

Samen ondernemen voor een sportiever en vitaler Nederland

Sportagenda Platform Ondernemende Sportaanbieders

Versie zomer 2022





Platform Ondernemende Sport (POS) heeft een sterke groei doorgemaakt tijdens de coronajaren. Nu die achter de rug zijn is, het tijd voor een volgende stap in de ontwikkeling om met ondernemen een bijdrage te kunnen leveren aan de groei van sport, bewegen en vitaliteit in Nederland en daarbij passende funding te realiseren. Hiervoor hebben we een sport- en beweegagenda opgesteld waarin we de doelstelling - *samen ondernemen voor een sportiever en vitaler Nederland* - aan de hand van drie ambities en bijbehorende doelen en acties voor de komende jaren vaststellen.

POS wil ervoor zorgen dat zoveel mogelijk mensen gaan en blijven sporten en bewegen voor een vitalere en weerbaardere bevolking. Ondernemende sportaanbieders kunnen hier gezamenlijk een belangrijke bijdrage aan leveren. Wij [onderstrepen](#) hiermee de ambitie van de overheid dat het aandeel van de inwoners die binnen de beweegnorm valt van 50% naar 75% toeneemt. Daarmee leveren we ook een bijdrage aan het terugdringen van de stijgende zorgkosten. POS vertaalt op deze wijze ondernemen in sport naar meer sportparticipatie en maatschappelijk waarde.

www.ondernemendesportaanbieders.nl

samen ondernemen voor een sportiever en vitaler Nederland

Ambitie 1:
**Meer mensen laten
sporten en bewegen**



Ambitie 2:
**Vergroten
maatschappelijke waarde**



Ambitie 3:
**Positie en agenda POS versterken
door onderzoek en lobby**



Ambitie-1: Meer mensen laten sporten en bewegen

- Activatiecampagne (Heel Holland sport en beweegt) om corona-bankzitters weer in beweging te krijgen. De sportparticipatie is duidelijk afgenomen door corona. Met name in de binnensport is er een forse afname. We mikken op een campagne in het najaar van 2022. Een campagne die aansluit bij de meest natuurlijke manier waarop mensen in aanraking komen met sport: door meegenomen te worden door een vriend/vriendin. Door de bestaande sporters hiervoor in te zetten, kunnen we potentieel miljoenen ambassadeurs aan het werven zetten. *Actie: plan uitwerken met aantal Poppers en NOC*NSF, VWS.*
- Gesubsidieerd sporten voor lage SES. Sporters die gebruik maken van financiële ondersteuning van de overheid (jeugdfonds sport, stadspassen, etc) om te kunnen sporten maken relatief weinig gebruik van ondernemende sportaanbieders. Hier ligt een kans om een groter deel met lage SES te laten sporten: door ondernemers hierin te betrekken wordt het sportaanbod verbreed waardoor sportparticipatie kan stijgen.. *Actie: contact zoeken met fondsen om plan van aanpak te maken.*
- Derde partijen: samenwerking verkennen. Er zijn diverse partijen actief die sport vermarkten zonder zelf sportaanbod te hebben, naar voorbeeld van booking.com in de hotellerie: derde partijen. Ook zijn er organisaties die via supermarktacties sport verkopen. Hier zitten voor- en nadelen aan. Voor POS goed om verkenning hiervan te maken en een strategie voor te bepalen. *Actie: verkenning (on)mogelijkheden.*
- Veilige sportomgeving. *Actie: Programma opzetten en implementeren nav de uitkomsten van het onderzoek in de danssport. Voor sporters en werknemers, VOG voor ondernemers gratis.*
- Sportaccommodaties in wijken. Garantiefonds sport: actie: verkenning eventuele toepassing/uitbreiding voor ondernemers.

Ambitie-2: Vergroten maatschappelijke waarde

Naast financiële gelijkheid (subsidies, btw, huurtarieven, vog, btw, etc) streeft POS ook naar erkenning van de grote maatschappelijke waarde die ondernemende sportaanbieders nu al leveren. Daarbij streeft POS ernaar deze maatschappelijke waarde van ondernemende sportaanbieders nog te vergroten.

1. Ondernemende sportaanbieder verbinden aan lokale sportakkoorden. De eerste ronde van het sportakkoord heeft relatief weinig deelname van ondernemers gekend. Hier liggen kansen om dit te realiseren waardoor het sportaanbod toeneemt. Acties:
 - In # gemeentes community van ondernemende sportaanbieders opzetten tezamen met lokale sportakkoord. Mini-POS organiseren!
 - Lokale sportakkoorden: aantrekkelijker maken voor ondernemers, uitleg: begrip over en weer over potentieel, verwachtingen en elkaars rol; Zo eenvoudig mogelijk maken voor ondernemers: hapklare brokken.
 - Workshops 'hoe lever ik een bijdrage aan en haal ik rendement uit mijn lokale sportakkoord'?
 - Bestaande successen verzamelen: cases laten zien.
 - Sportondernemers aan tafel krijgen met juiste mensen bij gemeente, zorg, onderwijs.
 - Wervingscampagnes in lokale sportakkoorden: meer mensen aan sporten en bewegen, ook mensen met afstand tot de sport, waar er al relatief veel van sporten bij ondernemers. Sportaanbod centraal en filterbaar, werving via social media.
 - Gelijk speelveld creëren voor ondernemers en verenigingen.

Actie: Plan uitwerken, VSG, NN, Sportbedrijven, bijeenkomsten adviseurs lokale sport, betrekken. Budget opstellen voor eigen lijn POS in sportakkoord 2.

Ambitie-2: Vergroten maatschappelijke waarde

2. Duurzaamheid in de sport: accommodaties ondernemende sportaanbieders verduurzamen in samenwerking met SportnlGroen.
Actie: plan maken met SportnlGroen.

3. Mobiliteit: overwegen campagne op te zetten voor ondernemende sportaanbieders.

4. Professionalisering branche. Human Capital Agenda. Inzet op professionalisering sportbranche, inclusief ondernemers.
Trainingen/workshops organiseren: oa. HRM-functie, leiderschap.

Actie: opzetten trainingen voor de sportbranche in dit kader.



Ambitie-3: Positie en agenda POS versterken door onderzoek en lobby

1. Overzicht maken voor achterbannen en branche: hoe ziet de sport er uit, wie zijn de spelers, geldstromen, etc.
2. Behoud nieuwe sporters in Sportakkoord 2.

Als sporters geworven zijn voor een proefles oid, dan is het zaak ze binnenboord te houden. Ook na de beginperiode van een lidmaatschap. Wat zijn effectieve strategieën om dit voor elkaar te krijgen? Hiervoor gaat POS kennissessies organiseren met/voor branches en hun achterban: hoe behoud ik mijn nieuwe sporters? Tips daarbij: denk vanuit de sporter, weet wat hij zij wil, maak aanbod relevant, doe onderzoek naar klanttevredenheid.

3. Onderzoeksvraag: Waarom stoppen kinderen met sporten rond hun 12e?
4. Aansluiting bij preventie.

Op langere termijn: sport en bewegen serieus onderdeel laten zijn van preventie. Met daarbij een sportstelsel dat passend is voor alle sportaanbieders. Vanuit sectoroverleg sport: lobby opzetten om aansluiting te vinden met preventie. Uiteindelijke doel: budget zorg ook in laten zetten voor sport as preventief middel tegen ziekte. Actie: oppakken in sectoroverleg.

Ambitie-3: Positie en agenda POS versterken door onderzoek en lobby

5. Sportstelsel.

Volgens het Brancherapport sport van KPMG wordt 50% van het lidmaatschap bij de sportverenigingen in Nederland gesubsidieerd door de overheid. Dit heeft verschillende effecten: sport is betaalbaar, toegankelijk, ook voor mensen met een lage SES wat een direct doel is van de subsidiering.

Een ander effect is op de perceptie van de waarde van sport. Dit werkt niet in het voordeel van sportondernemers die hun lidmaatschap ongesubsidieerd aan moeten bieden. Ondertussen weten de ondernemers nationaal het grootste deel van de sportende lage SES-ers aan zich te binden.

POS gaat in dit kader nadenken hoe de ondernemende sportaanbieder te helpen om nog beter in staat te zijn om mensen met een lage SES te activeren die nu niet sporten, waardoor een gelijk speelveld ontstaat. Hierbij is het niet het doel om funding weg te halen bij de verenigingsstructuur. Sport als essentiële waarde/burgerrecht blijft een streep punt van POS.

Ambitie-3: Positie en agenda POS versterken door onderzoek en lobby

6. Als we een akkoord hebben op de sport- en beweegagenda, dan gaan we het uitwerken, begroting en doelstellingen formuleren en er de boer mee op. Lobby richt zich op/via:

- Sportakkoord 2: VWS, NOC*NSF, VSG
- Bewegen nieuwe normaal
- Rijke schooldag
- Gezonde generatie
- Preventieakkoord
- MKB Nederland
- Sectoroverleg. In het sectoroverleg zullen we van de inbreng van de stakeholders een actieagenda maken. Hier werk verdelen en samenwerkingen organiseren. POS vertegenwoordigt direct het belang van de ondernemers in dit gremium.



Ambitie-3: Positie en agenda POS versterken door onderzoek en lobby

7. Cao als onderdeel van de HCA: zo overziend nu een stap te ver. Wat zijn alternatieven, waar kan geïnvesteerd worden in de HR-functie in de sport?

8. Kennisontsluiting: Kenniscentrum Sport & Beweging, Mulier Instituut hebben heel veel kennis.



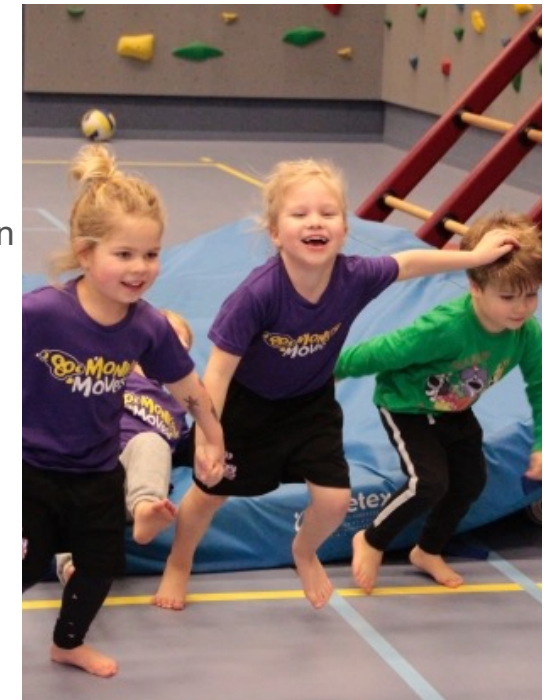
Proces

Een gezamenlijke sport- en beweegagenda gaat pas werken als de deelnemende branches aan POS ieder hun bijdrage leveren om de ondernemers te betrekken en te activeren. Hoe gaan we de organisatiekracht van de kolom verder ontwikkelen? Om effectief te zijn, hebben we de organisatiekracht van POS nodig én van de aangesloten organisaties. Uiteindelijk gaat het erom de ondernemer te bereiken en te betrekken. Hierin is de rol van de brancheorganisatie cruciaal. Ondersteuning in hun organisatiekracht is daarvoor nodig.

Actie: uitwerken plan van opzet versterken organisatiekracht kolom.

Bijvangst

- Branches hebben ook behoefte aan inzicht in regelgeving: RI&E, etc. *Actie POS: ism MKB NL hier een oplossing voor vinden. Studenten nemen dit mee in hun stage: spiegelinformatie.*
- Gezamenlijke inkoop. Bijvoorbeeld Laadpalen: Haike.



PLATFORM **SPORT** ONDERNEMENDE AANBIEDERS



www.ondernemendesportaanbieders.nl