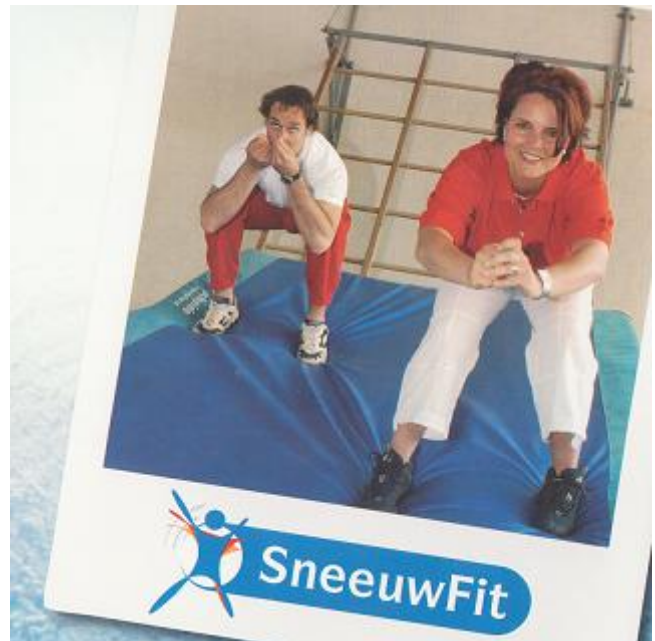


# SneeuwFit: weer bergopwaarts?

Een onderzoek naar perspectieven op SneeuwFit



**Afstudeerscriptie**  
Master Sportbeleid en Sportmanagement  
Utrechtse School voor Bestuurs- en Organiseringswetenschap  
Universiteit Utrecht

Eerste begeleider: dr. I.E.C. (Inge) Claringboud  
Tweede begeleider: J.C. (Jacco) van Sterkenburg

Auteur: Lennart van der Male  
Studentnummer: 0416703

In opdracht van:



**Universiteit Utrecht**



**Nederlandse  
Ski Vereniging**



# Inhoudsopgave

Voorwoord.....	5
H1: Inleiding.....	7
§1.1 Inleiding.....	7
§1.2 Aanleiding.....	8
§1.3 Opbouw van dit rapport.....	9
H2: Probleemstelling.....	11
§2.1 Doelstelling.....	11
§2.2 Vraagstelling.....	11
§2.3 Begripsdefinities.....	12
H3: Methoden en technieken.....	13
§3.1 Perspectieven op onderzoek.....	13
§3.2 Dataverzameling.....	13
§3.3 Data-analyse.....	15
§3.4 Relevantie van het onderzoek.....	16
§3.5 Betrouwbaarheid en validiteit.....	17
§3.6 Eigen positie van de onderzoeker.....	17
H4: Theoretisch kader.....	19
§4.1 Hoe definiëren we ouderen?.....	19
§4.2 Wat is de positie van ouderen in de samenleving?.....	20
§4.3 Wat is bekend over de tijdsbesteding van ouderen?.....	21
§4.4 Wat is bekend over de sportbeoefening van ouderen?.....	23
§4.5 Waarom sporten ouderen?.....	26
§4.6 Wat wordt verstaan onder betekenisgeving?.....	28
§4.7 Conclusie.....	30
H5: Resultaten.....	31
§5.1 SneeuwFit-activiteiten.....	31
§5.2 Ledenterugloop en ledenaanwas.....	33
§5.3 Activiteiten buiten de SneeuwFittrainingen.....	35
§5.4 Instructeurs.....	37
§5.5 Band met NSkiV.....	39
§5.6 Conclusie.....	40
H6: Discussie.....	41
§6.1 Ouderen als sociale constructie.....	41
§6.2 De oudere van nu.....	42
§6.3 Betekenisgeving.....	43
§6.4 Ouderen en sportbehoeften.....	45
§6.5 Kritische reflectie op dit onderzoek.....	47
§6.6 Conclusie.....	49
H7: Conclusie.....	51
§7.1 Welke betekenissen geeft men aan SneeuwFit?.....	51
§7.2 Welke positieve en negatieve eigenschappen ziet men van SneeuwFit?.....	53
§7.3 Welke perspectieven zijn er op de deelnemers?.....	55
§7.4 Wensen voor SneeuwFit in de toekomst.....	56
§7.5 Toekomstige taakverdeling.....	57
H8: Aanbevelingen.....	61
§8.1 Maak een keuze.....	61
§8.2 Zorg voor meer communicatie met de instructeurs.....	62
§8.3 Bepaal in je communicatie welk beeld van de deelnemers naar voren moet komen.....	62
§8.4 Zorg voor meer promotie.....	62
§8.5 Doe mee!.....	62
H9: Reflectie.....	63
Gebruikte literatuur.....	65
Overzicht tabellen en grafieken.....	67
Bijlage 1: Statistieken SneeuwFit-verenigingen.....	71
Bijlage 2: Topcijlijst.....	73



## *Voorwoord*

Voor u ligt het definitieve onderzoeksrapport “SneeuwFit: Weer bergopwaarts?”. SneeuwFit is een trainingsprogramma dat door verschillende skiverenigingen in Nederland wordt aangeboden om mensen fysiek voor te bereiden op de wintersport. De vier partijen die betrokken zijn bij SneeuwFit zijn de deelnemers, de instructeurs, de verenigingsbestuurders en de werknemers van de Nederlandse Ski Vereniging. In dit verkennende onderzoek worden hun perspectieven op SneeuwFit in kaart gebracht.

Dit onderzoek had niet tot stand kunnen komen zonder de hulp van vrienden, familie en collega's. In het bijzonder wil ik Jacco van Sterkenburg, Inge Claringbould en Bart de Wolf bedanken voor hun goede kritiek op alle voorlopige versies van dit onderzoek, hun steun en nieuwe inzichten die ze mij gegeven hebben. Mijn collega's van de NSkiV, in het bijzonder Caroline van den Boogaard, Maaïke Sonnevile en Jolanda Spies wil ik bedanken voor hun inzichten en ideeën. Ten slotte wil ik de mensen in mijn directe omgeving bedanken die mij tijdens het schrijven van dit rapport steunden, die feedback op voorlopige versies gaven of die me van goede raad hebben voorzien. Mijn dank gaat met name uit naar mijn vriendin Funda Serik, die een cruciale rol heeft gespeeld in het voltooien van deze scriptie en daarmee het afronden van de master Sportbeleid en Sportmanagement.

Ik wens u veel leesplezier!

Lennart van der Male  
Juni 2011



## *H1: Inleiding*

Jaarlijks gaan zo'n 1,2 miljoen mensen op wintersportvakantie. De Nederlandse Ski Vereniging (NSkiV) stimuleert wintersporters om goed voorbereid de pistes op te gaan, om zo ongelukken te voorkomen en het sneeuwplezier te vergroten. SneeuwFit, een voorbereidingsprogramma in eigen land, is één van de middelen om dat te bereiken. Dit onderzoek wil een bijdrage leveren aan hoe de toekomst van SneeuwFit vormgegeven kan worden. Dit hoofdstuk zal meer inzicht verschaffen in de geschiedenis van SneeuwFit, de aanleiding voor dit onderzoek en de opbouw van dit rapport.

### **§1.1 Inleiding**

De NSkiV is de bond voor wintersporten in Nederland en heeft skiën, snowboarden, langlaufen/rolskiën en aanverwante sneeuwporten onder haar hoede. Met ongeveer 45 medewerkers is het één van de grootste wintersportbonden van Europa en worden er regelmatig wedstrijden, evenementen en opleidingen georganiseerd. Hiernaast worden topsporters begeleid, zijn er talentherkenningsprogramma's en wordt er verenigingsondersteuning aangeboden. Verder wordt een aantal magazines uitgebracht (Ski Magazine, Snowboard Magazine, Snowlife) en worden de websites wintersport.nl en snowboard.nl up-to-date-gehouden.

Om haar doelen te bereiken, heeft de NSkiV SneeuwFit ontwikkeld: een trainingsprogramma in verenigingsverband waarmee mensen zich fysiek op de wintersport kunnen voorbereiden. Bij de SneeuwFit-lessen worden naast algemene conditieverbeterende oefeningen ook veel ski-imitatie oefeningen aangeboden, vaak onder begeleiding van muziek. De oefeningen worden begeleid door een opgeleide SneeuwFit-instructeur, die met een groep deelnemers zowel in de gymzaal als in de open lucht aan de slag kan gaan.

In de jaren '80 bestond de NSkiV uit een overkoepelende organisatie in Den Haag, met aparte districtsbesturen in verschillende regio's. Bij deze districten, ook wel Skikringen genoemd, was ieder NSkiV-lid automatisch aangesloten. Begin jaren '90 zijn de Skikringen verzelfstandigd tot op zichzelf staande verenigingen en was men niet automatisch aangesloten bij één van die verenigingen. Er werd een nieuwe lidmaatschapsvorm geïntroduceerd: het individueel lidmaatschap bij de NSkiV. Door het opheffen van de Skikringen konden de leden kiezen: óf ze bleven lid bij de lokale vereniging (de voormalige Skikring) en betaalden daar extra contributie voor, óf ze werden enkel individueel lid van de NSkiV. Op dit moment zijn er in totaal ongeveer 110.000 NSkiV-leden, waarvan 100.000 het individuele lidmaatschap hebben en 10.000 leden zijn aangesloten bij één van de 60 verenigingen.

Niet al deze verenigingen zijn voormalige Skikringen; sinds de mogelijkheden om in Nederland te skiën vergroot zijn (door sneeuwhallen, borstelbanen en indoor-rolbanen), zijn er ook nieuwe wintersportverenigingen opgezet. Deze richten zich op uiteenlopende zaken zoals het organiseren van skireizen, het organiseren van ski- en snowboardwedstrijden of het aanbieden van lessen. Bij de "oudere" verenigingen is te zien dat ze vaak het product SneeuwFit nog steeds aanbieden. In 2005 was SneeuwFit voor 28 van de 57 verenigingen (49%) de belangrijkste activiteit. Rond de 150 instructeurs gaven in die tijd wekelijks aan ruim 10.000 deelnemers SneeuwFittraining. In de loop der jaren zijn de verenigingen ook soortgelijke activiteiten als Snowwalk en Nordic Walking gaan organiseren.

Een trend die bij deze verenigingen zichtbaar is, is de veroudering van het ledenbestand. Vanuit de verenigingen zelf zijn ook geluiden te horen over deze "vergrijzing". De gemiddelde leeftijd van de SneeuwFit-verenigingen ligt hoger dan die van andere aangesloten verenigingen. Bovendien is er weinig aanwas, waardoor het ledental van de verenigingen afneemt.

Tot een aantal jaar geleden werden voor SneeuwFit onder meer flyers, posters, videobanden en cd's met geschikte liedjes ontwikkeld door de NSkiV, die de verenigingen dan konden gebruiken ter ondersteuning van hun aanbod. De afgelopen jaren is de ontwikkeling van nieuw SneeuwFit-promotiemateriaal afgenomen en werd deze verantwoordelijkheid steeds meer bij de verenigingen zelf neergelegd. De opleiding tot instructeur SneeuwFit wordt nog wel steeds aangeboden, maar de animo is vaak onvoldoende om de opleiding te laten starten.

## §1.2 Aanleiding

Op de Algemene Vergaderingen van de NSkiV wordt door de verenigingen het onderwerp SneeuwFit vaak ter tafel gebracht. Verenigingsbestuurders hebben aangegeven dat ze graag een actievere rol van de NSkiV zien in het stimuleren van SneeuwFit, door middel van bijvoorbeeld landelijke reclamecampagnes, vernieuwd cursusmateriaal of meer aandacht in de media. Vanuit de NSkiV bezien ligt deze verantwoordelijkheid bij de verenigingen zelf (want de voormalige Skikringen zijn verzelfstandigd). Wel erkent de bond dat het hebben van sterke en vitale verenigingen kan helpen om de trend van een teruglopend ledental te keren. Dit jaar is daarom in de 11 speerpunten voor komend seizoen het volgende punt meegenomen:

“Breedtesport: een aangepaste wijze van verenigingsondersteuning waarbij een match wordt gemaakt tussen vraag en aanbod moet leiden tot meer waarde van het lidmaatschap van de NSkiV voor leden-rechtspersonen (verenigingen) en institutionele leden (teams en accommodaties). Gerichtte verenigingsondersteuning stelt hen in staat om een vitale vereniging met een herkenbaar aanbod voor hun leden te zijn.”

Door de grotere aandacht die hierdoor ontstaat voor de aangesloten verenigingen wordt meer nagedacht over de mogelijkheden om de SneeuwFit-verenigingen een helpende hand te bieden. Veel verenigingen kampen met problemen op het gebied van ledenwerving en ook de SneeuwFit-verenigingen zijn hier geen uitzondering op. Vooral het vergrijzen van het ledenbestand wordt vaak als een probleem genoemd; de toestroom van nieuwe, jongere leden neemt af. Toch liggen er ook kansen voor de verenigingen, er is namelijk een trend gaande dat ouderen meer bewegen. De Monitor Ouderenbeleid laat zien dat het percentage 65-plussers dat voldoet aan de Nederlandse Norm Gezond Bewegen de afgelopen jaren is gestegen.

Jaar	Percentage
2000	42%
2001	39%
2002	42%
2003	43%
2004	45%
2005	52%

**Figuur 1: Voldoen aan de Nederlandse Norm Gezond Bewegen, bevolking van 65 jaar en ouder, 2000-2005 (in procenten). Bron: SCP, Monitor Ouderenbeleid 2008, p 66.**

De Nederlandse Norm Gezond Bewegen ligt bij 65-plussers op een half uur matig intensieve lichamelijke activiteit op tenminste vijf dagen van de week. Onder deze activiteiten vallen ook autorijden of fietsen voor boodschappen en dergelijke. Wanneer specifieker naar sportstatistieken gekeken wordt, is daar ook een verschuiving te zien. Van de ouderen tussen de 65 en 79 jaar in 2003 deed 33% aan sport, tegenover 41% in 2007. Verderop in dit rapport wordt dieper ingegaan op de karakteristieken en ontwikkelingen van ouderen.

Hoe SneeuwFit er in de toekomst uit gaat zien, is nog onzeker. De NSkiV voert momenteel geen actief beleid met betrekking tot SneeuwFit. Om te bepalen waar de bond staat en welke kant ze op wil is het nodig om meer inzicht in de huidige situatie te krijgen. De huidige betrokkenen bij SneeuwFit zijn te verdelen in vier partijen: de NSkiV, de verenigingsbestuurders, de SneeuwFit-instructeurs en de SneeuwFit-deelnemers. In dit onderzoek is ervoor gekozen om de perspectieven van deze vier partijen op SneeuwFit te verkennen, zodat er een compleet beeld ontstaat van de betekenissen die aan SneeuwFit worden gegeven. Deze vier partijen zijn, zoals gezegd, het nauwst betrokken bij het product en het is te verwachten dat bijvoorbeeld een verenigingsbestuurder een ander beeld van SneeuwFit heeft dan een deelnemer. Het kan zo zijn dat een bestuurder SneeuwFit belangrijk vindt omdat het de deelnemers fit houdt, terwijl de deelnemers meer geïnteresseerd zijn in de gezelligheid en sociale contacten die de trainingen met zich meebrengen. Dit soort verschillen en overeenkomsten tussen de vier visies zijn interessant: Wanneer deze in kaart zijn gebracht wordt duidelijker hoe er over SneeuwFit wordt gedacht, waar de meningen nog over verschillen en waar in de toekomst behoefte aan is met betrekking tot SneeuwFit.



### **§1.3 Opbouw van dit rapport**

Het rapport is ingedeeld in negen hoofdstukken, het eerste hoofdstuk heeft u zojuist gelezen. Het volgende hoofdstuk geeft de probleemstelling weer, waarna het methodologische hoofdstuk meer uitleg geeft over hoe het onderzoek is uitgevoerd. Hierop volgt het theoretisch kader, waarin een uiteenzetting wordt gegeven van relevante literatuur die zich vooral op het thema ouderen richt. In het resultatenhoofdstuk worden de uitkomsten van de interviews weergegeven en in het discussiehoofdstuk wordt vervolgens een koppeling gelegd met de theorie. Daarna volgt het hoofdstuk Conclusie waarin de verschillende deelvragen worden beantwoord. Uit de conclusie komt een aantal aanbevelingen, te vinden in hoofdstuk 8. Het laatste gedeelte van het rapport bestaat uit een reflectie op het onderzoek, een literatuurlijst en de bijlagen.

Bent u enigszins bekend met het onderwerp SneeuwFit en mocht u vooral geïnteresseerd zijn in de uitkomsten van het onderzoek, dan raad ik u aan om direct naar de hoofdstukken Conclusie en Aanbevelingen te gaan. De onderbouwing voor die hoofdstukken vindt u in alle voorgaande hoofdstukken.



## *H2: Probleemstelling*

In dit onderzoek wordt inzichtelijk gemaakt hoe over SneeuwFit wordt gedacht door vier verschillende perspectieven op SneeuwFit in kaart te brengen: van de deelnemers, instructeurs, verenigingsbestuurders en NSkiV-medewerkers. Door die visies naast elkaar te leggen ontstaat een compleet overzicht en wordt duidelijk in hoeverre de perspectieven overeenkomen en/of botsen. De perspectieven worden onderzocht door interviews af te nemen bij informanten uit de vier groepen.

Vanwege de beperkte tijd en middelen zal dit onderzoek verkennend van aard zijn.

Uit de verenigingsgegevens blijkt dat de doelgroep een gemiddelde leeftijd van boven de 50 heeft. Om focus in dit onderzoek aan te brengen wordt er in het hele onderzoek uitgegaan van SneeuwFit voor ouderen. Dit rapport richt zich tevens op deze doelgroep om te voorkomen dat de toekomstvisie van SneeuwFit zich alleen op ‘het aantrekken van jongeren’ gaat richten. Dit onderzoek wil inzichtelijk maken waarom SneeuwFit voor de bestaande groep ouderen aantrekkelijk is en hoe men met die kennis de toekomst van SneeuwFit kan vormgeven.

Doordat de verenigingen verzelfstandigd zijn heeft SneeuwFit allerlei nieuwe invullingen gekregen. Het is in feite een product ‘van de verenigingen’ geworden. Om hier zoveel mogelijk lering uit te trekken is het interessant te weten hoe dit bij de verenigingen is vormgegeven en wat daar positief aan is en wat niet.

Uit de interviews moet blijken welke betekenissen de vier groepen betrokkenen aan SneeuwFit geven. Het is denkbaar dat er verschillende waarden een rol spelen, bijvoorbeeld “fit blijven”, “er goed uitzien” of “gelijkgestemden ontmoeten”. Door hierin meer duidelijkheid te krijgen kan de NSkiV bij het ontwikkelen van nieuw SneeuwFitbeleid hier rekening mee houden. Mocht bijvoorbeeld blijken dat veel mensen aan SneeuwFit doen omdat ze gezelligheid in de les belangrijk vinden, dan kan in de lesmaterialen extra aandacht aan oefeningen in tweetallen besteed worden, waardoor het product beter bij de doelgroep aansluit.

### **§2.1 Doelstelling**

Het doel van dit onderzoek is om de perspectieven in kaart te brengen van de betrokken partijen op SneeuwFit voor ouderen. Om dit te bereiken worden deze betrokken partijen (NSkiV, verenigingen, instructeurs en deelnemers) naar hun opvattingen over SneeuwFit gevraagd en hoe zij tegen ouderen aankijken.

### **§2.2 Vraagstelling**

Welke betekenissen geven NSkiV-medewerkers, verenigingsbestuurders, instructeurs en deelnemers aan het product SneeuwFit voor ouderen en hoe zien zij SneeuwFit in de toekomst?

Om antwoord op deze hoofdvraag te geven zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

1. Welke betekenissen geven NSkiV-medewerkers, verenigingsbestuurders, instructeurs en deelnemers aan het huidige product SneeuwFit, als gelet wordt op de aantrekkelijkheid van SneeuwFit voor ouderen?
2. Welke positieve en negatieve eigenschappen zien NSkiV-medewerkers, verenigingsbestuurders, instructeurs en deelnemers van het huidige product SneeuwFit?
3. Welke perspectieven bestaan er op de groep ouderen, de groep die het meest gebruik maakt van SneeuwFit?
4. Hoe willen NSkiV-medewerkers, verenigingsbestuurders, instructeurs en deelnemers het product SneeuwFit zien in de toekomst?
5. Welke perspectieven bestaan er op de verdeling van taken en verantwoordelijkheden voor SneeuwFit in de toekomst?

De antwoorden op deze deelvragen vormen een helder beeld van de verschillende perspectieven op SneeuwFit. Dit beeld kan voor de NSkiV worden gebruikt om haar SneeuwFitbeleid op te baseren.

## §2.3 Begripsdefinities

### *SneeuwFit-trainingen*

SneeuwFit wordt doorgaans aangeboden als een pakket van trainingen, die de deelnemer stapsgewijs voorbereiden op de wintersport. Deze trainingen kunnen zowel binnen als buiten worden gevolgd. De binnentrainingen worden doorgaans in gymzalen verzorgd en richten zich met name op ski-specifieke bewegingen. De buitentrainingen richten zich vooral op het opbouwen van conditie.

### *SneeuwFit-verenigingen*

Dit zijn bij de NSkiV aangesloten verenigingen die het product SneeuwFit aanbieden. In totaal zijn dit 34 verenigingen. De verenigingen zijn verspreid over heel Nederland en vertegenwoordigen 7448 leden. Er zijn bij de NSkiV 27 andere verenigingen aangesloten die geen SneeuwFit aanbieden, met een gezamenlijk ledental van 2272. De NSkiV telt dus ongeveer 10.000 leden die bij een lokale vereniging zijn aangesloten, en driekwart van die leden zijn lid bij een SneeuwFit-vereniging. In bijlage 1 is een overzicht van de SneeuwFit-verenigingen opgenomen. De 10.000 verenigingsleden vormen een klein gedeelte van het totale ledenaantal van de bond. Een veel grotere groep van ongeveer 90.000 mensen zijn 'direct lid' bij de NSkiV en hebben zich niet bij een lokale vereniging aangesloten.

### *SneeuwFit-instructeurs*

Dit zijn personen die in verenigingsverband het product SneeuwFit onderwijzen. Er bestaan zowel gediplomeerde als niet-gediplomeerde SneeuwFit-instructeurs, waarvan sommigen aangesloten zijn bij een vereniging en anderen niet. Dit onderzoek richt zich op gediplomeerde SneeuwFit-instructeurs die bij een vereniging zijn aangesloten.

### *Betekenisgeving*

Om de perspectieven op het product SneeuwFit inzichtelijk te maken, wordt het concept betekenisgeving ('*sensemaking*') uit het boek *Sensemaking in Organizations* (Weick, 1995) gebruikt. Met het proces van betekenisgeving wordt bedoeld dat mensen bepaalde betekenissen (waarden of meningen) toekennen aan een onderwerp of gebeurtenis. Meerdere betekenissen vormen een betekenisconstructie, die bepalend wordt voor hoe mensen de wereld om zich heen aanschouwen en op basis waarvan ze handelen. Een voorbeeld van zulke (eenzijdige) betekenisconstructies zijn stereotypen. In de theoretische verdieping (paragraaf 4.6) wordt dieper ingegaan op het begrip betekenisgeving.

### *Ouderen*

In dit onderzoek wordt er veel aandacht besteed aan het begrip ouderen en de definitie daarvan. In dit rapport zal de term 'ouderen' als een paraplubegrip worden gehanteerd, waar vele verschillende definities onder vallen. In §4.1 wordt deze keuze aan de hand van wetenschappelijke literatuur onderbouwd.

### *H3: Methoden en technieken*

#### **§3.1 Perspectieven op onderzoek**

In het boek “Onderzoeksmethoden” (’t Hart et al, 2003) wordt een driedeling gemaakt in drie verschillende onderzoeksopvattingen die binnen de sociale wetenschappen aanwezig zijn: Empirisch-analytisch, kritisch-emancipatorisch en interpretatief. Om duidelijkheid te verschaffen over deze drie opvattingen en de keuze die daarin is gemaakt, volgt eerst een korte uiteenzetting.

Het empirisch-analytisch onderzoek lijkt qua aanpak en methoden sterk op de natuurwetenschappen: het richt zich op het creëren van nomothetische kennis (men wil algemeen geldende wetten formuleren) en benadert de werkelijkheid atomistisch (men gaat ervan uit dat de werkelijkheid bestaat uit een groot aantal kenbare variabelen en probeert die te ontleden).

Bij een kritisch-emancipatorische onderzoeksopvatting wordt de nadruk gelegd op het bekritisieren van de gangbare opvattingen van wetenschap en de bestaande maatschappij. Onderzoekers zetten die kritiek om in onderzoek ten behoeve van werknemers, werklozen, vrouwen en etnische minderheden. Deze onderzoeksopvatting gaat uit van een idiografisch beeld: men is vooral geïnteresseerd om het onderzoeksobject *in zichzelf* te begrijpen, zonder dat de uitkomsten per se bruikbaar moeten zijn in andere situaties. Verder wordt de werkelijkheid holistisch benaderd (de context of samenhang der dingen is belangrijk).

In de interpretatieve onderzoeksopvatting zijn het idiografische en holistische aspect aanwezig, maar de focus ligt er niet zozeer op om kritiek te leveren of een groep te emanciperen. De interpretatieve benadering is er veel meer op gericht om drijfveren achter gedrag te ontwaren en daarmee dit gedrag te begrijpen. Om dit te bereiken moet men de interpretaties van de mensen leren kennen, zodat ze te beschrijven en te verklaren zijn.

Dit onderzoek gaat uit van de interpretatieve onderzoeksopvatting, omdat het zich richt op verschillende perspectieven op SneeuwFit. Het doel is om de betekenissen die gegeven worden (interpretaties van de situatie) te beschrijven en te verklaren. Er wordt geen poging gedaan om algemeen geldende wetten te formuleren, maar er wordt puur gekeken naar het product SneeuwFit en de directe betrokkenen daarbij. Verder wil het onderzoek een beschrijving van standpunten geven zonder dat daar een emancipatorische boodschap aan verbonden dient te worden.

In de wetenschapsfilosofie zijn binnen deze driedeling nog andere, specifiekere stromingen aanwezig. In dit onderzoek, waarbij betekenisgeving een belangrijke rol speelt, is gekozen voor een constructivistisch onderzoeksperspectief. De kern hiervan is de notie dat “mensen betekenis geven aan hun leven, wat consequenties heeft voor hun handelen” (Claringbould, 2006). Dit perspectief wordt bondig weergegeven in het, voor veel sociaal-wetenschappers bekende, Thomas-theorema: “If men define situations as real, they are real in their consequences.” De betekenissen die door betrokkenen worden gegeven aan SneeuwFit, hebben consequenties voor hun gedrag en de keuzes die zij maken. In dit onderzoek wordt getracht die betekenissen in kaart te brengen en aan te geven waar verschillen en overeenkomsten te vinden zijn.

Omdat het onderzoek plaatsvindt vanuit een interpretatieve en constructivistische onderzoeksopvatting ligt een kwalitatieve benadering voor de hand. Immers, het doel is om betekenissen cq interpretaties te leren kennen. Dit zijn kwalitatieve kenmerken die niet in getallen zijn uit te drukken.

#### **§3.2 Dataverzameling**

Om de perspectieven te kunnen beschrijven moet gekeken worden naar welke betekenissen mensen geven aan hun handelen. Weick (1995) heeft in het boek ‘Sensemaking in Organizations’ een kader geschepd om het proces van betekenisgeving te kunnen begrijpen. In paragraaf 4.6 wordt zijn theorie verder toegelicht. In “Doing and Undoing Gender in Sport Governance” (Claringbould & Knoppers,

2008) staat diezelfde betekenisgeving centraal en is daarom een waardevolle inspiratiebron gebleken voor het bepalen van de onderzoeksopzet.

Doordat de focus op betekenisgeving ligt, is gekozen voor een kwalitatief onderzoek met semi-gestructureerde interviews. In deze semi-gestructureerde interviews is het de bedoeling dat de informant zo vrij mogelijk kan spreken en daarbij zelf kan aangeven welke zaken belangrijk en minder belangrijk zijn. Om het gesprek in de hand te houden zijn van tevoren topics geformuleerd en stelt de onderzoeker vragen die helpen om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden. Omdat betekenissen verschillen van persoon tot persoon, is het belangrijk om hierin niet sturend te zijn: de onderzoeker moet zich tijdens het interview zo objectief mogelijk opstellen om beïnvloeding en sociaal-wenselijke antwoorden te voorkomen.

Om de informanten vrij te kunnen laten spreken, is de keuze voor de locatie van het interview aan hen overgelaten. Op een enkeling na hebben de interviews met deelnemers, bestuurders en instructeurs bij hen thuis plaatsgevonden. De interviews met NSkiV-medewerkers zijn op kantoor gehouden. Alle interviews zijn op tape opgenomen en letterlijk uitgewerkt.

De volgende informanten zijn geïnterviewd:

<b>Organisatie</b>	<b>Rol</b>
Amsterdamse Ski Vereniging	Bestuurder
SV Brabant Zuid-Oost	Bestuurder
SV KennemerRand	Bestuurder
SV Zaanstreek-Waterland	Bestuurder
AlmereSNoW	Instructeur
SV Brabant Zuid-Oost	Instructeur
SneeuwFit Zutphen	Instructeur
SneeuwFit Zutphen	Instructeur
SV St. Bernard	Instructeur
Brabant Zuid-Oost	Deelnemer
SC Noordoostpolder	Deelnemer
Skivereniging Grote Rivieren	Deelnemer
Ski en Fit Arnhem	Deelnemer
Nederlandse Ski Vereniging	Manager Breedtesport
Nederlandse Ski Vereniging	Medewerker Breedtesport
Nederlandse Ski Vereniging	Hoofd Opleidingen

**Figuur 2: Overzicht van informanten**

Het selecteren van verenigingen is in overleg met de NSkiV gedaan omdat zij meer zicht heeft op het werkveld. De NSkiV-medewerkers horen en zien welke verenigingen nog actief met SneeuwFit bezig zijn. Verenigingen die al langere tijd niet reageren op communicatie vanuit de NSkiV zijn daardoor buiten het onderzoek gebleven. Om in kaart te brengen hoe verenigingen van verschillende grootte met SneeuwFit omgaan is ervoor gekozen om zowel grote als kleine verenigingen aan bod te laten komen.

Deze selectie vond plaats op basis van gesprekken met de manager Breedtesport en aanwezige documenten zoals gespreksverslagen. Om een grote variatie in verhalen en situaties te krijgen, zijn de informanten zoveel mogelijk van verschillende verenigingen afkomstig. Bij één interview kwam het zo uit dat er twee instructeurs aanwezig waren en een bestuurder had voorgesteld om een instructeur en een deelnemer uit te nodigen. Om het gevaar te beperken dat de informanten elkaar beïnvloeden is er door de onderzoeker extra doorgevraagd op de gegeven antwoorden.

In totaal zijn er 16 mensen geïnterviewd, waarvan vier bestuurders, vijf instructeurs, vier deelnemers en drie medewerkers van de NSkiV. Met betrekking tot de externe validiteit van dit onderzoek zijn de aantallen wellicht wat zwak om één op één te generaliseren naar alle andere actoren uit dezelfde groep, maar in dit onderzoek is vooral getracht een verkenning uit te voeren naar de perspectieven van

die vier groepen. Daarbij was er in dit onderzoek beperkte tijd beschikbaar voor het interviewen van de informanten, mede doordat er gekozen is voor data-analyse middels de grounded theory, een vorm die veel tijd en energie kost (zie §3.3).

De medewerkers van de NSkiV zijn geïnterviewd omdat zij verantwoordelijk zijn voor het overkoepelende SneeuwFit-beleid. Door hen te vragen wat de mogelijkheden binnen de NSkiV zijn om aan de wensen van de bestuurders, instructeurs en deelnemers te voldoen, is getracht de haalbaarheid van de aanbevelingen te vergroten.

Geen van de deelnemers heeft aangegeven anoniem te willen blijven, maar om de aandacht van illustratief bedoelde quotes op de boodschap zelf te houden en niet op de persoon die het gezegd heeft, is besloten ze te anonimiseren.

Naast dataverzameling via interviews is er een literatuurgedeelte waar dieper in wordt gegaan op ouderen (50-plussers) en hun sportbeleving. Uit een analyse van de ledengegevens van de NSkiV komt namelijk naar voren dat de gemiddelde leeftijd van de SneeuwFit-verenigingsleden rond de 57 jaar ligt. Daarbij zal worden ingegaan op het begrip 'betekenisgeving' en hoe daar vanuit de theorie van Weick duiding aan wordt gegeven.

### §3.3 Data-analyse

Bij de data-analyse worden inzichten uit de grounded theory gebruikt. Op die manier kan de onderzoeker zoveel mogelijk recht doen aan de complexe werkelijkheid en loopt hij bovendien niet het risico om beperkt te worden door een eenzijdige focus. Het doel van de grounded theory is "... to demonstrate relations between conceptual categories and to specify the conditions under which theoretical relationships emerge, change, or are maintained" (Glesne, 2006, p. 12). Anders gezegd: Gebaseerd op de empirische gegevens uit de interviews wordt getracht een samenhangende theorie te vormen zonder deze theorie van tevoren al klaar te hebben liggen.

De eerste stap in de grounded theory is dat de interviews nauwkeurig worden bestudeerd en ingedeeld in fragmenten. Deze fragmenten worden gelabeld en onderling vergeleken. Dit proces wordt open coderen genoemd. Het resultaat hiervan is één lijst met codes; de thema's die uit deze eerste analyse zijn komen bovendien. De tweede stap richt zich meer op de codes zelf, dit wordt het axiaal coderen genoemd. Hierbij wordt gecontroleerd of de codes de 'lading dekken', of ze een passende naam hebben, of er misschien codes bij moeten of dat er codes samengevoegd kunnen worden, of er een onderverdeling te maken is in hoofd- en subthema's, etc. De *constant comparative analysis* (Glesne, 2006, p. 27), een belangrijk onderdeel van de grounded theory, heeft als gevolg dat de codes gedurende het onderzoek kunnen veranderen als gevolg van voortschrijdend inzicht. De derde en laatste stap in de grounded theory is die van selectief coderen, waarbij de onderzoeker selectiever wordt in welke codes hij uiteindelijk gaat beschrijven in het onderzoek en welke niet. Hier wordt de koppeling gemaakt tussen de data en de onderzoeksvraag. Er wordt onder andere gekeken naar welke thema's steeds terugkomen, welke codes relevant zijn voor de beantwoording van de onderzoeksvraag en welke samenhang te beschrijven is tussen de verschillende codes.

In het onderstaande schema is ter illustratie aangegeven hoe de grounded theory is toegepast op de interviews met de verenigingsbestuurders.

Open coderen: gevonden codes	Axiaal coderen: groepen codes	Selectief coderen: gekozen codes
Aanbod van de vereniging Afname ledental Beeld van ouderen Doelgroep Duidelijkheid promotiemateriaal Eigen ervaring van de prijs Ervaring van anderen van de prijs Gevarieerdheid van het product Groei ledental Groepsgevoel Jongere doelgroep Kosten: neerwaartse spiraal Leeftijd Nordic Walking Personeel Personeel: financieel Plaats Product Product inhoud qua oefeningen Promotie Rol NSkiV Skiken Skispecifiek versus algemene conditietraining SneeuwFit in vijf woorden Tijdstip Tijdstip binnentraining Verbondenheid met leden van vereniging Vereniging versus sportschool Vergrijzing Vervolgactiviteiten Vrijwilligerswerk/motivatie Woord 'ski-vereniging' stoot af Zijn deelnemers actief?	Aanbod van de vereniging o.a. product, skiken, tijdstip, tijdstip binnentraining, plaats, aanbod van de vereniging  Ledenterugloop o.a. doelgroep, personeel, afname ledental, vergrijzing, prijs, skiken, tijdstip, tijdstip binnentraining  Ledenwerving o.a. Nordic Walking, jongere doelgroep, vereniging versus sportschool, beeld van ouderen, promotie  etc.	De SneeuwFit-activiteiten Ledenterugloop en ledenwerving Activiteiten buiten de trainingen Instructeurs Band met NSkiV

**Figuur 3: Werking grounded theory**

In de laatste fase van de grounded theory ligt de bal bij de onderzoeker die gaat 'kiezen' welke zaken hij gaat rapporteren en welke niet. Elementen die de keuze kunnen beïnvloeden zijn uiteraard de vraag- en doelstelling, maar ook de literatuurstudie, de rijkdom van de gegevens, opvallende of boeiende uitkomsten en actualiteit (Boeije, 2005; Rubin & Rubin, 2005). De codes die in dit onderzoek zijn geselecteerd, zijn te zien in de rechterkolom van Figuur 3. Deze onderwerpen kwamen naar voren omdat het direct betrekking heeft op de deelvragen van dit onderzoek, omdat de informanten hier veel belang aan hechten of omdat er veel verschillende betekenissen aan dat onderwerp werden gegeven.

### §3.4 Relevantie van het onderzoek

#### *Maatschappelijke relevantie*

Dit onderzoek is in eerste instantie bedoeld voor de Nederlandse Ski Vereniging, om meer inzicht te krijgen in de verschillende perspectieven op SneeuwFit. Ondanks dat dit onderzoek sterk op deze organisatie is toegespitst, bevat het zeker een bredere maatschappelijke relevantie. De actieve oudere doelgroep, waar dit onderzoek zich mede op richt, wordt door de overheid belangrijk gevonden. Zij wil dat in onze vergrijzende samenleving de ouderen fit en gezond blijven. Als één van de indicatoren van de Monitor Ouderenbeleid heeft de overheid onder andere gekozen voor “het aandeel ouderen dat aan beweging doet”. Dit staat nader omschreven in Nota 64; Ouderenbeleid in het perspectief van de vergrijzing (Ministerie van VWS, 2005). Aangezien ouderen de komende jaren in absolute en relatieve



zin een steeds grotere groep worden, zoals in het theoretisch kader wordt aangetoond, is het belangrijk dat er op het gebied van senioren sport goede voorzieningen zijn. Dit onderzoek kan eraan bijdragen om meer begrip voor de leefwereld en sportbeleving van ouderen te krijgen, zodat het sportaanbod voor ouderen effectiever in te richten is.

#### *Wetenschappelijke relevantie*

In dit idiografische onderzoek wordt een theorie van betekenisgeving geformuleerd van deelnemers, instructeurs, bestuurders en NSkiV-personeel aan SneeuwFit. Deze theorie is daarom enkel geldig voor de specifieke situatie van de SneeuwFit-verenigingen in Nederland. Wel zijn de theoretische inzichten die uit dit rapport naar voren komen wellicht te gebruiken als referentiekader wanneer men kijkt naar de betekenisgeving aan andere sportconcepten die op ouderen gericht zijn. Verder biedt het onderzoek inzicht in de verscheidenheid aan visies van partijen die betrokken zijn bij een product als SneeuwFit. Deze verschillende gezichtspunten kunnen bruikbaar zijn voor onderzoeken naar eenzelfde soort product.

### **§3.5 Betrouwbaarheid en validiteit**

Betrouwbaarheid is een term die in de statistiek gebruikt wordt om aan te geven of de gemeten waarde niet een toevalstreffer is ('t Hart, 1998). Bevindingen en resultaten met een hoge betrouwbaarheid zullen bij een herhaalmeting (bijvoorbeeld een tweede interview met dezelfde informant of een interview door een andere onderzoeker) hetzelfde resultaat opleveren als bij de eerste meting. In dit onderzoek is de betrouwbaarheid vergroot doordat de onderzoeker tijdens het afnemen van de interviews zich strikt heeft gehouden aan de topiclijst en daarop door heeft gevraagd op een open manier, om zo min mogelijk invloed uit te oefenen op de antwoorden van de informant. Om de invloed van persoonlijke normen en waarden op de resultaten verder te beperken, is van tevoren een korte reflectie op het thema SneeuwFit geschreven zodat de onderzoeker bewust is van de bril waarmee hij naar SneeuwFit kijkt. Daarnaast is het eerste interview ook door een medestudent gecodeerd, zodat codes naar voren kunnen komen die de onderzoeker in eerste instantie niet waren opgevallen. De gevonden codes zijn daarna (waar dat nodig was) tegen elkaar afgewogen en verwerkt in dit onderzoek.

Het begrip validiteit richt zich op de vraag of de onderzoeksuitspraak wel de werkelijkheid dekt. Validiteit wordt in de wetenschap opgesplitst in interne en externe validiteit. De interne validiteit wordt bepaald door de mate waarin je meet wat je wil meten. Kan met de verkregen resultaten een antwoord gegeven worden op de vragen die uiteindelijk beantwoord dienen te worden? In dit onderzoek wordt die validiteit gegarandeerd doordat er veel aandacht is besteed aan het formuleren van duidelijke hoofd- en deelvragen op basis van wetenschappelijke literatuur en feedback van begeleiders. Op basis van die hoofd- en deelvragen is de topiclijst samengesteld (zie bijlage 2), waarbij de vragen zodanig zijn gesteld dat ze de hoofd- en deelvragen van dit onderzoek kunnen beantwoorden.

Externe validiteit draait om de vraag of de resultaten generaliseerbaar zijn naar de hele populatie, of dat ze enkel gelden voor de onderzochte informanten. Door de keuze voor vier perspectieven in combinatie met het beperkte aantal informanten per groep zou de externe validiteit in gevaar kunnen komen. Dit onderzoek is echter bedoeld als verkennend onderzoek en poogt een beeld te schetsen van de verschillende perspectieven die er op SneeuwFit bestaan. De verwachting is dat, ondanks een klein aantal informanten, er toch een aantal perspectieven op SneeuwFit boven zullen drijven die terug te zien zijn in de gehele populatie.

### **§3.6 Eigen positie van de onderzoeker**

Zoals in de vorige alinea is uitgelegd, kan de rol van de onderzoeker een belangrijke factor zijn in kwalitatief onderzoek. Om de betrouwbaarheid te vergroten en valkuilen te herkennen, wordt hier gereflecteerd op de positie van de onderzoeker.

Voordat ik aan dit onderzoek begon, waren de SneeuwFit-verenigingen voor mij relatief onbekend terrein. Ik liep een jaar stage bij de NSkiV voordat ik met dit onderzoek begon, maar wat ik ervan wist kwam vooral van verschillende collega's bij de NSkiV. Deze zijn veelal jong van geest en de SneeuwFit-verenigingen waren daardoor bij hen niet echt populair, in de zin dat het volgens velen een stoffig imago heeft. Tijdens het onderzoek heb ik ervaren dat het wellicht een stoffig imago heeft, maar dat de deelnemers veel plezier beleven aan de trainingen en dat SneeuwFit voor hen veel betekent.

Ik vind het bieden van voorlichting en voorbereiding op wintersportgebied een van de belangrijkste taken van de Nederlandse Ski Vereniging. SneeuwFit is in mijn ogen een goede invulling van dat idee en één van de weinige mogelijkheden om mensen in Nederland met wintersport bezig te laten zijn. Om die reden zie ik SneeuwFit als een belangrijk product van de NSkiV en zou ik niet adviseren om het product af te stoten. Het lijkt mij beter om het product zodanig te verbeteren dat het aantrekkelijker wordt voor nieuwe deelnemers. Dat de gemiddelde leeftijd van de deelnemers hoog ligt, zie ik als een kans om juist in die doelgroep te investeren en SneeuwFit zo goed mogelijk op die groep aan te laten sluiten.

Zelf ben ik actief in het bestuur van een sportvereniging en kan me daardoor goed inleven in de positie van de bestuurders. Ik weet hoe prettig het kan zijn als je als bestuurder hulp krijgt van een bond om je vereniging te versterken; ik zie dan ook voor de NSkiV een rol daarin weggelegd. De NSkiV legt de nadruk op zelfstandige verenigingen, om daarmee een wederzijdse actieve relatie aan te gaan zodat die verenigingen en de NSkiV zich kunnen versterken. Hier kan ik me goed in vinden.

Mijn affiniteit met het verenigingsleven en mijn positieve kijk op het product SneeuwFit zouden ervoor kunnen zorgen dat ik het probleem vooral benader vanuit de verenigingen en dat ik minder aandacht besteed aan de wensen en mogelijkheden van de NSkiV-medewerkers. Door me bewust te zijn van mijn eigen positie hoop ik deze 'blinde vlek' weg te nemen.

#### *H4: Theoretisch kader*

Voordat de interviews en analyse worden weergegeven, wordt in dit hoofdstuk gepresenteerd wat er in de wetenschappelijke literatuur over SneeuwFit en gerelateerde onderwerpen bekend is. Enerzijds biedt een dergelijke literatuurstudie houvast omdat het inhoudelijke kennis over het onderwerp genereert, anderzijds komen er theoretische inzichten aan bod die het onderzoek meer diepgang geven.

Zoals eerder gezegd zijn de leden van SneeuwFit-verenigingen over het algemeen tussen de 50 en 80 jaar oud. De constatering dat dit een afgebakende leeftijdsgroep is, heeft ertoe geleid dat binnen het onderzoek de focus op 'ouderen' ligt. Bovendien vormen de SneeuwFit-leden een groep waar de beleidsmakers van de NSKiV geen direct contact mee hebben en waarover meer informatie nodig is om deze groep beter te leren kennen.

In deze literatuurstudie wordt gekeken naar ouderen en hoe zij gedefinieerd worden, hun maatschappelijke positie, hun leefwereld en hun opvattingen over sport. In dit literatuurgedeelte staan daarom de volgende vragen centraal:

- §4.1 Hoe definiëren we ouderen?
- §4.2 Wat is de positie van ouderen in de samenleving?
- §4.3 Wat is bekend over de tijdsbesteding van ouderen?
- §4.4 Wat is bekend over de sportbeoefening van ouderen?
- §4.5 Waarom sporten ouderen?
- §4.6 Wat wordt verstaan onder betekenisgeving?
- §4.7 Conclusie

##### **§4.1 Hoe definiëren we ouderen?**

Een groot deel van dit literatuuronderzoek richt zich op ouderen. Maar wat is nu de definitie van ouderen? Hierover verschillen de meningen. In de notitie Grijswaarden (SCP, 2008; p23) is te lezen: *“Leeftijdsgrenzen zijn altijd een lastig onderwerp in rapportages over ouderen (vgl. De Boer 2006; De Klerk 2001, 2004b; De Klerk en Timmermans 1998; De Haan 1996; Timmermans 1993; Timmermans en De Boer 1992).”*<sup>1</sup> De vele bronverwijzingen in deze zinsnede uit het SCP-rapport laten zien dat al veel wetenschappers zich hebben gebogen over de term 'ouderen' en wat daaronder verstaan wordt.

Soms wordt de groep 'ouderen' strikt gedefinieerd op basis van leeftijd: de leeftijdsgrens van 65 jaar wordt hierbij vaak aangehouden. Deze grens is naar alle waarschijnlijkheid vastgesteld in 1884, toen Bismarck in Duitsland de pensioensleeftijd invoerde. Deze pensioensleeftijd is sindsdien niet veranderd. Het SCP heeft in de notitie Grijswaarden moeite met die definitie en geeft aan dat leeftijd een onvoldoende passend criterium is om ouderen te onderscheiden. Bij verschillende onderwerpen horen verschillende definities van het woord 'ouder'. Waar het bijvoorbeeld gaat om arbeidsparticipatie, noemt men 55- tot 64-jarigen ouderen. Als het gaat om zorg aan terminale patiënten, liggen die leeftijden vaak veel hoger. In de notitie Grijswaarden wordt ervoor gekozen om de groep ouderen een absolute ondergrens te laten hebben van 55 jaar.

De complexiteit van de term 'ouderen' wordt aan het licht gebracht in Een Prettig Gevuld Bestaan (Schnabel, 2006, p183). “Onder de noemer 'ouderen' gaan heel verschillende generaties, levensfasen, leefstijlen en competenties schuil. Het lijkt logisch om de grote groep 'ouderen' in ieder geval onder te verdelen in de groep 50-75 jaar en de 75-jarigen en ouder. Wat gezondheid en mate van hulpbehoefendheid betreft is dat zeker een goede afgrenzing [...]”

In het onderzoeksrapport *Wat Beweegt Senioren?* (Linnemann et al, 2000) wordt steevast gesproken over senioren van 50 tot 65 jaar, omdat dit een leeftijdsgroep is waarover bij NOC\*NSF nog weinig

---

<sup>1</sup> De vele bronnen uit het SCP-rapport worden genoemd om het punt te ondersteunen dat de term 'ouderen' lastig op leeftijdsgrenzen af te bakenen is. De bronnen zijn niet in de literatuurlijst opgenomen omdat ze in dit onderzoek niet zijn gebruikt.

kennis voorhanden was. Aan de keuze voor deze definitie ligt in dit laatste geval een pragmatische reden ten grondslag.

Uit deze verschillende bronnen kun je concluderen dat ouderen niet aan de hand van leeftijd of een andere 'hard' criterium te definiëren zijn. Onder de term 'ouderen' wordt een veelheid aan beelden en groepen verstaan, waarbij verschillende contexten bepalen welke invulling het begrip krijgt. De term ouderen mag je daarom opvatten als een sociale constructie.

Zo'n sociale constructie is tevens terug te zien bij het gebruik van de term 'jongeren'. In het proefschrift "Multicultureel drama?" (De Bruin, 2005) wordt aan de hand van wetenschappelijke artikelen aangetoond dat de term 'jongeren' niet altijd heeft bestaan. Pas vanaf de achttiende eeuw werden 'jongeren' gezien als een aparte groep. In de overgang van kind naar volwassene leken zij niet altijd even goed te slagen, waardoor zij voornamelijk werden geassocieerd met problemen. In de jaren '50 van de vorige eeuw kwam een nieuwe associatie met jongeren op, namelijk die van "jeugd als plezier". Deze nieuwe definitie ontstond als gevolg van de hedonistische levensstijl in die tijd. Hiermee toont De Bruin aan dat de betekenis van het begrip jeugd niet alleen ligt in de leeftijd, maar is 'overladen met culturele connotaties'. Verdergaand op dit onderwerp onderscheidt De Bruin uiteindelijk vier verschillende constructies van jongeren: Jongeren als plezier, jongeren als probleem, jongeren als ontwikkeling en jongeren als volwassenen.

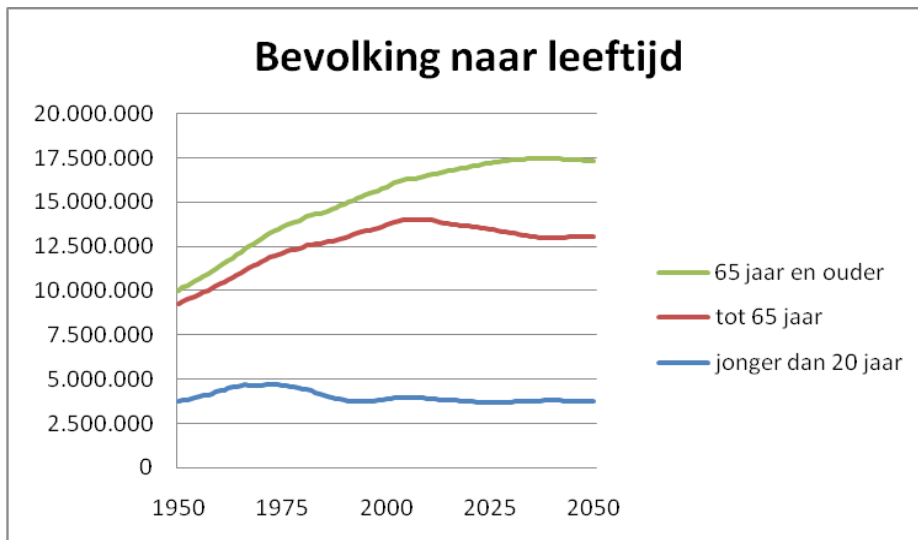
De term ouderen is ook zo'n sociale constructie, waarvan de definitie afhankelijk is van verschillende sociale processen en culturele factoren. Om die reden wordt in dit literatuurgedeelte geen vaststaande definitie gegeven van het begrip 'ouderen', maar zal de term gebruikt worden als paraplu-begrip voor definities die net een iets andere betekenis hebben. Verder wordt de term gebruikt om de informanten te laten vertellen welke betekenissen zij aan het begrip 'ouderen' geven. Het is erg interessant om die opvattingen naast elkaar te leggen en te kijken naar overeenkomsten en verschillen, en er zo achter te komen hoe de informanten ouderen construeren.

#### **§4.2 Wat is de positie van ouderen in de samenleving?**

Nog maar weinig mensen kijken op van de stelling "Nederland vergrijst". Al enige tijd vindt er in Nederland een maatschappelijk debat plaats over de gevolgen die "de vergrijzing" met zich meebrengt. De economische crisis van 2008 maakte dit proces weer actueel: het debat rondom vergrijzing is de laatste jaren weer opgeblaaid door het verhogen van de pensioensleeftijd van 65 jaar naar 67 jaar.

De term vergrijzing is te zien als een sociale constructie, omdat onder vergrijzing soms verschillende zaken worden verstaan, zoals het opschuiven van de gemiddelde leeftijd; een gebrek aan aanwas van jonge mensen, een nominale groei van het aantal ouderen, enzovoorts. Om zonder onduidelijkheid uitspraken te kunnen doen over vergrijzing, zal moeten worden vastgesteld welke definitie precies gehanteerd wordt. Met vergrijzing wordt in dit literatuurgedeelte op twee ontwikkelingen gewezen: enerzijds het stijgen van de gemiddelde leeftijd en anderzijds het stijgende aandeel van 65-plussers in de totale bevolking.

Om een indruk te krijgen van de omvang van dit fenomeen, kunnen we de cijfers er op naslaan. De bevindingen en prognoses van het CBS scheppen een helder beeld: De totale bevolkingsgroei zal de komende jaren waarschijnlijk stagneren tot ongeveer 17,5 miljoen, waarbinnen het aandeel 65-plussers zal toenemen. De volgende grafiek laten dat duidelijk zien.



**Figuur 4: De totale bevolkingsgroei in Nederland van 1950-2050 (vanaf 2009: prognose), onderverdeeld in drie leeftijdscategoriën. Doordat de grafiek cumulatief van aard is, worden de verhoudingen tussen de verschillende groepen duidelijk zichtbaar.**

Naast deze veranderende verhoudingen binnen onze maatschappij, zal ook de gemiddelde leeftijd de komende jaren hoogstwaarschijnlijk stijgen. Werden mannen in de jaren '50 gemiddeld 59 jaar oud, in 2007 is deze leeftijd al gestegen naar 73 jaar. Voor vrouwen zijn deze leeftijden 63 respectievelijk 79 jaar. Het CBS verwacht dat niet alleen de gemiddelde leeftijd zal stijgen, maar dat tevens de levensverwachting de komende jaren nog verder toe zal nemen. Mannen in 2008 hebben een levensverwachting van 78 jaar en in 2050 is die verwachting opgelopen tot 83 jaar. Voor vrouwen geldt eveneens een toename, van 82 jaar in 2008 naar 85 jaar in 2050.

Blijkbaar veranderen in Nederland niet alleen de verhoudingen, maar worden mensen ook ouder dan voorheen, wat meer aanpassingsvermogen vergt van de maatschappij zoals die nu is ingericht. De vergrijzing stelt de maatschappij voor een aantal problemen zoals het AOW-vraagstuk of de beperkte capaciteit in de zorg. Het einde van deze problemen is dus nog niet in zicht. De groep ouderen zal daarmee de komende jaren steeds belangrijker worden in het maatschappelijk debat in Nederland.

#### **§4.3 Wat is bekend over de tijdsbesteding van ouderen?**

Om meer te weten te komen over de leefwereld van ouderen is het interessant om te kijken naar hun (vrije-) tijdsbesteding. Schnabel (2006) heeft veel onderzoek gedaan op dit gebied. Er zijn verschillende vormen van tijdsbesteding te onderscheiden: Betaald werk, onbetaald werk, vrijwilligerswerk en vrije tijd.

##### *Betaald werk*

In Een Prettig Gevuld Bestaan (Schnabel, 2006) is te lezen dat de afgelopen 30 jaar op het gebied van betaald werk een verschuiving te zien is: steeds meer ouderen gaan eerder met pensioen dan voorheen. Was in 1973 nog bijna 80% van de mannen tussen de 50-64 jaar aan het werk, inmiddels is dit percentage teruggelopen naar 70%. Deze daling van 10% is vooral toe te schrijven aan het oudere deel: het percentage mannen dat op 63-jarige leeftijd nog aan het werk is, is in dertig jaar gedaald van 60% in 1973 naar 15% in 1999. Vergeleken met de vrouwen is er in absolute getallen een verschil te zien, omdat in algemene zin hun arbeidsparticipatie de afgelopen decennia is toegenomen. Toch is er rond de pensioensgerechtigde leeftijd hetzelfde patroon te zien; zij willen net als mannen relatief vroeg met pensioen.

Mannen tussen de 55 en 64 jaar werken per week gemiddeld 26 uur. Vanaf hun 65ste verrichten mannen nog maar 2,5 uur aan betaalde arbeid (bij vrouwen is dit respectievelijk 15 uur en 1 uur per week). Een deel van de 50-plussers werkt vooral om het pensioen aan te vullen met betaald werk, tot het moment dat ze recht op AOW hebben. Sommigen (16% van de 50- tot 65-jarigen) beginnen een

eigen bedrijf, mede omdat het lastig is om op deze leeftijd nog aan een nieuwe betaalde baan te komen. De weinige werkenden zijn vooral de ondernemers, mensen met vrije beroepen (kunstschilders etc.), politici en dergelijke.

#### *Onbetaald werk*

Ouderen verrichten ook onbetaald werk. Ongeveer een derde van de mensen die mantelzorg krijgen is 65 jaar of ouder en vaak worden zij verzorgd door hun partner. Partners geven aan, meer dan andere mantelzorgers, hun zorg te verlenen uit liefde en genegenheid (47%). Een deel vindt het ook vanzelfsprekend om de zorg op zich te nemen (27%) en de hulpbehoevende geeft in de meeste gevallen ook aan dat hij/zij het liefst de hulp van de partner geniet (86%). De mantelzorg voor partners komt redelijk vaak voor, de schatting is dat in ongeveer 1 op de 2 á 3 relaties dit een rol speelt.

Naast de mantelzorg voor directe partners, zorgen ouderen ook graag voor anderen. De kleinkinderen spelen een belangrijke rol: Iets minder dan de helft van de ouderen geeft aan dat zij helpen bij klusjes en de opvang van de kleinkinderen, 40% biedt hulp in de huishouding en 25% geeft financiële steun. In het geval van kinderopvang springen de grootouders gemiddeld twee dagen in de week voor 12 uur bij. Afgezet tegen andere vormen van kinderopvang, blijken grootouders de meest gebruikte opvangvoorziening te zijn voor de gezinnen van hun kinderen.

#### *Vrijwilligerswerk*

Binnen sectoren als het vrijwilligerswerk, de politieke partijen, de kerkelijke organisaties en de culturele centra is te zien dat relatief veel ouderen zich inzetten. Toch zal dit in de toekomst waarschijnlijk veranderen; 55% van de 65-plussers verwacht de komende 5 jaar minder tijd te besteden aan vrijwilligerswerk en mantelzorg, terwijl deze afname niet wordt gecompenseerd door de 'nieuwe 65-plussers', de groep van 55- tot 64-jarigen. Hierin zal de komende jaren waarschijnlijk een verschuiving te zien zijn.

Ouderen doen veel vrijwilligerswerk. Circa 1 op de 3 Nederlanders doet vrijwilligerswerk, maar ouderen nemen een groot deel hiervan voor hun rekening. Eind jaren '90 waren 40% van de mensen tussen de 50 en 75 jaar oud actief in het georganiseerde vrijwilligerswerk. Daarnaast deed nog 20% informeel vrijwilligerswerk. Vooral verbondenheid met een bepaalde religie maakt dat veel ouderen nog vrijwilligerstaken op zich nemen. Ook vele stichtingen en verenigingen in Nederland worden gerund door ouderen, waaronder muziekverenigingen, welzijnsorganisaties, fondsen, sportverenigingen, scholen, ziekenhuizen, hobbyclubs, etc.

Hoger opgeleiden doen vaker aan vrijwilligerswerk, maar het stijgende opleidingsniveau bij de ouderen zal waarschijnlijk geen even sterke toename in het aantal vrijwilligers veroorzaken. Sterker nog, de verwachting is dat het aantal beschikbare vrijwilligers de komende jaren zal dalen, als gevolg van een aantal uiteenlopende zaken: Vrouwen zijn actiever op de arbeidsmarkt, mannen doen meer in het huishouden, de groeiende groep allochtonen zijn niet gewend om zich aan vrijwilligersorganisaties te binden, veel mensen willen zich niet voor langere tijd laten vastleggen aan vrijwilligerswerk en de steeds hogere eisen die aan vrijwilligers worden gesteld ontmoedigt mensen om zich aan te bieden.

#### *Vrije tijd*

De vrije tijd thuis (voor 55- tot 64-jarigen 51 uur per week, voor 65-plussers 59 uur per week) wordt vooral ingevuld door televisiekijken (gemiddeld 19 uur per week). Hierbij gaat het om de mannen; de 65-plus vrouwen doen onverminderd veel in het huishouden (28 uur per week) waardoor er voor hen 55 uur overblijft om als 'vrije tijd' te beschouwen. De rol die sport hierin speelt, zal in paragraaf §4.4 behandeld worden.

#### *De oudere van nu*

In deze paragraaf is tot nu toe, aan de hand van Een Prettig Gevuld Bestaan (Schnabel, 2006), een beeld geschetst van de tijdsbesteding van ouderen. De invulling die ouderen daaraan geven is de afgelopen jaren veranderd en zal in de toekomst waarschijnlijk verder veranderen. De ouderen van nu leven langer, zijn vaker en langer actief, zijn bekend met moderne technologieën en zijn hoger

opgeleid. Vooral in de groep van 60-75 jaar zitten vitale en actieve mensen die een maatschappelijke rol spelen. Daarnaast zijn deze mensen meer bezig met sport, cultuur en vrije tijdsbesteding en lijken ze geenszins van plan “achter de geraniums te gaan zitten”. In de Nota ‘Ouderenbeleid in het perspectief van de vergrijzing’, kortweg Nota 64 genoemd, wordt tevens zo'n ontwikkeling geschetst. In Nota 64 (Ministerie van VWS, 2005) wordt 'de oudere van nu' als volgt geconstrueerd:

- Gezonder (hogere levensverwachting)
- Welvarender (ouderen zijn in toenemende mate kapitaalkrchtig, mobiel, internationaal georiënteerd en vitaal)
- Individualistischer (specifieke levensstijlen genereren specifieke behoeften en wensen)
- Langer vitaal
- Zelfbewuste, zelf kiezende ouderen (ouder worden is een individueel en persoonlijk ingekleurde ontwikkeling)
- Leeftijd is niet langer meer een ijkpunt, de term ouderen wordt als een sociale constructie gezien: “Onder de algemene noemer ‘ouderen’ gaan heel verschillende generaties, levensfasen, leefstijlen en competenties schuil”

In deze paragraaf is dieper ingegaan op de tijdsbesteding van ouderen. De verschillende gebieden betaald werk, onbetaald werk, vrijwilligerswerk en vrije tijd geven een redelijk compleet beeld van de tijdsbesteding van ouderen. De activiteiten van ouderen verplaatsen zich van betaald werk naar mantelzorg en zorg voor de kleinkinderen. Vrijwilligerswerk hoort ook bij de tijdsbesteding van ouderen, maar de animo hiervoor zal in de toekomst verminderen, wat past in het plaatje van ‘de oudere van nu’, die individualistischer en zelfbewuster is.

#### **§4.4 Wat is bekend over de sportbeoefening van ouderen?**

De afgelopen jaren neemt de sportbeoefening door ouderen toe en dit vertaalt zich in lidmaatschapscijfers van sportverenigingen (45% van de ouderen is lid). Toch voldoet bijna de helft van de 55-plussers niet aan de aanbevolen hoeveelheid van beweging per dag. In Figuur 5 (volgende pagina) is in statistieken van het SCP terug te zien dat op landelijk niveau vooral fietssport, wandelsport en zwemmen in trek zijn, goed voor respectievelijk 25%, 18% en 18% bij de 65- tot 79-jarigen.

	geslacht			leeftijd		
	totaal	man	vrouw	6-19 jr	20-64 jr	65-79 jr
<b>solosporten</b>	70	68	73	79	71	50
atletiek	2	2	2	6	1	1
auto-/motorsport	2	3	0	2	2	0
fitness/aerobics	22	18	26	11	27	9
golf	4	5	2	2	4	3
gymnastiek/turnen	6	3	9	19	2	9
paardrijden	4	2	6	9	3	1
schaatsen	6	5	6	12	5	1
skaten/skeelers	7	5	9	18	5	1
wielrennen/fietssport	23	27	19	14	25	25
hardlopen/joggen/trimmen	18	20	17	24	20	2
wandelsport	15	12	18	4	18	18
zeilen/roeien/kanoën/surfen	7	8	7	11	7	2
zwemmen	36	32	40	61	32	18
<b>duosporten</b>	21	24	18	39	18	6
badminton	6	6	7	17	4	1
squash	3	4	2	2	3	0
tafeltennis	6	7	5	16	3	1
tennis	10	11	9	15	9	5
vecht- en verdedigingssporten	4	5	2	9	3	0
<b>teamsporten</b>						
	totaal	man	vrouw	6-19 jr	20-64 jr	65-79 jr
teamsporten	22	28	15	55	15	3
basketbal	3	4	2	11	1	0
handbal	2	1	2	5	1	0
hockey	3	3	3	10	1	0
korfbal	2	1	2	5	1	0
softbal/honkbal	1	1	1	3	1	0
veldvoetbal	14	21	6	40	8	1
volleybal	5	4	5	9	4	1
zaalvoetbal	6	10	2	15	4	0
overig	7	6	8	10	7	6
geen sportdeelname	22	23	22	7	22	46

a Ten minste één keer per jaar.

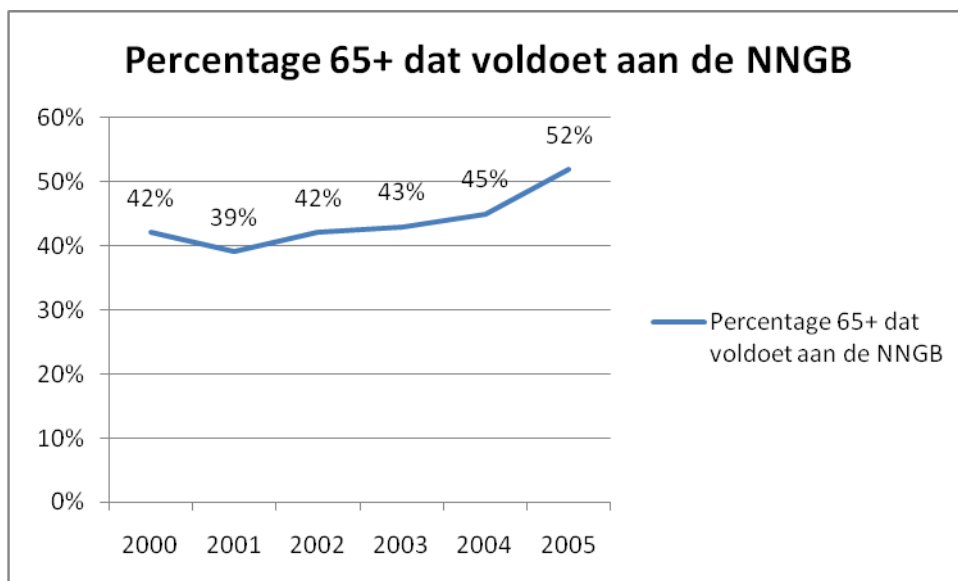
**Figuur 5: Sportdeelname, bevolking van 6-79 jaar, naar takken van sport en achtergrondkenmerken, 2007 (in procenten).**

De tabel van het SCP laat duidelijk zien dat de deelname aan duo- en teamsporten sterk afneemt naarmate men ouder is, terwijl individuele sporten zoals wandel- en fietssport populair blijven. De populariteit van de fiets- en wandelsport is op lokaal niveau terug te zien: één van de uitkomsten van



een kleinschalig onderzoek in de gemeenten Anna Paulowna en Harenkarspel (Taskforce Sport en Bewegen 50+, 2008) is dat dit de twee sporten zijn die het meest beoefend worden door 50-plussers.

Het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport heeft een belangrijke, sturende rol binnen de Nederlandse sportwereld en vindt 'lichamelijke activiteit' een belangrijke indicator om het succes van haar beleid te meten. Volgens de rapportage Grijswaarden (SCP, 2008) heeft lichamelijke activiteit bij ouderen 'een duidelijk gunstig effect op de gezondheid. Regelmatig voldoende lichaamsbeweging verlaagt het risico op een aantal langdurige aandoeningen en kan een gunstige invloed hebben op het verloop van deze ziekten [...]. Lichamelijke activiteit heeft daarnaast een gunstig effect op het (cognitief) functioneren van ouderen en op het immuunsysteem [...]. Lichaamsbeweging is dus een determinant van gezondheid. Tegelijkertijd zijn een verslechtering van de gezondheid en een toename in beperkingen belangrijke redenen voor ouderen om te stoppen met sporten.' Kortom, voldoende lichaamsbeweging kan ouderen helpen om gezond door het leven te gaan. Tussen 2000 en 2005 steeg het percentage ouderen dat voldoende beweegt tot 52% (zie figuur 6).



**Figuur 6: Percentage dat voldoet aan de Nederlandse Norm Gezond Bewegen, bevolking van 65 jaar en ouder, 2000-2005.**

Uit deze cijfers van het SCP is de eerder genoemde tendens terug te zien; steeds meer ouderen hechten belang aan sport en bewegen. In de rapportage Sport 2008 wordt dit verder toegelicht: *“Vooral ouderen tussen de 65 en 79 jaar hebben tussen 2003 en 2007 een sprong gemaakt, van 33% naar 41%. Wanneer wandelen en fietsen worden meegerekend, is dit zelfs een stijging van 42% naar 54%. De verschillen in sportdeelnamecijfers bij het wel of niet meerekenen van wandelen en fietsen zijn het grootst onder 50-plussers – een indicatie dat wandelen en fietsen juist onder deze leeftijdsgroep populaire sporten zijn.”*<sup>2</sup>

In het onderzoek van de Taskforce Sport en Bewegen 50+ (Sportservice Noord-Holland, 2008) is deze constatering terug te zien: Ongeveer de helft van de inwoners van Anna Paulowna en Harenkarspel van 50 jaar en ouder voldoet in de zomer aan de Nederlandse Norm voor Gezond bewegen (in de winter is dit lager, namelijk één derde).

Het feit dat steeds meer ouderen aandacht besteden aan bewegen en het gegeven dat wandelen zeer populair onder die groep is, is relevant voor dit onderzoek naar SneeuwFit omdat vooral de buitentrainingen op wandel- en loopoefeningen gericht zijn. Daarbij is het niet alleen interessant om te

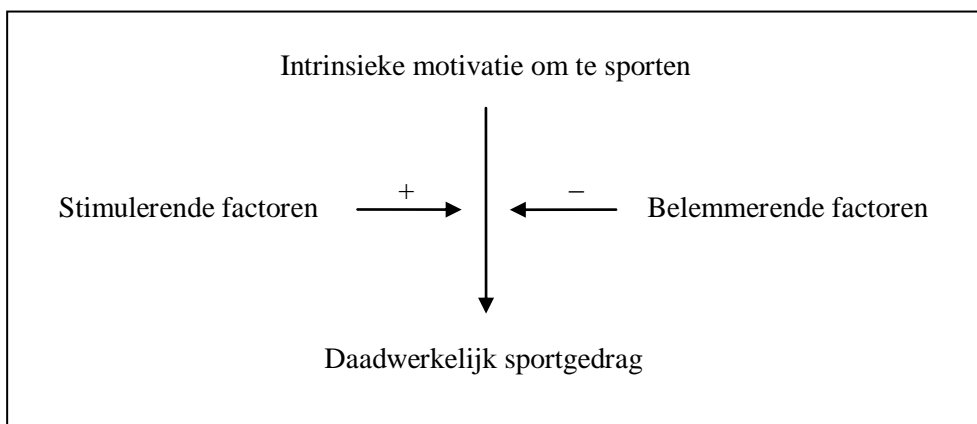
<sup>2</sup> De meningen zijn erover verdeeld of je wandelen en fietsen echt als sporten kunt beschouwen. Doordat wandelen en fietsen in de Nederlandse Norm Gezond Bewegen zijn opgenomen, worden ze in dit onderzoek gezien als een 'sport'.

weten wát voor sporten ouderen graag doen, maar ook wat ouderen binnen hun sportbeoefening zoeken en welke behoeften zij hebben. De volgende paragraaf zal hier dieper op ingaan.

#### §4.5 Waarom sporten ouderen?

Van 1998 tot 2000 heeft het NOC\*NSF een grootschalig onderzoek verricht naar het sportgedrag van 50- tot 65-jarigen en hun behoeften daarin, genaamd 'Wat beweegt senioren' (Linnemann et al, 2000). In dat onderzoek is in kaart gebracht wat de wensen en behoeften van deze doelgroep zijn en in hoeverre het aanbod hierop is afgestemd.

In hoeverre iemand zijn motivatie om te gaan sporten zich kan vertalen naar gedrag is afhankelijk van de mate waarin mensen 'kunnen, willen en/of weten' (Linnemann et al, 2000). In deze literatuurstudie wordt dit proces als volgt geduid: de intrinsieke motivatie om te sporten na interactie met stimulerende en beperkende factoren vormt het daadwerkelijke sportgedrag.



**Figuur 7: Van intrinsieke motivatie tot daadwerkelijk sportgedrag**

In deze literatuurstudie zal dieper worden ingegaan op de sportmotivaties van ouderen en op de stimulerende en beperkende factoren waar zij mee te maken krijgen.

##### §4.5.1 Intrinsieke motivatie om te sporten

Uit het onderzoek dat in Anna Paulowna en Harenkarspel (Sportservice Noord-Holland, 2008) naar 50-plussers is gedaan, blijkt dat daar de belangrijkste redenen om te sporten volgens de respondenten "Plezier en ontspanning, gezondheid en het bewegen zelf" zijn. Als belangrijkste redenen om niet te sporten of bewegen wordt genoemd dat andere hobby's interessanter zijn, sportactiviteiten te verplichtend zijn en dat men niet weet welke sport- en bewegingactiviteiten er worden aangeboden. Dit zijn vrij algemene uitspraken over de intrinsieke motivaties die sporters en niet-sporters hebben.

Het onderzoek Wat beweegt senioren (Linnemann et al, 2000) geeft meer inzicht in de motieven van niet-sportende ouderen en sportende ouderen om te gaan sporten. Sporters zien sport vooral als middel om zich fit te voelen (zowel qua fysieke gezondheid als qua uiterlijk), terwijl dit motief voor niet-sporters niet speelt. Blijkbaar kennen zij een andere betekenis aan sport toe als het gaat om fitheid en denken op andere manieren meer bij te dragen aan fitheid (bijvoorbeeld door een gezonde levensstijl).

Daarnaast vrezen niet-sporters ook vaker voor chronische blessures en dat is voor hen een motivatie om niet te gaan sporten. Angst voor blessures is iets dat onder sporters veel minder leeft, een groot deel van hen sport juist om fit te blijven en zo blessures tegen te gaan. Deze paradox wordt ook zichtbaar in de fysieke eigen-effectiviteit die de twee groepen zichzelf toekennen: de sporters zijn overtuigd van hun vaardigheden met betrekking tot sport, de niet-sporters hebben weinig vertrouwen in hun eigen kunnen met betrekking tot sport, wat hen van deelname weerhoudt.

Niet-sporters hebben een ander beeld van sporten dan sporters. Niet-sporters kennen de sportcultuur zoals zij die op de televisie zien, waar vaak presteren voorop staat. Deze verwachtingen remmen de intentie tot sportbeoefening af, omdat ouderen dan al gauw denken dat het niets voor hen is. Onder sportende ouderen heerst de opvatting dat sporten veel plezier met zich meebrengt en dat (top-) prestaties van ondergeschikt belang zijn.

Motieven die zowel sporters als niet-sporters hebben ten aanzien van sporten zijn gezelligheid, sociale contacten, gemeenschappelijkheid en aanzien. Beide groepen waarderen deze motieven in dezelfde mate en denken dat ze door middel van sporten die behoeften kunnen bevredigen.

#### *§4.5.2 Stimulerende en belemmerende factoren*

De sporten die het meest geliefd zijn bij 50 tot 65-jarigen zijn fietsen, wandelen, gymnastiek, zwemmen en fitness. Dit zijn allemaal sporten met een laag risico. Het NOC\*NSF (Linnemann et al, 2000) benadrukt het belang dat men bij het ontwikkelen van sportaanbod voor ouderen rekening dient te houden met de wens voor een laag risico.

Ouderdom brengt lichamelijke klachten met zich mee. De sportende ouderen hebben daarom vaker een sportmedicus nodig dan andere leeftijdsgroepen. Bij veel sporten ontbreekt het aan sportmedische begeleiding: in de reguliere sport worden zij vaak buiten de sport(vereniging) om bezocht, in het geval van een blessure of begeleiding bij revalidatie. Het kunnen bieden van een arts of fysiotherapeut bij sportactiviteiten voor ouderen kan een drempelverlagende werking hebben voor niet-sporters om te gaan sporten.

Een andere uitkomst is dat activiteiten met anderen uit dezelfde leeftijdscategorie drempelverlagend werken. Men heeft een vergelijkbaar prestatieniveau, doet makkelijker contacten op en zit 'in hetzelfde schuitje'. Niet alleen qua deelnemers is het goed om dezelfde leeftijdscategorie na te streven, maar ook voor de begeleiding. Dit "voor & door" principe creëert binding en de begeleider heeft daarbij meer kennis over (en begrip voor) leeftijdsgerelateerde problemen.

De prijs vormt volgens NOC\*NSF (Linnemann et al, 2000) zelden een belemmering voor het deelnemen aan sportactiviteiten. Bij slechts een paar takken van sport zijn de aanvangskosten en/of de contributie hoog. Over het algemeen zitten 50- tot 64-jarigen vaak aan de top van hun inkomen en dragen minder financiële verantwoordelijkheden, waardoor zij makkelijker geld kunnen uitgeven. Voor andere groepen ouderen (65-plussers, maar ook vrouwen en allochtonen) die van een AOW of klein pensioen moeten rondkomen kan de financiële drempel echter wel een probleem vormen.

Uit het NOC\*NSF-onderzoek zijn weinig behoeften en/of wensen naar voren gekomen met betrekking tot de plaats en het tijdstip van de sportbeoefening. Veel sporten kunnen gedaan worden op tijden die de deelnemers goed uitkomen en ook de accommodaties en bereikbaarheid lijken in orde. Dit maakt het voor ouderen makkelijk om sport te organiseren op momenten dat het hen uitkomt.

Uit het onderzoek in Anna Paulowna en Harenkarspel (Sportservice Noord-Holland, 2008) komt naar voren dat ruim een derde van de 50-plussers behoefte heeft aan meer informatie over het sport- en beweegaanbod. Er is behoefte aan informatie over locaties, prijzen en tijden van de activiteiten. Tevens is er een grote behoefte aan meer wandelpaden en fietsroutes.

Dit stemt overeen met de bevindingen van NOC\*NSF (2000). Die constateert dat de promotie van sport voor ouderen per organisatie sterk verschilt (zowel bij bonden als verenigingen). Een aantal sporten besteedt weinig aandacht aan het aantrekken van ouderen omdat zij weinig vertrouwen hebben in de mogelijkheden van senioren om de sport aan te leren, of omdat de sport te gevaarlijk is. De onderzoekers vinden het daarbij opvallend dat bij de sporten die zich wél op ouderen richten, de daadwerkelijke werving op een laag pitje staat en weinig structureel is.

#### §4.5.3 *Bruikbaarheid in het onderzoek*

Het NOC\*NSF-onderzoek en het onderzoek van Anna Paulowna en Harenkarspel geven een beeld van de intrinsieke sportmotivatie van ouderen en de stimulerende en belemmerende factoren die invloed hebben op het sportgedrag. Waar in de andere paragrafen van dit hoofdstuk een beeld is gegeven van de groep ouderen en hun leefwereld, is hier dieper ingegaan op de motivaties en externe factoren die ze ervaren met betrekking tot sport. Het kan zo zijn dat deze bevindingen ook van toepassing zijn op SneeuwFit. Het is daarom interessant om in het discussiehoofdstuk de empirische data te vergelijken met bovenstaande bevindingen.

In deze paragraaf is veel gezegd over de verschillende betekenissen die ouderen toekennen aan hun sportbeoefening. Hoe die betekenisgeving precies plaatsvindt is een onderwerp dat in de wetenschappelijke literatuur uitvoerig besproken is door Weick. In de volgende paragraaf zal daarom de theorie van betekenisgeving van Weick centraal staan.

#### §4.6 **Wat wordt verstaan onder betekenisgeving?**

In de voorgaande paragrafen is getracht om een compleet beeld te krijgen van de kenmerken, bezigheden en motieven van ouderen, omdat het over het algemeen ouderen zijn die aan SneeuwFit deelnemen. Echter, het doel van dit onderzoek is breder en richt zich op welke perspectieven op SneeuwFit bestaan en hoe deze zich tot elkaar verhouden. Zoals uit paragraaf 2 van deze literatuurstudie is gebleken, is zo'n verkenning mogelijk door het ontwaren van verschillende betekenisconstructies. Deze paragraaf zal daarom dieper ingaan op de vorming van deze constructies.

De auteur Weick heeft zich veel met dit onderwerp beziggehouden. In het boek *Sensemaking in Organizations* (Weick, 1995) geeft hij uitleg over hoe mensen betekenis geven aan hun handelen en hoe hiermee betekenisconstructies gevormd worden. Weick gebruikt hiervoor het begrip 'sensemaking'. Weick raakte geïnteresseerd in het maken van betekenisconstructies door een studie over besluitvorming binnen de rechtszaal. Men verwacht dat rechters eerst een besluit nemen ten aanzien van het kwaad dat is geschied, daarna een schuldige aanwijzen en als derde een machtsmiddel kiezen (een straf of een boete). Het onderzoek wees echter uit dat het er in de praktijk heel anders aan toe ging. De onderzochte rechters kozen eerst een machtsmiddel uit en zochten daarna de feiten erbij die dat machtsmiddel rechtvaardigden. Pas toen ze werd gevraagd om terug te blikken op hun oordeel en waarom dat gerechtvaardigd was, bepaalden ze wat ze gedaan hadden om tot die beslissing te komen. *The outcome comes before the decision.*

Dit is een duidelijk voorbeeld van mensen die achteraf betekenis geven aan hun handelen. Weick raakte gefascineerd door dit idee en ontrafelde zeven eigenschappen van betekenisgeving. Omwille van de leesbaarheid zullen hier vooral de aspecten besproken worden die van toepassing zijn op dit onderzoek.

*Sensemaking is understood as a process that is...*

##### *1. Grounded in identity construction*

Als mensen betekenisvolle situaties construeren, geven ze tegelijkertijd aan wie zij zelf (willen) zijn. De manier waarop iemand over een situatie spreekt of hoe hij handelt zegt iets over zijn identiteit. Een deelnemster die uitgebreid vertelt over de gezelligheid tijdens de SneeuwFit-training, zegt daarmee impliciet dat hij/zij zelf een gezellig persoon is.

##### *2. Retrospective*

Betekenisgeving is retrospectief; het vindt pas plaats na een gebeurtenis of handeling. Dit wordt duidelijk in het voorbeeld van de rechters die achteraf hun beslissing verantwoorden. Weick geeft aan dat er bij een gebeurtenis vele verschillende betekenissen mogelijk zijn (ambigüiteit) en dat de betekenisgever er één moet kiezen. Dit kan ervoor zorgen dat twee mensen op een heel verschillende manier betekenis kunnen geven aan dezelfde gebeurtenis. Denk bijvoorbeeld aan een pittige SneeuwFit-conditietraining waarvan de ene deelnemer het een uitputtingslag noemt en een ander het zich herinnert als een lekker uurtje sporten.

### *3. Enactive of sensible environments*

Naast het feit dat mensen betekenissen ontleen aan betekenisconstructies, dragen zij ook bij aan het in stand houden ervan. Weick noemt dit het creëren van een 'zinvolle omgeving'. De werkelijkheid is geconstrueerd, maar wordt steeds opnieuw geconstrueerd (of bevestigd) door de mensen die op basis van die constructie handelen. Het terugkeren van bepaalde activiteiten kun je zien als voorbeeld van dit proces, bijvoorbeeld het drinken van een kopje koffie na de SneeuwFittraining. Dit wordt in stand gehouden door alle mensen die na een SneeuwFittraining naar de kantine toegaan in de verwachting dat ze weer een kopje koffie gaan drinken.

### *4. Social*

Betekenisgeving is een sociaal proces omdat betekenisconstructies tot stand komen in de interacties tussen mensen. Het hoeft niet zo te zijn dat deze mensen daadwerkelijk fysiek aanwezig zijn, maar als hun aanwezigheid ervaren wordt is dat al genoeg. Een SneeuwFittrainer kan zich ontevreden voelen over een gegeven training, omdat hij de mening van zijn mede-trainers erin meeneemt: "Ik ben er niet blij mee, mijn collegae zouden dit een slechte training vinden."

### *5. Ongoing*

Betekenisgeving is een voortdurend proces, er zit geen begin of einde aan. Mensen bevinden zich altijd in zichzelf ontwikkelende situaties, ook wel een constante flow genoemd. Hierin onderneem je altijd actie en die acties beïnvloeden de situatie en jezelf, vaak tegen je wil in. Als mensen in dit proces iets zeggen is men vaak niet bezig om een situatie te beschrijven, maar om deze mede vorm te geven. Dit betekent dat het onmogelijk is om je te onttrekken aan het mede-creëren van het proces, zelfs als je niets zegt. Dat laatste is namelijk ook een manier van reageren die de situatie beïnvloedt.

### *6. Focused on and by extracted cues*

Mensen nemen gebeurtenissen vaak niet in hun geheel waar, maar richten zich op een aantal kerneigenschappen waaraan een ruimere betekenis wordt toegekend. "An extracted character [cue] is taken as equivalent to the entire datum from which it comes." (Weick, 1995). Cues zijn eenvoudige, vertrouwde structuren die mensen gebruiken om dingen in een groter perspectief te plaatsen. Wanneer bijvoorbeeld een spijkerbroek in de winkel hangt, kan iemand besluiten om het niet te kopen omdat "de kleur snel vervaagt". Hierbij neemt iemand één eigenschap (cue) van het kledingstuk (entire datum) en daarmee wordt in het proces van betekenisgeving de spijkerbroek gedecimeerd tot "een broek waarvan de kleur snel vervaagt". Ondanks dat het kledingstuk nog veel meer andere eigenschappen heeft, wordt de vervagende kleur centraal gesteld.

Aan betekenisgeving gaat dus een proces van 'noticing' vooraf, waarbij bepaalde cues opvallen en in een breder perspectief worden gezet. Welke cues opvallen en welke niet, hangt weer af van de context waarin ze geplaatst zijn. Hangt de eerdergenoemde spijkerbroek bijvoorbeeld in een winkel met alleen maar broeken met vervagende kleuren, dan zullen andere cues op gaan vallen en als startpunt voor betekenisgeving gaan dienen.

### *7. Driven by plausibility rather than accuracy*

Mensen zijn van nature pragmatisch ingesteld en oordelen naar wat zij geloofwaardig of voorstelbaar achten. Men is daarom niet op zoek naar een zo nauwkeurig mogelijke beschrijving van de werkelijkheid, maar men is veel meer gericht op een bruikbaar en plausibel beeld van de situatie. Betekenisgeving is dus eerder gedreven door voorstelbaarheid en plausibiliteit dan door nauwkeurigheid.

De voorgaande paragrafen hebben laten zien dat de betekenissen die aan ouderen en sport gegeven worden op veel vlakken sterk uiteen kunnen lopen doordat mensen aan dezelfde situatie verschillende betekenissen toekennen. In dit verkennende onderzoek zullen de betekenissen die men aan SneeuwFit geeft in kaart gebracht worden. Aan de hand van Weick's uiteenzetting kunnen de processen van betekenisgeving worden herkend en kan daar op een dieper niveau op ingegaan worden.

#### §4.7 Conclusie

Met dit literatuurhoofdstuk is getracht om meer inzicht te krijgen in ouderen: Wat betekenen ouderen voor onze (toekomstige) maatschappij, waar houden ze zich mee bezig en welke behoeften hebben zij ten aanzien van sport? Na uitvoerig op deze vragen in te zijn gegaan is de betekenistheorie van Weick geïntroduceerd en toegelicht in paragraaf 4.6.

Allereerst is aan de orde gekomen dat de term 'ouderen' een begrip is dat op verschillende manieren opgevat kan worden. De term ouderen is te kwalificeren als een sociale constructie, waarvan de precieze betekenis vaak afhangt van de context waarin het begrip geplaatst is. In het onderzoek zal verkend worden hoe SneeuwFit-ouderen worden geconstrueerd door de verschillende betrokkenen. Het is denkbaar dat bepaalde sociale constructies van ouderen de boventoon voeren als het gaat om de ouderen die aan SneeuwFit doen.

Verder is uit dit literatuuronderzoek gebleken dat de groep ouderen groter en belangrijker zal worden in onze samenleving. Zij groeien niet alleen in absolute aantallen, maar ook in relatieve zin wordt deze groep steeds groter. Ouderen houden zich veelal bezig met arbeid (betaald, maar vooral ook onbetaald), mantelzorg (eigen partner en de kleinkinderen) en vrijwilligerswerk, hoewel dat laatste in de toekomst af lijkt te gaan nemen. De ouderen zijn wel steeds meer bezig met sporten en zijn de afgelopen jaren dan ook fitter geworden. Een belangrijk element hierin is dat veel ouderen zich aangetrokken voelen tot sporten als wandelen, gymnastiek en fitness; sporten met een laag risico die een nauwe verwantschap hebben met SneeuwFit.

De maatschappelijke ontwikkelingen en de inzichten op het gebied van tijdsbesteding zijn wellicht niet direct relevant als het gaat om de betekenisgeving aan SneeuwFit, maar laat wel zien dat het onderwerp SneeuwFit voor de Nederlandse Ski Vereniging de komende jaren waarschijnlijk belangrijker zal worden.

Niet alleen de groep ouderen, maar ook de kenmerken van individuele ouderen zijn de afgelopen jaren veranderd. Zo wordt 'de oudere van nu' geconstrueerd als welvarend, individualistisch en zelfbewust. Verder zijn hun behoeften met betrekking tot sportbeoefening in kaart gebracht. Buiten speciale, leeftijdgerelateerde behoeften zoals extra aandacht voor blessures en blessurepreventie, lijken vooral gezelligheid, sociale contacten, vrijblijvendheid en 'niet-vermoeiende sport' belangrijke zaken die ouderen in hun sportbeoefening hoog waarderen.

De betekenisgevingstheorie van Weick, die in de laatste paragraaf besproken is, geeft inzicht in hoe betekenisgeving plaatsvindt. Dit onderzoek wil in kaart brengen welke betekenissen deelnemers, instructeurs, bestuurders en NSkiV-medewerkers aan SneeuwFit voor ouderen geven. Uit de resultaten zal naar voren komen hoe de verschillende elementen van Weick's theorie terug te zien zijn in de manieren waarop informanten betekenis geven aan SneeuwFit.

## H5: Resultaten

In dit hoofdstuk worden de empirische resultaten uit het onderzoek weergegeven. Zoals de grounded theory voorschrijft zijn alle interviews letterlijk uitgewerkt, van codes voorzien en zijn er uiteindelijk een aantal codes geselecteerd. Op die manier zijn de uitkomsten van alle 16 interviews teruggebracht tot de vijf paragrafen van dit hoofdstuk, die ingaan op respectievelijk de SneeuwFit-activiteiten, de ledenterugloop en -aanwas, de activiteiten buiten de SneeuwFittrainingen, de instructeurs en de band met de NSkiV. Bij ieder onderwerp worden de perspectieven van de deelnemers, instructeurs, bestuurders en NSkiV-medewerkers kort weergegeven en met elkaar vergeleken.

### §5.1 SneeuwFit-activiteiten

Aan SneeuwFit worden verschillende betekenissen gegeven. In onderstaand schema is weergegeven wat de verschillende groepen informanten over SneeuwFit gezegd hebben. Onder het schema volgt een korte analyse van de bevindingen.

Deelnemers	Instructeurs	Bestuurders	NSkiV
<b>Product SneeuwFit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Voorbereiding wintersport</li> <li>- Conditie zeer belangrijk</li> <li>- Wekelijkse training is stimulerend</li> <li>- Gezelligheid en plezier</li> <li>- Afwisseling</li> <li>- Goedkoop</li> <li>- Locaties zijn goed</li> <li>- In de buurt</li> </ul>	<b>Product SneeuwFit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Voorbereiding wintersport</li> <li>- Ski-specifieke training</li> <li>- Afwisselend</li> <li>- Voor iedereen geschikt (ongeacht niveau)</li> <li>- Goede training voor ouderen</li> <li>- Mensen hebben een verenigingsgevoel</li> </ul>	<b>Product SneeuwFit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Voorbereiding wintersport</li> <li>- Voorkomen van ongelukken</li> <li>- Verhogen skiplezier</li> <li>- Evenwichtsgevoel senioren</li> <li>- Goede algemene fitheidstraining</li> </ul>	<b>Product SneeuwFit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Voorbereiding op wintersport</li> <li>- Goedkoop</li> <li>- In de buurt</li> <li>- Verouderd product</li> <li>- Gezelligheid/verenigingscultuur</li> <li>- Steeds minder als voorbereiding op wintersport</li> <li>- Training van meerdere weken</li> </ul>
<b>Kritiek op SneeuwFit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geen.</li> </ul>	<b>Kritiek op SneeuwFit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- SneeuwFit = vaste plaats, vaste tijd</li> <li><b>SF &gt; Sportschool</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zonder instructeur</li> <li>- Duurder</li> <li>- Veel zelf doen</li> <li>- Minder oefeningen mogelijk</li> </ul> </li> <li><b>Sportschool &gt; SF</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruime openingstijden</li> <li>- Kortingen voor senioren overdag</li> <li>- Comfort (sauna)</li> </ul> </li> </ul>	<b>Kritiek op SneeuwFit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- SneeuwFit = vaste plaats, vaste tijd</li> </ul>	<b>Kritiek op SneeuwFit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geen eigen accommodatie, daardoor lastig groepsgevoel</li> </ul>
<b>Motieven deelnemers</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Goede gezondheid/conditie</li> <li>- Gezelligheid en ontspanning</li> </ul>	<b>Motieven deelnemers</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Goede gezondheid/conditie</li> <li>- Sociale contacten</li> <li>- Gezelligheid</li> </ul>	<b>Motieven deelnemers</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Goede gezondheid/conditie</li> <li>- Het bezig zijn</li> <li>- Ontspanning</li> <li>- Bewuste ervaring van het lichaam</li> </ul>	<b>Motieven deelnemers</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gezelligheid</li> <li>- Goede conditie</li> <li>- Sociale contacten</li> <li>- Ontspanning</li> </ul>
<b>Geen motieven</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aanzien</li> <li>- Avontuur en sensatie</li> </ul>	<b>Geen motieven</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aanzien</li> </ul>	<b>Geen motieven</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aanzien</li> <li>- Avontuur en sensatie</li> </ul>	<b>Geen motieven</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Strijd/competitie</li> <li>- Avontuur/sensatie</li> <li>- Aanzien</li> </ul>

Figuur 8: Perspectieven op de SneeuwFit-activiteiten





Uit het schema komen tevens twee interessante zaken naar voren:

- Het aanleren van vaardigheden wordt door de deelnemers gezien als een belangrijk tot zeer belangrijk punt, terwijl de meningen van de bestuurders en NSkiV meer neigen naar 'niet belangrijk/niet onbelangrijk'.
- De deelnemers hechten waarde aan het motief 'getraind lichaam/goed figuur' en vinden dat een belangrijke motivatie. De andere partijen, met name de bestuurders en de NSkiV, zien die motivatie als minder belangrijk.

## §5.2 Ledenterugloop en ledenaanwas

De vier onderzochte groepen is ook gevraagd naar hun visie op het ledenverloop binnen de vereniging. In de tabel hieronder zijn die visies samengevoegd.

Deelnemers	Instructeurs	Bestuurders	NSkiV
		<b>Leden</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zijn sportmensen</li> <li>- Geen sportschool types</li> <li>- Stellen hoge eisen aan instructeurs</li> <li>- Men is niet geïnteresseerd in 'vernieuwd' SneeuwFit</li> </ul>	<b>Leden</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Komen nooit in contact met de leden.</li> </ul>
<b>Ledenterugloop</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Minder groepen</li> <li>- Minder vaak trainingen</li> <li>- Overblijvenden haken af</li> </ul>	<b>Ledenterugloop</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Terugloop is duidelijk, zowel SF als NW</li> </ul>	<b>Ledenterugloop</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Leden tussen de 30 en 70 jaar. Soms heeft vereniging bewust gekozen voor bepaalde groep.</li> <li>- NW aantallen nemen af</li> <li>- Alle verenigingen: ledental neemt af</li> </ul>	<b>Ledenterugloop</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- SneeuwFit loopt terug</li> </ul>
<b>Betekenisgeving ledenterugloop</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bestaande groep wordt oud en dunt uit</li> <li>- Lichamelijke omstandigheden van ouderen zorgen voor uitval</li> <li>- Geen nieuwe aanwas</li> <li>- Veel mensen weten niet wat SneeuwFit is</li> <li>- Promotiemateriaal is onduidelijk en incompleet</li> </ul>	<b>Betekenisgeving ledenterugloop</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op lokaal gebied gebeurt te weinig</li> <li>- Het ontbreekt aan landelijke promotie</li> <li>- Ski-specifieke aspect werkt afstotend</li> <li>- Vergrijzing: Bestaande groep wordt oud en dunt uit</li> <li>- Jongeren (30+) willen niet naar een vereniging, maar verkiezen sportschool</li> </ul>	<b>Betekenisgeving ledenterugloop</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hele oude bestaande groep</li> <li>- Nordic Walking kun je na vijf lessen zelf</li> <li>- Comfort is belangrijke extra</li> <li>- Ouderen willen goedkoop sporten</li> <li>- Deelnemers zijn redelijk trouw</li> <li>- Bij 'jonge mensen' ontbreekt verenigingsgevoel</li> <li>- Oudere generatie gericht op instructie en nadoen. Tegenwoordig is dat anders.</li> </ul>	<b>Betekenisgeving ledenterugloop</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verenigingen kunnen zichzelf moeilijk promoten</li> <li>- Promotiemateriaal is verouderd</li> <li>- NSkiV heeft weinig initiatief getoond inzake SneeuwFit</li> </ul>

Deze tabel gaat verder op de volgende pagina.

Deelnemers	Instructeurs	Bestuurders	NSkiV
<b>Ledenwerving</b> - Mond tot mond reclame is belangrijk. - Flyeren en adverteren gebeurt ook.	<b>Ledenwerving</b> - Mond tot mond - Men richt zich meer op algemene conditietraining in plaats van ski-specifieke aspect - De wijk ingaan en flyeren werkt ook - Leden-voor-leden actie	<b>Ledenwerving</b> - Beginners-cursussen Nordic Walking werken goed - Geen training op vrijdag of in voorjaar ivm leefpatroon ouderen - Eén keer per week training is genoeg - Mond tot mond reclame, flyers, advertenties, beurzen worden nu ingezet - Huidige inzet promotiemiddelen niet effectief - SneeuwFit als naam spreekt jongeren niet aan - Voorbereiding past niet bij huidige jongere generatie - SneeuwFit is aantrekkelijk voor ouderen die conditie en techniek nodig hebben	<b>Ledenwerving</b> - NSkiV moet meer pro-actief met SneeuwFit bezig zijn
<b>Verbeteringen ledenwerving</b> - SneeuwFit folders mogen completer - Promotie mag meer op algemene conditie gericht zijn, het ski-specifieke stoot af	<b>Verbeteringen ledenwerving</b> - Rol NSkiV mag actiever	<b>Verbeteringen ledenwerving</b> - Gratis extra's bij SneeuwFit-lessen werken goed - Vanuit NSkiV mag meer aandacht komen	<b>Verbeteringen ledenwerving</b> - NSkiV mag actiever aan promotie SF doen

**Figuur 10: Perspectieven op ledenterugloop en ledenaanwas**

Uit de tabel blijkt dat vrijwel alle informanten onderkennen dat er een ledenterugloop is binnen SneeuwFit. Dit wordt erg zichtbaar doordat het aantal SneeuwFittrainingen is teruggelopen, en dat er SneeuwFitgroepen zijn opgeheven op bepaalde locaties. Ook Nordic Walking, dat zorgde voor een opleving in het ledenaantal, loopt nu terug.

De informanten geven verschillende betekenissen aan de oorzaken van dit probleem. Allereerst wordt bij alle verenigingen gezien dat een bestaande groep SneeuwFit-deelnemers langzaam uitdunt. Er is geen aanwas, zowel niet van jongere deelnemers als van oudere deelnemers. Een andere betekenis die gegeven wordt aan het teruglopende ledenaantal, is dat de jongere generatie (30+) niet zitten te wachten op een lidmaatschap bij een vereniging. Zij verkiezen de sportschool en daar is weinig aan te doen, zo is de opvatting van de instructeurs en bestuurders.

Verder noemen vooral de NSkiV en de instructeurs dat er de laatste jaren weinig is gedaan aan de landelijke en lokale promotie van SneeuwFit. Bovendien is het SneeuwFit-promotiemateriaal verouderd, zo zeggen de NSkiV-medewerkers en de deelnemers.

*We hadden een aantal dorpen waar binnentrainingen werden gegeven. We hebben er vijf gehad, [...] er zijn er nog maar twee over. Dat heeft te maken met te weinig deelnemers. En dat merk je gewoon bijvoorbeeld, Rozendaal dat was twee uur achter elkaar, dat is nu één uur geworden.*

*~deelnemer*

*De afgelopen tien jaar is er niets aan SneeuwFit gedaan, door drukte, gebrek aan kennis en andere dingen. Het is zo dat we met 1001 dingen bezig zijn, op zich wel goeie dingen, maar dat we ons daardoor minder gericht hebben op de kern.*

*~NSkiV-medewerker*

Alle informanten geven aan dat de huidige promotie vooral verloopt via mond-tot-mond reclame, het uitdelen van flyers en het adverteren in lokale bladen. Vooral de bestuurders geven aan dat de

promotie niet altijd even effectief is. Samen met de instructeurs en de medewerkers van de NSkiV zijn zij van mening dat de NSkiV in haar landelijke communicatie meer aandacht mag schenken aan SneeuwFit.

Bestuurders geven ook enkele best practices, waar de NSkiV maar ook andere verenigingen hun voordeel mee kunnen doen. Zo geven ze aan dat een trainingsprogramma met één keer per week een training voor de ouderen genoeg is, dat SneeuwFit een aantrekkelijke bezigheid is voor ouderen omdat zij conditie en techniek nodig hebben, dat beginnerscursussen Nordic Walking goed werken en dat trainingen in het voorjaar of op vrijdag niet aansluiten bij het leefpatroon van ouderen.

Een idee dat leeft onder instructeurs en deelnemers, is dat SneeuwFit voor sommige deelnemers juist aantrekkelijk is omdat het een algehele conditietraining is. Zij stellen dat wanneer men in de promotie meer nadruk legt op de algemene conditie (in plaats van het ski-specifieke), dat er dan uit een grotere groep potentiële deelnemers geput kan worden. Het ski-specifieke stoot volgens de deelnemers en instructeurs namelijk veel mensen af.

### §5.3 Activiteiten buiten de SneeuwFittrainingen.

De vier groepen informanten is gevraagd naar welke activiteiten de verenigingen na (en buiten) SneeuwFit ondernemen. In onderstaande tabel staan de bevindingen.

Deelnemers	Instructeurs	Bestuurders	NSkiV
<b>Activiteiten buiten SneeuwFit-trainingen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Koffiedrinken na buitentraining</li> <li>- Koffiedrinken duurt half uur/drie kwartier</li> <li>- Enkele vereniging drinkt ook na binnentraining</li> <li>- Eigen activiteiten voor gezelligheid: Seizoensopener, -afsluiter, Kerstborrel, Sinterklaasborrel, nieuwjaarsborrel</li> <li>- Externe sportactiviteiten zoals loopwedstrijden</li> </ul>	<b>Activiteiten buiten SneeuwFit-trainingen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Koffiedrinken na buitentraining</li> <li>- Geen koffie na de binnentraining</li> <li>- Seizoensafsluiter</li> <li>- Bezoek sneeuwbanen</li> </ul>	<b>Activiteiten buiten SneeuwFit-trainingen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met grote groep koffie drinken na buitentrainingen</li> <li>- Eigen activiteiten voor gezelligheid: Nieuwjaarsborrel, skireizen, wandelreizen</li> </ul>	<b>Activiteiten buiten SneeuwFit-trainingen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Koffie drinken na buitentraining</li> <li>- Eigen activiteiten voor gezelligheid: gezelligheidsborrel, nieuwjaarsborrel</li> </ul>
<b>Betekenisgeving activiteiten</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kopje koffie na de buitentraining is belangrijk</li> <li>- Saamhorigheid is belangrijk</li> </ul>	<b>Betekenisgeving activiteiten</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kopje koffie is belangrijk voor de deelnemers</li> <li>- Bij activiteiten ontstaan er vriendschappen</li> <li>- Na binnentraining geen koffie, want het is 's avonds en dan wil men naar huis. Bovendien zijn er vaak geen faciliteiten</li> <li>- 1 instructeur neemt wel drank mee naar binnentraining, dat werkt goed. Hiervoor wordt de zaal iets langer gehuurd.</li> <li>- 1 instructeur doet af en toe een spelletjesles</li> </ul>	<b>Betekenisgeving activiteiten</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gezelligheid is een belangrijk onderdeel</li> </ul>	<b>Betekenisgeving activiteiten</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Groepsgevoel is erg belangrijk</li> <li>- Gezelligheid wordt gezien als hele belangrijke factor</li> </ul>

**Figuur 11: Perspectieven op activiteiten buiten de SneeuwFit-verenigingen**

Alle groepen informanten geven aan dat er na de buitentrainingen koffie gedronken wordt. Door de deelnemers wordt dit als een belangrijk onderdeel van de buitentraining gezien. Over het algemeen drinkt men geen koffie na de binnentraining. De instructeurs geven hieraan de betekenis dat dit komt doordat men 's avonds graag naar huis wil en omdat het ontbreekt aan faciliteiten.

*“Buitentrainingen idem dito. Er is altijd wel een vaste groep die blijft koffiedrinken. Dat is weer die sociale factor he. Het is gewoon ontzettend leuk!”*

*~deelnemer*

Naast het “kopje koffie” worden er activiteiten ondernomen die erg gericht zijn op het gezelligheidsaspect. Alle informanten zeggen hier iets over, voorbeelden die worden genoemd zijn nieuwjaarsborrels, Kerstborrels, seizoensopener en –afsluiter en andere gezelligheidsactiviteiten.

Deelnemers, instructeurs en bestuurders geven ook nog andere activiteiten aan en doen hun verenigingen mee aan externe en eigen sportactiviteiten. Voorbeelden hiervan zijn loopwedstrijden, het bezoeken van sneeuwbanen, skireizen en wandelreizen. De NSkiV-medewerkers noemen niet direct sport-activiteiten als activiteiten die buiten SneeuwFit worden ontplooid. Dit zegt iets over de betekenis die zij aan SneeuwFit-verenigingen geven, waarbij de NSkiV-medewerkers meer de ‘gezellige kant’ van SneeuwFit zien en dat de sportieve kant relatief onderbelicht blijft.

*“Het algemene beeld is dat het verenigingen zijn die bestaan uit een vaste groep senioren, die al eigenlijk jarenlang SneeuwFit beoefenen, en dat doen ze met name vanwege het sociale gebeuren. Ze vinden het leuk om gezamenlijk activiteiten te doen. Steeds meer in mindere mate als voorbereiding op de wintersport, waar het product voor is ontwikkeld.”*

*~NSkiV-medewerker*

Er is over de hele linie weinig verschil te vinden tussen de opvattingen van de vier groepen informanten over de activiteiten buiten de training. Alle groepen geven aan dat gezelligheid een belangrijke rol speelt bij SneeuwFit. De borrels, uitstapjes en de koffie na de buitentraining zijn momenten waarop dat tot uiting komt.

## §5.4 Instructeurs

Uit de interviews kwam naar voren dat de instructeurs verschillende rollen worden toebedeeld. In onderstaand overzicht is in kaart gebracht wat er over de instructeurs is gezegd door de informanten.

Deelnemers	Instructeurs	Bestuurders	NSkiV
<b>Beeld van instructeurs</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De instructeurs worden positief beoordeeld</li> <li>- Spelen een belangrijke rol in de SneeuwFit-beleving</li> <li>- Afwisseling van verschillende instructeurs kan voor de deelnemers leuk zijn</li> </ul>	<b>Beeld van instructeurs</b>	<b>Beeld van instructeurs</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Spelen een belangrijke rol in SneeuwFit-beleving</li> <li>- Leden zijn tevreden over de instructeurs</li> <li>- Afwisseling van verschillende instructeurs kan voor de deelnemers leuk zijn</li> <li>- Moeilijk om instructeurs te werven</li> <li>- Nu vooral werving via CIOS/ALO</li> <li>- Voor instructeurs is Sneeuwfit-training geven niet aantrekkelijk (ivm korte lessen)</li> <li>- Instructeurs krijgen wel een goed salaris</li> </ul>	<b>Beeld van instructeurs</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Instructeurs worden maar weinig gevoed met nieuwe kennis</li> <li>- Er mag meer onderlinge communicatie komen</li> <li>- Er is weinig animo voor de opleidingen</li> </ul>
<b>Rol van instructeur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Deskundige op het gebied van skisport</li> <li>- Leraar die de stof goed over kan brengen</li> <li>- Betrokkene die begaan is met de deelnemers</li> <li>- Sociaal vaardig zijn</li> <li>- Motivator (door één informant genoemd)</li> </ul>	<b>Rol van instructeur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sportinhoudelijk up-to-date zijn</li> <li>- Een leuke les bieden</li> <li>- Afwisselende lessen neerzetten</li> <li>- Balans tussen groepsen individuele aandacht vinden</li> <li>- Gekwalificeerd zijn als instructeur</li> </ul>	<b>Rol van instructeur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gekwalificeerd zijn als instructeur</li> <li>- Deskundige op het gebied van skisport</li> <li>- Leraar die de stof goed over kan brengen</li> <li>- Balans tussen groepsen individuele aandacht vinden</li> <li>- Afwisselende lessen neerzetten</li> <li>- Sociaal vaardig zijn</li> <li>- Motivator (door één informant genoemd)</li> <li>- Rekening houden met blessuregevoelige ouderen</li> </ul>	<b>Rol van instructeur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Instructeurs zijn goed gekwalificeerd</li> <li>- Instructeurs zijn creatief in hun lessen</li> </ul>

**Figuur 12: Perspectieven op instructeurs**

De deelnemers en bestuurders maken duidelijk dat de instructeur voor de deelnemers een centrale rol speelt. De beleving van het product SneeuwFit kan volgens hen staan of vallen bij het hebben van een goede instructeur.

De deelnemers en bestuurders geven aan dat de instructeurs bij hun verenigingen zeer competent worden geacht door de deelnemers. Bovendien zijn er bij een aantal verenigingen meerdere instructeurs actief, waardoor deelnemers de keuze hebben. Omdat instructeurs erg kunnen verschillen in hun aanpak, wordt die keuze als een positief punt gezien door de deelnemers en bestuurders.

*“[...] het is heel belangrijk [voor de deelnemers] wie de trainer is. Of de trainer zijn stof beheerst, of dat hij je maar rondjes laat lopen. Maar over het algemeen zoeken ze dat wel uit. En anders lopen de mensen weg. Daar gaat of staat het mee.”*

*~bestuurder*

De NSkiV en de bestuurders geven aan dat het lastig is om nieuwe instructeurs aan te trekken en zijn beide op zoek naar mensen die SneeuwFit-lessen wil verzorgen.

Vooraf de NSkiV-medewerkers en de instructeurs signaleren dat instructeurs weinig gevoed worden met nieuwe kennis en les-ideeën. Opgemerkt wordt dat onderling contact tussen instructeurs zou kunnen helpen om hier een oplossing voor te vinden.

De betekenissen die aan (de rol van) instructeurs toegeschreven worden, verschillen per ondervraagde groep. Hieronder volgt een overzicht van de genoemde betekenissen.

De instructeurs, bestuurders en NSkiV-medewerkers vinden het belangrijk dat de instructeur een gekwalificeerde instructeur is.

De deelnemers en bestuurders hebben een aantal betekenissen met elkaar gemeen. Zo hechten zij er veel waarde aan als een instructeur een deskundige is op het gebied van ski-sport. Ook de rol van leraar, waarbij de didactische vaardigheden centraal staan, wordt door die twee groepen genoemd als belangrijk. Verder vinden zij dat de instructeur sociaal vaardig moet zijn.

De bestuurders hebben ook met de instructeurs een aantal dingen gemeen waar het gaat om de rol van de instructeurs. Zo vinden beide groepen het belangrijk dat de instructeur een goede balans vindt tussen aandacht voor de groep versus aandacht voor het individu. Verder vinden zij het belangrijk dat er voldoende afwisseling is in de SneeuwFitlessen en in het SneeuwFitprogramma als geheel.

Rollen die slechts door één groep informanten naar voren wordt gebracht, zijn er ook. Zo vinden de deelnemers dat het tonen van betrokkenheid een eigenschap is die de instructeurs moeten hebben. De instructeurs zelf hechten waarde aan het op de hoogte zijn van de laatste technieken en ontwikkelingen in de ski-sport. De bestuurders ten slotte vinden het belangrijk dat de instructeurs rekening houden met de blessuregevoeligheid van de ouderen.

De instructeurs spelen een belangrijke rol in de beleving van SneeuwFit en er zijn vele betekenissen die worden gegeven aan wat het betekent om een goede SneeuwFit-instructeur te zijn. Een gekwalificeerde instructeur, die deskundig is op het gebied van het skiën en die de lesstof goed over kan brengen, worden als belangrijke eigenschappen gezien. Als de instructeur daarnaast sociaal vaardig is en goed rekening kan houden met iedereen in de groep, kan hij aan de belangrijkste eisen voldoen.

*“Ik weet vanuit het werkveld dat er wel veel vraag is naar nieuwe trainers, [...] maar als we de opleidingen proberen aan te bieden dan komt er niemand op af. Dus daar zit sowieso een beetje een gat. Maar volgens mij is het personeel op zich wel goed opgeleid. Ik heb niet het idee dat mensen vragen ‘we hebben wel nieuwe opleiders of trainers nodig want wat we nu hebben dat klopt niet’. Maar meer dat er een soort natuurlijk verloop is of er een groep bijkomt.”*

*~NSkiV-medewerker*

## §5.5 Band met NSkiV

De informanten is ook gevraagd naar wat zij van de NSkiV weten en hoe zij de rolverdeling zien. Hieronder is dat in een tabel weergegeven.

Deelnemers	Instructeurs	Bestuurders	NSkiV
<b>Beeld van de NSkiV</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Weinig contact met NSkiV</li> <li>- Onduidelijke rol van NSkiV met betrekking tot SneeuwFit</li> <li>- Men merkt weinig van de band met NSkiV</li> </ul>	<b>Beeld van de NSkiV</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geen direct contact met NSkiV</li> <li>- Niet op de hoogte van NSkiV doordat communicatie via bestuurders loopt</li> </ul>	<b>Beeld van de NSkiV</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- NSkiV is een vraagbaak voor verenigingen</li> <li>- NSkiV verstrekt informatie aan verenigingen, als je daar om vraagt</li> <li>- Subsidieverstrekker</li> </ul>	<b>Beeld van de NSkiV</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Faciliterende functie naar de verenigingen toe</li> <li>- Adviseren van verenigingen</li> <li>- Ondersteunen van verenigingen</li> </ul>
<b>Visie op rol NSkiV</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promoten dat skiën leuk is</li> <li>- Promoten van SneeuwFit</li> <li>- Ondersteunen van verenigingen</li> <li>- Doorverwijzer naar SneeuwFit</li> <li>- Eén informant noemt controlefunctie, zorgen dat verenigingen ski-specifiek blijven</li> </ul>	<b>Visie op rol NSkiV</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promoten van SneeuwFit</li> <li>- Bedenken en uitvoeren SneeuwFit-beleid</li> <li>- Stimuleren van informatie-uitwisseling tussen instructeurs onderling</li> <li>- Stimuleren van informatie-uitwisseling van instructeurs met NSkiV</li> <li>- Organiseren bijscholingen en cursussen</li> <li>- SneeuwFit-opleiding meer op ouderen toespitsen</li> <li>- Positiever berichten over SneeuwFit</li> <li>- Promotie van SneeuwFit meer op ouderen richten</li> <li>- Duidelijke visie vanuit NSkiV op SneeuwFit ontwikkelen</li> <li>- Initiëren van een SneeuwFit-commissie</li> </ul>	<b>Visie op rol NSkiV</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ontwikkelen van producten die de verenigingen op lokaal niveau kunnen uitrollen</li> <li>- Actieve promotor van SneeuwFit</li> <li>- Stimuleren en faciliteren van lokale SneeuwFit-promotie</li> <li>- Promoten van SneeuwFit via de eigen media</li> <li>- Organiseren van bijscholingen of cursussen</li> <li>- Eén informant noemt het binden van lokale verenigingen</li> <li>- Eén informant noemt het samenwerken met verenigingen op gebieden als talentontwikkeling</li> </ul>	<b>Visie op rol NSkiV</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- SneeuwFit vernieuwen</li> <li>- Landelijk promoten van SneeuwFit, verenigingen moeten dat op lokaal niveau doen</li> <li>- Pro-actief SneeuwFit-beleid</li> <li>- Tot stand laten komen van Commissie SneeuwFit</li> <li>- SneeuwFit breder trekken dan alleen voor verenigingen</li> <li>- SneeuwFit levendiger maken</li> </ul>

Figuur 13: Perspectieven op de NSkiV in relatie met SneeuwFit

Het valt op dat de bestuurders en de NSkiV-medewerkers hun relatie op ongeveer dezelfde manier beschrijven: ondersteuning staat in beide opvattingen centraal. Het is voor beide partijen duidelijk welke rollen zij hebben en wat er verwacht kan worden. De NSkiV en de verenigingen zien zichzelf als onafhankelijke organisaties met een eigen verantwoordelijkheid. In het verleden, voor het verzelfstandigen van de Skikringen, was deze rol anders. Soms wordt daar kritisch op teruggeblikt.

De deelnemers en instructeurs hebben een minder duidelijke relatie met de NSkiV: zij geven aan dat ze niet weten wat de rol van de NSkiV is en zij zijn niet op de hoogte van ontwikkelingen. Er is geen direct platform voor de deelnemers en instructeurs waarop zij contact met de NSkiV hebben (dat is er wel voor de verenigingsbestuurders, die contact met de NSkiV-medewerkers hebben via de website Winternet).

*We zijn een jaar of 8 geleden verzelfstandigd. Wij hebben toen het gevoel gekregen dat ze bij de Nederlandse Ski Vereniging denken: "Die regio's die zoeken het maar uit". Dat is misschien een beetje gechargeerd, maar we werden een beetje aan ons lot overgelaten en het blijkt dat dit niet goed gewerkt heeft"*

~bestuurder

De deelnemers hebben geen contact met de bond en zeggen nooit veel gemerkt te hebben van de NSkiV. Voor de instructeurs vormt het wel een probleem: nieuws over bijscholingen en andere NSkiV-zaken bereikt hen vaak te laat omdat dat door de bestuurders doorgegeven moet worden.

De informanten is gevraagd welke rol zij van de NSkiV verwachten.

Alle ondervraagden geven aan dat de NSkiV het SneeuwFit-aanbod actiever mag promoten. In de eigen media mag positiever en eerder worden bericht over de SneeuwFit-lessen. De instructeurs geven aan dat de promotie zich meer op ouderen mag richten. De bestuurders zien graag dat de NSkiV goede handvatten gaat bieden voor een effectieve promotie van de SneeuwFit-verenigingen op lokaal niveau. De instructeurs en bestuurders zien graag dat er weer bijscholingen en opleidingen worden georganiseerd. De NSkiV geeft op haar beurt aan dat er ieder jaar een opleiding wordt aangeboden, maar dat die vaak niet door kan gaan vanwege te weinig aanmeldingen.

Verder zouden met name de instructeurs willen dat de NSkiV een platform gaat bieden voor onderling contact met andere instructeurs, zodat les-ideeën en dergelijke uitgewisseld kunnen worden.

*Uitwisseling van ervaring vind ik gewoon heel belangrijk. Kijk, iedere instructeur heeft gelijk, vindt-ie. Maar je kunt wel van elkaar leren door met elkaar te praten.*

*~instructeur*

De instructeurs, bestuurders en NSkiV-medewerkers zijn het erover eens dat er momenteel geen duidelijk beleid gevoerd wordt. Een aantal instructeurs zegt dat de NSkiV kan denken aan het instellen van een Commissie SneeuwFit waar de verantwoordelijkheid voor het product SneeuwFit wordt neergelegd. Vroeger verzorgde deze Commissie (met daarin mensen afkomstig van de verenigingen) de opleidingen en bijscholingen. Die taak ligt nu bij de NSkiV en de instructeurs willen dat zo houden, maar een aparte commissie zou zich kunnen richten op promotie of het samenbrengen van trainers. Ongeacht of deze commissie er komt, willen de instructeurs dat er vanuit de bond een duidelijk beleid wordt geformuleerd met betrekking tot SneeuwFit.

Het mag duidelijk zijn dat de band met de NSkiV door de vier partijen als verschillend wordt ervaren. De relatie tussen de NSkiV en de bestuurders is erg duidelijk vormgegeven: de verenigingen kunnen bij de bond aankloppen voor hulp in de vorm van advies en subsidies. De deelnemers en instructeurs 'kennen' de NSkiV veel minder goed, en vooral de instructeurs zouden meer in contact willen komen met (elkaar via) de NSkiV. De taken die aan de bond worden toegerekend zijn het promoten van SneeuwFit, het ontwikkelen van lesmateriaal en het bieden van een platform voor onderling contact.

## §5.6 Conclusie

Uit de resultaten blijkt dat de vier onderzochte groepen verschillende betekenissen geven aan de SneeuwFit-activiteiten, het ledenverloop, de activiteiten buiten de trainingen, de instructeurs en de band met de NSkiV. Na het vergelijken tussen de verschillende groepen informanten is een aantal conclusies te trekken.

Veel informanten zijn erg tevreden over de invulling van het product SneeuwFit: de training wordt gezien als een goede en gezellige voorbereiding op de wintersport en de instructeurs zijn competent en doen hun werk goed. De activiteiten buiten de SneeuwFit-trainingen worden vanwege hun gezellige karakter gewaardeerd. Op het gebied van ledenwerving kan volgens alle partijen nog veel gedaan worden. De manier waarop men het probleem van het teruglopende ledenaantal wil oplossen verschilt: een groot deel van de informanten hecht waarde aan een landelijke campagne, sommige informanten leggen juist nadruk op de lokale promotie. Een ander probleem is het vinden en opleiden van nieuwe SneeuwFit-docenten. De huidige instructeurs worden erg gewaardeerd door de deelnemers, maar nieuwe trainers vinden is lastig. Over de rol van de NSkiV wordt gezegd dat er meer promotie voor SneeuwFit mag komen en dat er meer communicatie gewenst is: de instructeurs willen zowel met de NSkiV als met elkaar meer contact en zien hierin een faciliterende rol weggelegd voor de bond.

In het volgende discussiehoofdstuk worden de bevindingen verbonden met de eerder besproken wetenschappelijke literatuur.



## *H6: Discussie*

In dit hoofdstuk worden de empirische resultaten verbonden met de inzichten uit de literatuurstudie. Een aantal thema's wordt uitgelicht, die zowel in de resultaten als de theorie naar voren zijn gekomen:

- §6.1 Ouderen als sociale constructie
- §6.2 De oudere van nu
- §6.3 Betekenisgeving
- §6.4 Ouderen en sportbehoeften
- §6.5 Kritische reflectie op dit onderzoek
- §6.6 Conclusie

### **§6.1 Ouderen als sociale constructie**

Uit de literatuurstudie komt naar voren dat de term 'ouderen' gezien kan worden als een sociale constructie en dat er geen vastomlijnde grenzen bestaan om deze groep te duiden. Iedereen geeft op zijn/haar eigen manier betekenis aan de term ouderen en daardoor kunnen opvattingen over die groep sterk verschillen. In het proefschrift van De Bruin (2005) worden verschillende sociale constructies geschetst: jongeren als plezier, jongeren als probleem, jongeren als ontwikkeling en jongeren als volwassene. De verwachting is dat dit soort constructies ook terug te zien zijn in de empirische data.

De sociale constructies van ouderen die in de data zijn gevonden, zijn die van:

- De levensgenieter
- De bewuste oudere
- De conservatieve oudere
- De kritische oudere

De verschillende groepen informanten gebruiken in hun antwoorden elementen van alle bovenstaande typeringen. Het is dus niet zo dat één groep informanten de groep ouderen op dezelfde manier wegzet, maar dat deze betekenisconstructies bij alle ondervraagden in meer of mindere mate aanwezig zijn.

Een sociale constructie die door veruit de meeste informanten gedeeld wordt, is die van de oudere als *levensgenieter*. De tabel met motieven voor deelname in paragraaf 5.1 maakt duidelijk dat gezelligheid en sociale contacten als belangrijke motieven voor deelnemers worden gezien. Het "kopje koffie na de training" is bij alle ondervraagden bekend en lijkt een iconisch element in de SneeuwFit-beleving. Verder zijn de nieuwjaarsborrels en seizoensopener belangrijke onderdelen waarop de betekenisgeving is gebaseerd. De SneeuwFit-deelnemers worden gezien als ouderen die plezier beleven aan activiteiten na het sporten, waar ze met elkaar kunnen praten over van alles en nog wat. Binnen deze constructie worden SneeuwFitleden geacht vooral lid te zijn voor het groepsgevoel en de gezelligheid. Buiten SneeuwFit houdt men zich bezig met de kleinkinderen, de natuur, tuinieren en op vakantie gaan.

Een andere sociale constructie die redelijk vaak uit de interviews naar voren kwam, is die van de *bewuste* oudere. Deze betekenisconstructie is ook te herleiden op de tabel van paragraaf 5.1, waar het hebben van een goede gezondheid/conditie door de meeste informanten als 'zeer belangrijk' wordt gezien voor SneeuwFitdeelnemers. Deze constructie ziet ouderen als (ex-)sportmensen, die erg zorgvuldig met hun lichaam omgaan. Ze vinden het belangrijk om zich fit te voelen en prestaties neer te zetten. Verder drinken of roken ze weinig en doen fysiek niet onder voor 40-ers. Zij verleggen hun grenzen tijdens de SneeuwFit-training en hechten veel waarde aan het wintersportvoorbereidende aspect ervan.

Een derde, minder genoemde betekenisconstructie van ouderen is die van de *conservatieve* oudere. Als kenmerken worden genoemd dat het van huis uit echte verenigingsmensen zijn die al jaren met dezelfde mensen hetzelfde trainingsprogramma volgen. Daarbij zijn zij gewend aan een bepaalde manier van lesgeven; de leraar zegt wat ze moeten doen en de deelnemer doet het na. Deze

betekenisconstructie wordt minder vaak genoemd en komt met name naar voren uit de antwoorden van bestuurders en NSkiV-medewerkers.

Het vierde en minst genoemde perspectief op ouderen is die van de *kritische* oudere. Deze oudere is, net als de conservatieve oudere, erg behoudend ingesteld en heeft daarbij altijd wat te mopperen. Aan de kritische opstelling van deze ouderen kan niets of niemand ontsnappen: zij eisen een kwalitatief hoogwaardige training met veel persoonlijke aandacht, de accommodatie moet perfect zijn, ze zijn kritisch ten opzichte van de hoogte van de contributie en willen voor een dubbeltje op de eerste rang zitten. Het zijn voornamelijk de bestuurders die deze betekenisconstructie hebben genoemd, waarschijnlijk omdat zij het meest te maken hebben met (de wensen van) deze kritische ouderen.

Deze vier betekenisconstructies geven aan op welke manieren 'ouderen' geconstrueerd worden door de betrokkenen. Zij zien vier stereotypen: de levensgenieter, de bewuste oudere, de conservatieve oudere en de kritische oudere. Een betekenisconstructie die uit het theoretisch kader naar voren is gekomen, is die van 'de oudere van nu'. De volgende paragraaf zal daar dieper op ingaan.

## §6.2 De oudere van nu

De vier besproken betekenisconstructies kunnen gelinkt worden aan meer algemene tendensen die bij ouderen te zien zijn. Zowel in Nota 64 (Ministerie van VWS, 2005) als in het boek Een Prettig Gevuld Bestaan (Schnabel, 2006) wordt een beeld geschetst van 'de oudere van nu'. In deze paragraaf wordt uiteengezet welke elementen van deze sociale constructie terug te vinden zijn in de bevindingen uit het empirisch onderzoek.

### 1. De oudere van nu is gezonder

De literatuur laat zien dat de gemiddelde levensverwachting stijgt en ook het aandeel ouderen dat sport of beweegt is de afgelopen jaren gegroeid. In de resultaten zijn deze ontwikkelingen niet terug te zien: De groep die SneeuwFit beoefent is al jarenlang dezelfde en wanneer er over 'vergrijzen' wordt gesproken, doelt men vooral op het gebrek aan aanwas van jongere mensen. Bovendien geven SneeuwFit-verenigingen aan dat de ledenaanwas moeizaam verloopt, terwijl volgens de literatuur 'de oudere van nu' juist meer gaat sporten. Blijkbaar wordt die sportbehoefte elders ingevuld.

### 2. De oudere van nu is welvarender (ouderen zijn in toenemende mate kapitaalkrchtig, mobiel, internationaal georiënteerd en vitaal)

SneeuwFit is van nature al een sport voor mensen die welvarend zijn, omdat een wintersportvakantie niet voor iedereen is weggelegd. Uit de interviews blijkt niet direct dat de ouderen van nu welvarender zijn geworden in materiële zin, sterker nog: de deelnemers zelf geven als één van de betekenissen aan SneeuwFit dat het goedkoop is.

### 3. De oudere van nu is individualistischer (specifieke levensstijlen genereren specifieke behoeften en wensen)

Deze insteek komt vrij duidelijk naar voren bij SneeuwFit. De specifieke levensstijl (ieder jaar op wintersportvakantie gaan) zorgt ervoor dat men kiest voor SneeuwFit, omdat het daar een goede voorbereiding op is. Ook de *bewuste* oudere die puur meedoet om de conditie op peil te houden, kan die specifieke levensstijl invullen door middel van SneeuwFit. Dat zij er echt zelf voor kiezen, blijkt uit het feit dat informanten uit alle vier de groepen aangeven dat SneeuwFit voor de buitenwereld een oubollig imago heeft. Zij trekken zich daar in de praktijk niets van aan (het is voor hen geen reden om ermee te stoppen), omdat ze de specifieke behoefte hebben zich goed voor te bereiden.

### 4. De oudere van nu is langer vitaal

Uit de interviews blijkt dat de informanten vinden dat ouderen zeker nog goed mee kunnen draaien op een hoog intensiteitsniveau. In verenigingen waar ook jongere mensen komen trainen, wordt deze betekenis vaker gegeven. Door de vergrijzing en de hoge leeftijd van sommige leden is het aannemelijk dat de oudere van nu langer vitaal is dan de oudere van vroeger, maar dit is is puur op basis van de interviews lastig aan te tonen.

5. *De oudere van nu is een zelfbewuste, zelf kiezende oudere (ouder worden is een individueel en persoonlijk ingekleurde ontwikkeling).*

Dit is duidelijk terug te zien in de resultaten: Niet alleen wordt er bewust voor SneeuwFit gekozen (zie punt 3), maar de deelnemers stellen daarbij hoge eisen aan de instructeurs, de locaties en de trainingen zelf. Bovendien blijkt dat de ouderen assertief genoeg zijn om bij het bestuur of de trainer aan te geven wat er wel en niet goed gaat.

6. *Bij de oudere van nu is leeftijd niet langer meer een ijkpunt, de term ouderen wordt als een sociale constructie gezien (onder de algemene noemer 'ouderen' gaan heel verschillende generaties, levensfasen, leefstijlen en competenties schuil).*

De verschillende sociale constructies die in paragraaf 6.1 de revue passeren, laten duidelijk zien dat de term ouderen inderdaad als containerbegrip wordt gebruikt voor verschillende betekenisconstructies. De uitkomsten van dit onderzoek creëren een onderscheid in de oudere als levensgenieter, de bewuste oudere, de conservatieve oudere en de kritische oudere.

Twee elementen van 'de oudere van nu' zijn terug te zien in de resultaten van dit onderzoek. Vooral het individualistische aspect komt naar voren als een karaktereigenschap die bij de SneeuwFit-deelnemers aanwezig is. De zelfbewuste, zelf kiezende oudere is tevens terug te zien in de resultaten. Echter, een groot deel van de genoemde trends is niet terug te zien in de data. Een belangrijke reden is omdat er vergelijkingsmateriaal ontbreekt. Dit onderzoek is een momentopname en er is geen beeld geschetst van de betekenissen die vroeger aan ouderen werden gegeven. Maar ook Nota 64 schiet daarin tekort: de 'oudere van vroeger' wordt daar niet gedefinieerd. Op zich hoeft dit geen probleem te zijn, maar wanneer de stellingen geformuleerd zijn als "individualistischer", "langer vitaal" of "welvarender" duidt het erop dat men een trend wil aantonen. Bovendien zorgen sommige definities voor verwarring: "individualistisch" wordt uitgelegd als het hebben van een specifieke levensstijl met specifieke behoeften. Had men vroeger dan generieke behoeften? Of is de manier waarop tegenwoordig naar dit soort zaken wordt gekeken juist veranderd?

Bovendien is het lastig om in generaliserende zin te spreken van ouderen als die term op zich al een sociale constructie vormt. Het benoemen van 'een oudere van nu' is een schoolvoorbeeld van een betekenisconstructie die gevormd wordt en die volgens de auteur dominant is. In het geval van Nota 64 vormt deze betekenisconstructie een beeld van ouderen waarop toekomstig beleid van het ministerie op zal worden gebaseerd. Met name de stelling in punt 6 is problematisch in het licht van de theorie over betekenisconstructies uit het literatuurgedeelte. De stelling is dat bij de oudere van nu "leeftijd niet langer meer een ijkpunt" is, maar de theorie uit paragraaf 4.1 laat zien dat de term "ouderen" overal en altijd onderhavig is aan welke betekenisconstructie eraan gekoppeld wordt. Niet alleen nu, maar ook in het verleden zullen er verschillende betekenisconstructies gegeven zijn aan ouderen. De stelling dat 'leeftijd vroeger een ijkpunt was' zorgt ervoor dat al die voorgaande betekenissen nu worden gedecimeerd tot dit ene punt.

De constructie 'de oudere van nu' uit Nota 64 is helaas niet heel waardevol gebleken voor dit onderzoek, omdat het maar op weinig punten overeenkomt met de verzamelde data. Het maakt echter wel duidelijk hoe een hedendaagse betekenisconstructie van ouderen eruit ziet en dat ze een belangrijke rol kan spelen bij het formuleren van beleid. Het creëren van betekenisconstructies sluit aan bij de theorie van Weick, die in de volgende paragraaf verder zal worden besproken.

### **§6.3 Betekenisgeving**

In de vorige paragraaf zijn de gevonden betekenisconstructies vergeleken met 'de oudere van nu', een betekenisconstructie uit Nota 64. Hieruit blijkt onder meer dat verschillende constructies tegelijkertijd naast elkaar kunnen bestaan. Een nadere analyse van de interviews laat zien dat zelfs een individuele informant soms verschillende constructies hanteert, afhankelijk van de situatie die de geïnterviewde beschrijft. Zo kunnen in één interview zowel de bewuste oudere als de conservatieve oudere voorkomen en vullen de betekenisconstructies elkaar aan op de punten waar de ander tekortschiet.

De theorie van Weick verklaart hoe deze betekenisconstructies naast elkaar kunnen bestaan en hoe ze, afhankelijk van tijd en plaats, kunnen veranderen. In het resultatenhoofdstuk is steeds aangegeven welke betekenissen door de informanten worden toegekend aan (onderdelen van) SneeuwFit. Die betekenisgeving bestaat volgens Weick uit zeven eigenschappen, die in het literatuurgedeelte besproken zijn. Deze eigenschappen zullen nu worden gekoppeld aan de gevonden data om dieper in te gaan op het proces van betekenisgeving en om te laten zien hoe betekenisgeving in de praktijk vorm krijgt.

### 1. *Grounded in identity construction*

Het geven van een betekenis is niet alleen het weergeven van een bepaalde visie op een onderwerp, maar is voor de betekenisgever ook een manier om impliciet zijn/haar identiteit vorm te geven. Een informant zegt: “Je gaat wel op skivakantie! Dus doe niet zo moeilijk over die vijf euro ofzo.” (lacht). Deze deelnemer geeft hier betekenis aan het feit dat mensen klagen over een contributieverhoging. De manier waarop de informant dat doet, zegt ook direct iets over haar eigen identiteit: zij zet zichzelf neer als redelijk, nuchter en met beide benen op de grond. Bovendien laat ze zien dat ze het vervelend vindt als mensen kritisch zijn over wat (in haar ogen) onbelangrijke zaken zijn.

### 2. *Retrospective*

Betekenisgeving vindt altijd achteraf plaats. Een voorbeeld dat retrospectie impliceert is dat de informanten verschillende redenen geven voor de afname van het ledenaantal. Sommigen noemen de vergrijzing als reden, een persoon schrijft het toe aan een locatiewisseling, een andere informant legt het neer bij de afgenomen promotie en weer een andere vereniging geeft aan dat de mentaliteit van de mensen is veranderd. Allemaal verklaringen voor het dalende ledenaantal die er achteraf aan worden gegeven. Het zou interessant zijn om te weten of men op het moment van de ledendaling ook dezelfde redenen zou aandragen of dat deze metertijd veranderen. De theorie van Weick leert ons dat deze betekenissen in de loop der tijd kunnen veranderen door nieuwe inzichten en nieuwe informatie. Op basis van de verzamelde data kan daar geen uitspraak over gedaan worden, omdat er geen vergelijkingsmateriaal is.

### 3. *Enactive of sensible environments*

Betekenisgeving is een proces dat ook actief wordt vormgegeven door de betekenisgevers. Een duidelijk voorbeeld hiervan is te zien bij de instructeurs die hun omschrijving van de deelnemers geven. Doordat zij de deelnemers zien als mensen die zowel gezelligheid als fanatisme belangrijk vinden in hun sport, passen de instructeurs hun trainingen daarop aan en houden ze in stand dat de trainingen worden bezocht door fanatieke, gezellige mensen. Stel dat de instructeurs de training op een andere manier zouden vormgeven, bijvoorbeeld door een wedstrijdement naar voren te halen, dan zal dit consequenties hebben voor hoe de lessen in het algemeen worden ervaren. Het kan ertoe leiden dat sommige deelnemers zullen afhaken of anderen zich juist zullen aansluiten. Buiten het feit dat de instructeurs dus bepaalde betekenissen geven aan SneeuwFit, houden zij die betekenissen ook zelf in stand.

### 4. *Social*

Betekenisgeving komt tot stand in de interacties tussen mensen. Eén informant geeft het volgende aan: “We proberen in de vereniging te promoten dat het niet alleen maar goed is voor skiërs, maar eigenlijk voor iedereen die het leuk vindt om in de winter aan activiteiten te doen.” Door het gebruik van het woord “we” geeft de informant al aan dat deze betekenisconstructie niet alleen van haarzelf is. In samenspraak met anderen (in dit geval het verenigingsbestuur, die tijdens het interview niet aanwezig zijn) is zij tot deze uitspraak gekomen.

### 5. *Ongoing*

Betekenisgeving is een voortdurend proces, waar geen begin of einde aan zit. Het is lastig uit de resultaten op te maken in hoeverre de betekenisgeving door de informanten 'ongoing' is. Tijdens het interviewen werden er soms wel andere of nieuwe betekenissen geboren, bij kwesties waar de informanten nog geen duidelijke betekenis aan hadden verbonden. De vraag waarom het ledenwerven

niet goed werkte gaf in één geval een lange pauze, waarna de informant aangaf dat het wellicht te maken had met de manier waarop mensen werden benaderd.

#### 6. *Focused on and by extracted cues*

Bij betekenisgeving richten mensen zich op kerneigenschappen, waaraan een ruimere betekenis wordt toegekend. In veel voorbeelden die de informanten gaven zit dit element. Eén quote luidt: “De sportschool vind ik geen alternatief. Dat gedoe met die apparaten is toch iets anders dan wat wij doen.” Het trainen in een sportschool op zich omvat namelijk ook andere dingen dan enkel ‘gedoe met apparaten’, bijvoorbeeld de ruime openingstijden, de vrijheid om zelf de training in te richten, de mogelijkheid om eigen muziek te luisteren of naar een film te kijken tijdens het sporten, de vrijheid om zo lang te sporten als men wil, etc. Toch kiest de informant van al die eigenschappen één element uit, één 'cue', om die daarna uit te vergroten en zo het punt te maken dat sportscholen geen alternatief zijn voor SneeuwFit.

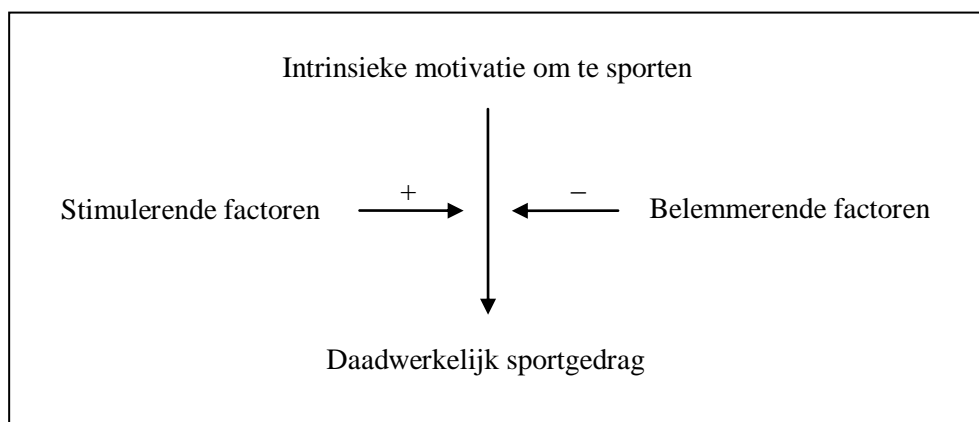
#### 7. *Driven by plausibility rather than accuracy*

Bij betekenisgeving richten mensen zich vaak op wat geloofwaardig en voorstelbaar is. Dit element van betekenisgeving komt vooral terug bij situaties waarbij mensen niet goed weten welke factoren er invloed hebben. De verschillende redenen die zijn genoemd voor de terugloop van het ledenaantal worden door de informanten als plausibel en geloofwaardig beschouwd, terwijl niemand precies lijkt te weten hoe het ledenverloop precies is en welke factoren wel en geen invloed daarop hebben. De eigen uitleg klinkt, voor de informanten, als de meest logische verklaring, en hoeft verder niet onderbouwd te worden.

In het resultatenhoofdstuk is aan de hand van de theorie van Weick aangegeven welke betekenissen de informanten geven aan SneeuwFit. In deze paragraaf is nader uitgelegd en toegelicht hoe die betekenisgeving precies opgesloten zit in de antwoorden die de informanten geven. De zeven verschillende eigenschappen van betekenisgeving zijn duidelijk te herkennen op verschillende plaatsen in de interviews. Tot nu toe is er diep ingegaan op de sociale constructen en betekenisgeving. In de volgende paragraaf wordt de focus gelegd op het onderzoek van NOC\*NSF waarin er aandacht is voor de eigen motivatie en externe factoren die invloed hebben op het sportgedrag van ouderen.

### §6.4 Ouderen en sportbehoeften

In het theoretisch kader is het onderzoek ‘Wat beweegt senioren’ van NOC\*NSF (Linnemann et al, 2000) besproken, waarin ouderen en hun sportbehoeften zijn onderzocht. Door het NOC\*NSF is in kaart gebracht welke motieven ouderen hebben en de stimulerende/belemmerende factoren die zij ervaren bij het beoefenen van hun sport. Dit is in onderstaand schema weergegeven.



**Figuur 14: Van intrinsieke motivatie tot daadwerkelijk sportgedrag**

#### §6.4.1 *Intrinsieke motivatie om te sporten*

Sportende ouderen zien sportbeoefening vooral als een middel om zich fit te voelen. Andere belangrijke motieven voor ouderen om te gaan sporten zijn gezelligheid, sociale contacten, gemeenschappelijkheid en aanzien, zo blijkt uit het NOC\*NSF-rapport.

SneeuwFit-deelnemers geven zelf aan dat zij in het dagelijks leven merken dat ze fitter zijn en baat hebben bij de oefeningen. Daarnaast voelen zij zich vooral tijdens de wintersport conditioneel sterker, ze kunnen dan langer doorgaan dan niet-getrainde wintersporters. Het motief 'goede conditie/goede gezondheid' wordt door de deelnemers dan ook het belangrijkste gevonden, zoals ook uit het NOC\*NSF-rapport naar voren komt. Ook de andere antwoorden komen goeddeels overeen: na het motief 'goede conditie/goede gezondheid' scoren gezelligheid en ontspanning even hoog. Verder is voor de deelnemers het aanleren van vaardigheden belangrijk en spelen ook de sociale contacten een rol in hun sportbeoefening. Het krijgen van aanzien wordt door de meeste deelnemers als één van de onbelangrijkste motieven ervaren, een verschil met het NOC\*NSF-onderzoek. Wellicht komt dit doordat SneeuwFit geen competitie sport is.

Naast de groep deelnemers hebben de andere groepen informanten gezegd welke motieven zij zien bij de deelnemers: De bestuurders zien veel verschillende motieven, van echte uitschieters is geen sprake. Belangrijk tot zeer belangrijk worden gevonden: ontspanning, het bezig zijn, aanleren van vaardigheden, fysieke vermoeidheid, bewuste ervaring van het lichaam, gezelligheid, goede gezondheid/goede conditie en sociale contacten. Minder belangrijk zijn vooral strijd/competitie, avontuur/sensatie en aanzien.

De SneeuwFit-instructeurs geven aan dat zij vooral de motieven 'goede gezondheid/goede conditie' en 'sociale contacten' verwachten bij de deelnemers. Daarna komen gezelligheid, ontspanning en gemeenschappelijkheid. De instructeurs verwachten dat weinig deelnemers aan SneeuwFit doen omdat zij daarmee aanzien verwerven. Ook strijd/competitie en avontuur/sensatie zijn geen motieven waarvan ze verwachten dat de deelnemers die hebben.

De NSkiV-medewerkers denken dat de SneeuwFit-deelnemers hun motivatie vooral halen uit de gezelligheid, de goede gezondheid/goede conditie en de sociale contacten. Gemeenschappelijkheid en ontspanning worden daarna genoemd als belangrijke motieven. Als onbelangrijk tot zeer onbelangrijk wijzen de NSkiV-medewerkers naar strijd/competitie, avontuur/sensatie en aanzien.

Alles bijeen genomen komen de antwoorden die de verschillende partijen hebben gegeven over het algemeen met elkaar en het NOC\*NSF rapport overeen. Het is opvallend dat de bestuurders een vrij brede range aan 'belangrijke' elementen onderscheiden; wellicht komt dat doordat zij op een wat meer analytisch niveau naar SneeuwFit kijken als product van hun vereniging. Nu de verschillende motieven besproken zijn, wordt in de volgende paragraaf gekeken naar de stimulerende en belemmerende factoren.

#### §6.4.2 *Stimulerende en belemmerende factoren*

In het NOC\*NSF rapport worden een aantal stimulerende en belemmerende factoren genoemd die de belangrijkste rol spelen bij ouderen die sporten.

Stimulerende factoren	Belemmerende factoren
Sporten met een laag risico Aanwezigheid sportmedicus Activiteiten met anderen uit dezelfde leeftijdsgroep Trainers/begeleiding uit dezelfde leeftijdsgroep	Risicovolle sporten Ontbreken van sportmedische begeleiding Grote diversiteit in leeftijden deelnemers Groot verschil in leeftijd trainers/begeleiders

**Figuur 15: Stimulerende en belemmerende factoren bij sportende ouderen (NOC\*NSF)**

Omdat deze factoren belangrijk gevonden worden door de sportende ouderen, werken ze twee kanten op: bijvoorbeeld het aanbieden van sportmedische begeleiding wordt als een waardevolle toevoeging gezien, het ontbreken ervan als een gemis. Uit de interviews met de informanten komen de volgende stimulerende en belemmerende factoren naar voren die specifiek gelden voor SneeuwFit:

Stimulerende factoren	Belemmerende factoren
Afwisseling Wekelijkse training Goedkoop Saamhorigheid Competente trainer die bij de groep aansluit Ski-specifieke aspect is goed	Niet flexibel: Vaste plaats, vaste tijd Ski-specifieke aspect sluit mensen uit De onbekendheid van SneeuwFit Ontbreken van comfort

**Figuur 16: Stimulerende en belemmerende factoren bij sportende ouderen (dit onderzoek)**

Uit de interviews zijn andere stimulerende en belemmerende factoren gevonden dan NOC\*NSF heeft genoemd. De informanten geven aan dat de afwisseling, de wekelijkse training, de prijs, de saamhorigheid, de trainer en het ski-specifieke aspect meetellen als stimulerende factoren. Als belemmerende factoren worden vooral genoemd het ski-specifieke aspect, de onbekendheid van het product SneeuwFit, de inflexibiliteit en het ontbreken van comfort.

Het valt op dat het ski-specifieke aspect op twee manieren in de tabel naar voren komt: het speelt zowel een stimulerende als een belemmerende factor. Een duidelijke onderbouwing is door de informanten niet gegeven, maar aan te nemen is dat het ski-specifieke wordt gewaardeerd omdat het een raamwerk geeft waarbinnen alle oefeningen vallen. De informanten die het ski-specifieke juist als belemmering ervaren, zijn mensen die SneeuwFit willen aanbieden aan een bredere groep mensen die niet aan wintersport doet.

De twee tabellen vullen elkaar aan en zijn bruikbaar om SneeuwFit zo in te richten dat het goed aansluit bij de sportbehoeften van ouderen. Ook in de marketing van SneeuwFit kunnen bovenstaande elementen worden ingezet om te laten zien dat SneeuwFit erg geschikt is voor ouderen, om zo de drempel voor die doelgroep te verlagen.

## §6.5 Kritische reflectie op dit onderzoek

Tijdens het lezen van literatuur, het houden van de interviews en het schrijven van dit onderzoeksrapport doemen er een aantal kritische vragen op. In deze paragraaf zal daar dieper op worden ingegaan.

### 1. De niet-deelnemers van SneeuwFit

Eén van de meest gehoorde vragen is: Waarom is het onderzoek niet gericht op mensen die nog geen SneeuwFit-deelnemer zijn en zou het eigenlijk niet beter zijn om de marketing van SneeuwFit te onderzoeken?

Dit onderzoek heeft niet als doel om meer leden te werven of om SneeuwFit beter in de markt te zetten. Het doel van dit onderzoek is om verschillende perspectieven op SneeuwFit in kaart te brengen en te ontdekken welke betekenissen men geeft aan SneeuwFit-gerelateerde zaken. Op het moment dat dit onderzoek geïnitieerd werd was hiervan geen duidelijk beeld, mede doordat de regie door de bond was losgelaten en de verenigingen eigen variaties hadden ontwikkeld. Het was daarom nodig om SneeuwFit eerst ‘opnieuw te leren kennen’.

Daarbij is er bewust gekozen om dit onderzoek te richten op mensen die al bekend zijn met dit product, omdat de NSKiV verwachtte dat SneeuwFit weinig bekendheid genoot buiten de beoefenaars en andere betrokkenen. Deze opvatting wordt gestaafd door de verschillende beweringen die de informanten doen over de onbekendheid van SneeuwFit; veel informanten willen dat de NSKiV het product in de toekomst meer promoot omdat het bij anderen niet bekend is.

De kennis die dit onderzoek heeft opgeleverd kan de NSkiV inzetten om onderbouwde keuzes te maken en doordachte beslissingen te nemen op SneeuwFit-gebied. Deze keuzes beperken zich niet tot marketing alleen. Dit onderzoek opent echter wel de deuren naar een vervolgonderzoek of actieplan op het gebied van marketing. Nu bijvoorbeeld bekend is welke motieven een rol spelen bij SneeuwFit, kunnen deze motieven verwerkt worden in promotiecampagnes. De stimulerende en belemmerende factoren die naar voren zijn gekomen, zowel vanuit NOC\*NSF als de interviews, zijn ook aanknopingspunten waarmee een marketingteam uit de voeten kan.

## *2. Selectie van verenigingen*

Een ander aspect van dit onderzoek waar kritisch naar gekeken kan worden, is de selectie van de verenigingen die deelnemen aan dit onderzoek. Dit is in overleg met de NSkiV gedaan en er is gekozen om verenigingen te selecteren waar de NSkiV van weet dat ze actief bezig zijn met SneeuwFit. Verenigingen waarmee de NSkiV moeilijk contact mee legt (bijvoorbeeld doordat ze niet of weinig reageren op e-mails of brieven van de bond) zijn hierdoor buiten beschouwing gelaten. Dit zijn voornamelijk verenigingen waar SneeuwFit een kleiner aandeel heeft van het aanbod of waar het aanbieden van de SneeuwFit-lessen erg moeizaam verloopt. Een kritische lezer kan opmerken dat hierdoor alleen de succesvolle verenigingen bij het onderzoek zijn betrokken en dat de perspectieven van minder presterende verenigingen buiten beschouwing zijn gelaten.

Dit is tot op zekere hoogte waar. De minder actieve en minder succesvolle verenigingen hebben een kleiner aandeel gehad in dit onderzoek. De verwachting was dat zij minder diepgaande perspectieven op SneeuwFit konden bieden, vergeleken met verenigingen die nog erg actief invulling geven aan SneeuwFit. Bovendien zien de meer succesvolle verenigingen SneeuwFit wel degelijk als een waardevol product en weten ze het zo vorm te geven dat het bij die verenigingen succesvol is. Dat maakte de betekenissen die daar gegeven werden interessant om te onderzoeken.

Ondanks dat een kleine groep verenigingen buiten de scope van dit onderzoek is gebleven, is een belangrijk deel van de 34 SneeuwFit-verenigingen aan het woord gekomen en vertegenwoordigen de informanten tien verenigingen. Gezien de beperkte tijd van dit onderzoek en de tijdrovende data-analyse die de grounded theory met zich meebrengt, is dit een acceptabel aantal verenigingen.

## *3. Duur van het onderzoek en consequenties daarvan*

Hoewel dit onderzoek in de tweede helft van 2009 afgerond had moeten zijn, heeft het tot 2011 geduurd voordat dit definitieve rapport afgemaakt was. Dit is volledig te wijten aan de onderzoeker, die het herschrijven van de concept-rapportage lange tijd heeft uitgesteld.

Er zijn een aantal grote veranderingen ten opzichte van het concept uit 2009. Het resultatenhoofdstuk richt zich nu uitsluitend op het vergelijken van de verschillende perspectieven, het discussiehoofdstuk is herschreven en er is veel meer aandacht besteed aan het volledig beantwoorden van de hoofd- en deelvragen. De rode draad van het onderzoek is onveranderd gebleven, en de uitkomsten en aanbevelingen zijn daarom in grote lijnen hetzelfde als in 2009.

De opdrachtgever NSkiV heeft in 2009 een rapportage ontvangen met daarin de belangrijke uitkomsten van dit onderzoek. De aanbevelingen uit die rapportage, die grotendeels hetzelfde zijn als in deze versie, zijn door de afdeling Breedtesport ter harte genomen en in de praktijk ingezet. Daardoor hebben de NSkiV (en daarmee de SneeuwFit-verenigingen) in de praktijk weinig nadelige gevolgen gekend als gevolg van de opgelopen vertraging.



## §6.6 Conclusie

In dit discussiehoofdstuk is het literatuuronderzoek uit hoofdstuk 4 verbonden aan de resultaten die in hoofdstuk 5 beschreven zijn. Er zijn vier sociale constructies uit de interviews komen bovendrijven: de oudere als levensgenieter, de bewuste oudere, de conservatieve oudere en de kritische oudere. Het hanteren van deze betekenisconstructies hangt niet per se af van de groep waartoe de informant behoort. Zowel deelnemers, trainers, bestuurders en medewerkers van de NSkiV gebruiken de constructies in meer of mindere mate. De theorie van Weick laat zien dat de verschillende betekenisconstructies gelijktijdig naast elkaar kunnen bestaan, omdat betekenisgeving een contextgevoelig proces is. De verschillende eigenschappen van betekenisgeving zijn duidelijk terug te zien in de resultaten en werpen meer licht op hoe dit proces in de praktijk eruit ziet.

De link met de betekenisconstructie 'De oudere van nu' werd niet gevonden en gaf daarom aanleiding tot het werpen van een kritische blik op deze betekenisconstructie uit Nota 64. De vergelijking met het NOC\*NSF-rapport 'Wat beweegt senioren' leverde meer op: de theorie en de resultaten kwamen overeen en vulden elkaar op belangrijke punten goed aan. Dit biedt aanknopingspunten voor het verbeteren van (de promotie van) SneeuwFit. Tot slot is een kritische blik geworpen op dit rapport en zijn de tekortkomingen van dit onderzoek besproken. In het volgende hoofdstuk zullen de hoofd- en deelvragen van dit onderzoek beantwoord worden.



## *H7: Conclusie*

In de voorgaande hoofdstukken zijn de probleemstelling, de methodologie, de wetenschappelijke literatuur, de resultaten en de discussie aan bod gekomen. Het is nu tijd om terug te grijpen op de onderzoeksvraag. Deze luidt als volgt:

Welke betekenissen geven NSkiV-medewerkers, verenigingsbestuurders, instructeurs en deelnemers aan het product SneeuwFit voor ouderen en hoe zien zij SneeuwFit in de toekomst?

Om antwoord op deze hoofdvraag te geven zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

1. Welke betekenissen geven NSkiV-medewerkers, verenigingsbestuurders, instructeurs en deelnemers aan het huidige product SneeuwFit, als gelet wordt op de aantrekkelijkheid van SneeuwFit voor ouderen?
2. Welke positieve en negatieve eigenschappen zien NSkiV-medewerkers, verenigingsbestuurders, instructeurs en deelnemers van het huidige product SneeuwFit?
3. Welke perspectieven bestaan er op de groep ouderen, de groep die het meest gebruik maakt van SneeuwFit?
4. Hoe willen NSkiV-medewerkers, verenigingsbestuurders, instructeurs en deelnemers het product SneeuwFit zien in de toekomst?
5. Welke perspectieven bestaan er op de verdeling van taken en verantwoordelijkheden voor SneeuwFit in de toekomst?

### **§7.1 Welke betekenissen geeft men aan SneeuwFit?**

De eerste deelvraag luidt: Welke betekenissen geven NSkiV-medewerkers, verenigingsbestuurders, instructeurs en deelnemers aan het huidige product SneeuwFit, als gelet wordt op de aantrekkelijkheid van SneeuwFit voor ouderen?

‘Het huidige product SneeuwFit’, zoals dat in de deelvraag is geformuleerd, omvat verschillende onderdelen waar de informanten verschillende betekenissen aan geven. Deze onderdelen zijn: Het concept SneeuwFit, de ledenterugloop en -aanwas, de activiteiten buiten SneeuwFit en de rol van de instructeurs.

#### *Het concept SneeuwFit*

Bij alle ondervraagde verenigingen worden over het algemeen zowel SneeuwFit-binnentrainingen als -buitentrainingen verzorgd, altijd op een doordeweekse avond of in het weekend (in de ochtend). Verschillende verenigingen geven op hun eigen manier invulling aan SneeuwFit: Bij één vereniging zijn er veel vormen van SneeuwFit die beoefend kunnen worden, een andere vereniging richt zich meer op algehele conditietraining en verschillende hardlooptechnieken. Verder worden er aanverwante sporten beoefend, waarbij Nordic Walking, hardlopen en wandelen het meest genoemd worden.

Er worden verschillende betekenissen gegeven aan het concept SneeuwFit. De deelnemers, instructeurs en bestuurders geven aan dat SneeuwFit een goed product is omdat zij het een goede voorbereiding op de wintersport vinden. De vierde groep informanten, de medewerkers van de NSkiV, ziet dat SneeuwFit oorspronkelijk voor wintersportvoorbereiding is bedoeld en dat dit nog steeds een belangrijke reden is, maar denkt dat de gezelligheid bij de trainingen voor de deelnemers veel belangrijker is geworden. Ook door de andere partijen worden gezelligheid en de sociale contacten als belangrijke onderdelen ervaren, wat tevens blijkt uit de dominante sociale constructies van deelnemers (zie §7.3).

Het feit dat de SneeuwFit-oefeningen zich specifiek op ski-voorbereiding richten, wordt door bijna alle betrokkenen als positief beschouwd. Enkele informanten zien dit aspect juist als een belemmering, die de niet-skiërs weghoudt van de SneeuwFit-trainingen. Bovendien zullen ouderen die niet meer op ski-vakantie gaan, niet meer deelnemen. Deze informanten geven duidelijk een andere betekenis aan SneeuwFit, door de nadruk te verplaatsen van het ski-specifieke naar het meer algemene conditionele

aspect. De andere informanten geven juist een positieve betekenis aan het ski-specifieke: de oudere deelnemers hebben er baat bij in de sneeuw, instructeurs vinden het leuk om echt met de sport bezig te zijn en ook de andere groepen informanten erkennen dat SneeuwFit het skiplezier verhoogt.

De gevarieerdheid van de lessen en uitdaging zijn een erg belangrijk onderdeel van de trainingen volgens de deelnemers, instructeurs en bestuurders. Vooral bestuurders geven betekenis aan SneeuwFit vanuit de gedachte dat het bijdraagt aan de veiligheid van ouderen; zij leggen de nadruk op het voorkomen van ongelukken op de piste en de verbetering van het evenwicht van de deelnemers.

Alle respondenten geven aan dat ze SneeuwFit beschouwen als een goedkope vorm van wintersportvoorbereiding. Deelnemers weten vaak niet eens hoe duur het lidmaatschap is, instructeurs vergelijken al snel met sportcentra en vinden SneeuwFit in vergelijking daarmee erg goedkoop, bestuurders zijn overtuigd dat niemand anders het voor die prijs kan aanbieden en ook bij de NSkiV ziet men dat de kosten voor deelname niet hoog zijn. Enkele bestuurders en één deelnemer geven aan dat sommige deelnemers wel graag voor een dubbeltje op de eerste rang willen zitten.

#### *Ledenterugloop en ledenaanwas*

Vrijwel alle informanten zien dat SneeuwFit te maken heeft met teruglopende ledenaantallen en geven hieraan verschillende betekenissen. De meeste informanten geven aan dat deze ontwikkeling wordt veroorzaakt door het gebrek aan aanwas. De 30-plussers, waar de aanwas vandaan zou moeten komen, zitten volgens de informanten niet te wachten op een verenigingslidmaatschap, maar zoeken hun heil liever in de sportschool. Een andere betekenis die aan de lagere deelnemersaantallen wordt gegeven, is dat er te weinig is gedaan aan promotie van SneeuwFit. Alle informanten geven aan dat de promotie van SneeuwFit een lastig punt is, de ledenaantallen nemen af en de werving van nieuwe leden gaat traag. De leden die erbij komen, komen vaak door mond-tot-mondreclame of flyeren. De NSkiV-medewerkers zien dat de verenigingen wel wat hulp kunnen gebruiken, maar zeggen dat (sinds de verenigingen verzelfstandigd zijn) zij zelf verantwoordelijk zijn voor het doen van de promotie.

#### *Activiteiten buiten SneeuwFit*

Een betekenis die veel aan SneeuwFit wordt gegeven, is dat de trainingen gezellig zijn. Vrijwel iedere vereniging die buitentrainingen organiseert, zorgt dat er na de training een bakje koffie klaarstaat. Een belangrijk onderdeel voor het grootste deel van de SneeuwFit-deelnemers, die daar gezellige gesprekken voeren. Veel informanten zien 'het kopje koffie na de training' als één van de belangrijkste momenten waar deelnemers een hechte en saamhorige groep vormen. Andere activiteiten, zoals Kerst- of nieuwjaarsborrels, dragen verder bij aan de positieve sfeer.

#### *Rol van de instructeurs*

Met betrekking tot het personeel geven de bestuurders en de deelnemers aan dat de instructeur heel belangrijk voor hen is, hij/zij bepaalt het grootste deel van de SneeuwFit-beleving. Is de instructeur niet goed genoeg, dan komen er klachten of stoppen deelnemers met de training. De deelnemers vinden het belangrijk dat de instructeur sportinhoudelijk goed onderlegd is, didactisch sterk is, aandacht heeft voor de individuele deelnemer, sociaal is en mensen kan stimuleren. De verenigingsbestuurders noemen dezelfde punten en geven daarbij ook aan dat de instructeur goed gekwalificeerd moet zijn (CIOS of ALO) en aandacht heeft voor blessures. Instructeurs zelf dragen aan dat zij het groepsgevoel en de individuele aandacht belangrijk vinden, maar willen daarnaast ook de deelnemers steeds iets nieuws bieden op het gebied van technieken of oefeningen.

Bestuurders geven aan dat het moeilijk is om goed personeel te vinden en instructeurs zelf zien ook dat de eisen die aan een SneeuwFit-instructeur gesteld worden in de loop der jaren zijn versoepeld. NSkiV-medewerkers zien dit ook en geven aan dat SneeuwFit-instructeurs hun eigen draai hebben gegeven aan SneeuwFit. Meer informatieuitwisseling zou volgens de medewerkers een goed idee kunnen zijn om wat meer eenheid in de programma's te krijgen.

## §7.2 Welke positieve en negatieve eigenschappen ziet men van SneeuwFit?

De tweede deelvraag klinkt als volgt: Welke positieve en negatieve eigenschappen zien NSkiV-medewerkers, verenigingsbestuurders, instructeurs en deelnemers van het huidige product SneeuwFit?

Het benoemen van positieve en negatieve eigenschappen kan gezien worden als een proces van betekenisgeving. In deze paragraaf zal de betekenisgevingstheorie van Weick niet worden gehanteerd maar zal er een overzicht gegeven worden van de genoemde positieve en negatieve eigenschappen, omdat deze deelvraag daar specifiek op gericht is.

Onder de noemer SneeuwFit kunnen verschillende aan SneeuwFit gerelateerde onderwerpen worden bedoeld. Deze zijn uitgebreid in het resultatenhoofdstuk aan bod gekomen: het concept SneeuwFit, de ledenterugloop en ledenaanwas, de activiteiten buiten SneeuwFit-trainingen, de rol van de instructeurs en de rol van de NSkiV. In deze paragraaf worden van ieder onderwerp de positieve en negatieve eigenschappen in kaart gebracht.

### *Concept SneeuwFit*

In het concept SneeuwFit noemen de informanten vooral positieve eigenschappen. SneeuwFit wordt gezien als een goede, complete voorbereiding op de wintersport. De informanten waarderen de wijze waarop SneeuwFit georganiseerd is en geven aan dat het aansluit bij de behoeften van de oudere doelgroep. Als negatief aspect van SneeuwFit wordt genoemd dat het niet flexibel is en dat niet-skiërs zich niet uitgenodigd voelen om mee te doen, terwijl de training wel voor hen geschikt is.

Positieve eigenschappen	Negatieve eigenschappen
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Goede voorbereiding op de wintersport</li> <li>- Goede algemene fitheidstraining</li> <li>- Opbouwen van conditie</li> <li>- Ski-specifieke training</li> <li>- Verhoogt het skiplezier</li> <li>- Kan ongelukken op de piste voorkomen</li> <li>- Traint evenwichtsgevoel senioren</li> <li>- Afwisseling in training en hele programma</li> <li>- Accommodaties zijn goed</li> <li>- Locaties zijn in de buurt</li> <li>- Wekelijks trainen is stimulerend</li> <li>- Training van meerdere weken</li> <li>- Eén keer per week training is genoeg</li> <li>- Geen training op vrijdag of in voorjaar ivm leefpatroon ouderen</li> <li>- Ouderen kunnen door SneeuwFit goedkoop sporten</li> <li>- Voor iedereen geschikt (ongeacht niveau)</li> <li>- SneeuwFit is aantrekkelijk voor ouderen die conditie en techniek nodig hebben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SneeuwFit vindt plaats op een vaste plaats en vaste tijd</li> <li>- Wordt steeds minder als voorbereiding op wintersport gebruikt</li> <li>- Verouderd product</li> <li>- Ski-specifieke aspect kan afstotend werken</li> <li>- Niet-skiërs kunnen niet meedoen</li> <li>- Verenigingen hebben vaak geen eigen accommodatie</li> </ul>

**Figuur 17: Positieve en negatieve eigenschappen van concept SneeuwFit.**

### *Ledenterugloop en ledenaanwas*

Wanneer wordt gevraagd naar de ledenterugloop en -aanwas, worden vooral negatieve eigenschappen genoemd. De groep trouwe deelnemers wordt ouder en dunt uit, terwijl het aan nieuwe aanwas ontbreekt.

Positieve eigenschappen	Negatieve eigenschappen
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deelnemers zijn redelijk trouw</li> <li>- Hele oude bestaande groep</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aantal SneeuwFit-deelnemers neemt af</li> <li>- Minder groepen die minder vaak trainen</li> <li>- Bestaande groep wordt oud en dunt uit</li> <li>- Overblijvendenden haken af</li> <li>- Lichamelijke omstandigheden van ouderen zorgen voor uitval</li> <li>- Geen nieuwe aanwas</li> </ul>

**Figuur 18: Positieve en negatieve eigenschappen van ledenterugloop en ledenaanwas**

### *Promotie en ledenwerving*

Wanneer dieper wordt ingegaan op de ledenwerving, worden door de informanten vooral negatieve eigenschappen genoemd. De promotie van SneeuwFit schiet zowel lokaal als landelijk tekort, het promotiemateriaal is aan verbetering toe en informanten denken dat mensen tegenwoordig niet meer warm lopen voor een concept als SneeuwFit.

Positieve eigenschappen	Negatieve eigenschappen
	<ul style="list-style-type: none"><li>- Veel mensen weten niet wat SneeuwFit is</li><li>- Verenigingen kunnen zichzelf moeilijk promoten</li><li>- Op lokaal gebied gebeurt te weinig aan ledenwerving</li><li>- Het ontbreekt aan landelijke promotie</li><li>- Promotiemateriaal is verouderd</li><li>- Promotiemateriaal is onduidelijk en incompleet</li><li>- Jongeren (30+) willen niet naar een vereniging, maar verkiezen sportschool</li><li>- Voorbereiding past niet bij huidige jongere generatie</li></ul>

**Figuur 19: Positieve en negatieve eigenschappen van promotie en ledenwerving**

### *Activiteiten buiten SneeuwFit-training*

De SneeuwFit-verenigingen organiseren naast de reguliere SneeuwFit trainingen ook activiteiten die meer op gezelligheid zijn gericht. Met name het kopje koffie na de buitentraining en de verschillende borrels, zoals in §7.1 genoemd, worden gezien als belangrijk onderdelen die zorgen voor gezelligheid en saamhorigheid.

Positieve eigenschappen	Negatieve eigenschappen
<ul style="list-style-type: none"><li>- Saamhorigheid en gezelligheid zijn belangrijke elementen</li><li>- Bij activiteiten ontstaan er vriendschappen</li><li>- Kopje koffie na de buitentraining zorgt voor groepsgevoel</li><li>- Mensen hebben een verenigingsgevoel</li><li>- Gezelligheid en plezier</li></ul>	

**Figuur 20: Positieve en negatieve eigenschappen van activiteiten buiten SneeuwFit-training**

### *Rol van de instructeurs*

De deelnemers zijn tevreden over de instructeurs, die een belangrijke rol spelen in de SneeuwFit-training. De negatieve aspecten die in relatie tot de instructeurs worden genoemd, zijn vooral van organisatorische aard: het is lastig om SneeuwFit-instructeurs te vinden en er wordt onderling weinig kennis gedeeld.

Positieve eigenschappen	Negatieve eigenschappen
<ul style="list-style-type: none"><li>- Instructeurs spelen een belangrijke rol in de SneeuwFit-beleving</li><li>- Leden zijn tevreden over de instructeurs</li><li>- Instructeurs krijgen een goed salaris</li><li>- Afwisseling van verschillende instructeurs kan voor de deelnemers leuk zijn</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Er is weinig animo voor de SneeuwFit-opleidingen</li><li>- Instructeurs worden maar weinig gevoed met nieuwe kennis</li><li>- Er is weinig onderlinge communicatie onder instructeurs</li><li>- Moeilijk om instructeurs te werven</li><li>- Het geven van korte SneeuwFit-lessen is voor instructeurs niet aantrekkelijk</li></ul>

**Figuur 21: Positieve en negatieve eigenschappen van instructeurs**

### Beleid NSkiV

Over de rol van de NSkiV binnen SneeuwFit worden door de informanten vooral negatieve aspecten genoemd. Volgens hen ontbreekt het aan een duidelijke visie op SneeuwFit en toont de bond weinig initiatief.

Positieve eigenschappen	Negatieve eigenschappen
	<ul style="list-style-type: none"><li>- NSkiV heeft geen duidelijke visie op SneeuwFit</li><li>- NSkiV heeft weinig initiatief getoond inzake SneeuwFit</li><li>- NSkiV mag actiever aan promotie SF doen</li><li>- Huidige inzet promotiemiddelen niet effectief</li><li>- SneeuwFit folders mogen completer</li><li>- Promotie mag meer op algemene conditie gericht zijn, het ski-specifieke stoot af</li><li>- SneeuwFit als naam spreekt jongeren niet aan</li></ul>

**Figuur 22: Positieve en negatieve eigenschappen van beleid NSkiV**

### SneeuwFit als sportaanbod voor ouderen

Een perspectief dat niet aan één van de vier groepen informanten gelinkt is en dus buiten de scope van de deelvraag valt, is het wel waard om hier als toevoeging te noemen. Het gaat om het perspectief van het onderzoek 'Wat beweegt senioren' van NOC\*NSF, wat zich richt op het sportaanbod voor senioren en welke elementen daarin een stimulerende of belemmerende rol spelen. In het licht van dat onderzoek kunnen de volgende positieve en negatieve eigenschappen van SneeuwFit genoemd worden:

Positieve eigenschappen	Negatieve eigenschappen
<ul style="list-style-type: none"><li>- Sporten met een laag risico</li><li>- Activiteiten met anderen uit dezelfde leeftijdsgroep</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Aanwezigheid sportmedicus</li><li>- Trainers/begeleiding uit dezelfde leeftijdsgroep</li></ul>

**Figuur 23: Positieve en negatieve eigenschappen aan SneeuwFit, gezien vanuit NOC\*NSF-onderzoek**

### §7.3 Welke perspectieven zijn er op de deelnemers?

De derde deelvraag gaat over de ouderen die deelnemen aan SneeuwFit. Deze deelvraag luidt als volgt: Welke perspectieven bestaan er op de groep ouderen, de groep die het meest gebruik maakt van SneeuwFit?

In het literatuurgedeelte wordt er gesproken over de verschillende definities van ouderen en dat ze herleidbaarsociale constricties te onderscheiden zijn. Uit de interviews blijkt dat door de informanten vier constructies dominant zijn wanneer ze spreken over de ouderen die aan SneeuwFit deelnemen. In de volgorde van meest genoemd naar minst genoemd zijn dit:

#### 1. De oudere als levensgenieter.

De oudere geniet van het "kopje koffie na de training", wordt aangetrokken door de gezelligheid tijdens het sporten, doet mee aan de georganiseerde gezelligheidsactiviteiten en vindt het groepsgevoel belangrijk. De oudere houdt zich buiten SneeuwFit bezig met de kleinkinderen, vakanties en de natuur.

#### 2. De bewuste oudere.

De (ex-)sportmensen, die graag hun conditie op peil houden en een goede gezondheid belangrijk vinden. Zij doen dit door deel te nemen aan SneeuwFit en zichzelf te dwingen om goede prestaties neer te zetten. Ze gaan bewust om met hun lichaam en hechten veel waarde aan een gezond leefpatroon. Ze roken en drinken weinig en zorgen goed voor zichzelf.

#### 3. De conservatieve oudere.

Dit zijn "echte verenigingsmensen" die conservatief ingesteld zijn. Zij houden vast aan ieder jaar hetzelfde SneeuwFit-programma en volgen dit met andere deelnemers die ze al vele jaren kennen. Ze stellen het op prijs dat de lessen weinig zijn veranderd in de loop der tijd en dat de leraar ze les geeft

zoals ze dat van vroeger gewend zijn: de leraar zegt wat er gedaan moet worden en de deelnemer doet het na.

#### 4. *De kritische oudere.*

Deze ouderen zijn veeleisend, kritisch en hebben altijd wat te mopperen. Ze leveren kritiek op de accommodatie, vinden SneeuwFit te duur, de trainer is niet goed genoeg en de training zelf kan ook altijd beter.

Deze constructies worden door alle geïnterviewden gehanteerd, onafhankelijk van de groep waartoe de geïnterviewde behoort. Zowel de deelnemers, instructeurs, bestuurders als NSkiV-medewerkers gebruiken bovenstaande constructies en soms worden meerdere constructies door dezelfde informant gebruikt, afhankelijk van de vraag die gesteld wordt.

Toch zijn er subtiele verschillen aan te wijzen tussen de verschillende groepen. De bestuurders zeggen relatief vaak iets over de kritische oudere. Het gaat dan bijvoorbeeld over het prijskaartje aan SneeuwFit, de kwaliteit van de instructeurs of het comfort van de accommodatie. Vanuit de positie van de bestuurders gezien, is dit te verklaren door het feit dat de bestuurders het meest te maken hebben met de wensen van deze kritische ouderen. Die kritiek wordt vaak niet bij een instructeur of mede-deelnemer geuit, maar wordt direct aan het bestuur gericht.

De NSkiV-medewerkers, die weinig tot geen direct contact hebben met de deelnemers, benoemen de deelnemers over het algemeen in termen van de conservatieve oudere en de kritische oudere. Het beeld dat bij de NSkiV leeft is dat er traditionele en kritische mensen meedoen die al vele jaren lid zijn. Deze sociale constructies worden ook herkend door de bestuurders, instructeurs en deelnemers, die aangeven dat sommige groepen mensen al tientallen jaren bij de vereniging zitten en dat natuurlijk verloop een bedreiging begint te vormen. Toch gebruiken de deelnemers, instructeurs en bestuurders veel vaker de eerste en de tweede sociale constructie om de deelnemers te typeren.

Met het in kaart brengen van de verschillende sociale constructies, blijkt dat er een viertal veel genoemd worden door de mensen die bij SneeuwFit betrokken zijn. De oudere als levensgenieter en de bewuste oudere zijn de twee meest dominante constructies. Deze constructies zouden door de NSkiV als 'doelgroep' gehanteerd kunnen worden om bijvoorbeeld het lesmateriaal, de promotie en de begeleiding van SneeuwFit-verenigingen op aan te passen.

#### **§7.4 Wensen voor SneeuwFit in de toekomst**

Deelvraag 4 luidt: Hoe willen NSkiV-medewerkers, verenigingsbestuurders, instructeurs en deelnemers het product SneeuwFit zien in de toekomst?

Dit onderzoek is vanaf het begin erop gericht geweest om de perspectieven van de vier verschillende partijen (deelnemers, instructeurs, verenigingsbestuurders en NSkiV-medewerkers) in kaart te brengen. De gedachte daarachter was dat deze vier groepen allemaal een eigen kijk op SneeuwFit zou hebben. Na analyse van de interviews is echter gebleken dat er op veel verschillende manieren betekenis wordt gegeven aan SneeuwFit, maar dat die betekenissen niet altijd aan één partij toe te schrijven zijn. Deze paragraaf is daarom niet ingedeeld naar de vier onderzochte partijen maar naar de verschillende onderwerpen waarop de informanten een bepaalde toekomstvisie hebben.

Er zijn vier wensen te onderscheiden:

1. Betere promotie, zowel landelijk als lokaal
2. Instructeurs willen meer kennis ontvangen en delen
3. Een duidelijke visie op SneeuwFit
4. Het behouden van de positieve aspecten van SneeuwFit.



### *Wens 1: Betere promotie, zowel landelijk als lokaal*

Alle informanten geven in de interviews aan dat het ledental terugloopt. Een verklaring die vaak door hen gegeven wordt is dat het ontbreekt aan een goede promotie. Buiten de vier onderzochte partijen zijn maar weinig mensen bekend met SneeuwFit. De informanten zouden graag zien dat dit verandert en wijzen erop dat SneeuwFit wordt ervaren als een goede voorbereiding op de wintersport en dat het door de deelnemers hoog gewaardeerd wordt.

In de interviews wordt het gebrek aan een goede promotie vaak genoemd. Er worden SneeuwFit-posters en -folders door de NSkiV verstrekt aan de SneeuwFit-verenigingen. Met name de deelnemers en de NSkiV-medewerkers zeggen dat dit promotiemateriaal verouderd is en dat de folders informatiever gemaakt kunnen worden. Vanaf de jaren '90 dienen de SneeuwFit-verenigingen zelf voor de lokale promotie van SneeuwFit te zorgen. De verenigingsbestuurders geven aan dat zij moeite hebben om de promotie van SneeuwFit op lokaal niveau aan te pakken en zouden graag meer promotie zien op nationaal niveau.

### *Wens 2: Instructeurs willen meer kennis ontvangen en delen*

Een wens die heel specifiek vanuit de instructeurs komt, is om meer vakinhoudelijke kennis te ontvangen. Alle groepen informanten vinden het belangrijk dat de instructeurs goed gekwalificeerd zijn en de SneeuwFit-opleiding die zij gehad hebben draagt daar in grote mate aan bij. De instructeurs zouden graag bijscholingen en cursussen volgen, maar zeggen dat die niet worden aangeboden. De NSkiV-medewerkers geven echter aan dat ze deze cursussen wel aanbieden, maar dat ze vaak niet door kunnen gaan wegens te weinig animo. Er is geen direct contact tussen de NSkiV en de instructeurs, wat ervoor kan zorgen dat informatie over bijscholingen hen niet bereikt.

De instructeurs geven aan dat ze graag in contact komen met andere SneeuwFit-trainers, zodat ze les-ideeën kunnen opdoen of leuke oefeningen met elkaar kunnen delen. De trainers doen vaak al jaren dezelfde oefeningen en kunnen niet altijd de creativiteit opbrengen om daar variatie in aan te brengen. Door in contact te komen met andere instructeurs kunnen zij op een makkelijke manier de SneeuwFit-training toch afwisselend houden.

### *Wens 3: Een duidelijke visie op SneeuwFit*

De instructeurs en bestuurders geven aan dat er op dit moment geen duidelijk SneeuwFit-beleid is. De NSkiV-medewerkers erkennen dit probleem en hebben daarom gekozen om dit verkennende onderzoek uit te voeren. Nu het ledental gestaag daalt wordt de roep om een duidelijk beleid steeds groter, zodat de verschillende partijen weten 'wat ze aan elkaar hebben'. Een duidelijke wens voor SneeuwFit in de toekomst is dat er een duidelijk en consequent beleid wordt gevoerd en gecommuniceerd.

### *Wens 4: Het behouden van de positieve aspecten van SneeuwFit.*

Zoals in §7.2 naar voren komt, worden er veel positieve betekenissen gegeven aan het product SneeuwFit. Met name de gezelligheid, het ski-specifieke aspect en de competente trainers dragen bij aan het succes van SneeuwFit. Deze positieve aspecten zijn met name voor de deelnemers erg belangrijk en zij zien graag dat deze in de toekomst zoveel mogelijk in ere worden gehouden.

Nu de wensen van de informanten in kaart zijn gebracht, kan worden gekeken naar wie die wensen verdere invulling moet geven. In de volgende paragraaf wordt dieper op die taakverdeling ingezoomd.

## **§7.5 Toekomstige taakverdeling**

De informanten zijn gevraagd naar hoe zij de toekomstige taakverdeling van SneeuwFit zien. Deelvraag 5 luidt daarom: Welke perspectieven bestaan er op de verdeling van taken en verantwoordelijkheden voor SneeuwFit in de toekomst?

Er zijn veel uitspraken gedaan over wie welke verantwoordelijkheid heeft als het gaat om SneeuwFit in de toekomst. Deze uitspraken hebben betrekking op de volgende terreinen:

1. Promotie
2. Organiseren van opleidingen en bijscholingen
3. Faciliteren van contact tussen instructeurs
4. Beleid
5. SneeuwFit op andere manieren aanbieden
6. Deelnemers en de NSkiV

#### *1. Promotie*

Vrijwel alle informanten willen dat de promotie van SneeuwFit verbetert en zien dat daar een taak is weggelegd voor de bond. De deelnemers, instructeurs en bestuurders vinden dat de NSkiV vaker en positiever zou moeten berichten over de mogelijkheden die SneeuwFit biedt voor wintersporters die zich in Nederland willen voorbereiden. De NSkiV zou hen bijvoorbeeld kunnen doorverwijzen naar de regionale SneeuwFit-verenigingen die voor die wintersporters interessant kunnen zijn. Bestuurders geven aan dat het ze deze promotie graag zien vóór het SneeuwFit-seizoen begint, bijvoorbeeld in de maand augustus.

De NSkiV-medewerkers geven aan dat er inderdaad meer aan promotie gedaan kan worden via de bestaande kanalen, maar wijst erop dat de verenigingen zelf verantwoordelijk zijn voor het uitrollen van de lokale promotie. De NSkiV heeft verschillende middelen hiervoor tot haar beschikking om verenigingen hierin te ondersteunen, maar de verenigingen dienen wel zelf het initiatief te nemen.

#### *2. Organiseren van opleidingen en bijscholingen*

Een rol die de NSkiV al heeft, is die van organisator van SneeuwFit-opleidingen en -bijscholingen. Hoewel de instructeurs aangeven dat een bijscholing gewenst is, krijgt de afdeling Opleidingen de bijscholingen niet vol. Een eenduidige verklaring daarvoor is uit dit onderzoek niet naar voren gekomen, maar wat als lastig kan worden ervaren is dat de communicatie van de NSkiV naar de instructeurs toe altijd via het verenigingsbestuur loopt. Het komt weleens voor dat nieuwsberichten die voor instructeurs relevant zijn, de instructeurs nooit of te laat bereiken doordat de bestuurders het niet (tijdig) doorsturen. Deze kwestie kan worden opgelost door de verenigingsbestuurders te wijzen op de verantwoordelijkheid die ze hebben zodat ze deze informatie doorsturen, maar de NSkiV kan er ook voor kiezen om in direct contact te gaan staan met de SneeuwFit-instructeurs.

Bij de opleidingen en bijscholingen heeft de NSkiV nog een andere rol, namelijk die van het bewaken van de kwaliteit van het cursusmateriaal. De NSkiV-medewerkers, bestuurders en instructeurs geven aan dat het materiaal verouderd is en is ingehaald door nieuwe oefeningen en inzichten. Eén instructeur merkt op dat de oefeningen niet meer geschikt zijn voor de huidige oudere doelgroep en dat nieuw cursusmateriaal daar beter rekening mee kan houden. De NSkiV wordt door de informanten aangewezen als partij om het cursusmateriaal te herzien en waar nodig te verbeteren.

#### *3. Faciliteren van contact tussen instructeurs*

Met name de instructeurs en bestuurders geven aan dat de NSkiV communicatiemogelijkheden moet bieden aan de instructeurs, zodat ze onderling met elkaar contact kunnen hebben. Op die manier kunnen ze les-ideeën delen en aan anderen overbrengen wat goed werkt in de SneeuwFit-lessen. Deze communicatie zou volgens de instructeurs goed tot stand kunnen komen via het Winternet, een bestaand communicatieplatform voor o.a. lidverenigingen van de NSkiV.

#### *4. Beleid*

Een groot deel van de informanten zijn het erover eens dat er vanuit de NSkiV geen duidelijke richting wordt gegeven aan de toekomst van SneeuwFit, terwijl deze wel gewenst is. Hier ligt duidelijk een taak voor de NSkiV om in te grijpen en hier meer duidelijkheid in te maken. De eerste stap, het in kaart brengen van de huidige perspectieven op SneeuwFit, is met dit verkennende onderzoek al gezet. Enkele informanten doen suggesties aan de NSkiV om SneeuwFit weer op de rails te zetten.

Twee instructeurs geven aan dat het SneeuwFit-beleid tot nu toe weinig consistent was, omdat dit erg afhankelijk bleek te zijn van wie er op dat moment werkzaam waren bij de NSkiV en of zij affiniteit met SneeuwFit hadden. Deze instructeurs willen de continuïteit in het Sneeuwterug waarborgen door een (externe) Commissie SneeuwFit aan te stellen. Die commissie zou zich dan bezig kunnen houden met de promotie, communicatie, opleidingen en bijscholingen van SneeuwFit. Door het instellen van een commissie ontlast je de NSkiV-medewerkers en kan de continuïteit beter gegarandeerd worden, zo redeneren de instructeurs. Een informant van de NSkiV heeft hierover ongeveer hetzelfde idee en zou een aparte werkgroep willen instellen, met daarin iemand van de NSkiV-afdeling Sport, iemand van de afdeling Marketing, een sportfysiotherapeut, iemand uit het veld en SneeuwFit-instructeurs.

##### *5. SneeuwFit op andere manieren aanbieden*

Eén medewerker van de NSkiV geeft aan dat SneeuwFit ook los aangeboden zou kunnen worden, zonder dat men lid hoeft te worden van een vereniging. Instructeurs kunnen dan naar bestaande communities toegaan (bijvoorbeeld in bejaardentehuizen) en daar SneeuwFit-trainingen kunnen verzorgen. De rol van de NSkiV zou hiermee veranderen, zij wordt dan SneeuwFit-aanbieder. Op die manier kan SneeuwFit voor dezelfde (oudere) doelgroep breder worden uitgerold dan wanneer de regionale verenigingen dit moeten aanpakken.

Verder is de NSkiV momenteel bezig met WinterFit (werktitel), een soortgelijk product dat zich richt op de jongere wintersporter en in de sportscholen plaats zal vinden. De (oudere) SneeuwFit-deelnemers zien niet veel concurrentie als zij naar de sportschool kijken. De vereniging is voor hen goedkoper en men vindt de saamhorigheid belangrijk. De verenigingsbestuurders horen ook deze argumenten van de deelnemers en maken zich nog niet veel zorgen dat door de opkomst van de sportscholen leden bij de vereniging weg zullen lopen. Toch zien de bestuurders en de instructeurs wel dat de sportschool veel flexibeler is qua openingstijden en meer comfort kan bieden. Eén instructeur, die zelf ook bij een sportschool werkt, denkt dat de dreiging wel kan toenemen als commerciële sportcentra de wintersportvoorbereiding permanent in hun pakket opnemen en daar ook mee gaan adverteren. De NSkiV zou zowel WinterFit als SneeuwFit kunnen aanbieden en daarmee meer keuzevrijheid aan de potentiële deelnemer geven: kies ik voor een programma op vaste tijden in verenigingsverband, of ga ik op de tijden dat het mij uitkomt oefeningen doen in een sportschool?

##### *6. Deelnemers en de NSkiV*

De deelnemers geven aan dat zij vaak weinig van de NSkiV merken. De NSkiV speelt voor hen een onduidelijke rol binnen SneeuwFit: de deelnemers krijgen het Wintersport Magazine en in sommige gevallen korting op hun verenigingslidmaatschap, maar daar houdt de connectie met de NSkiV wel mee op. De deelnemers lijken geen behoefte te voelen voor meer interactie met de NSkiV. Vanuit marketing-oogpunt zouden deze deelnemers een interessante groep vormen voor de diensten die de NSkiV te bieden heeft, maar de NSkiV-medewerkers hebben daarover niets gezegd in de interviews.

Een kort antwoord op deze deelvraag is dat de informanten vooral naar de bond wijzen om een groot deel van de taken en verantwoordelijkheden voor haar rekening te nemen. De NSkiV wordt geacht om de landelijke promotie vorm te geven, lokale promotiemiddelen te helpen ontwikkelen, opleidingen te organiseren, contact tussen instructeurs te stimuleren en een duidelijk SneeuwFit-beleid uit te stippelen. Daarbij zijn er suggesties gedaan om SneeuwFit op andere manieren aan te bieden en om na te denken over de relatie tussen de NSkiV en de SneeuwFit-deelnemers. Naast de NSkiV-medewerkers worden de bestuurders geacht om actie te ondernemen op het gebied van lokale promotie en ledenwerving.



## H8: Aanbevelingen

In dit hoofdstuk wordt een aantal suggesties gedaan aan de NSkiV met betrekking tot SneeuwFit. De aanbevelingen zijn in de volgende vijf paragrafen ondergebracht:

- §8.1 Maak een keuze
- §8.2 Zorg voor meer communicatie met de instructeurs
- §8.3 Bepaal in je communicatie welk beeld van de deelnemers naar voren moet komen
- §8.4 Zorg voor meer promotie
- §8.5 Doe mee!

### §8.1 Maak een keuze

De NSkiV heeft de afgelopen jaren niet actief invulling gegeven aan haar SneeuwFit-beleid. Het feit dat dit rapport er ligt, is al een goede eerste stap om hier meer richting in aan te geven. De NSkiV dient een belangrijke beslissing te nemen: Welk SneeuwFit-beleid moet er gevoerd worden? De opties zijn grofweg in drie richtingen te verdelen:

1. SneeuwFit weer activeren en vernieuwen.
2. De bestaande SneeuwFit-verenigingen laten bestaan en faciliteren waar nodig, maar geen initiatieven meer ontplooiën om SneeuwFit te laten groeien.
3. SneeuwFit als product afstoten en het verdere verloop ervan overlaten aan de verenigingen.

Voor alledrie de richtingen zijn argumenten voor en tegen te noemen. De eerste optie is om SneeuwFit te revitaliseren. Hierbij dient men zich te richten op de oudere doelgroep, want volgens de informanten zullen 'jongeren' eerder de sportschool verkiezen. Positief hieraan is dat de markt voor sportende senioren lijkt te groeien en de NSkiV heeft een product klaarliggen dat voor die doelgroep geschikt is. Het cursusmateriaal kan vernieuwd worden met hulp van instructeurs die hun eigen draai aan het product hebben gegeven, een manier waarvan zij vinden dat die goed is aangepast op ouderen. Het nadeel van deze optie is dat dit veel werk met zich mee zal brengen: de medewerkers van de NSkiV zullen tijd, energie en geld moeten steken in het vernieuwen van het product en het maken en verspreiden van nieuw promotiemateriaal.

De tweede optie is eigenlijk wat men nu al ziet gebeuren: De verenigingen geven zelf invulling aan SneeuwFit en kunnen voor ondersteuning terecht bij de NSkiV. Het voordeel hieraan is dat het de werknemers van de NSkiV relatief weinig middelen kost. Er zijn nog 30 andere verenigingen waarin dan tijd, energie en geld gestoken kan worden. Een ander voordeel van het bewust kiezen voor deze optie is dat alle betrokkenen meer duidelijkheid hebben over wat zij kunnen verwachten van de andere partijen. Een nadeel is wel dat het tot gevolg kan hebben dat een groot deel van de 30 SneeuwFit-verenigingen (de helft van alle aangesloten verenigingen) steeds kleiner wordt en zichzelf uiteindelijk zal moeten opheffen. Een deel van de 7500 SneeuwFit-leden, die laten blijken dat ze geen band met de NSkiV ervaren, zal waarschijnlijk geen interesse meer hebben in een NSkiV-lidmaatschap als ze niet meer aan SneeuwFit kunnen deelnemen. De verenigingen die de SneeuwFit-activiteiten niet meer aanbieden en zich richten op bijvoorbeeld looptrainingen (zoals nu al gebeurt), kunnen ervoor kiezen om zich aan te sluiten bij een andere bond dan NSkiV. Hierdoor kunnen er in één keer veel NSkiV-lidmaatschappen verloren gaan.

De derde optie is om SneeuwFit als product af te stoten: De afgelopen jaren is de nadruk minder op het ski-specifieke komen te liggen en gaat het in een groeiend aantal verenigingen veel meer om algemene conditietraining. Als het wintersporten niet meer centraal lijkt te staan kun je je afvragen of daar nog wel een taak is weggelegd voor de wintersportbond. Daarnaast is er maar een heel klein deel van alle verenigingsleden actief in SneeuwFit (de totale ledenaantallen van verenigingen staan niet gelijk aan actieve SneeuwFitdeelnemers, het is vaak een kleine groep die het beoefent). De vraag is of je voor die leden nog veel moeite wil doen. Een nadeel van deze optie is dat de verenigingen binnen de structuur van de NSkiV veel macht hebben: De verenigingen hebben van oudsher relatief veel inbreng

op de Algemene Vergaderingen en kunnen weigeren om zo'n besluit te steunen. Bovendien zou optie drie een bewuste keuze zijn om leden te verliezen. Het totale ledental van de NSkiV is al enkele jaren aan het dalen en het lijkt verstandig om zoveel mogelijk vast te houden aan bestaande leden.

Mocht de NSkiV ervoor kiezen om SneeuwFit weer op te pikken, dan zijn onderstaande aanbevelingen goed om in overweging te nemen.

### **§8.2 Zorg voor meer communicatie met de instructeurs**

Uit het onderzoek komt naar voren dat instructeurs graag meer informatie willen met betrekking tot SneeuwFit. De informatie die de NSkiV verstrekt gaat nu eerst langs bestuurders, waarna het de vraag is of het wordt doorgestuurd naar instructeurs die erin geïnteresseerd kunnen zijn. Een goed idee zou zijn om een actieve relatie aan te gaan met de instructeurs SneeuwFit. Zij kunnen dan met elkaar (direct of via de NSkiV) ideeën uitwisselen over lesplannen, nieuwe technieken, etc. Het bestaande Winternet biedt hiervoor goede handvatten en kan fungeren als platform.

Het probleem van de niet-bezochte bijscholingen en opleidingen kan hiermee wellicht ook worden opgelost. Doordat de instructeurs dicht bij de leden staan zullen zij waarschijnlijk goed weten wie er geïnteresseerd of geschikt zouden zijn om een SneeuwFit-cursus te gaan volgen. Daarnaast biedt het de kans om verenigingsbestuurders makkelijker in contact te laten komen met instructeurs in de regio, om nieuwe trainers aan te trekken voor hun vereniging.

### **§8.3 Bepaal in je communicatie welk beeld van de deelnemers naar voren moet komen**

In dit onderzoek zijn vier visies op deelnemers naar voren gekomen: de oudere als levensgenieter, de bewuste oudere, de conservatieve oudere en de kritische oudere. Aangezien de eerste twee het meest worden genoemd door de directe betrokkenen (deelnemers, instructeurs en bestuurders) zou het goed zijn om deze ook in de communicatie te gebruiken, door hierop in te spelen in het promotiemateriaal. Bijvoorbeeld: "Wilt u zich op een gezellige manier voorbereiden op de wintersport? Samen met andere wintersporters uw conditie op peil houden?" Door zo'n beeld te communiceren, spreek je de mensen aan waarvoor SneeuwFit aantrekkelijk kan zijn en geef je hen een reëel beeld van wat ze van SneeuwFit kunnen verwachten.

### **§8.4 Zorg voor meer promotie**

Meer promotie is nodig om SneeuwFit weer te laten groeien. De NSkiV heeft de taak om hier aandacht aan te geven via de middelen die ze beschikbaar heeft, de verenigingsbestuurders dienen te zorgen voor de lokale promotie. De middelen die de NSkiV voor lokale promotie beschikbaar heeft, zijn verouderd en zullen moeten worden herzien. Hiervoor kan een werkgroep worden ingesteld.

De NSkiV is daarnaast bezig met het ontwikkelen van een soortgelijk product in de sportschool. In dit onderzoek is gevraagd in hoeverre verenigingen dat als bedreiging zien. Het grootste gedeelte van de informanten geeft aan dat het huidige SneeuwFit op een doelgroep gericht is die niet veel te zoeken heeft in de sportschool. Als de NSkiV communiceert op welke manieren men zich allemaal kan voorbereiden kan dit verschil in doelgroepen nuttig ingezet worden. SneeuwFit wordt dan neergezet als een product voor de wat oudere, meer op gezelligheid gerichte oudere; terwijl WinterFit zich kan richten op de mensen tot 40 jaar die zich graag in de sportschool willen voorbereiden.

### **§8.5 Doe mee!**

Bij de NSkiV heersen andere perspectieven op SneeuwFit vergeleken met de andere groepen informanten. Juist omdat de medewerkers van de NSkiV qua leeftijd ver van de ouderen af staan, zou het goed zijn voor de beleidsmakers om een SneeuwFit-les van een vereniging bij te wonen. Op die manier wordt voor de medewerkers duidelijker hoe mensen het beleven, wat er allemaal bij komt kijken en krijgt men een meer waarheidsgetrouw beeld van de hele situatie.

## *H9: Reflectie*

Het uitvoeren van het onderzoek en het schrijven van deze scriptie is voor mij moeizaam verlopen. In eerste instantie leek het me leuk om iets te doen met ongebonden sporters (het liefst gericht op snowboarders) omdat ik zelf ook tot die groep behoor. Maar na gesprekken met collega's, klasgenoten en vrienden kwam ik tot de conclusie dat het onderzoek dat ik voor ogen had lastig uitvoerbaar was en niet direct relevant was voor de NSkiV. De SneeuwFit-verenigingen, een onderwerp wat me in eerste instantie minder leuk leek vanwege het stoffige imago, werd aantrekkelijk toen ik gesprekken had gevoerd met enkele bestuurders van deze verenigingen. Bovendien, doordat SneeuwFit een bestaand product is met duidelijk aanwijsbare partijen, bood dit onderwerp genoeg aanknopingspunten om het onderzoek goed uit te voeren.

Na bepaling van het onderzoeksonderwerp kwam het aan op het schrijven van een theoretische verdieping en het plannen van de interviews. Ook op het gebied van deze vaardigheden heb ik progressie moeten maken; de ideeën waren er vaak wel, maar om ze goed op papier te zetten bleek een stuk lastiger voor me. Desalniettemin heb ik nu 16 interviews achter de rug, letterlijk uitgewerkt (tientallen a4 volgeschreven) en die terug kunnen brengen tot een aantal conclusies en aanbevelingen.

De afgelopen jaren heb ik in de studie Sportbeleid en Sportmanagement en tijdens mijn stage bij de NSkiV veel geleerd: Niet alleen weet ik nu meer over allerlei theorieën en hoe het er bij een bond op de werkvloer aan toe gaat, maar ik heb vooral veel geleerd over mezelf. De gesprekken met begeleiders van zowel de NSkiV als de USBO hebben me nieuwe inzichten gegeven en hoewel het nog lastig is om de nieuwe aanpak toe te passen in de praktijk, ben ik in het bijzonder Bart de Wolf en Inge Claringbould veel dank verschuldigd.

Tijdens het schrijven van de eerste versie van dit onderzoeksrapport in 2009 heb ik te weinig discipline opgebracht om een solide rapport in te leveren. De resultaten en aanbevelingen waren toen grotendeels af en ik heb deze door kunnen geven aan de NSkiV, zodat ze daarmee aan de slag konden. Het afmaken van dit rapport heeft me echter veel moeite gekost. De afgelopen maanden heb ik in etappes alle hoofdstukken herschreven en ontdekt dat je na vele kleine stappen ineens aan het einde van een lange reis kan staan. Ik ben blij dat mijn vriendin me heeft aangespoord om die stappen te zetten en dat ze tot het einde met me mee gelopen is.

Nu het eindproduct er ligt ben ik trots op dat het allemaal gelukt is en ben ik verheugd dat de NSkiV heeft laten weten dat mijn aanbevelingen (uit 2009) waardevol zijn geweest. Misschien bestaan de SneeuwFit-verenigingen nog wel als ik zelf een 50-plusser ben, dan ga ik een abonnement overwegen. Tot die tijd ligt mijn hart bij het snowboarden.

Lennart van der Male  
Juni 2011





## Gebruikte literatuur

### Wetenschappelijke literatuur

- Boeije, H. (2005). *Analyseren in kwalitatief onderzoek: denken en doen*. Amsterdam: Boom.
- Bruin, J. de (2005). *Multicultureel drama? : populair Nederlands televisiedrama, jeugd en etniciteit*. Amsterdam: Cramwinckel.
- Claringbould, I. E. C. (2008). *Mind the Gap. Doing and undoing gender in sport governance*. Nieuwegein: Arko Sports Media.
- Claringbould, I.E.C. & Knoppers, A.E. (2008). *Doing and undoing gender in sport governance*. *Sex Roles*, 58, 81-92.
- Glesne, C. (2006). *Becoming qualitative researchers: An introduction*. Boston: Pearson Education, Inc.
- Hart, H. 't, et al. (1998). *Onderzoeksmethoden*. Amsterdam: Boom.
- Linnemann et al, (2000). *Wat beweegt senioren?* Arnhem: NOC\*NSF.
- Rubin & Rubin (2005). *Qualitative Interviewing: the Art of Hearing Data*. Second edition. London: Sage Publications.
- Schnabel (2006). Een prettig gevuld bestaan. Hoofdstuk uit boek "De vergrijzing leeft", van den Brink, D. (2006). Amsterdam: Uitgeverij Prometheus.
- Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in Organisations*, London: Sage Publications.
- Sociaal Cultureel Planbureau (2008). *Rapportage Sport 2008*. Den Haag: SCP.

### Beleidsstukken en andere bronnen

- Campen, C. van (2008). *Grijswaarden. Monitor ouderenbeleid 2008*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.
- CBS Statline (2008). Statistieken over o.a. bevolkingsgroei en ontwikkeling van de wintersport naar achtergrond- en vakantiekenmerken.  
<http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37282&D1=0,71-104,121-124,128-130&D2=a,!0-10&HD=090629-0847&HDR=G1&STB=T>
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (2005). *Nota 64; Ouderenbeleid in het perspectief van de vergrijzing*. Den Haag, Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.
- Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. Website: [http://www.rivm.nl/vtv/object\\_document/o3639n25270.html](http://www.rivm.nl/vtv/object_document/o3639n25270.html)
- Nederlandse Ski Vereniging (2006). *Cursusmap NSkiV-opleiding Instructeur SneeuwFit 2005-2006, Certificaat I & II*. Den Haag: Nederlandse Ski Vereniging.
- Nederlandse Ski Vereniging (2005). *Meerjarenbeleidsplan 2006-2010: "Verse Sneeuw"*. Den Haag: Nederlandse Ski Vereniging.
- Sportservice Noord-Holland (2008). *Onderzoek 'Sport en bewegen 50+' door Taskforce Sport en Bewegen 50+*.  
[http://www.annapaulowna.nl/index.php?simaction=content&mediumid=1&pagid=117&rubriek\\_id=131&stukid=2751](http://www.annapaulowna.nl/index.php?simaction=content&mediumid=1&pagid=117&rubriek_id=131&stukid=2751)



## Overzicht tabellen en grafieken

	Paginanummer
Figuur 1: Voldoen aan de Nederlandse Norm Gezond Bewegen, bevolking van 65 jaar en ouder, 2000-2005 (in procenten). Bron: SCP, Monitor Ouderenbeleid 2008, p 66.	8
Figuur 2: Overzicht van informanten	14
Figuur 3: Werking grounded theory	16
Figuur 4: De totale bevolkingsgroei in Nederland van 1950-2050 (vanaf 2009: prognose), onderverdeeld in drie leeftijdscategoriën. Doordat de grafiek cumulatief van aard is, worden de verhoudingen tussen de verschillende groepen duidelijk zichtbaar.	21
Figuur 5: Sportdeelname, bevolking van 6-79 jaar, naar takken van sport en achtergrondkenmerken, 2007 (in procenten).	24
Figuur 6: Percentage dat voldoet aan de Nederlandse Norm Gezond Bewegen, bevolking van 65 jaar en ouder, 2000-2005.	25
Figuur 7: Van intrinsieke motivatie tot daadwerkelijk sportgedrag	26
Figuur 8: Perspectieven op de SneeuwFit-activiteiten	31
Figuur 9: Motieven die worden toegeschreven aan SneeuwFit-deelnemers	32
Figuur 10: Perspectieven op ledenterugloop en ledenaanwas	33/34
Figuur 11: Perspectieven op activiteiten buiten de SneeuwFit-verenigingen	35
Figuur 12: Perspectieven op instructeurs	37
Figuur 13: Perspectieven op de NSkiV in relatie met SneeuwFit	39
Figuur 14: Van intrinsieke motivatie tot daadwerkelijk sportgedrag	45
Figuur 15: Stimulerende en belemmerende factoren bij sportende ouderen (NOC*NSF)	46
Figuur 16: Stimulerende en belemmerende factoren bij sportende ouderen (dit onderzoek)	47
Figuur 17: Positieve en negatieve eigenschappen van concept SneeuwFit.	53
Figuur 18: Positieve en negatieve eigenschappen van ledenterugloop en ledenaanwas	53
Figuur 19: Positieve en negatieve eigenschappen van promotie en ledenwerving	54
Figuur 20: Positieve en negatieve eigenschappen van activiteiten buiten SneeuwFit-training	54
Figuur 21: Positieve en negatieve eigenschappen van instructeurs	54
Figuur 22: Positieve en negatieve eigenschappen van beleid NSkiV	55
Figuur 23: Positieve en negatieve eigenschappen aan SneeuwFit, gezien vanuit NOC*NSF-onderzoek	55



## *Bijlagen*



## Bijlage 1: Statistieken SneeuwFit-verenigingen

Ledenaantallen en de gemiddelde leeftijd

Vereniging	Aantal leden	Gemiddelde leeftijd
AlmereSnow	44	50
Amsterdamse Ski Vereniging	773	56
Rijnlandse Ski Vereniging	430	54
s.c. Noordoostpolder	89	62
s.c. Zoetermeer e.o.	180	56
s.s.v. Zeeland	126	53
s.v. Achterhoek	59	64
s.v. Apeldoorn e.o.	97	57
s.v. Brabant Noord-Oost	107	58
s.v. Deventer e.o.	27	50
s.v. Drechtsteden	160	54
s.v. Drenthe	129	47
s.v. Fryslân	282	61
s.v. Gelderse Vallei	112	57
s.v. Groningen	47	57
s.v. Grote Rivieren	352	53
s.v. Het Gooi	262	61
s.v. KennemerRand	665	56
s.v. Limburg Zuid	585	50
s.v. Midden Brabant	87	63
s.v. Midden Holland	29	55
s.v. Regio Zwolle	95	55
s.v. Rijnmond	71	55
s.v. Sint-Bernard	86	55
s.v. Twente	134	62
s.v. West Brabant	100	53
s.v. Zaanstreek-Waterland	440	59
s.v. Zuid-Oost Brabant	175	61
Ski en Fit Arnhem	243	61
Skikring Alkmaar	455	62
Sneeuwfit Zutphen e.o.	224	58
w.s.v. De Keiski	588	58
w.s.v. IJsseldelta	40	56
w.s.v. Midden Nederland	155	62

Alle verenigingen aangesloten bij de NSkiV (inclusief SneeuwFit-verenigingen)

Aantal verenigingen: 61

Aantal leden: 9720

Gemiddeld aantal leden per vereniging: 159

Gemiddelde leeftijd van leden vereniging: 48

### SneeuwFit-verenigingen

Aantal verenigingen: 34

Aantal SneeuwFit-leden: 7448

Gemiddeld aantal leden per SneeuwFit-vereniging: 219

Gemiddelde leeftijd van leden SneeuwFit-vereniging: 57

### Overige verenigingen

Aantal verenigingen: 27

Aantal leden: 2272

Gemiddeld aantal leden per vereniging: 87

Gemiddelde leeftijd van leden vereniging: 38

(één vereniging met vier leden waarvan de leeftijden onbekend zijn, is buiten beschouwing gelaten bij het berekenen van de gemiddelde leeftijd en gemiddelde aantal leden)





## *Bijlage 2: Topiclijst*

### Introductie

- Afstudeerscriptie Master Sportbeleid en sportmanagement, Universiteit Utrecht.
- Onderzoek naar de toekomst van SneeuwFit-verenigingen.
- Keuze voor SneeuwFit voor ouderen. Geïnteresseerd in verbetering van product SneeuwFit, niet in nieuwe doelgroepen.
- Gesprek opnemen ivm uitwerken. Bezwaar tegen opname van dit gesprek? Als u wilt kunt u anoniem blijven.

### Persoonlijke gegevens

- Naam
- Functie
- Relatie met SneeuwFit

### Vereniging

- Naam
- Historie
- Welke activiteiten, wat is het aanbod?
- Doelgroep (en gemiddelde leeftijd)
- Aantal leden + hoeveel daarvan doen aan SF?

### SneeuwFit

- Wat vind je belangrijk binnen het product SneeuwFit, zijn er 5 kernwoorden die bij je opkomen?
- Wat vind je van het product SneeuwFit, mede gelet op de aantrekkelijkheid voor ouderen?
- Kun je in het algemeen iets zeggen over ouderen? Hoe kijk je tegen die groep aan? Waar zijn ze zoal mee bezig?
- Kun je SneeuwFit omschrijven aan de hand van de volgende onderdelen en aangeven waar dingen goed of minder goed gaan?
  - o Prijs
  - o Product
  - o Personeel
  - o Promotie
  - o Plaats
- Hoe zie je de rolverdeling van deze ideale situatie? Wie heeft welke verantwoordelijkheid?
  - o Deelnemers
  - o Instructeurs
  - o Verenigingsbestuurders
  - o NSkiV

### Motieven voor deelnemers om te gaan sporten (zie ommezijde)

### Afsluiting

- Anoniem blijven?
- Opmerkingen, aanvullingen, vragen?
- Aanvullende informatie die nuttig kan zijn voor mijn onderzoek?
- Mogelijkheid opsturen rapportage als respondent geïnteresseerd is.
- Bedanken voor interview

Welke motieven heeft u / hebben de deelnemers om aan SneeuwFit mee te doen?

	Zeer belangrijk	Belangrijk	Niet belangrijk/ niet onbelangrijk	Onbelangrijk	Zeer onbelangrijk
Ontspanning					
Het bezig zijn					
Strijd/competitie					
Aanleren van vaardigheden					
Avontuur/sensatie					
Fysieke vermoeidheid					
Bewuste ervaring van het lichaam					
Gezelligheid					
Goede gezondheid/goede conditie					
Sociale contacten					
Gemeenschappelijkheid					
Aanzien					
Getraind lichaam/goed figuur					