



Advies bij de nieuwe 'strategische structuur' van de visienota Sportpromotie

Op 28 juni 2018 gaf de Vlaamse Sportraad advies bij het planningsproces en de tussentijdse conclusies in aanloop naar de visienota Sportpromotie van Sport Vlaanderen¹. Omdat de visienota Sportpromotie sindsdien verder is ontwikkeld, is in samenspraak met Sport Vlaanderen besloten om dit onderwerp opnieuw op de agenda te zetten van de Vlaamse Sportraad.

Op 24 januari 2019 gaven Jo Haentjens, afdelingshoofd Sportpromotie bij Sport Vlaanderen, en Jürgen Tanghe, service designer bij StudioDott, een toelichting over de nieuwe stand van zaken van Sport Vlaanderen op het gebied van sportpromotie. Tijdens deze toelichting werd er gefocust op een nieuw onderdeel van de toekomstige visienota: de 'strategische structuur'. Deze nieuwe methodiek legt de focus op de mens en het menselijke gedrag en combineert drie welbepaalde insteken: de levenscyclus, de sportcyclus en de customer journey.

Op het einde van de toelichting legde Jo Haentjens de Vlaamse Sportraad twee vragen voor:

- Is de Vlaamse Sportraad principieel akkoord met de voorgelegde aanpak van de 'strategische structuur'?
- Ziet de Vlaamse Sportraad nog punten waarop deze 'strategische structuur' verbeterd kan worden?

Algemeen

De Vlaamse Sportraad is akkoord met de voorgelegde aanpak van de 'strategische structuur'. De leden zijn positief over de potentie van de voorgestelde methodiek, die het mogelijk maakt om een grote hoeveelheid aan bruikbare en specifieke informatie over doelgroepen te verkrijgen. Met deze informatie kunnen doelgroepen zeer gericht bereikt worden via promotionele acties. De Vlaamse Sportraad is dan ook benieuwd naar de resultaten die de 'strategische structuur' kan opleveren. De leden komen wel met enkele suggesties waar Sport Vlaanderen rekening mee kan houden bij de verdere uitwerking.

¹ https://cjsm.be/sarc/SR_sport/adviezen/20180628_Advies_Sportpromotie.pdf

Opmerkingen en suggesties

Voorwaarden op lokaal niveau: sportinfrastructuur en professionalisering sportclubs

De lokale sportdiensten en sportclubs zijn een belangrijke spil in het verhaal van de 'strategische structuur', zeker met betrekking tot de customer journey. Om te voldoen aan de actiepunten die voortkomen uit deze nieuwe methodiek, moeten de voorwaarden om te sporten en bewegen wel voldoende voorhanden zijn op lokaal niveau. Zo moet er bijvoorbeeld een adequate sportinfrastructuur zijn om een breed aanbod te kunnen voorzien en moeten de publieke ruimtes voldoende beweeg- en sportvriendelijk zijn.

Ook moet de professionalisering van sportclubs in orde zijn. De sportsector is een sector waarin veel vrijwilligers actief zijn. Goed georganiseerde clubs met een goede mix van professionelen en vrijwilligers, georiënteerd op kwaliteit in al haar aspecten, zijn een noodzakelijke schakel om de uitvoering van deze 'strategische structuur' te doen slagen.

Promotionele acties vanuit lokaal niveau

Daarnaast willen de leden wijzen op het feit dat vele burgers 'de overheid' appreciëren, en in het bijzonder de lokale besturen. Het is daarom belangrijk om te beseffen dat promotionele acties een groter succes kunnen hebben als ze ook worden ingezet vanuit het lokale niveau. Zeker in combinatie met de aanwezige deskundigheid op dit niveau. De leden waarderen de inzet van Sport Vlaanderen op het gebied van sportpromotie, maar stellen ook in dit verhaal het "doen doen"-principe voorop wat betreft de rol voor Sport Vlaanderen.

Trainers betrekken om drop-out tegen te gaan

De Vlaamse Sportraad wil verder benadrukken hoe belangrijk het is om de trainers te betrekken in deze nieuwe 'strategische structuur'. Een trainer is niet enkel van belang bij sporttechnische en prestatiegerichte elementen, maar ook bij het stimuleren van het spelplezier bij sporters. De leden zijn ervan overtuigd dat de trainer een grote rol speelt bij het (al dan niet bewust) ontmoedigen of juist motiveren van sporters in clubverband. De Vlaamse Sportraad adviseert daarom om te bekijken op welke manier de trainer betrokken kan worden om de drop-out bij sporters tegen te gaan.

Maatschappelijke en sociale rol van sport

De leden willen Sport Vlaanderen wijzen op de belangrijke maatschappelijke en sociale rol van sport. Ook dit element moet begeleid en ondersteund worden door zowel de lokale sportdiensten en clubs, als door de trainers en begeleiders. De sociale en maatschappelijke impact van sport krijgt tot nu toe weinig aandacht in het verhaal van de nieuwe 'strategische structuur'.

Kijk breder dan enkel sportpromotie

Bij de opbouw van de 'strategische structuur' worden een aantal principes en modellen van gedragsverklaring gebruikt, waarbij gekeken wordt welke determinanten van invloed zijn op het gedrag. Dit is een goede onderbouwde manier van werken. De Vlaamse Sportraad hoopt dat deze modellen niet enkel worden gebruikt bij de opbouw van de 'strategische structuur', maar ook bij de uitkomsten en uitwerkingen.

Deze uitkomsten kunnen tot inzichten leiden over sportparticipatie die niet enkel nuttig zijn bij het opzetten van een promotionele campagne, maar ook bij onderwerpen die buiten het directe veld van sportpromotie vallen (bijvoorbeeld met betrekking tot de hiervoor genoemde lokale

sportinfrastructuur, de professionaliteit van sportclubs en de rol van trainers). De Vlaamse Sportraad hoopt dat de visie op sportpromotie op deze manier ook voeding kan geven aan andere afdelingen van Sport Vlaanderen.

Inzetten op een mediacampagne

De Vlaamse Sportraad wil tevens wijzen op de meerwaarde van een mediacampagne om de impact van deze 'strategische structuur' te vergroten. Zo kan bijvoorbeeld een samenwerking met Studio Brussel helpen om bepaalde doelgroepen te bereiken. De openbare omroep kan op dit vlak nogmaals op zijn versterkende rol en verantwoordelijkheden gewezen worden.

Sector betrekken bij concrete uitwerking en eindproducten

De Vlaamse Sportraad kijkt uit naar de verdere concrete uitwerking van de 'strategische structuur' tot operationele doelstellingen en actieplannen. In een latere fase, wanneer deze vertaalslag naar concrete elementen is gemaakt, kan de Vlaamse Sportraad hierover opnieuw advies uitbrengen. De leden willen ook graag betrokken worden bij de acties en eindproducten die voortkomen uit deze 'strategische structuur'. De leden vonden het daarom jammer dat de sector niet betrokken was bij de totstandkoming van de campagne 'Goede voornemens' van 2019.

Samenvatting

De Vlaamse Sportraad is akkoord met de voorgelegde aanpak van de 'strategische structuur'. De leden zijn positief over de potentie van de voorgestelde methodiek, die het mogelijk maakt om een grote hoeveelheid aan bruikbare en specifieke informatie over doelgroepen te verkrijgen. De leden komen wel met enkele suggesties waar Sport Vlaanderen rekening mee kan houden bij de verdere uitwerking:

- De voorwaarden om te sporten en bewegen moeten in orde zijn om dit verhaal te verwezenlijken. Belangrijk hierbij zijn de lokale sportinfrastructuur en de professionalisering van sportclubs.
- Promotionele acties kunnen een groter succes hebben als ze ook worden ingezet vanuit het lokale niveau.
- Betrek trainers in dit verhaal. Zij spelen een belangrijke rol bij het tegengaan van drop-out van sporters.
- Schenk aandacht aan de maatschappelijke en sociale rol van sport.
- Kijk breder dan sportpromotie. Ook andere afdelingen van Sport Vlaanderen kunnen baat hebben bij de uitkomsten van de visie sportpromotie.
- Een mediacampagne kan de impact van deze 'strategische structuur' vergroten.
- Betrek de sector bij de acties en eindproducten die voortkomen uit deze 'strategische structuur'.

Namens de Vlaamse Sportraad,

Christophe Cools, voorzitter
Sophie Cools, ondervoorzitter
Maarten Koolen, secretaris