

Sport wordt commerciëler, flexibeler en onderdeel van de leefstijl

04-07-2016 14:56

Sportdeelname, sportbezoek en sportproducten passen steeds meer binnen de leefstijl van de consument. Ook het volgen van sport via de media of het bezoek aan commerciële sportevenementen zal toenemen, voornamelijk als ze zich richten op de totaalbeleving, wat meer mensen aantrekt. Dat zijn enkele conclusies uit het rapport 'Sport Toekomstverkenning' van het RIVM en het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP).

[caption id="attachment_44009" align="alignright" width="300"]



Kitesurfen bij Oostvoorne[/caption]

Samen sport beleven Nederlanders bepalen steeds vaker zelf wanneer, waar en met wie ze sporten. De sportdeelname blijft gelijk, maar welk soort sporten beoefend wordt verandert. Deze ontwikkelingen worden beïnvloed door de vergrijzing, migratie en de groeiende vraag naar gezamenlijke beleving, zoals bij sportevenementen of extreme sporten als freerunnen, klimmen en kitesurfen. In de toekomst zullen mensen minder sporten bij een sportclub en meer in individueel verband of in zelfgeorganiseerde groepen. **Evenementen** Sportevenementen worden steeds populairder, zoals color- en mud-runs, toertochten en marathons. Er is een verschuiving te verwachten van het soort accommodaties en de locaties, maar het aantal sportaccommodaties zal gelijk blijven. De vraag naar flexibiliteit zal ook terug te vinden zijn in vrijwilligerswerk in de sport: vrijwilligers zullen steeds vaker 'hoppen' tussen verschillende vrijwilligersfuncties. [caption id="attachment_20400" align="alignright"



width="300"]

ouderen in beweging. (foto:

Yalp)]/caption]**Ouderen actiever; jongeren pasiever** Hoe lichamelijk actief Nederland in de toekomst is, wordt voor een groot deel bepaald door de vergrijzing. De nieuwe generatie 55-plussers is fitter dan voorgaande generaties en de verwachting is dat zij vaker en langer actief zijn. De verhoogde pensioenleeftijd zal deze trend enigszins drukken: als ouderen langer blijven werken zullen zij meer zitten en minder bewegen. Aan de andere kant bewegen en spelen de kinderen en jongeren van nu minder vaak buiten dan vorige generaties. Passieve vrijetijdsbesteding is toegenomen: gamen en sociale media zijn populair tijdverdrijf, waardoor de bevolking minder lichamelijk actief is. **Vercommercialisering** Veel sportaccommodaties zullen in de toekomst van publiek naar privaat gaan, vanwege de commercialisering van het vrijetijdsaanbod (+). Daarnaast openen private partijen nieuwe sportaccommodaties. De fitnessbranche en ook yogascholen zijn een hiervan een goed voorbeeld: zij openden in de laatste decennia een recordaantal accommodaties, vooral in de binnensteden. Meer informatie: www.volksgezondheidszorg.info/sport/toekomstverkenning

Redactie