegekend zou worden. Met bijvoorbeeld meer aandacht voor de mentale component. De betekenis die door informanten wordt toegekend is echter wel hun waarheid op dat moment. Dit kenmerk hangt sterk samen met een ander kenmerk van Weick (1995): *grounded in identity construction*. Betekenisgeving komt voort uit de identiteitsconstructie van de betekenisgever. Deze identiteitsconstructie is situationeel en dat betekent dat informanten binnen dit onderzoek geantwoord hebben vanuit hun rol binnen de sportvereniging. Hun rol als besluitvormer over het aanbod. Vanuit deze identiteit hebben zij gezondheid gedefinieerd. Ook dit kan een verklaring zijn voor de focus op bewegen, eten en drinken als fysieke component en de minimale aandacht voor de mentale component.

Naast gezondheid is de informanten gevraagd naar gezonde producten. Welke producten zien zij als gezond? En als ongezond? De volgende uitspraken geven hier inzicht in:

*“Je groente. Je fruit. Sla, komkommer, tomaat en dat soort zaken. Dat versta ik onder gezond eten zeg maar.”* (Korfbal, 400 leden, eigen beheer)

*“Nou ja, gezond is... frituur vind ik gezien niet gezond. Vooral de sauzen wat we erbij gooien. Maar de broodjes bal bijvoorbeeld, ja daar zit verder geen vetstoffen of suikers toegevoegd. Dat is gewoon puur natuur. Ja, de tosti's zijn ook best gezond, want daar zit ook verder geen toegevoegde waarde. Ja, dat soort dingen. Wel ook heel veel Italiaanse bollen, gezond... daar is verder geen extra vet bij gezet zeg maar. Alleen sla, komkommer, tomaat, kaas, of geen kaas... ham, en dat soort dingen.”* (Hockey, 1.600 leden, commercieel)

In termen van Weick (1995) kunnen gezonde en ongezonde producten worden gezien als *cues*: kleine uitingen van betekenisgeving die wijzen op een grotere, dieper liggende betekenis. Uit bovenstaande uitspraken blijkt dat groente, fruit en versproducten als gezond worden genoemd. Snacks en sauzen vindt men over het algemeen ongezond. Kijkend naar het doorsnee aanbod in de sportkantine, dan lijkt het heersende beeld van sportkantines terecht: er worden vooral ongezonde dingen aangeboden.

De informanten erkennen ook dat er een kloof is tussen de betekenis die zij aan gezondheid geven en het aanbod zoals dat nu in sportkantines is (het doorsnee aanbod). Hierbij moet echter wel onderscheid gemaakt worden tussen commercieel geëxploiteerde kantines en kantines in eigen beheer. Commercieel geëxploiteerde kantines bieden in principe ook het doorsnee aanbod aan, maar verkopen daarnaast meer producten die als 'gezond' worden beschouwd (versgeperste jus d'orange, salade en vers gebakken broodjes). Bij kantines in eigen beheer is dit vrijwel niet het geval. In het verlengde hiervan ligt de vraag welke betekenis informanten eigenlijk aan het aanbod in de kantine toekennen. Wat is de functie ervan? In de volgende paragraaf zal hier dieper op ingegaan worden.

### **7.1.2 Sociale functie met financieel randje**

Uit de resultaten blijkt dat sportkantines worden gezien als de huiskamer van de vereniging. Het aanbod van eten en drinken in deze kantine dient dit beeld te ondersteunen: mensen moeten zich thuis voelen en het aanbod is hier onderdeel van. Daarnaast is het een vaste inkomstenbron voor de vereniging. Dit betekent dat de prijzen 'sportkantineconform' moeten zijn, wat in de ogen van informanten in ieder geval minder is dan in de horeca. Enigszins opvallend is dat dit geldt voor zowel kantines in eigen beheer als commercieel geëxploiteerde kantines. Een diepere, ideologische gedachte zit er echter niet achter het aanbod in de sportkantine, zo is gebleken uit de observaties en interviews. De volgende uitspraak is illustratief:

*"Hè, het is puur een stukje service naar de mensen toe. Het mag geen geld kosten, maar we hoeven er ook niet echt schatrijk van te worden. Dus je neemt je marge dat je een beetje moet hebben, die neem je erop en dat is alles."* (Rugby, 250 leden, eigen beheer)

Ook het tot stand komen van deze betekenis kan geanalyseerd worden op basis van de kenmerken van Weick (1995). Zo kenmerkt bovenstaande uitspraak zich doordat die *social* is: betekenisgeving is nooit individueel omdat wat een persoon doet altijd afhankelijk is van anderen. Dat blijkt uit deze uitspraak doordat de betekenis die de beheerder van de rugbyvereniging toekent gebaseerd is op de betekenis die andere mensen aan het aanbod toekennen. Zijn betekenis is daarmee een reflectie van de betekenissen van iedereen die in die kantine komt: het is een 'contested meaning' in de zin van Parker (2000). De betekenis die door de beheerder aan het aanbod wordt gegeven is het resultaat van een machtsstrijd tussen de verschillende betekenissen die er door bezoekers van de kantine aan gegeven worden. Het gevolg hiervan is, dat wanneer een verandering in betekenisgeving wordt beoogd, ook de betekenissen die andere mensen aan (in dit geval) het aanbod geven, moeten veranderen. De sociale betekenis die aan het aanbod wordt toegekend komt dus ook op een sociale manier (in interactie) tot stand.

Daarnaast kan de uitspraak 'het mag geen geld kosten, maar we hoeven er ook niet echt schatrijk van te worden', gezien worden als *cue*. Het is een uiting van een dieper liggende betekenis. Het aanbod wordt gezien als een 'stukje service' en verenigingen hoeven er niet 'schatrijk' van te worden. Bij vrijwel alle verenigingen klonk deze boodschap door. De dieper liggende betekenis zit in de zekere financiële functie die middels deze uitspraak aan het aanbod wordt toegekend. Er wordt gerekend op bepaalde inkomsten en dit speelt een rol bij de prijsbepaling:

*"De baromzet is natuurlijk een wezenlijk onderdeel van de totale exploitatie. Dus ik vind ook dat je daar niet te lichtzinnig mee om moet gaan."* (Tennis, 800 leden, eigen beheer)

*Anders dan vraag die er is... je kijkt ook een beetje naar je marge. Daar probeer je ook wat te halen. Wat ik net al zei, als je ergens heel weinig marge op hebt zou je dat niet zo gauw doen.* (Voetbal, 500 leden, eigen beheer)

Wat er aangeboden wordt en welke prijs daarvoor gevraagd wordt, komt dus voort uit interactie met de omgeving. Dit kan zowel de nabije omgeving van de vereniging zijn (de mensen die in de kantine komen) als de omgeving die wat verder van de vereniging af staat. Betekenisgeving is *enacted of sensible environments*. In de gesprekken over prijsbepaling komt dit tot uiting in de volgende uitspraak:

*"Nou, dat je niet drieëneenhalve euro voor een glas wijn vraagt zoals als je in (plaatsnaam) op een terrasje gaat zitten. Maar wel sportkantineconform. En er moet natuurlijk gewoon geld verdiend worden, klaar. Ik moet mijn salaris, mijn loonbelasting en weet ik veel wat er ook van betalen. Dus ja, daar hebben we gewoon rekening mee te houden."* (Hockey, 1.600 leden, commercieel)

Het aanbod in sportkantines heeft dus een sociale functie en een financiële functie. De analyse van de betekenis die aan het aanbod wordt toegekend laat zien dat de financiële functie ook beïnvloed wordt door de sociale functie. Als de sociale functie niet zou bestaan, zouden de prijzen hoger zijn. De functie van de kantine en het aanbod staat dit echter niet toe en dat weerhoudt informanten ervan hogere prijzen te hanteren. In zekere zin is de financiële functie van het aanbod dus ondergeschikt aan de sociale functie.

Uit voorgaande is duidelijk geworden welke betekenissen informanten binnen de sportvereniging toekennen aan gezondheid en het aanbod in de kantine. Daarvoor werd al duidelijk waar beleidsintenties om een gezond aanbod in sportkantines te stimuleren vandaan komen. Informanten binnen sportverenigingen erkennen ook dat het aanbod in hun kantine niet voldoet aan hun definitie

van gezondheid. En toch is er een kloof tussen beleid en praktijk. In de volgende paragraaf zal deze kloof geanalyseerd worden aan de hand van de symbolen van Yanow (1996).

## 7.2 De kloof in beeld

Zoals reeds toegelicht in het analysekader, ziet Yanow (1996) symbolen als potentiële dragers van betekenis. Deze symbolen zijn taal, objecten en handelingen. Taal als symbool wijst hierbij op uitspraken in beleidsteksten. Een kloof tussen plan en praktijk komt bijvoorbeeld tot uitdrukking in ambiguïteit in beleidstaal. Objecten zijn fysieke artefacten zoals gebouwen en kleding. Ook objecten zijn dragers van betekenis. Interessante objecten binnen dit onderzoek zijn bijvoorbeeld reclameuitingen van sponsors, die bij vrijwel iedere sportvereniging zijn opgemerkt en gefotografeerd. Het derde symbool als drager van betekenis bestaat uit handelingen. Door analyse van deze symbolen zal in deze paragraaf de kloof tussen beleidsintenties en de lokale sportpraktijk diepgaander onderzocht worden.

### 7.2.1 Gezonde ambiguïteit

Yanow (1996) gebruikt taal als symbool om betekenissen van beleidsteksten af te leiden. Hierbij wordt gesteld dat beleidstaal ambigu is: het kan verschillende betekenissen hebben. Dit kan leiden tot een kloof in betekenisgeving tussen de intended (bedoelde) en interpreted (geïnterpreteerde) betekenissen.

Binnen dit onderzoek is het daarom relevant om de aanleiding van het onderzoek nader te bekijken: *"Het stimuleren van een aanbod voedingsmiddelen in sportkantines dat past in een gezond voedingspatroon"* (Convenant Gezond Gewicht, 2010). Deze uitspraak is afkomstig uit het Plan van Aanpak van de Werkgroep Consument & Vrije Tijd. De ambiguïteit ervan zit vooral in het één na laatste woord: 'gezond'. Want wat is gezond? Zoals bleek uit de literatuurstudie is een begrip als 'gezondheid' zeer lastig te definiëren. Volgens Yanow (1996) hoeft dit geen probleem te zijn: het is vaak zelfs noodzakelijk om een zekere mate van vaagheid te behouden. Daarmee is beleid op meerdere manieren uit te leggen en wordt het strategisch gebruikt. Wat 'gezond' of een 'gezond voedingspatroon' inhoudt wordt in het Plan van Aanpak ook niet verder uitgewerkt. Gezien de veronderstelde gevoeligheid van het onderwerp en de afhankelijkheid van de vrijwillige organisatie die de sportvereniging is lijkt dit verstandig. De intended meanings blijven hiermee enigszins vaag. Het is duidelijk dat men vanuit het Convenant Gezond Gewicht een gezonder aanbod in sportkantines wil stimuleren, maar wat dit gezonde aanbod exact inhoudt blijft vaag.

Om inzicht te kunnen krijgen in een eventuele kloof tussen beleid en praktijk is het ook noodzakelijk om de interpreted meanings te belichten. Welke betekenissen geven informanten aan gezondheid en gezonde producten? Zoals in de vorige paragraaf beschreven lijkt er onder informanten een zekere mate van consensus te zijn. Gezondheid is met mate bewegen, eten en drinken en qua producten gaat het dan om versproducten, groente en fruit. Er werd echter ook gesteld dat een frikadel speciaal met ui erbij gezond was vanwege de toegevoegde ui. Dat is immers 'groente'. Bovendien bleek een van de informanten van mening dat een keer een snack in de sportkantine niet zoveel kwaad kan en dat gezondheid vooral gaat om je 'gelukkig voelen'. Deze discussie laat zien dat het nagenoeg onmogelijk is om te komen tot een formulering die aan de ene kant door iedereen geaccepteerd wordt en aan de andere kant geheel afgebakend is. Met betrekking tot de kloof tussen beleid en praktijk betekent dit dat - op het moment dat daadwerkelijk specifieke 'gezonde' producten benoemd gaan worden - rekening gehouden moet worden met de betekenissen die hier vanuit sportverenigingen aan toegekend worden. Om recht te doen aan de verschillen in interpreted meanings, moet daarbij tevens ruimte gelaten worden voor een verschil in betekenis per sportvereniging. De vraag hierbij is echter of de sportvereniging als geheel gezien moet worden. Uit het resultatenhoofdstuk bleek immers al dat er verschillende factoren zijn die ook een rol spelen bij het tot stand komen van het aanbod, zoals leveranciers en leden. In de volgende paragraaf zal hier dieper op ingegaan worden.

### 7.2.2 De leverancier gesnapt

Informanten erkennen een kloof tussen hun definitie van gezondheid en het aanbod in de onderzochte kantines. Daarmee wordt de kloof tussen de praktijk en de beleidsintenties om sportkantines gezonder te maken dus ook vanuit de praktijk erkend. Naast taal stelt Yanow (1996) dat objecten en handelingen betekenissen kunnen symboliseren die ten grondslag liggen aan deze kloof. Binnen dit onderzoek kan bijvoorbeeld de presentatie van het aanbod of reclame voor bepaalde producten een betekenis communiceren.

Een interessante foto in dit verband is foto 5. De objecten op deze foto laten zien dat leveranciers van producten niet alleen hun producten via de kantine verkopen, maar dat zij deze ook actief promoten. De foto symboliseert hiermee de innige relatie tussen vereniging en leverancier. Uit de interviews bleek dat sportverenigingen over het algemeen een sterke band hebben met de leveranciers van hun aanbod. Leveranciers geven korting bij een bepaalde afname en kunnen producten op zeer korte termijn (binnen een dag) aanleveren. Het maken van afspraken met één bepaalde leverancier heeft echter wel consequenties: verenigingen zijn gebonden aan de keuze die de leverancier hen biedt. Eén van de informanten verwoordt dit als volgt:

*“Bij ons is deels het assortiment bepaald door de Heineken. Want Heineken die heeft een overeenkomst met (naam vereniging). Gewoon een sponsorcontract. Daarin staat dat wij een bepaald assortiment moeten voeren.”* (Omni, 4.500 leden, commercieel)

Deze afhankelijkheid heeft vervolgens zijn weerslag op het aanbod in de kantine. Een contract met Heineken betekent dat alleen merken en producten worden verkocht die Heineken aan verenigingen aanbiedt. Het Heineken bord op de foto is hier een stilzwijgende uiting van. In termen van Yanow (1996) is er hier sprake van ‘substantive symbolism’, waarbij het doel van een symbool zich beperkt tot het overdragen van betekenissen. In dit geval gaat de betekenis echter verder dan slechts het promoten van het merk Heineken: de dieper liggende betekenis van het symbool houdt in dat het aanbod in deze kantine afhankelijk is van hetgeen Heineken de verenigingen aanbiedt.



Foto 5: Sponsoruitingen als symbool van afhankelijkheid (Smink, 2011)

De AA-reclame op de foto kan op een vergelijkbare manier worden geïnterpreteerd. Het verschil met Heineken is echter dat AA ook daadwerkelijk gerichte reclame maakt door middel van flyers. In deze flyers staan de voordelen van verschillende AA-dranken. Op die manier probeert AA de consumenten binnen de sportkantine te beïnvloeden en de verkoop van haar producten te stimuleren. In termen van Yanow (1996) is hier sprake van 'enacted symbolism'. Hierbij worden objecten gebruikt om nieuwe betekenissen te genereren en dat is het geval bij AA. Door aan de verschillende soorten AA eigenschappen toe te kennen en deze actief te communiceren met (potentiële) consumenten, worden deze uitgedaagd om hier betekenis aan toe te kennen.

Ook hier is de vraag wat dit nu zegt over de kloof. Naar aanleiding van foto 5 is inzichtelijk gemaakt dat sportverenigingen bij het bepalen van hun aanbod sterk afhankelijk zijn van de leveranciers van dit aanbod (die in sommige gevallen ook sponsor zijn). Deze leveranciers gebruiken de sportvereniging ook als middel om direct contact te maken met de consument, zoals in het geval van AA. Daarmee wordt getracht nieuwe betekenissen te genereren bij consumenten in de sportkantine. In termen van een kloof tussen beleidsintenties en praktijk, zal dus gezorgd moeten worden dat de betekenissen die in de sportkantine aan objecten gegeven worden, in lijn zijn met de beleidsintenties. Op basis van de gezondheidsdefinitie van de informanten uit de vorige paragraaf betekent dat bijvoorbeeld dat een vers broodje (dat als gezond wordt beschouwd) gepresenteerd moet worden op basis van enacted symbolism: men moet geprikkeld worden er een gezonde betekenis aan toe te kennen.

### **7.2.3 De mythe van het broodje gezond**

Naast afhankelijkheid van leveranciers en sponsoren spelen vrijwilligers en leden een rol bij het tot stand komen van het aanbod in een kantine. Uit de interviews kwamen typerende handelingen naar voren om dit mee te symboliseren. Ook handelingen zijn immers impliciete dragers van betekenis (Yanow, 1996). Een ritueel, mythe, verboden goal of stilte kan een dieper liggende betekenis representeren.

De eerste handeling is - in termen van Yanow (1996) - een mythe die de afhankelijkheid van vrijwilligers symboliseert. Zoals in het analysekader toegelicht is een mythe een door een groep mensen gecreëerd en geloofd verhaal dat dient als verlengde van de individuele puzzel van de realiteit. Binnen deze mythe gaat het om een verhaal dat door een groep mensen (de barcommissie en de verenigingsmanager) is gecreëerd en voor de verenigingsmanager dient als zijn oplossing van de 'realiteitspuzzel'. De verenigingsmanager probeert op deze manier te verklaren waardoor de invoering van een broodje gezond is mislukt. Bij zijn vereniging is een poging gedaan om een broodje gezond te verkopen. Dit werd geen succes. Op initiatief van de verenigingsmanager werd het broodje gezond geïntroduceerd. Dit leidde tot veel weerstand, zo blijkt uit zijn uitspraken:

*"En... maar hetzelfde geldt voor een broodje gezond, weet je. Dan denken ze... ja, dat is een minuscule aanpassing op het huidige assortiment. Ja, daar wordt zoveel weerstand tegen geboden. 'Ja dat wordt helemaal niet verkocht, en dat is lastig, en we hebben de tijd niet... en we hebben een te kleine ruimte...' Allemaal smoezen - in mijn ogen - om het maar niet te hoeven doen."*

(...)

*"Nu heb ik het gevoel: het is mijn woord tegen het... tegen het woord van... van de barcommissie. En daar krijg je langzaam dingen gedaan. Een pinautomaat is er nu. Nou, dat was ook een wereld van... daar ging ook een rel van hier tot Tokio. En een broodje gezond, precies hetzelfde."* (Omni, 1.200 leden, eigen beheer)

Het broodje gezond wordt bij deze vereniging inmiddels niet meer verkocht. Er lijkt binnen deze vereniging dus sprake van een kleine groep vrijwilligers die de barcommissie vormt en het doorvoeren van veranderingen - in de ogen van de verenigingsmanager - enorm bemoeilijkt. Terwijl dit initiatieven zijn die vanuit de vereniging zelf ondernomen worden.

In termen van een kloof tussen beleid en praktijk symboliseert deze mythe de extreme afhankelijkheid van vrijwilligers. Er is in dit geval zelfs op lokaal niveau al strijd tussen de professional (de verenigingsmanager) en de vrijwilligers. Vrijwilligers voelen zich niet verplicht iets te doen wat zij niet willen. Met betrekking tot de beleidsintenties om een gezonder aanbod in sportkantines te stimuleren is dit een belangrijk gegeven, wat in lijn is met eerder genoemde constatering van Seippel (2005) en Skille (2008): bij het gebruik van sport als middel is de beleidsmaker op centraal niveau afhankelijk van de interpretatie die de uitvoerder op lokaal niveau aan het beleid geeft. Voor het al dan niet kunnen realiseren van beleidsintenties is het daarom essentieel om inzicht te hebben in de interpretaties die er op lokaal niveau gegeven worden. Met betrekking tot de sturing van maatschappelijke ontwikkelingen lijkt het daarom vanuit overheidsoogpunt verstandig om de uitvoerende organisaties actief te betrekken bij het vormgeven van beleid. In deze situatie is de uitvoerende organisatie echter de sportvereniging en niet NOC\*NSF. Voor het welslagen van beleid gaat het binnen de sport immers om de uitvoerder op lokaal niveau. Want zoals de hiervoor beschreven mythe laat zien, is de uitvoerder op lokaal niveau in staat om initiatieven te maken of te breken.

#### 7.2.4 De snack van de maand als ritueel

De tweede interessante handeling geeft meer inzicht in de rol die leden spelen bij het tot stand komen van het aanbod in de kantine. Dit ritueel werd beschreven door de beheerder van een voetbalvereniging met 800 leden. Yanow (1996) omschrijft rituelen als gereguleerde acties op groepsniveau die herhaald worden. Daar lijkt sprake van te zijn bij het bepalen van de snack van de maand (zie foto 6). Dit ritueel gaat als volgt:



*Leden zijn bij de beheerder - die ook vaak achter de bar staat - met het idee gekomen om als aanvulling op het huidige assortiment een 'snack van de maand' te introduceren. Dit is een snack die één maand als speciale actie aangeboden wordt. Als de maand om is moet er weer een nieuwe snack van de maand bedacht worden. Dit is verantwoordelijkheid van de leden die de snack van de maand bedacht hebben. Als zij nog niet naar de beheerder toegekomen zijn met een nieuw idee voor een snack van de maand, zet de beheerder op een drukke zondagavond de muziek even uit en roept door de kantine dat er nog een nieuwe snack van de maand bedacht moet worden. De aanwezigen roepen vervolgens enkele ideeën en de nieuwe snack van de maand is een feit.*

**Foto 6: Het bepalen van de snack van de maand als ritueel (Smink, 2011)**

Dergelijke rituelen zijn volgens Yanow (1996) dragers van betekenis die een kloof tussen beleid en praktijk kunnen symboliseren. Dat geldt ook voor dit ritueel. De beleidsintenties streven een gezonder aanbod in sportkantines na. Op dit moment wordt het aanbod grotendeels vastgesteld door de informanten uit dit onderzoek. De informanten hebben over het algemeen het idee dat zij precies

verkopen wat de consument wil, zo bleek uit de interviews. Daarnaast constateren zij een kloof tussen hun definitie van gezondheid en het aanbod in hun kantine. Er wordt ook erkend dat het aanbod in de kantines al tientallen jaren hetzelfde is. Voor sportverenigingen met een commercieel geëxploiteerde kantine ligt dit anders, hier heeft het aanbod een veel dynamischer karakter. Ook blijkt er in deze kantines een veel uitgebreider assortiment te zijn, met meer producten die als gezond beschouwd worden (zie bijlage 3). De vraag kan dan ook gesteld worden of verenigingen met de kantine in eigen beheer wel zo klantgericht zijn als zij zelf denken. Daarvoor biedt het ritueel van de snack van de maand uitkomst.

Dit ritueel heet 'snack van de maand'. De keuze voor het woord 'snack' impliceert een gefrituurde, snelle hap zoals een kroket, frikadel of patat. Producten die door vrijwel iedereen als ongezond worden beschouwd. Dit lijkt echter geen probleem te zijn, aangezien het leden zijn die deze ideeën aandragen. Hierbij moet wel opgemerkt worden dat het gaat om de leden die gebruik maken van deze mogelijkheid. Dit zijn waarschijnlijk de wat mondiger leden die ook veel aanwezig zijn. Het is minder aannemelijk dat ouders van jeugdspelers op dergelijke momenten bijvoorbeeld roepen dat er bananen in de kantine verkocht moeten gaan worden. De dominante leden binnen de sportvereniging lijken in eerste instantie dus geen behoefte hebben aan een gezond product, zoals ook de informanten in de interviews concluderen. Anders zou immers wel een suggestie gedaan worden voor een broodje gezond als snack van de maand.

In het kader van de stijgende maatschappelijke aandacht voor gezondheid lijkt dit opmerkelijk. Op basis van de analyse in dit hoofdstuk echter niet. Informanten erkennen een kloof tussen hun definitie van gezondheid en het aanbod in de kantine, maar dit speelt geen rol bij het bepalen van het aanbod in de kantine. Aan dit aanbod wordt vooral een sociale en financiële betekenis toegekend. Dit betekent een kloof met de landelijke beleidsintenties om het aanbod gezonder te maken, die in dit hoofdstuk verder in beeld is gebracht aan de hand van de symbolen taal, objecten en handelingen. Daaruit blijkt dat niet zozeer de ambiguïteit in beleidstaal een probleem is, maar dat vooral de afhankelijkheid van leveranciers, dominante leden en vrijwilligers doorslaggevend is.

Tot nu toe is echter nog geen onderscheid gemaakt tussen verenigingen met de kantine in eigen beheer en verenigingen met een commercieel geëxploiteerde kantine. Terwijl uit de resultaten wel bleek dat er enkele nuanceverschillen zijn tussen deze verschillende organisatievormen. Tot besluit van dit hoofdstuk zal daarom ingegaan worden op de verschillen tussen commerciële kantines en kantines in eigen beheer.

### **7.2.5 Eigen beheer ≠ commercieel?**

Van de circa 9.000 sportkantines in Nederland (NOC\*NSF, 2010) zijn er een kleine 2.000 die commercieel geëxploiteerd worden (KHN, 2010). Van de tien verenigingen in dit onderzoek zijn er acht in eigen beheer en twee commercieel. Wat betreft de definitie van gezondheid en de daaruit volgende perceptie van de landelijke beleidsintenties, wordt in commercieel geëxploiteerde kantines niet anders gedacht dan in kantines in eigen beheer. Dit geldt in grote lijnen ook voor de betekenis die aan het aanbod gegeven: de sociale functie is primair. Dit is niet de enige overeenkomst. De invloed van leveranciers wordt bijvoorbeeld zowel in commercieel geëxploiteerde kantines als in kantines in eigen beheer ervaren. Bij beiden zijn er bindende (contractuele) afspraken met de leveranciers van producten, waardoor men gebonden is aan een bepaald assortiment. Ook wat betreft de rol van leden lijkt er weinig verschil te zijn tussen commercieel en eigen beheer. Bij de resultaten bleek al dat beiden geneigd zijn om nieuwe producten te proberen als leden daarom vragen.

Het belangrijkste verschil zit hem opnieuw in het verschil tussen vrijwilliger en professional. Kantines in eigen beheer worden gerund door vrijwilligers, commerciële kantines door professionals met betaalde krachten in dienst. Dit betekent in eerste instantie dat de mensen achter de bar betaalde krachten zijn die contractueel verplicht zijn bepaalde taken te vervullen. Dit is een wezenlijk verschil met vrijwilligers: zij kunnen zelf bepalen wat ze doen en zoals bleek bij de mythe van het broodje gezond, kan dit verstreckende gevolgen hebben. Daarnaast heeft de commerciële instelling consequenties voor het

aanbod. Eerder is al gesteld dat het aanbod bij commerciële als gezonder wordt gezien dan bij kantines in eigen beheer. Het aanbod kent ook meer diversiteit, zoals blijkt uit bijlage 3. Dit lijkt veroorzaakt te worden doordat in commercieel geëxploiteerde kantines sneller nieuwe producten geïntroduceerd worden. Bij de resultaten bleek al dat als een pachter in zijn eigen omgeving een interessant product ziet, dit product op zeer korte termijn in de kantine te koop kan zijn. Hierdoor is men in staat snel op maatschappelijke ontwikkelingen in te spelen. Terwijl bij verenigingen met een kantine in eigen beheer vrijwel alleen verandering in het aanbod zichtbaar is op het moment dat dominante leden hierop aandringen of er vanuit de leverancier een speciale aanbieding is. Dit leidt ertoe dat de toenemende aandacht voor gezondheid wel tot commerciële kantines lijkt door te dringen, maar nog niet tot kantines in eigen beheer. Waarmee de kloof tussen beleidsintenties en praktijk bij commerciële kantines kleiner is dan bij kantines in eigen beheer.

Met deze analyse is inzicht verkregen in de betekenissen die vanuit sportverenigingen worden toegekend aan gezondheid en het aanbod. Gezondheid bestaat uit het gebruiken van verse producten, groente en fruit in combinatie met beweging. Dit speelt bij het bepalen van het aanbod in de kantine geen rol. Daarbij wordt vooral stil gestaan bij de sociale functie van het aanbod, waar de financiële functie ondergeschikt aan is. Hiermee is sprake van een kloof tussen beleidsintenties en de praktijk in de sportkantine. Vervolgens is dieper ingegaan op deze kloof. Aan de hand van symbolen is geanalyseerd waar de kloof haar oorsprong vindt. Dit blijkt vooral te liggen in afhankelijkheid van leveranciers, dominante leden en vrijwilligers. Op basis van deze analyse is het mogelijk om antwoord te geven op de hoofd- en deelvragen van dit onderzoek, wat in het volgende hoofdstuk zal gebeuren.



## 8 Conclusie

In de voorgaande hoofdstukken is informatie gepresenteerd die uiteindelijk moet leiden tot datgene waar het in dit onderzoek om draait: de beantwoording van de hoofdvraag. Ter ondersteuning van deze hoofdvraag zijn in hoofdstuk 3 ook vier deelvragen gepresenteerd. Deze zullen eerst beantwoord worden, waarna antwoord wordt gegeven op de hoofdvraag. Vervolgens zullen nog enkele discussiepunten aangedragen worden die vanuit dit onderzoek naar voren zijn gekomen.

### 8.1 Beantwoording hoofd- en deelvragen

De rode draad van dit onderzoek is goed te herkennen in de vier deelvragen die moeten leiden tot de beantwoording van de hoofdvraag. Deelvraag 1 dient om de theoretische inzichten over het gebruik van sport als middel in beeld te brengen. Deelvraag 2 is gesteld om de landelijke beleidsintenties om sportkantine gezonder te maken scherp te krijgen, terwijl deelvraag 3 en 4 dienen om het perspectief van de sportvereniging in beeld te brengen. Op basis van deze deelvragen kan vervolgens bij de beantwoording van de hoofdvraag inzicht worden verkregen in de kloof tussen beleid en praktijk.

#### 1. *Welke wetenschappelijke basis is er met betrekking tot beleidsimplementatie via de sportvereniging?*

In de literatuurstudie is vastgesteld dat beleid de concretisering is van sturing op bepaalde maatschappelijke terreinen (Bovens et al., 2007). Binnen dit onderzoek is dat het stimuleren van gezondheid via de sportvereniging. De overheid spreekt intenties uit om in samenwerking met het maatschappelijk middenveld (waaronder NOC\*NSF) sportverenigingen te stimuleren een gezonder aanbod in de kantine te gaan voeren. Hiermee wordt sport ingezet als middel om gezondheid te verbeteren. Op basis van de literatuur lijkt dit gerechtvaardigd (Blair & Brodney, 1999; Bouchard et al., 1994; Dishman, 2003; Hassmén et al., 2000; Safai, 2008). Toch moeten hier kanttekeningen bij geplaatst worden, die vooral voortkomen uit de complexiteit en autonomie van de georganiseerde sport (Bourdieu, 1988; Van Bottenburg, 2007). Eén van de belangrijkste eigenschappen van de georganiseerde sport is de grote rol van vrijwilligers. De piramidale opbouw van de Nederlandse sport kenmerkt zich door een afnemende mate van professionaliteit. Op centraal, landelijk niveau (NOC\*NSF) wordt uitsluitend gewerkt met professionals. Op lokaal niveau (sportvereniging) zijn voor het grootste deel vrijwilligers actief.

Hoewel de sport zonder de bijdrage van ruim 1 miljoen vrijwilligers nooit in de huidige vorm zou kunnen bestaan, brengt dit wel beperkingen mee op het moment dat sport gebruikt wordt als middel om beleidsdoelstellingen te realiseren. Seippel (2005) stelt dat dit vooral komt door de verschillende werelden waarin de beleidsmaker (centraal niveau) en de uitvoerder (lokaal niveau) actief zijn. Bovendien voorkomt het vrijwillige karakter dat de lokale uitvoerder (de sportvereniging) vergaande verplichtingen aangaat buiten het organiseren van sport, ten opzichte van de beleidsmaker op centraal niveau (sportbonden en NOC\*NSF). Dit komt overeen met de visie van Skille (2008), die stelt dat beleidsimplementatie afhankelijk is van degenen die er daadwerkelijk uitvoering aan moeten geven. Daarnaast constateert Skille (2008) dat er op het niveau van de sportvereniging niet alleen beleid wordt geïmplementeerd, maar wordt er ook actief beleid 'gemaakt'. Iedere situatie is verschillend en vrijwilligers reageren daar op hun eigen manier op. Hierdoor vertroebelt de lijn tussen het maken van beleid en het implementeren van beleid.

Ook Enjolras & Waldahl (2007) benadrukken dat dit vooral veroorzaakt wordt door de verschillende aard van de organisaties die het beleid ontwikkelen (overheid, sportkoepels, sportbonden) en de organisaties die het beleid moeten implementeren: de sportverenigingen. Omdat bij de landelijke beleidsorganisaties professionals werkzaam zijn en bij de sportverenigingen voornamelijk vrijwilligers, ontstaat er een afhankelijkheidsrelatie waarbij de professionals voor de uitvoering van hun beleid afhankelijk worden van vrijwilligers. Dit zorgt ervoor dat de machtsbalans in het voordeel is van de vrijwilligers.

Een ander mogelijk probleem bij het gebruik van sport als middel wordt onderscheiden door Gordon & Babchuk (1959). Zij stellen dat alleen instrumentele verenigingen bereid zijn om een doel na te streven naast het organiseren van sport, in tegenstelling tot expressieve verenigingen.

Als antwoord op de eerste deelvraag kan dus gesteld worden dat sport een geschikt middel is om gezondheid mee te bevorderen, maar dat hierbij wel rekening gehouden moet worden met het specifieke karakter van sport. Dat betekent dat de afhankelijkheid van vrijwilligers niet onderschat moet worden en dat het waarschijnlijk is dat niet elke sportvereniging zich openstelt voor instrumentalisering.

2. *Welke landelijke beleidsintenties zijn er om een gezond aanbod in sportkantines te stimuleren?*

In hoofdstuk 2 zijn de landelijke beleidsintenties om een gezond aanbod in sportkantines te stimuleren beschreven. Deze vinden hun oorsprong aan het begin van de 21<sup>e</sup> eeuw. In de nota Langer Gezond Leven (VWS, 2003) werd voor het eerst gerept over het maken van afspraken met sportkantines om een gezonde keuze mogelijk te maken, op basis van gezamenlijke verantwoordelijkheid. Binnen iedere beleidsnota wordt gewezen op het belang van een lokale aanpak waarbij de gezonde keuze gemakkelijk gemaakt moet worden. Mensen worden zelf verantwoordelijk geacht voor hun keuzes en het is de taak van de overheid om ervoor te zorgen dat zij een goede keuze kunnen maken (VWS, 2011). Het initiatief waarbij de meeste aandacht aan dit onderwerp besteed wordt in het Convenant Gezond Gewicht (VWS, 2009). Dit convenant dient ook als aanleiding voor dit onderzoek en spreekt expliciet van het stimuleren van een aanbod van voedingsmiddelen in sportkantines dat past in een gezond voedingspatroon. Het gaat zelfs verder: er is een stappenplan uitgewerkt om dit doel mee na te streven. De uitvoering van dat stappenplan is in handen gelegd van NOC\*NSF en Koninklijke Horeca Nederland. Zoals bij de beantwoording van de vorige deelvraag al bleek, is er dus sprake van sturing in wisselwerking tussen overheid en maatschappelijk middenveld.

3. *Welke betekenissen geven informanten binnen de sportvereniging aan gezondheid?*

In het vorige hoofdstuk zijn de observaties en interviews geanalyseerd aan de hand van het analysekader. Daarmee zijn de betekenissen die vanuit informanten worden toegekend aan gezondheid in beeld gebracht, op basis van het concept van betekenisgeving van Weick (1995). Er bleek sprake van een bepaalde consensus over de definitie van gezondheid: gezondheid is met mate bewegen, eten en drinken. Wat betreft eten en drinken worden vooral groente, fruit en verse producten als gezond gezien. De informanten erkennen dat er een kloof is tussen hun definitie van gezondheid en het doorsnee aanbod in de sportkantines. Deze kloof lijkt bij sportverenigingen met een kantine in eigen beheer groter te zijn dan bij sportverenigingen met een commercieel geëxploiteerde kantine. Dit komt doordat informanten in commercieel geëxploiteerde kantines eerder zelf nieuwe producten introduceren dan informanten in kantines in eigen beheer.

4. *Welke betekenissen geven informanten binnen de sportvereniging aan het aanbod in de kantine?*

Naast de betekenis die door informanten aan gezondheid wordt toegekend, is in het voorgaande hoofdstuk ook de betekenisgeving aan het aanbod geanalyseerd. Hieruit bleek dat het aanbod in sportkantines sociaal geconstrueerd wordt: het is de contested meaning van de mensen die in die kantine komen. Dit resulteert in een aanbod waaraan zowel een sociale als financiële betekenis wordt toegekend. Hierbij is de financiële functie ondergeschikt aan de sociale functie. De dominantie van de sociale functie heeft tot gevolg dat het aanbod - bij verenigingen met de kantine in eigen beheer - alleen wordt aangepast als leden daarom vragen. Dit is één van de hoofdredenen van de kloof tussen beleidsintenties en praktijk, zoals in de laatste paragraaf van het vorige hoofdstuk duidelijk is geworden. Bij het beantwoorden van de hoofdvraag zal hier dieper op ingegaan worden.

*Welke betekenissen geven informanten binnen de sportvereniging aan het aanbod in de kantine en hoe verhouden deze zich tot landelijke beleidsintenties om een gezond aanbod in sportkantines te stimuleren?*

Met de beantwoording van de deelvragen is inzicht verkregen in de verschillende onderdelen die een rol spelen bij de beantwoording van de hoofdvraag. Als eerste is de wetenschappelijke basis voor beleidsimplementatie via de sportvereniging - waar in dit onderzoek sprake van is - in beeld gebracht. Vervolgens zijn de landelijke beleidsintenties om sportkantines gezonder te maken aan bod gekomen. Daarna is ingegaan op de betekenissen die door informanten in de sportvereniging worden gegeven aan respectievelijk gezondheid en het aanbod. Op basis van deze deelvragen is, in combinatie met de resultaten uit de observaties en interviews, in het analysehoofdstuk de kloof tussen beleid en praktijk in beeld gebracht. Hoe ziet deze kloof eruit? Aan de hand van de symboolmetafoor van Yanow (1996) is aangetoond dat de kloof niet zo zeer wordt veroorzaakt door ambiguïteit in de beleidsintenties. Over de definitie van gezondheid bestaat onder de informanten immers grotendeels consensus, hoewel ook enkele uitzonderingen naar voren kwamen. De kloof zit hem vooral in de afhankelijkheidsrelatie met leveranciers, vrijwilligers en leden (waarbij vrijwilligers bij commercieel geëxploiteerde kantines geen rol spelen). Sportverenigingen zijn gebonden aan de producten die de leveranciers aan hen verstrekken en of de beperkt beschikbare vrijwilliger bereid is dit te verkopen. Bovendien wordt het assortiment pas aangepast als leden daar naar vragen. Leden vragen echter niet naar gezonde producten, zo bleek uit de analyse van een ritueel bij een voetbalvereniging. Volgens informanten komt dit omdat de functie van de sportkantine ('gezelligheid') niet aansluit bij een gezond eet- en drinkpatroon. Met andere woorden: in een sportkantine draait het om gezellig met elkaar praten over het genot van een biertje en daar past een snelle, hartige hap beter bij dan een appel of stukjes komkommer. De maatschappelijke verantwoordelijkheid die aan sportverenigingen wordt toegekend, moet op het gebied van gezondheid vooral gezocht worden in termen van bewegen en niet in het aanbod in de kantine. De betekenissen die informanten binnen de sportvereniging aan het aanbod in de kantine toekennen, sluiten immers niet goed aan bij de landelijke beleidsintenties om een gezond aanbod in sportkantines te stimuleren. Hoewel er een kloof erkend wordt tussen de definitie van gezondheid en het aanbod in de sportkantine, kan deze kloof pas gedicht worden op het moment dat leden van de sportvereniging hier een belang in zien. Omdat betekenisgeving een continu proces is, lijkt dat in de toekomst niet uitgesloten. Maar vooralsnog stopt de inzet van sport als middel ter bevordering van gezondheid achter de bar.

## **8.2 Discussie**

Het gebruik van sport als middel om beleidsdoelstellingen te realiseren is een zeer wijdverbreid fenomeen dat tot aantoonbare resultaten heeft geleid. Toch bleek uit de literatuur dat het gebruik van sport als middel ook beperkingen kent. Zo stelde Skille (2008) vraagtekens bij het nastreven van (gezondheids)doelstellingen via de sportvereniging, omdat dit een sterke afhankelijkheid van de individuen op lokaal niveau tot gevolg heeft. Dit onderzoek laat zien dat daar op het gebied van een gezonder aanbod in sportkantines ook een risico ligt. Dit komt doordat het aanbod in sportkantines te zien is als symbool van contested meaning van de bezoekers in de kantine. De informanten die binnen dit onderzoek zijn geïnterviewd zijn degenen die binnen verenigingen besluiten over wat er aangeboden wordt. Bij verenigingen met de kantine in eigen beheer zullen deze informanten echter niet zomaar nieuwe producten in gaan voeren. Dit doen zij pas als hiernaar gevraagd wordt vanuit leden. En deze leden komen over het algemeen niet vragen naar producten die als gezond worden gedefinieerd. Daarmee lijkt de grens van het bevorderen van gezondheid binnen de sportvereniging op dit moment bereikt (althans, voor verenigingen met de kantine in eigen beheer). Sporten is op zichzelf al goed voor de gezondheid, maar leden - en daarmee de personen die binnen verenigingen besluiten over het aanbod - hebben na afloop van het sporten (in de kantine) weinig behoefte aan gezonde producten. Op die momenten draait het om gezelligheid, want de kantine is de huiskamer

van de vereniging. En binnen dit 'gezelligheidsdiscours' lijkt gezondheid niet te passen. In de strijd tussen gezondheid en gezelligheid is het gezelligheidsdiscours dominant. Sportverenigingen hanteren daarmee een situatiedefinitie die het Ministerie van VWS en NOC\*NSF in een lastige situatie brengt. Zij spreken intenties uit om het aanbod in sportkantines gezonder te maken, maar de organisaties die deze intenties moeten gaan uitvoeren lijken dit niet te willen. Omdat het vrijwillige organisaties zijn, zijn zij in het voordeel op de machtsbalans. VWS en NOC\*NSF zijn voor het landelijke beleid immers afhankelijk van de vrijwillige organisaties op lokaal niveau. Volgens Tennekes (1995) biedt dit de sportverenigingen de mogelijkheid om hun interpretatie met meer gezag naar voren te brengen en VWS en NOC\*NSF op die manier te dwingen tot handelen overeenkomstig hun definitie van de situatie. De machtsstrijd is dus nog lang niet ten einde, hij staat op het punt van beginnen. En zal aan de oppervlakte komen op het moment dat de beleidsintenties worden vertaald naar concrete activiteiten.

Dit punt geldt in veel mindere mate voor verenigingen met een commercieel geëxploiteerde kantine. De grote minderheid van de kantines in Nederland is commercieel geëxploiteerd (NOC\*NSF, 2010), maar uit dit onderzoek blijkt dat de kloof tussen intenties en praktijk hier wel kleiner is. Dit komt vooral doordat pachters proactiever zijn met betrekking tot het aanbod, terwijl het gebruik van betaalde krachten in plaats van vrijwilligers operationele belemmeringen voorkomt. De commercieel geëxploiteerde kantines waren echter van de twee grootste verenigingen in dit onderzoek. Dit kan duiden op een bepaalde grootte die nodig is om een kantine commercieel rendabel te kunnen maken, terwijl uit eerder onderzoek al bleek dat grotere verenigingen eerder een maatschappelijke rol voor zichzelf zien dan kleinere verenigingen (Van Kalmthout & Lucassen, 2007). Hierdoor lijkt de veronderstelling terecht dat maatschappelijke ontwikkelingen zoals de toenemende aandacht voor gezondheid eerder doordringen tot commercieel geëxploiteerde kantines dan tot kantines in eigen beheer.

Naast de vraag of er vanuit verenigingen animo is voor een gezonder aanbod, kunnen meer basale vraagtekens gesteld worden bij het gebruik van sport als middel om gezondheid te bevorderen. Uit onderzoek van Donnelly & Harvey (1996) bleek immers dat sport niet voor iedereen toegankelijk is en dat met name groepen met een sociaaleconomische achterstand vaak minder participeren. Terwijl juist deze groepen te maken hebben met gezondheidsachterstanden. Als sport bijvoorbeeld niet voor iedereen toegankelijk is, blijven ook de positieve effecten voor bepaalde groepen onbereikbaar. Breedveld et al. (2010) concluderen dat ook in Nederland de sportparticipatie van lager opgeleiden enigszins achterblijft bij die van hoger opgeleiden, terwijl dit volgens Donnelly & Harvey (1996) juist vaak de groepen zijn die gezondheidsproblemen ervaren. Als het doel van het stimuleren van een gezond aanbod in sportkantines dus het verbeteren van gezondheid van deze groepen is, is het dus de vraag of de sportvereniging dan de plek is waar dit moet gebeuren.

Een derde punt ter discussie is tot nog toe alleen in de resultaten aan bod gekomen. Het gaat hier om praktische zaken die - volgens informanten - verenigingen beperken in hun assortiment: het bewaren van versproducten en het voldoen aan hygiënemaatregelen. Er wordt gesteld dat het bewaren van versproducten amper mogelijk is. De afzet van producten concentreert zich volgens informanten vooral op het weekend en als er producten over zijn dan moet dat weggegooid worden. Het schijnt van tevoren echter moeilijk in te schatten te zijn hoeveel er verkocht gaat worden. Ook het voldoen aan allerlei verstrekende hygiënemaatregelen is voor informanten een doembeeld. Echter, omdat initiatieven om een gezonder aanbod in sportkantines te realiseren zich op dit moment beperken tot het uitspreken van intenties, zijn deze praktische bezwaren speculatief. Bovendien erkennen informanten dat zij over het algemeen juist goed in kunnen schatten hoeveel er verkocht gaat worden en moet bij het verkopen van producten uit de frituur ook al aan allerlei hygiënemaatregelen voldaan worden. Terwijl snacks toch echt deel uitmaken van het doorsnee aanbod in de sportkantine. Mocht het daadwerkelijk komen tot concrete acties om sportkantines gezonder te maken, dan lijken de praktische bezwaren die informanten aandragen dus niet onoverkomelijk.

## 9 Aanbevelingen

Met dit onderzoek is duidelijk geworden hoe er door informanten binnen sportverenigingen gedacht wordt over het aanbod in sportkantines in relatie tot landelijke beleidsintenties om dit aanbod gezonder te maken. De tijd lijkt nog niet geheel rijp voor een grootschalig initiatief om kantines gezonder te maken. Daarvoor zien verenigingen er vooralsnog te weinig heil in. Het overheidsbeleid om de gezonde keuze gemakkelijk te maken blijft echter overeind. Dit leidt ertoe dat - met de specifieke kenmerken van de sport in het achterhoofd - een balans gevonden moet worden in deze twee uitgangspunten. In paragraaf 9.1 worden daarom beleidsaanbevelingen gedaan voor NOC\*NSF. In paragraaf 9.2 worden tot slot aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoek.

### 9.1 Operationele beleidsaanbevelingen voor NOC\*NSF

De initiatieven om sportkantines gezonder te maken staan nog in de kinderschoenen. Het Plan van Aanpak van de Werkgroep Consument & Vrije Tijd van het Convenant Gezond Gewicht is het meest uitgewerkte initiatief (de lokale initiatieven buiten beschouwing gelaten). Op basis van dit onderzoek lijkt terughoudendheid vanuit NOC\*NSF op zijn plaats. Verenigingen staan niet te springen om een dergelijk initiatief en beleidsimplementatie via de sportvereniging kan een moeizaam proces zijn. Ook kan de vraag gesteld worden of de sportvereniging wel de juiste plaats is om een gezondere leefstijl te promoten. De beleidsintenties staan echter nog steeds overeind.

Met dergelijke ontwikkelingen in het achterhoofd is het voor NOC\*NSF niet verstandig om een grootschalig initiatief op te gaan zetten. Het stimuleren van een gezonder aanbod in sportkantines zal op een zeer laagdrempelige en zorgvuldige manier georganiseerd moeten worden. Verenigingen die er niks mee willen moeten daar geen nadelen van ondervinden ten opzichte van verenigingen die er wel wat mee willen. Voor de verenigingen die er wel wat mee willen, moet het zo gemakkelijk mogelijk gemaakt worden. Dit kan door op landelijk niveau afspraken te maken met leveranciers, waarbij verenigingen bij de lokale vestiging een gezond pakket voor de sportkantine af kunnen nemen. Deze gezonde pakketten moeten verenigingen - gezien de beperkte beschikbaarheid van vrijwilligers - zo min mogelijk extra werk opleveren. Dit kan door gebruik te maken van voorgesneden versproducten en broodjes die kort voor de levering worden afgebakken. Wat betreft de kosten zal gestreefd moeten worden naar een prijs vergelijkbaar aan snacks.

In de communicatie is voorzichtigheid geboden. Het stimuleren van een gezonder aanbod in kantines kan door verenigingen al snel gezien worden als een aanval op het huidige aanbod: dat is niet gezond. Dat wordt door verenigingen weliswaar erkend, maar zij zien dit niet als een probleem. Naar verenigingen toe is het cruciaal dat deze boodschap gecommuniceerd wordt.

Uit dit onderzoek bleek ook dat dominante leden een rol spelen bij het tot stand komen van het aanbod. Dit heeft echter nog niet geleid tot een gezonder aanbod in kantines, de mindset van leden is daar kennelijk (nog) niet aan toe. Met de toenemende maatschappelijke aandacht voor gezondheid en de diepe verankering van de sportvereniging in de maatschappij, is het echter mogelijk dat deze maatschappelijke ontwikkeling op den duur ook in de sportkantine terecht komt. Een vergelijkbare ontwikkeling was al zichtbaar bij het roken. Vroeger was dit geen enkel probleem, tegenwoordig is het zelfs verboden in sportkantines. Het is niet ondenkbaar dat het aanbod in de kantine een vergelijkbare ontwikkeling doormaakt. In commercieel geëxploiteerde kantines zijn de eerste veranderingen immers al zichtbaar. Voor NOC\*NSF is het zaak om deze ontwikkeling goed te blijven monitoren. Op het moment dat het ene na het andere initiatief ontstaat, is de tijd rijp om op landelijk niveau actie te gaan ondernemen. Gezien de enkele lokale initiatieven die er op dit moment zijn, is dit nog niet het moment. Tot die tijd zal het beleid zich vooral moeten richten op laagdrempeligheid en toegankelijkheid voor de vereniging die er wel wat mee wil.

## 9.2 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

De afbakening van dit onderzoek leidt tot beperkingen en mogelijkheden voor vervolgonderzoek. Binnen dit onderzoek is vrijwel geen aandacht besteed aan verschillen per tak van sport. Het geringe aantal verenigingen dat per tak van sport aan bod is gekomen, maakt het moeilijk om hier conclusies te trekken. De focus lag vooral op het onderscheid tussen wijze van beheer en niet per tak van sport. Terwijl er per tak van sport wel degelijk verschillen kunnen zijn. Hockeyverenigingen lijken bijvoorbeeld vaker commercieel geëxploiteerd te worden, waardoor daar misschien vaker gezonde producten verkrijgbaar zijn. De grootte van die verenigingen leent zich hier ook eerder voor. Hoe kleiner de vereniging, hoe meer praktische problemen men ervaart. Terwijl er in sommige takken van sport bijna alleen maar kleine verenigingen bestaan (korfbal, honkbal). Onderzoek naar verschillen per tak van sport zou daarom tot nog beter inzicht leiden in de mogelijkheden die er zijn om een gezonder aanbod te stimuleren.

Een tweede beperking was de onderzoekspopulatie. Dit onderzoek richtte zich op de mensen die binnen verenigingen formeel besluiten over het aanbod, terwijl de vraag is in hoeverre zij de gehele vereniging vertegenwoordigen. Daar is binnen dit onderzoek vanuit gegaan, maar gebleken is dat ook leden een niet te onderschatten rol spelen. Informanten vroegen zich geregeld af of de sportvereniging wel de plek is om gezond gedrag te stimuleren. Sporten is uit zichzelf al goed voor de gezondheid en daarnaast is de functie van de kantine vooral sociaal. Het is zeer interessant om te onderzoeken hoe hier door de sporters zelf over gedacht wordt. Wat is de motivatie om te sporten en wat is de motivatie om in de kantine te zijn? Als ook zij geen waarde hechten aan gezondheid, lijkt het stimuleren van een gezond aanbod in sportkantines een dood spoor.

## Literatuurlijst

Boessenkool, J.H. (2009). *Sportverenigingen in theoretisch perspectief*. Utrecht: Universiteit Utrecht.

Bottenburg, M. van (2007). Om de sport verenigd: instituties in de sportwereld. In: J.W. Duyvendak & M. Otto (Eds.), *Sociale kaart van Nederland. Over maatschappelijke instituties* (pp. 225-239). Amsterdam: Boom.

Blair, S.N. & Brodney S. (1999). Effects of physical inactivity on morbidity en mortality: current evidence and research issues. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 31 (11), 646-662.

Bouchard, C., Shephard, R.J. & Stephens, T. (Eds.). (1994). *Physical activity, fitness and health. International proceedings and consensus statement*. Champaign: Human Kinetics Books.

Bourdieu, P. (1988). Program for a sociology of sport. *Sociology of Sport Journal*, 5 (2), 153-161.

Bovens, M., 't Hart, P. & Twist, M. van (2007). *Openbaar bestuur: Beleid, organisatie en politiek*. Alphen aan den Rijn: Kluwer.

Breedveld, K., Kamphuis, C. & Tiessen-Raaphorst, A. (2008). *Rapportage sport 2008*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau/W.J.H. Mulier Instituut.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2010). *Permanent Onderzoek Leefsituatie, gezondheid en welzijn*. Centraal Bureau voor de Statistiek: Den Haag.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2010). *Personen van 2-20 jaar met overgewicht en obesitas*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2010). *Personen van 20 jaar en ouder met overgewicht en obesitas*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.

Convenant Gezond Gewicht (2010). *Plan van aanpak Deelconvenant Consument & Vrije Tijd*. Den Haag: Convenant Gezond Gewicht.

Convenant Gezond Gewicht (2009). *Koepelconvenant*. Den Haag: Convenant Gezond Gewicht.

Deetz, S. (1996). Describing differences in approaches to organization science: rethinking Burrell and Morgan and Their Legacy. *Organization Science*, 7 (2), pp. 191-207.

Dishman, R.K., Dowda, M., Motl, R.W., Pate, R.R. & Saunders, R.P. (2009). Self-Efficacy Moderates the Relation Between Declines in Physical Activity and Perceived Social Support in High School Girls. *Journal of pediatric psychology*, 34 (4), pp. 441-451.

Donnelly, P., & Harvey, J. (1996). *Overcoming systematic barriers to access in active living*. Toronto: Centre for Sport Policy Studies.

Elias, N. (1971). *Wat is sociologie?* Utrecht: Het Spectrum.

Enjolras, B. & Waldahl, R.H. (2010). Democratic Governance and Oligarchy in Voluntary Sport Organizations: The Case of the Norwegian Olympic Committee and Confederation of Sports. *European Sport Management Quarterly*, 0 (0), pp. 215-239.

- Enjolras, B. & Waldahl, R.H. (2007). Policy-Making in Sport : The Norwegian Case. *International Review for the Sociology of Sport*, 42 (2) pp. 201-216.
- Evans, J. (2003). Physical education and health: a polemic or 'let them eat cake!'. *European Physical Education Review*, 9 (1), pp. 87-101.
- Ferron, C., Cauderay, M., Michaud, P.-A. & Narring, F. (1999). Sport activity in adolescence: associations with health perceptions and experimental behaviours. *Health Education Research*, 14 (2), pp. 225-233.
- Foucault, M. (1972). *The archeology of knowledge and the discourse on language*. New York: Tavistock.
- Glesne, C. (2006). *Becoming Qualitative Researchers. An Introduction*. Boston: Pearson Education.
- Gordon, W.C. & Babchuk N. (1959). A Typology of Voluntary Organizations. *American Sociological Review*, 24 (1), pp. 22-29.
- Hassmén, P., Koivula, N. & Uutela, A. (2000). Physical Exercise and Psychological Well-Being: A Population Study in Finland. *Preventive Medicine*, 30 (1), pp. 17-25.
- Henn, M., Weinstein, M. & Foard, N. (2006). *A short introduction to social research*. Londen: Sage Publications Ltd.
- Houlihan, B. (2005). Public Sector Sport: Policy Developing a Framework for Analysis. *International Review for the Sociology of Sport*, 2, pp. 163-185.
- Kalmthout, J. van & Lucassen, J. (2008). *Verenigingsmonitor 2007. De stand van zaken bij sportverenigingen in het perspectief van modernisering*. 's Hertogenbosch: W.J.H. Mulier Instituut.
- Koninklijke Horeca Nederland (2010). *Horeca bij sport*. Woerden: Koninklijke Horeca Nederland.
- Larson, J.S. (1996). The World Health Organization's Definition Of Health: Social versus Spiritual Health. *Social Indicators Research*, 38, pp. 181-192.
- Meter, D.S. van & Horn, C.E. van (1975). The Policy Implementation Process. *Administration & Society*, 6 (4), pp. 445-488.
- Michels, R. (1949). *Political parties*. New York: The Free Press.
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) (2011). *Gezondheid Dichtbij. Landelijke nota gezondheidsbeleid*. Den Haag: VWS.
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) (2009). *Nota Overgewicht. Uit balans: de last van overgewicht*. Den Haag: VWS.
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) (2007). *Kiezen voor Gezond Leven 2007-2010*. Den Haag: VWS.
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) (2005). *Tijd voor Sport - Bewegen, Meedoen, Presteren*. Den Haag: VWS.



- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) (2003). *Langer Gezond Leven. Ook een kwestie van gezond gedrag*. Den Haag: VWS.
- Nicholl, J.P., Coleman, P. & Williams, B.T. (1993). *Injuries in Exercise and Sport: Main Report*. Londen: Sports Council.
- NOC\*NSF (2010). *Aantal sportkantines in Nederland*. Arnhem: NOC\*NSF.
- NOC\*NSF (2009). *Olympisch Plan 2028. Heel Nederland naar Olympisch niveau*. Arnhem: NOC\*NSF.
- NOC\*NSF (2007). *Sport groeit! Sportagenda 2012*. Arnhem: NOC\*NSF.
- Nordenfelt, L. (2006). The concepts of health and illness revisited. *Medicine, Health Care and Philosophy*, 10, pp. 5-10.
- Parker, M. (2000). *Organizational Culture and Identity: Unity and Division at Work*. London: Sage Publications Ltd.
- Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) (2002). *Gezondheid op koers? Volksgezondheid Toekomst Verkenning 2002*. Bilthoven: RIVM.
- Safai, P. (2008). Sport and Health. In B. Houlihan (Eds.), *Sport and Society: A Student Introduction* (pp. 155-174). Londen: Sage Publications Ltd.
- Seippel, Ø. (2005). *Public Policy Tools and Voluntary Sport Organizations – Theoretical Perspectives, Norwegian Cases*. Oslo: Institute for Social Research.
- Skille, E.A. (2008). Understanding Sport Clubs as Sport Policy Implementers: A Theoretical Framework for the Analysis of the Implementation of Central Sport Policy through Local and Voluntary Sport Organizations. *International Review for the Sociology of Sport*, 43, pp. 181-200.
- Smink, K.W.H. & Veldhoven, N.H.M.J. van (2010). *Ledentalrapportage 2009*. Arnhem: NOC\*NSF.
- Smith, A., Green, K. & Roberts, K. (2004). Sports participation and the "obesity/health crisis": reflections on the case of young people in England. *International Review for the Sociology of Sport*, 39, pp. 457-464.
- Stokvis, R. (1989). *De sportwereld. Een sociologische inleiding*. Alphen aan den Rijn: Samsom.
- Stokvis (nog te publiceren). *Naar een sociologische theorie van de club*.
- Tennekes, J. (1995). *Organisatiecultuur: een antropologische visie*. Antwerpen/Apeldoorn: Garant.
- Tiessen-Raaphorst, A. & Breedveld, K. (2009). *Sport in the Netherlands 2009*. Den Haag: SCP.
- Tiessen-Raaphorst, A., Breedveld, K., Haan, J. de & Verbeek, D. (2010). *Sport: een leven lang. Rapportage sport 2010*. Den Haag/'s Hertogenbosch: Sociaal en Cultureel Planbureau/W.J.H. Mulier Instituut.
- Tsai, S.P., Ahmed, F.S., Bhojani, F., Donnelly, R.P. & Wendt, J.K. (2008). The Impact of Obesity on Illness Absence and Productivity in an Industrial Population of Petrochemical Workers. *Annals of Epidemiology*, 18 (1), pp. 8-14.

Wakefield, J.C., (1992). The Concept of Mental Disorder: On the Boundary Between Biological Facts and Social Values. *American Psychologist*, 47, pp. 373–388.

Weick, K.E. (1995). *Sensemaking in Organizations*. Thousand Oakes: Sage Publications, Inc.

World Health Organization (WHO) (2011). *Obesity and overweight*. Genève: World Health Organization.

World Health Organization (WHO) (1985). *Targets for Health for All: targets in support of the European strategy for Health for All*. Kopenhagen: World Health Organization.

World Health Organization (WHO) (1948). *Constitution*. Genève: World Health Organization.

Yach, D. (1998). Health and illness: the definition of the World Health Organization. *Ethik in der Medizin*, 10, pp. 7-13.

Yanow, D. (1996). *How does a policy mean?* Washington D.C.: Georgetown University Press.

## **Bijlagen**

- Bijlage 1**      **Topiclijst interviews**
- Bijlage 2**      **Aandachtspunten observaties**
- Bijlage 3**      **Overzicht aanbod sportkantines**

## BIJLAGE 1

### Topiclijst interviews

In ieder interview is ingegaan op onderstaande topics. Afhankelijk van de antwoorden op de vragen zijn tijdens de interviews specifiekere vragen gesteld.

- Organisatie en besluitvorming

*Wat is uw betrokkenheid bij het aanbod in de kantine?  
Hoe is de besluitvorming binnen de vereniging georganiseerd?  
Hoe is het huidige aanbod tot stand gekomen?  
Welke rol spelen leden bij beslissingen over het aanbod?*

- Sportvereniging

*Hoe zou u uw vereniging omschrijven?  
Wat ziet u als de functie van de sportvereniging?  
Op welke manier speelt de sportvereniging een rol in de leefstijl van haar leden?  
Welke activiteiten worden er buiten het sporten om georganiseerd?*

- Aanbod

*Wat vindt u in het algemeen van het aanbod in sportkantines?  
Welke producten worden in uw vereniging het meest verkocht?  
Wat ziet u als de functie van het aanbod in uw kantine?  
Welke factoren spelen een rol bij het bepalen van het aanbod?  
Op welke manier worden de prijzen vastgesteld en welke gedachte zit daar achter?*

- Gezondheid

*Wat verstaat u onder gezondheid?  
Wat verstaat u onder gezonde producten?  
Op welke manier speelt dit een rol bij het bepalen van het aanbod?*

- Externe invloed

*Worden er invloeden van buitenaf ervaren met betrekking tot het aanbod, en zo ja, welke?  
Op welke manier worden producten aangeleverd?  
Welke contacten heeft uw vereniging met de gemeente?*

- Overige

*Denkt u dat er verschillen zijn tussen verenigingen uit een dorp en verenigingen uit een stad?  
Denkt u dat er verschillen zijn tussen verenigingen met een kantine in eigen beheer en verenigingen met een commercieel geëxploiteerde kantine?*

- Specifieke vragen

*Per vereniging verschillend (afhankelijk van de observatie).*

## **BIJLAGE 2**

### **Aandachtspunten observaties**

#### 1. Algemene indruk

Toelichting: bij een algemene indruk gaat het om een omschrijving van het beeld van de onderzoeker van het geheel van factoren die een rol (kunnen) spelen rond het aanbod in de kantine. Hierbij kan gelet worden op bijvoorbeeld hygiëne, geur, uitstraling, etc.

#### 2. Assortiment en prijzen

Toelichting: bij het assortiment gaat het om een overzicht/indruk van het assortiment wat in de kantine wordt aangeboden. Hierbij kan gelet worden op de typen producten: snacks, snoep, frisdrank, bier en verse producten. Daarnaast kan een foto gemaakt worden van de prijslijst.

#### 3. Presentatie

Toelichting: bij de presentatie van het aanbod in de kantine gaat het om de manier waarop het assortiment aangeboden wordt. Hierbij kan gelet worden op bijvoorbeeld specifieke reclame, de locatie van verkooppunten binnen de kantine, uitstraling, etc.

#### 4. Afname

Toelichting: bij de afname van het aanbod gaat het om een algemene indruk van wat er verkocht wordt. Hierbij moet vooral gelet worden op de diversiteit in afname van producten, in combinatie met de tijd waarop deze producten worden afgenomen.

#### 5. Overige

Toelichting: bij overige gaat het om zaken die niet specifiek onder een andere rubriek geschaard kunnen worden. Hierbij kan gedacht worden aan het proeven van bepaalde producten en een gesprekje met het barpersoneel.



Frisdrank (cola, sinas, icetea etc.)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
Limonade	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
Red Bull	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2
Malt bier	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1		4
<i>Alcoholisch</i>												
Bier (glas, fluitje, vaasje, fles, krat, pitcher etc.)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
Speciaal bier (witbier, rosébier, Jillz etc.)	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1		9
Wijn (wit, rood, rosé, glas, fles etc.)	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1		9
Prosecco	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0		2
Champagne	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0		1
Port	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1		4
Sterke drank (jenever, bacardi etc.)	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0		4
Flugel	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0		1
Mixdranken (bacardi-cola, rum-cola etc.)	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0		3
<b>Eten</b>												
<i>Snacks</i>												
Patat	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1		8
(Broodje) Krokot	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1		9
(Broodje) Frikadel	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1		8
(Broodje) Kaassoufflé	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0		5
(Broodje) Hamburger	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0		6
(Broodje) Gehaktbal	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1		8
(Broodje) Kipburger	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0		1
(Broodje) Kipcorn	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0		1

(Broodje) Mexicano	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2
(Broodje) bamischijf	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2
(Broodje) nasischijf	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Broodje warm vlees	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Broodje worst	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Broodje knakworst	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2
Worstenbroodje	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Broodje bakpao	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Bitterballen	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	5
Bittergarnituur (incl. kipnuggets, spicy chicken etc.)	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	8
Tosti (kaas, ham/kaas, vlamtosti etc.)	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	9
Loempia	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Saté	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Saus	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
<i>Broodjes (zacht bolletje, pistolet, kaiserbroodje etc.)</i>											
Kaas	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	6
Ham	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	4
Gezond	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	4
Brie	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Geitenkaas	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Roomkaas	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Kipfilet	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Rosbief	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Filet Americain	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Mozzarella	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Pastrami	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1



