



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Sport scoort: de effecten van sport op de Nederlandse samenleving

Bokeloh, P.; Klene, N.; Lorié, J.

Publication date

2008

Document Version

Final published version

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Bokeloh, P., Klene, N., & Lorié, J. (2008). *Sport scoort: de effecten van sport op de Nederlandse samenleving*. ABN AMRO Economisch Bureau.

<http://www.kennisbanksportenbewegen.nl/?file=423&m=1422882787&action=file.download>

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.



Sport scoort de effecten van sport op de Nederlandse samenleving

Inhoudsopgave

Voorwoord	5
Samenvatting	6
Inleiding	7
Sportieve trends	9
Het huwelijk met de media	11
De economische score van sport	13
Sport en overheidsbeleid	22
Evaluatie en aanbevelingen	27
Literatuuroverzicht	30

Auteurs

drs. Philip Bokeloh
tel (020) 383 26 57
philip.bokeloh@nl.abnamro.com

drs. Nico Klene
tel (020) 628 42 04
nico.klene@nl.abnamro.com

dr. John Lorié
tel (020) 628 10 58
economics.department@nl.abnamro.com

**ABN AMRO Economisch Bureau,
1 september 2008**

Disclaimer

© Copyright 2008 ABN AMRO Bank N.V. and affiliated companies ("ABN AMRO"). Alle rechten voorbehouden. Het rapport 'Sport scoort' dient uitsluitend ter informatie en wij geven, hoewel het document is gebaseerd op informatie die betrouwbaar wordt geacht, geen garantie aangaande de juistheid of volledigheid hiervan. ABN AMRO Bank N.V. (ABN AMRO) accepteert geen enkele aansprakelijkheid voor de informatie opgenomen in dit document. De weergegeven marktinformatie alsmede de opinies, prognoses, aannames, schattingen, afgeleide waarderingen en koersdoelstelling(en) die zijn opgenomen in dit rapport en die de opinie van de auteur vormen dateren van de aangegeven datum en kunnen op enig moment zonder voorafgaande kennisgeving worden gewijzigd. Hoewel wij ernaar streven de in dit document opgenomen informatie en opinies naar redelijkheid te actualiseren, kunnen er op grond van de regelgeving, compliancevereisten of andere oorzaken redenen zijn waardoor dit niet mogelijk is. Dit document vormt geen uitnodiging of aanbod tot het kopen of verkopen van effecten of andere financiële instrumenten. De informatie mag niet - geheel of gedeeltelijk - voor enig doel worden vermenigvuldigd, opnieuw worden verspreid of gekopieerd zonder de uitdrukkelijke voorafgaande toestemming van ABN AMRO. ABN AMRO is geregistreerd bij de Autoriteit Financiële Markten te Amsterdam.

Sport scoort. Dat hebben we tijdens de afgelopen Olympische Spelen in Peking kunnen zien bij alle sportieve strijd die is geleverd. De belangstelling was enorm. Wereldwijd trokken de Spelen 4,4 miljard tv-kijkers. En als Nederlandse sporters goud haalden, genoten wij extra. De Olympische prestaties van onze landgenoten vervulde menigeen met een gevoel van trots, vooral wanneer het een overwinning betrof op zware tegenstanders.

NOC*NSF streefde ernaar dat Nederland in de toptien van het medailleklassement zou eindigen. Zo'n topklassering zou ons land nog meer aanzien in de wereld opleveren. We haalden het net niet. Toch mogen wij ontzettend trots zijn op de behaalde twaalfde plaats in het medailleklassement. Een prestatie van formaat. Wat eveneens aan de promotie van een land bijdraagt, is de organisatie van een groot sportevenement. Hier hangt echter wel een prijskaartje aan. Met de aanleg van de benodigde infrastructuur zijn enorme bedragen gemoeid. Daar staat tegenover dat recettes en opbrengsten uit uitzendrechten op hun beurt ook weer geld opleveren.

Onze regering onderschrijft het belang van topsport en investeert er daarom in. Maar sport is méér dan topsport alleen. De regering wil ook graag dat meer mensen meer gaan bewegen. Dat is goed voor de gezondheid. Sport is een effectief middel om de kosten die voortvloeien uit obesitas en hart- en vaatziekten in toom te houden. Daarnaast biedt sport mensen de mogelijkheid om elkaar te ontmoeten. Sport is daarom een uiterst belangrijk bindmiddel in onze maatschappij en kan ervoor zorgen dat niemand buitenspel staat.

Kortom, sport scoort op meerdere fronten: op het terrein van economie, van volksgezondheid en van welzijn. In dit rapport laten onze economen hun licht schijnen op het economische en maatschappelijke belang van sport. Ik vind dat een goede zaak. ABN AMRO onderkent de waarde van sport en sponsort daarom diverse sportevenementen en sportverenigingen. Laat u tijdens het lezen van dit rapport meenemen in de bewegelijke en dynamische wereld van de sport en ontdek dat het maatschappelijke belang van sport veel groter is dan men in eerste instantie zou verwachten.

Jan Peter Schmittmann
Lid Raad van Bestuur ABN AMRO

Samenvatting

Sport heeft tal van maatschappelijke functies. Sport is allereerst goed voor de volksgezondheid, een thema dat vanwege de vergrijzing toenemende belangstelling geniet. Daarnaast helpt sport om mensen bij elkaar te brengen. In die zin is het een effectief integratiemiddel. Die nationale saamhorigheid wordt verder verstevigd door de prestaties van onze topsporters. Daar kunnen wij met zijn allen van genieten. Topprestaties dragen bovendien bij aan een positieve reputatie van ons land over de landsgrenzen.

In economische zin is sport eveneens relevant. Volgens berekeningen is de sportsector verantwoordelijk voor 1,3% van onze economie. De bijdrage aan de werkgelegenheid is met 1,75% à 2,75% wat groter. Dit zijn rudimentaire schattingen, aangezien het beschikbare cijfermateriaal voornamelijk gebrekkig is. In het genoemde percentage zijn overigens wel alle aan sport verbonden media-activiteiten opgenomen. Sport en media hebben tenslotte een innige relatie met elkaar. De een kan niet zonder de ander. Geen onderwerp dat zoveel pers aandacht krijgt als sport. Geen onderwerp dat zoveel emoties opwekt bij een miljoenenpubliek.

Sport staat niet op zichzelf. Het is allesbehalve immuun voor trends in onze maatschappij. Een kenmerkende trend is die van professionalisering. Ook in de sport krijgt de markt steeds meer vaste voet aan de grond. Consumenten stellen hogere eisen, ook aan het sportaanbod. Dit biedt kansen voor commerciële aanbieders, want voor sportverenigingen is het niet altijd mogelijk in de veranderende behoeften te voorzien. Een andere trend die ook van invloed is op de sport is de individualisering, een ontwikkeling die zich onder andere weerspiegelt in een toenemende populariteit van zogenaamde solosporten. Verder is het voor verenigingen lastig om gemotiveerde vrijwilligers te vinden.

Sport is geen zuiver publiek goed. Immers, ook zonder overheidsingrijpen zullen mensen op de fiets stappen, een rondje in het bos joggen of een balletje trappen. Dat wil echter niet zeggen dat de overheid zich afzijdig kan houden. De positieve externe effecten ten aanzien van de gezondheid en sociale binding rechtvaardigen extra ondersteuning. Als wij het huidige sportbeleid in ogenschouw nemen, beoordelen wij het overheidsingrijpen als positief. Dit neemt echter niet weg dat er wel degelijk knelpunten zijn. Naar onze mening verdienen onder de volgende knelpunten zeker aandacht:

- Door gebrek aan concreet cijfermateriaal over de maatschappelijke baten van sport, raakt het thema bij ruimtelijke ordeningsvraagstukken wel eens ondergesneeuwd. Bij de afweging of grond ten goede dient te komen voor woningen en kantoren of voor parken en sportaccommodaties delft het groen vaker het onderspit dan maatschappelijk gewenst. Accommodaties verhuizen naar de randen van de stad en dat brengt extra mobiliteit met zich mee.
- Sporters stellen steeds hogere eisen aan het sportaanbod. Verenigingen moeten een kwaliteitsslag maken om aan de extra verlangens te voldoen. Door verdere professionalisering kunnen zij hun diensten naar een hoger niveau tillen. Ambitieuze verenigingen die interessante ontplooiingskansen bieden, bijvoorbeeld op het terrein van training en coaching, zullen minder moeite hebben om gemotiveerde vrijwilligers aan zich te binden.
- Om het hoogst haalbare niveau te bereiken, moeten topsporters veel tijd in hun carrière investeren. Daarnaast kan ook geld het verschil maken tussen een plek op het erepodium of er net naast. Daarom verdienen topsporters extra financiële ondersteuning. Fiscale regelingen en gunstiger leencondities kunnen beslissend zijn voor een maximaal resultaat.

“In de sportschool komen jongens om groot en sterk te worden en meisjes om mooi en gracieus te geraken. Ze hebben een gemeenschappelijk doel: elkaar versieren. Het gaat in de sportschool om partnervorming. Om seks. Ik vind het erg omslachtig. Je kunt beter een avondje naar het café gaan.” Na een zomer met tal van grote sportevenementen zoals EK-voetbal, Wimbledon, Tour de France en als klap op de vuurpijl, de Olympische Spelen, is deze nuancerende opmerking van bioloog Midas Dekkers bepaald ontvullend.¹

Avond aan avond zat half Nederland deze zomer aan de buis gekluisterd. Zo nodig werd 's ochtends vroeg de wekker gezet om maar niets van de prestaties van de Olympische sporters te hoeven missen. En dankzij internet konden liefhebbers ook op het werk alle wedstrijden nauwlettend volgen. Voor achtergronden was er gelukkig nog de sportbijlage van de krant, die tot de laatste letter werd gespeld. Nu het spektakel is afgelopen, is sport gewoon weer wat het altijd al is geweest: de belangrijkste bijzaak van het leven. Of toch niet?

Het maatschappelijke belang van sport is de laatste eeuw enorm toegenomen. Even terug in de tijd. In de aanloop naar de Olympische Spelen in Amsterdam van 1928 woeden er verhitte discussies of de overheid geld mocht uittrekken voor dit grootschalige evenement. Het ging daarbij niet zozeer om de vraag of het sportfeest financieel rendabel was, als wel om de vraag of het in sommige confessionele ogenheidense spektakel überhaupt ondersteuning verdiende. Het festijn zou immers maar aanzetten tot genotzucht en schending van de zondagsrust. Vanuit dat perspectief was sport bepaald geen activiteit die de overheid behoorde aan te moedigen.

Tegenwoordig valt deze puriteinse opvatting nog maar zelden te beluisteren. Integendeel. Sport wordt juist een uiterst belangrijke maatschappelijke functie toegedicht. Op tal van beleidsterreinen heeft het een centrale rol gekregen. De verwachtingen zijn hooggespannen. Sport moet bijdragen aan een betere gezondheid van de bevolking en aan de integratie van uiteenlopende minderheidsgroepen. Bovendien dienen de prestaties van onze vaderlandse topsporters zowel de internationale reputatie te promoten,

als de nationale saamhorigheid te bestendigen. Een groot gedeelte van de bevolking zegt immers trots te zijn op Nederland vanwege de sportprestaties van landgenoten, meer dan om welke andere reden dan ook.

Tabel 1.1 Percentage van Nederlandse bevolking van 16 jaar en ouder dat trots is op Nederland vanwege:

	2004
Sportprestaties	83
Wetenschappelijke en technologie prestaties	82
Geschiedenis van het land	76
Kunst- en cultuurprestaties	72
Socialezekerheidssysteem	71
Democratie	69
Economische prestaties	63
Gelijke behandeling van groepen in het land	51
Krijgsmacht van het land	46
Politieke invloed in de wereld	40

Bron: SCP

De Nederlandse overheid staat niet alleen. Ook andere regeringen onderkennen de waarde van sport. Voor de politieke machthebbers in Beijing vormde de organisatie van de Olympische Spelen een bekroning op de terugkeer van China in de wereldgemeenschap. Onder Mao Zedong was het Rijk van het Midden jarenlang in zichzelf gekeerd. De ijzige relaties met de buitenwereld ontdooiden pas in 1971 toen tafeltennisser Zhuang Zedong het menselijke gezicht van de Volksrepubliek toonde door een sjaaftje te overhandigen aan zijn Amerikaanse rivaal Glenn Cowan en een gesprekje met hem aan te knopen. Na publicatie van foto's van het voorval de dag erop nodigde het Chinese ministerie van Buitenlandse Zaken een Amerikaans tafeltennisteam uit in Beijing. De pingpongdiplomatie was geboren.²

Die pingpongdiplomatie was overigens niets nieuws onder de zon. Sport is al eeuwenlang een beproefd recept om interne en externe spanningen te verminderen. De Romeinen hadden hun befaamde brood en spelen; de Maya's en de Azteken hun rituele balspelen. Bij de Indiaanse balsport moesten spelers een circa vier kilo zware rubberen bal in de lucht houden. De inzet van het spel kon bijzonder hoog zijn. Volgens de overlevering hing verliezende spelers offerring aan de goden boven het hoofd. Dat de uitkomst van een

¹ Sedee, P., 'Als bizons op de Coolsingel', *Algemeen Dagblad*, 11 april 2008

² Vriesekoop, B., De man die Mao deed smelten, *NRC Handelsblad*, 26 juli 2008



duel bepalend kon zijn voor de oplossing van een conflict met andere clans - en dus in feite een alternatief was voor oorlog - maakt deze gruwelijke consequentie niet minder dramatisch. Zelden in de geschiedenis is oud-bondscoach Rinus Michels' uitspraak "voetbal is oorlog" zo van toepassing geweest.

Met een darwinistische bril op valt sport te reduceren tot een activiteit die is gericht is op behoud van de groep en - als Midas Dekkers' redenering wordt doorgetrokken - individuele voortplanting. Maar een dergelijke reductie doet sport schromelijk tekort. Met hoeveel plezier hebben wij als toeschouwers afgelopen zomer genoten van de prestaties van de topsporters op de grote toernooien? En met hoeveel genoeg hebben wij ons zelf in het zweet gewerkt op de tennisbaan, in het zwembad en bij de fitness? Mensen besteden een aanzienlijk gedeelte van hun vrije tijd aan sport. Dat doen zij onder andere omdat zij zich daar lichamelijk lekker bij voelen en omdat zij daar hun vrienden ontmoeten. Voor talloze actieve vrijwilligers verschaft sport een gezellig sociaal netwerk. Sporten is voor velen een levensstijl. En dat geldt niet alleen voor trendy sporten als surfen en skaten. Kortom, de relevantie van sport voor individu en maatschappij is enorm.

Reden temeer voor ABN AMRO Bank om het thema sport nader onder de loep te nemen. Als bank hebben wij natuurlijk belangstelling voor de economische invalshoek. Maar ook andere onderwerpen zullen in de navolgende tekst aan de orde komen. In het eerste hoofdstuk proberen wij een kader te schetsen. Wie doen er aan sport? En welke sporten zijn populair? Daarna belichten wij in het derde hoofdstuk de rol van de media. Sport en media hebben immers een oud verbond. Vervolgens is er in hoofdstuk vier aandacht voor de economische betekenis van sport. Hoe groot is het belang van de sportsector voor de economie? Aansluitend op de financiële kwantificering volgt in hoofdstuk vijf een bespreking van de rol van de overheid. Wat zijn de doelstellingen van de overheid op het terrein van sport en hoe worden deze gerealiseerd? Hierop volgt het afsluitende hoofdstuk, waarin wij aanbevelingen doen op basis van onze bevindingen.

Uit onderzoeken over de tijdsbesteding in de jaren na de millenniumwisseling komt naar voren dat de bevolking van twaalf jaar en ouder geleidelijk minder tijd uittrekt voor het huishouden en zorgtaken, en meer tijd besteedt aan andere activiteiten zoals werk, onderwijs, reizen en vrije tijd. Vooral de laatste component is in de context van sportbeoefening interessant. Bij inzoomen op de invulling van die extra vrije tijd blijkt namelijk dat er geleidelijk meer uren worden gestoken in sport en bewegen dan in het verleden.

In de tweede helft van de jaren negentig stond gemiddeld een uur en een kwartier sport per week op het programma. Met het aantal wandel- en fietsuren erbij opgeteld, komt het totale aantal uren beweging uit op bijna vijf uur. Dat is een stijging ten opzichte van de tweede helft van de jaren zeventig, toen het een uur minder was. De stijging is vooral toe te schrijven aan het groeiende aantal sporters en in iets mindere mate aan het feit dat sporters meer uren zijn gaan sporten. Ongeveer zeven van de tien personen in de leeftijd van zes tot tachtig doen tegenwoordig aan sport. De laatste jaren zijn meer vrouwen, maar vooral ook meer ouderen gaan sporten.

Een vergrijzende samenleving hoeft niet te betekenen dat er minder wordt gesport. Volgens Duits onderzoek is de gangbare perceptie dat mensen in de loop van hun leven geleidelijk minder aan sport doen onjuist. Grafieken over sportdeelname onder verschillende leeftijdsgroepen lijken dit weliswaar te suggereren. Maar dergelijke grafieken laten verschillen in gedragspatroon van generaties buiten beschouwing. Oudere generaties zijn minder gewend om te sporten. Na bestudering van de sportdeelname van groepen over een reeks van jaren komen de Duitse onderzoekers tot de conclusie dat mensen die sporten, dat doorgaans ook blijven doen. Er is pas sprake van een afname nadat de pensioengerechtigde leeftijd is bereikt. Belemmeringen in de gezondheid zijn daarvan waarschijnlijk de belangrijkste oorzaak.

Bovenstaande resultaten bevestigen het aloude adagium 'jong geleerd is oud gedaan'. Wat dat betreft is het zaak dat kinderen al op jonge leeftijd vertrouwd raken met sport en dat zij in de puberteit, een levensfase waarin andere interesses ontluiken, het contact met de sport niet verliezen. Kinderen met sportieve ouders hebben de grootste kans om te sporten. De kans

dat ouders sportief zijn, hangt onder meer samen met hun opleidingsniveau. Naarmate het opleidingsniveau hoger ligt, stijgt namelijk de deelname aan sport. Dezelfde relatie geldt voor de hoogte van het inkomen en het al dan niet hebben van een baan. Mensen met een hoger inkomen en werk doen gemiddeld vaker aan sport. Tot slot blijkt ook etniciteit samen te hangen met de kans dat iemand sport. Van de tien autochtonen ouder dan vijftien doen er zes aan sport. Bij allochtonen ligt dat aantal op vier. Het verschil heeft waarschijnlijk deels te maken met de traditionele Nederlandse verenigingscultuur, waar allochtonen minder vertrouwd mee zijn. Hoopgevend is dat de tweede generatie de achterstand qua sportdeelname begint in te lopen.

Net zoals het aantal sporters is toegenomen, is ook het aantal mensen dat lid is van een vereniging gestegen, zij het in mindere mate. Bijna vier op de tien Nederlanders staat ingeschreven bij een club. Een kwart hiervan is zelfs lid van meerdere verenigingen. Terwijl deelname aan georganiseerde sport bij verenigingen enigszins aan populariteit inboet, bloeit de belangstelling voor sportevenementen op als nooit tevoren. Hierbij gaat het vooral om duursporten.

Het enthousiasme voor evenementen zoals de marathons van Rotterdam van Amsterdam en de Zevenheuvelenloop in Nijmegen valt deels terug te voeren op de voortschrijdende individualisering van de maatschappij. Deze tendens wordt in de sport weerspiegeld door de groeiende belangstelling voor de zogenaamde solosporten, oftewel takken van sport die geen directe tegenstander vereisen. Niet voor niets zijn de populairste sporten zwemmen, fietsen, fitness, wandelen en joggen. Pas daarna volgen voetbal en tennis.

Naast individualisering doet zich in de sport nog een andere trend voor, die van professionalisering. Net als in andere maatschappelijke domeinen dringt de markt ook in de sport door. In toenemende mate proberen sportaanbieders zich te onderscheiden door diensten aan te bieden die aansluiten bij de behoeften en voorkeuren van hun klantenkring. Dat geldt vooral voor de commerciële instellingen, maar ook verenigingen ontkomen er niet aan om met hun tijd mee te gaan. Instanties als de Nederlandse Sport Alliantie helpen verenigingen de noodzakelijke verbeteringsslag te maken.



Tabel 2.1 Beoefening verschillende takken van sport, in % van de bevolking van 6-79 jaar

	1991	2003
Totaal	65	69
Solosporten	52	58
Duosporten	18	22
Teamsporten	17	19
Solosporten		
Atletiek	1	2
Auto/motorsport	2	2
Fitness/aerobics	13	17
Golf	2	3
Gymnastiek	6	6
Paardrijden	3	4
Schaatsen	6	9
Skeelers	11	11
Toerfietsen/wielrennen	15	20
Trimmen/joggen	8	12
Wandelsport	11	15
Zeilen/surfen/roeien/kanoën	6	8
Zwemmen	32	38
Duosporten		
Badminton	5	7
Squash	3	3
Tafeltennis	3	6
Tennis	9	11
Vecht- en verdedigingssporten	3	3
Teamsporten		
Basketbal	2	3
Handbal	1	1
Hockey	1	2
Korfbal	1	1
Softbal/honkbal	1	1
Veldvoetbal	10	12
Volleybal	4	5
Zaalvoetbal	4	5
Overig	12	9

Bron: SCP

Door gestegen welvaart zijn consumenten gewend geraakt aan keuzevrijheid en aan een hoge kwaliteit van goederen en diensten. Die keuzevrijheid en kwaliteit stellen zij ook op prijs als het gaat om het sportaanbod. Dankzij de aard van hun organisatiestructuur zijn commerciële instellingen beter toegerust om aan de hogere kwaliteitseisen te voldoen dan verenigingen. Daar staat tegenover dat verenigingssporters

plezier en sociale contacten hoger waarderen dan mensen die de voorkeur geven aan de diensten van commerciële aanbieders, zoals fitnessscholen. Die laatste groep sport doorgaans eerder uit gezondheidsoverwegingen en hecht sterker aan de kwaliteit van de geleverde voorzieningen.

Bij de kwaliteitsmeting doet zich overigens wel het probleem voor dat het product 'sport' zich lastig laat vergelijken met een regulier industrieel product. Sportaanbieders leveren een dienst, geen tastbaar product waarvan de kwaliteit objectief is vast te stellen. Daar komt bij dat sporters niet alleen consument zijn van de dienst die zij afnemen, maar dat zij daar in de regel ook producent van zijn. De bevrediging van een partijje tennis zit niet alleen in de kwaliteit van de baan, maar ook in het eigen spel en dat van de tegenstander. Voor de vrijwillige umpire op de stoel, is die scheidslijn tussen producent en consument zo mogelijk nog vager.

In de sport zijn bijzonder veel vrijwilligers actief. Meer dan een op de acht Nederlanders in de leeftijd van achttien tot tachtig zet zich in. Dat is meer dan voor welke andere maatschappelijke activiteit dan ook. Dit neemt niet weg dat verenigingen hun uiterste best moeten doen om gemotiveerde krachten te werven en te behouden. Extra hand- en spandiensten zijn altijd welkom. De meeste verenigingen bestaan bij de gratie van vrijwillige hulp bij bestuur, organisatie van wedstrijden en toernooien, trainingen, onderhoud van de accommodatie en niet te vergeten, achter de bar. De steun van vrijwilligers draagt eraan bij dat de contributies laag kunnen blijven en dat sport voor iedereen toegankelijk is. In ruil voor alle uren krijgen vrijwilligers ook het nodige terug: een sociaal netwerk en kansen om hun persoonlijke vaardigheden volop te ontplooiën.

Een laatste maatschappelijke trend die ook de sport raakt, is de toenemende vraag naar mobiliteit. Voor vakantie en werk leggen mensen steeds grotere afstanden af. Ofschoon bijna zes op de tien sportieve verplaatsingen binnen een straal van slechts 5 kilometer van huis plaatsvindt, worden ook voor sport de nodige kilometers gemaakt. In totaal 7% van de in de vrije tijd afgelegde kilometers is ten behoeve van sportgerelateerde activiteiten. Dat komt neer op gemiddeld 1,1 kilometer per persoon per dag. Een derde van de verplaatsingen is per fiets, de helft per auto. Gemeten naar afstand, blijkt de auto zelfs nog populairder. Acht van de tien 'sportieve' kilometers gaan per auto, tegen anderhalf per fiets. Gelet op de verhuizing van sportaccommodaties naar de randen van de stad, waar de grond minder duur is, dreigt deze verhouding nog verder in het nadeel van de fiets door te slaan.

Het huwelijk met de media

10 11

Als een krant of een tijdschrift geen bereik heeft, is deze nauwelijks interessant voor adverteerders. Hetzelfde geldt voor tv-zenders. De kans dat bedrijven zendtijd voor reclame kopen, is gering wanneer kijkers wegblijven. Voor websites is het niet anders. Zonder hits geen banners. En bij gebrek aan commercials en advertenties kan de schoorsteen niet roken. Een effectieve manier om lezers, kijkers en internetbezoekers te trekken is door aandacht te schenken aan sport. Er is geen thema dat zoveel interesse opwekt bij een miljoenenpubliek als sport. Een groot publiek trekken is uitzonderlijk in een tijd dat het media-aanbod zo divers is als tegenwoordig. Veel mensen hebben een onstilbare honger naar sportnieuws. Sportnieuws is een garantie voor hoge oplages, een grote kijkerschaar en volop hits.

Een mooi voorbeeld van het belang van sport voor de media is de Tour de France. Dit jaarlijks terugkerende wielerveest vindt zijn oorsprong in de onderlinge strijd om de lezer tussen enkele Franse tijdschriften. Door wedstrijden te organiseren en over de belevenissen van de renners te berichten, trachtten deze tijdschriften zich eind negentiende eeuw te verzekeren van een trouw lezerspubliek. Vanwege het steeds zwaardere parcours werd het spektakel alsmaar groter. Uiteindelijk resulteerde de wedstrijd tussen de bladen in de befaamde Ronde van Frankrijk.

Voordeel van de legendarische wielerronde is dat deze precies tijdens komkommertijd valt. De kolommen kunnen in de nieuwsarme zomervakantie mooi worden gevuld met wielernieuws. Maar ook buiten de zomerperiode is er natuurlijk volop aandacht voor sport in de pers. Bij de grootste vier landelijke kranten wordt gemiddeld 15% van de redactionele ruimte voor het thema ingeruimd. Daarnaast zijn er de tijdschriften over sport. In 2004 was de totale oplage van tijdschriften ruim 22 miljoen. Bij 11% van deze bladen ligt de focus op sport. Dit percentage is enigszins geflatteerd doordat bondsbladen, die bij het lidmaatschap van de bond zijn inbegrepen, hierin zijn meegenomen. Exclusief de bondsbladen is 5% van de totale oplage tijdschriften op sport gericht.

De televisie blijft niet achter. In 2005 werd in totaal 2634 uren aandacht aan sport besteed. Dat komt neer op 4,4% van de totale zendtijd. Ten opzichte van 1991 is dat een

relatieve afname. Toen slokte sport nog 6% van de totale zendtijd op. Ondanks de relatieve afname qua zendtijd wordt er wel veel meer naar sport gekeken, zowel in relatieve als in absolute zin. In 1991 zaten mensen gemiddeld bijna 849 uur aan de buis gekluisterd. In 6% van de tijd werd afgestemd op sport. In 2005 brachten mensen gemiddeld ruim 1183 uur achter de buis door en werd in 9% van de tijd op sport ingeschakeld.

Mensen ontlenuen hun informatie lang niet meer alleen aan de gedrukte pers en aan de televisie. Het laatste sportnieuws is ook via SMS en Blackberry binnen te halen. Zo hoeft de sportgeïnteresseerde niets meer te missen. Technologische innovaties veranderen de sportbeleving radicaal. Dankzij de enorme hoeveelheid camera's zijn wedstrijden vanuit alle perspectieven te volgen. Met de camera in de cockpit van de Formule 1-wagen zitten de kijkers zowat op schoot bij de coureur. De standpunten die niet rechtstreeks door de camera's in beeld te vangen zijn, kunnen alsnog worden gecreëerd door 3D-computermanipulaties. Dit gebeurt onder andere bij voetbal. Het ruimere beeldmateriaal maakt een grotere gelaagdheid van de verslaggeving mogelijk. Hoe lang zal het duren voordat de kijker live aanwezig is bij de donderspeech tijdens de rust in de kleedkamer?

De media kunnen niet zonder sport. Andersom kan de sport ook niet zonder de media. Professionele voetbalclubs die nauwelijks op de tv komen, kunnen lang niet zulke aantrekkelijke sponsorcontracten binnenslepen als clubs die wel de aandacht op zich gevestigd weten. Met dit sponsorgeld kan de club op jacht naar sportief resultaat. Met de meest getalenteerde spelers en de beste trainers en coaches binnen de gelederen stijgen de titelkansen en groeit de aanhang. Dat genereert weer extra persaandacht en biedt uitzicht op nog lucratievere sponsorcontracten. Zo geraakt de club in een opwaartse spiraal, waarbij het ene succes aan de basis staat van het volgende.

Dat succes zichzelf versterkt, geldt niet alleen voor sportclubs, maar ook voor complete competities. Een mooi voorbeeld is de Engelse Premier League. Deze competitie wordt overal ter wereld gevolgd. De voetbalclubs die er in uitkomen, hebben tot in de verste uithoeken fans zitten.



Dankzij riante tv-contracten beschikken de Engelse clubs over budgetten waarmee de beste spelers ter wereld kunnen worden opgesteld. Dat verhoogt het kijkgenot en de kwaliteit van de teams. Beide finalisten van de Champions League finale 2008 kwamen uit Engeland: “the winner takes all”.

Gezien de gages van uitblinkende topsporters geldt “the winner takes all” zeker ook voor hen. Er zijn weinig segmenten van de arbeidsmarkt waar de internationalisering zo ver is doorgedrongen. De grootste sterren komen uit in de allerbeste competities en strijken daar vorstelijke salarissen voor op. Die gages worden bekostigd uit de gelden voor televisierechten en sponsorgelden. Voor sporters die actief zijn in commercieel minder interessante takken van sport, is media-aandacht overigens eveneens van belang. Geld mag een ondergeschikte rol spelen, toch staat er veel op het spel. Alle trainingsarbeid in de aanloop naar de wedstrijd en alle geneugten die topsporters zich moeten ontzeggen; daar

mag iets tegenover staan. Een maximaal resultaat halen, dat heeft natuurlijk prioriteit, maar het is prettig wanneer de buitenwacht nota neemt van de geleverde prestaties; als de sporter erkenning krijgt voor het behaalde resultaat.

Tabel 3.1 Grootverdieners in de sport in 2007 (miljoen USD)

Tiger Woods	Golf	128
Phil Mickelson	Golf	62
David Beckham	Voetbal	48
Kimi Räikkönen	Formule 1	46
LeBron James	Basketbal	41
Floyd Mayweather	Boksen	40
Ronaldinho	Voetbal	38
Lionel Messi	Voetbal	36
Kobe Bryant	Basketbal	36
Roger Federer	Tennis	35
Rernando Alonso	Formule 1	35
Shaquille O'Neal	Basketbal	35

Bron: *The Economist*

De economische score van sport

12 13

Dat er aan sport economisch belang verbonden is, lijkt duidelijk. We noemden al de hoge salarissen die in het betaald voetbal, maar ook in de profwielrennerij, worden betaald. Veel mensen doen al of niet in georganiseerd verband aan sport. Daarbij betalen ze contributie aan de voetbal- of hockeyclub of aan de sportschool. Uiteraard sport je niet 'zo maar'. Daar is sportuitrusting voor nodig. Zonder goed schoeisel, de juiste kleding, goede golfclubs of klapschaatsen en een moderne sportbril gaat het niet; en vergeet de sportdrink niet. Een ander aspect is dat mensen die sporten, doorgaans gezonder zijn, wat betekent dat er minder ziekteverzuim en minder doktersbezoek is. Aan de andere kant kan sporten ook weer sportblessures en medische kosten tot gevolg hebben.

Niet alleen wordt er actief gesport, er is ook passieve sport-'beoefening' of, beter gezegd, sportbeleving. Mensen kopen kaartjes om naar sportwedstrijden te kijken, vaak gehuld in aangepaste kledij, of ze volgen de wedstrijden voor de buis; ze kopen sporttijdschriften. Dat brengt met zich mee dat het bedrijfsleven bereid is clubs te sponsoren of reclame te maken op tv en in tijdschriften. Enorme bedragen worden soms neergelegd voor de uitzendrechten van bepaalde sportevenementen. De vraag is hoe groot die economische effecten zijn.

In dit hoofdstuk proberen we het belang van de sport in Nederland nader te kwantificeren door de economische effecten en de maatschappelijke betekenis van de sport te bepalen - de score van sport.

Bij de bepaling van de economische waarde van een bedrijfstak of een sector kijken we doorgaans naar het aandeel van die sector in het bruto binnenlands product van een land. Daarbij blijven, zoals gebruikelijk bij zulke analyses, niet-financiële offers buiten beschouwing (gezien het grote aantal vrijwilligers in de sport zijn die offers omvangrijk). Het gaat hierbij om economische indicatoren als toegevoegde waarde, werkgelegenheid en handelsbalans, evenals overheidsinkomsten.

Als we kijken naar de maatschappelijke betekenis dan gaat het om een kwantificering van het maatschappelijk nut van de sport. Dat nut wordt bepaald aan de hand van offers ter

verwerving van dit nut door consumenten, het bedrijfsleven en de overheid. Offers betreffen niet alleen financiële bestedingen, maar ook het vrijwillig werken in de sport en (door sportblessures) onvrijwillig niet-werken.

Uit de analyse komt naar voren dat de maatschappelijke betekenis van de sport in Nederland in 2007 minimaal € 13 miljard bedroeg. De toegevoegde waarde was € 7 miljard, ofwel 1,3% van het BBP. Er waren dat jaar ruim 118.000 arbeidsplaatsen gerelateerd aan de sportsector in Nederland.³

Economische waarde van sport

We beginnen met de economische waarde van de sport in Nederland. Het gaat daarbij om toegevoegde waarde, werkgelegenheid, internationale handel en de overheid. Behalve bij de werkgelegenheid gaat het in alle gevallen om op geldstromen gebaseerde cijfers; economische waarderingscijfers zoals voor vrijwilligers en het arbeidsverzuim blijven, zoals gezegd, buiten beschouwing.

Toegevoegde waarde

Bij het bepalen van de toegevoegde waarde van de sport gaat het om de economische waarde die in ons land wordt gecreëerd rond 'de sport'. Het betreft de beloning voor de in Nederland werkzame productiefactoren, waaronder lonen en winsten.

We kunnen daarbij onderscheid maken tussen directe toegevoegde waarde en indirecte toegevoegde waarde. Directe waarde betreft de toegevoegde waarde van in de sportsector geproduceerde goederen en diensten zoals zeillessen. Indirecte waarde is de toegevoegde waarde van de voor gebruik in de sportsector elders in Nederland aangekochte goederen en diensten, zoals de door een zeilschool aangeschafte zeilboten.

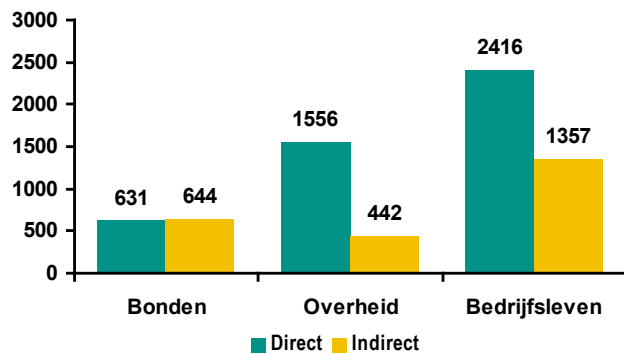
De totale directe toegevoegde waarde van sport in Nederland bedraagt € 4,6 mld of ruim 0,8% van het BBP; inclusief de indirecte toegevoegde waarde gaat het om bijna € 7 mld, of 1,3% van het BBP. Het bedrijfsleven draagt hieraan dominant bij (54% totale toegevoegde waarde), naast bonden en sportverenigingen (28%) en de overheid (18%).

³ Bij de kwantificering van de maatschappelijke betekenis van de sport in Nederland wordt de opzet van ECORYS, *De maatschappelijke waarde van voetbal* (2005) gevolgd; voor wat betreft het cijfermatige basismateriaal wordt voornamelijk geput uit Policy Research Corporation, *De economische betekenis van sport in Nederland* (PRC, 2008). De waardebepalingen zijn uiteraard de verantwoordelijkheid van het Economisch Bureau van ABN AMRO.



Uit figuur 4.1 kan het belang van de indirecte effecten voor de subsectoren in de sportsector worden afgelezen - door de vergelijking van de indirecte toegevoegde waarde met de directe toegevoegde waarde. Hierbij valt op dat het vooral in het bedrijfsleven om een, in absolute zin, significant indirect effect gaat, van bijna € 1,4 mld. Voorts is het effect relatief beperkt bij de bonden, door het grote aantal vrijwilligers dat hier werkzaam is, en juist relatief beperkt bij de overheid, door het grote aandeel van subsidies en leningen.^{4,5}

Figuur 4.1 Directe en indirecte toegevoegde waarde sport naar sectoren in miljoen € (2007)



Bron: berekening Economisch Bureau ABN AMRO op basis van gegevens PRC

Opmerkelijk is dat andere studies tot hogere bijdrages van 'sport' aan de economie komen. Een Oostenrijkse studie voor de EU-15 becijfert een bijdrage aan het BBP van krap 3%. Waarschijnlijk is er sprake van definitieverschillen vergeleken met de aanpak van PRC. Mogelijk resulteert de 'Oostenrijkse' aanpak in een beduidend hoger cijfer voor Nederland dan de genoemde 1,3%.

Internationale handel

In bovenstaande cijfers is de internationale handel in verband met sport niet opgenomen. Het gaat hier om een geïdentificeerd totaal van € 1,1 mld export en € 1,0 mld import van sportuitrusting.⁶ Voor wat betreft sportuitrusting draagt de sportsector daarom licht positief bij aan de Nederlandse handelsbalans.

Overigens geldt dat de productie in de sportsector voor-

⁴ De waarde van de vrijwilligers (€ 1,9 mld) wordt niet in de directe waarde meegenomen.

⁵ Figuur 4.5 laat zien dat een groot deel (58%) van de overheidsbestedingen wordt besteed aan subsidies en opleidingen.

⁶ 2006 cijfers niet geheel vergelijkbaar met de toegevoegdewaardecijfers.

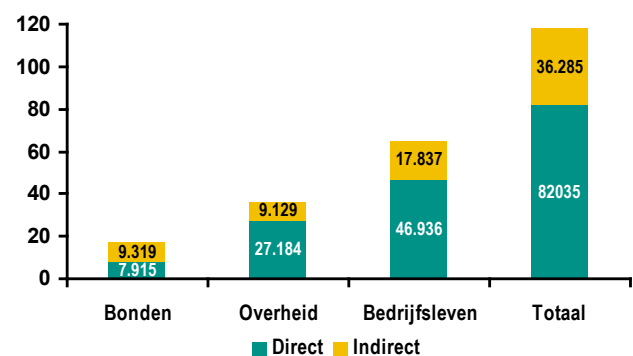
namelijk ten behoeve van de binnenlandse consument plaats heeft. De productie binnen sportbonden en sportverenigingen en de overheid voor bijvoorbeeld lichamelijke opvoeding leent zich niet voor export. Vanuit het perspectief van de internationale handel is de sportsector van beperkte, maar niet te veronachtzamen, waarde.

Werkgelegenheid

De directe werkgelegenheid in de sport bedraagt volgens het PRC-rapport 82.035 voltijdsbanen (fte), maar ook hier geldt een belangrijk indirect effect: de totale door de sport gegenereerde werkgelegenheid is 118.320 fte. Figuur 4.2 geeft een overzicht per sector.

Deze cijfers verhullen een nog grotere werkgelegenheid. In de sportsector is een totaal van 142.729 fte voor vrijwilligers te berekenen⁷, waarmee de betaalde en onbetaalde werkgelegenheid, of maatschappelijke werkgelegenheid, op 261.049 fte komt.

Figuur 4.2 Directe en indirecte werkgelegenheid in de sportsector (2007) in duizenden fte's



Bron: PRC

De grootste werkgever is het bedrijfsleven met 46.936 directe fte, waarvan 80% in vier subsectoren: fitnesscentra (11.580 fte), particuliere sportaccommodaties (11.420 fte), handel in sportuitrusting en vervoer in verband met sport (respectievelijk 7.188 en 7.040 fte). In de sector overheid betreft de werkgelegenheid voornamelijk lichamelijke opvoeding (12.300 fte) en gemeentelijke sportaccommodaties (8.650 fte).

Het beeld van de indirecte werkgelegenheid in verhouding

⁷ Cijfer berekend op basis van een fte van 38 uur per week en 4 weken vakantie.



tot de directe werkgelegenheid komt overeen met het vergelijkbare verhoudingsgetal van de toegevoegde waarde: relatief hoog bij bonden en verenigingen en relatief laag bij overheid en bedrijfsleven.

Net als bij de bijdrage aan het BBP lijken ook nu bovenstaande cijfers een lage schatting. Volgens een ander onderzoek⁸ (waarin waarschijnlijk andere definities worden gehanteerd) zou het aantal voltijdbanen 173.000 bedragen (in 2005). Een groot aandeel hierin hebben het onderwijs (docenten lichamelijke opvoeding) en 'toerisme & recreatie'. Het gaat daarbij steeds om sportgerelateerde functies, die in veel bedrijfssectoren kunnen voorkomen. (dus bijvoorbeeld niet om administratief medewerkers bij een fitnesscentrum). Het aantal vrijwilligers (alleen bij sportverenigingen) wordt ook in dit onderzoek becijferd op zo'n 140.000 fte.

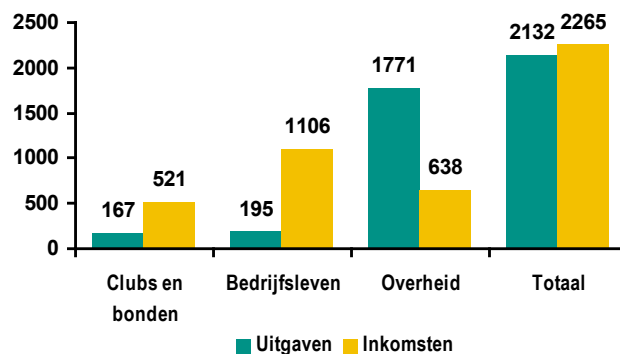
De omvang van het arbeidsvolume in de sportsector van 118.000 of 173.000 komt overeen met 1¼% of 2¼% van de totale werkgelegenheid. Dat lijkt weinig. Maar vergelijking met andere sectoren stelt de cijfers in een wat ander licht. Dan blijkt de sportsector zo groot te zijn als de voedings- en genotmiddelenindustrie, respectievelijk maar weinig kleiner te zijn dan het bank- en verzekeringswezen. Als het aantal vrijwilligers zou worden meegeteld, bedraagt het aandeel van de sector in de totale werkgelegenheid in ons land krap 3,5% tot zo'n 4,5%.

Overheidsbudget

Figuur 4.3 zet de overheidsuitgaven voor de sport af tegen de overheidsinkomsten. Bij de inkomsten gaat het voornamelijk (> 80%) om lasten voor werknemers en werkgevers, oftewel loon- en inkomstenbelasting en sociale lasten.

De figuur toont dat het totale verschil tussen de inkomsten en uitgaven voor de overheid in verband met sport € 133 mln per jaar bedraagt. Sport draagt daarom netto bij aan het overheidsbudget.

Figuur 4.3 Overheidsuitgaven en -inkomsten naar sectoren in miljoen € (2007)



Bron: berekening Economisch Bureau ABN AMRO op basis van gegevens PRC

Uit de decompositie naar sectoren blijkt dat die bijdrage komt van clubs en bonden en het bedrijfsleven, bij de overheid zelf zijn de uitgaven hoger dan de inkomsten. Gegeven de grote looncomponent in de uitgaven van de overheidssector, zoals voor leraren lichamelijke opvoeding, is dat niet verrassend.

Samenvattend blijkt de omvang van de sportsector ten opzichte van de gehele economie zowel in termen van de bijdrage aan het BBP als aan het arbeidsvolume, niet heel groot te zijn. De bijdrage aan de handelsbalans en aan de overheidsfinanciën is eveneens bescheiden, maar wel positief! Maar zoals we eerder hebben aangegeven, stijgt het belang van sport uit boven de economische waarde!

Maatschappelijk nut van sport

Sport scoort, zowel voor het individu als de maatschappij als geheel. Voor het individu geeft sport plezier, persoonlijke ontplooiing en gezondheid, zowel naar lichaam als geest. Daarbij plukt de maatschappij de vruchten van met sport gepaard gaande sociale binding, karaktervorming en de bijdrage aan de werkgelegenheid, en, evenals bij topsport, de promotie van een land. Dit is, kortom, het maatschappelijk nut van sport.

⁸ Werff, H. van der en Lucassen J., *Arbeidsmarktmonitor Sport*, IVA en W.J.H Mulierinstituut, 2006



We kunnen dit nut meten door de relevante bestedingen op een rij te zetten. Kennelijk hebben consumenten, bedrijven en overheid dat geld over voor een of andere vorm van

sport (actief of passief). Het heeft voor hen nut.⁹ Het maatschappelijk nut valt dus toe aan consumenten, het bedrijfsleven en de overheid. Tabel 4.1 geeft een samenvatting.

Tabel 4.1 Totaal maatschappelijk nut en bestedingen sport (2007)

Maatschappelijk nut	mln €	Maatschappelijke offers	mln €
<i>Consumenten</i>	8.882	<i>Consumenten</i>	8.882
Individueel plezier, zelfontplooiing etc		Vrijwilligerswerk, consumentenuitgaven,	
Gezondheid		blessures	
<i>Bedrijfsleven</i>	742	<i>Bedrijfsleven</i>	742
Bijdrage winstdoelstelling		Reclame en sponsoring	
<i>Overheid</i>	2.292	<i>Overheid</i>	2.292
Sociale binding, karaktervorming, promotie, werkgelegenheid		Veiligheid, subsidies, opleiding, accommodatie	
Totaal	11.916		11.916

Bron: berekening Economisch Bureau ABN AMRO op basis gegevens PRC

Uit de tabel blijkt dat de bestedingen € 11,9 mld bedragen. Het minimale maatschappelijk nut dat op basis van deze bestedingen kan worden bepaald, ligt echter hoger. Dit komt omdat de door sport gegenereerde gezondheidswinst in verband met lager arbeidsverzuim en geringere vraag naar medische diensten van € 0,9 mld niet in de cijfers is opgenomen: dit kan immers niet als een besteding worden

gekaracteriseerd. Het op deze manier te bepalen maatschappelijk nut van de sport is daarom minimaal € 12,8 mld.

Consumenten

Tabel 4.2 geeft een overzicht van het maatschappelijk nut en de bestedingen door consumenten. De bestedingscomponenten worden thans besproken.

Tabel 4.2 Maatschappelijk nut en bestedingen consumenten (2007)

Maatschappelijk nut	mln €	Maatschappelijke offers	mln €
<i>Consumenten</i>		<i>Consumenten</i>	
Individueel plezier, zelfontplooiing etc		Vrijwilligerswerk	1.874
Gezondheid		Consumentenuitgaven	5.840
		Blessures:arbeidsverzuim	394
		Blessures:medische kosten	224
		Overige	550
Subtotaal	8.882	Subtotaal	8.882

Bron: berekening Economisch Bureau ABN AMRO op basis gegevens PRC

Vrijwilligerswerk

In Nederland besteedt 12% van de bevolking, 1,5 miljoen mensen, regelmatig tijd aan vrijwilligerswerk om sportbeoefening te faciliteren. Te denken valt aan bestuurswerk, kantinebeheer, onderhoud accommodatie, trainingen en

coaching. De sport is hiermee de grootste verschafter van vrijwillige werkgelegenheid.¹⁰ Gemiddeld wordt dertien uur per maand gewerkt. Er is per definitie geen sprake van loon bij vrijwilligerswerk, maar de inspanning kan wél (conservatief) worden gewaardeerd tegen het minimumloon. De

⁹ Het cijfer dat op deze wijze bepaald wordt, betreft een minimum maatschappelijk nut, omdat volgens de theorie bestedingen immers gedaan worden totdat de marginale besteding in euro's gelijk is aan het marginale nut; bij dalend marginaal nut is het gemiddelde nut dan hoger.

¹⁰ Andere sectoren waarin vrijwilligerswerk wordt verricht zijn kerk en levensbeschouwing (12% van de bevolking), recreatie en hobby (7%) en gezondheid (6%). 58% van de bevolking besteedt geen tijd aan vrijwilligerswerk.



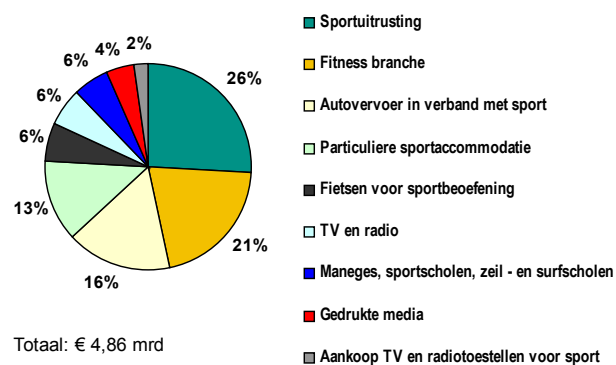
economische waarde van vrijwilligerswerk in de sport kan hiermee worden bepaald op € 1,9 mld op jaarbasis.

Consumentenuitgaven

Bij het totaal van de consumentenuitgaven aan sport van € 5,8 mld per jaar wordt een onderscheid gemaakt naar bestedingen bij sportclubs en -bonden, het bedrijfsleven en de overheid.¹¹

Verreweg het grootste bedrag wordt door de consument besteed bij het bedrijfsleven: € 4,9 mld. Van dit bedrag wordt vervolgens het leeuwendeel besteed aan sportuitrusting (€ 1,3 mld), fitness (€ 1 mld), autovervoer (€ 0,8 mld) en het gebruik van particuliere sportaccommodaties zoals zwembaden (€ 0,6 mld). De groei van de consumentenbestedingen aan sport lag de achterliggende decennia hoger dan de stijging van de totale consumptieve uitgaven. Figuur 4.4 geeft het totale overzicht van de bestedingen in het bedrijfsleven.

Figuur 4.4 Overzicht sportbestedingen van consumenten in het bedrijfsleven



Bron: berekening Economisch Bureau ABN AMRO op basis gegevens PRC

Gezondheidsuitgaven

Jaarlijks ontstaan 1,5 miljoen sportblessures, waarvan ongeveer de helft een medische behandeling vereist. De kosten, betaald door verzekeraars en uiteindelijk de consument, bedragen € 224 mln per jaar en worden voor een aanzienlijk deel (32%) besteed aan fysiotherapie. Daarnaast ontstaat bij sportbeoefening arbeidsverzuim door blessures, geschat op een economische waarde van € 394 mln. De totale kosten van blessures komen hiermee op € 618 mln.

¹¹ De bestedingen door consumenten bij sportclubs en bonden bedragen € 957 mln en betreffen contributies (61%), kantineverkoop (28%) en bestedingen in het betaalde voetbal (11%). De bestedingen in de overheidssector zijn minimaal (€ 17 mln).

Dit bedrag is een besteding om maatschappelijk nut in termen van gezondheid te verwerven. Dit nut bedraagt dus minimaal € 618 mln. Maar hier komt nog een bedrag bij. Dit is het al eerder vermelde bedrag verbonden aan de reductie van de vraag naar medische diensten en het lagere arbeidsverzuim dankzij sport; sport maakt de mensen immers ook gezonder. Dit levert een maatschappelijke winst op van, respectievelijk, € 225 mln en € 688 mln per jaar, totaal € 913 mln.¹² Hierdoor komt het minimale nut van sport in termen van gezondheid uit op € 1,5 mld (€ 618 mln plus € 913 mln).¹³

Bedrijfsleven

Tabel 4.3 geeft een overzicht van het maatschappelijk nut en de bestedingen door bedrijven.

Tabel 4.3 Maatschappelijk nut en bestedingen bedrijfsleven (2007)

Maatschappelijk nut	mln €	Maatschappelijke offers	mln €
Bedrijfsleven		Bedrijfsleven	
Bijdrage winstdoelstelling door maatschappelijke betrokkenheid;		Sponsoring	395
naamsbekendheid; en		Reclame	301
relatiemanagement		Overige	46
<i>Subtotaal</i>	<i>742</i>	<i>Subtotaal</i>	<i>742</i>

Bron: berekening Economisch Bureau ABN AMRO op basis gegevens PRC

Voor het bedrijfsleven levert sport de mogelijkheid zijn winstdoelstelling te verwezenlijken door het tonen van maatschappelijke betrokkenheid, het genereren van naamsbekendheid en het binden van relaties. Hiertoe worden sponsoring en reclame ingezet, voor een totaal bedrag van € 742 mln op jaarbasis.

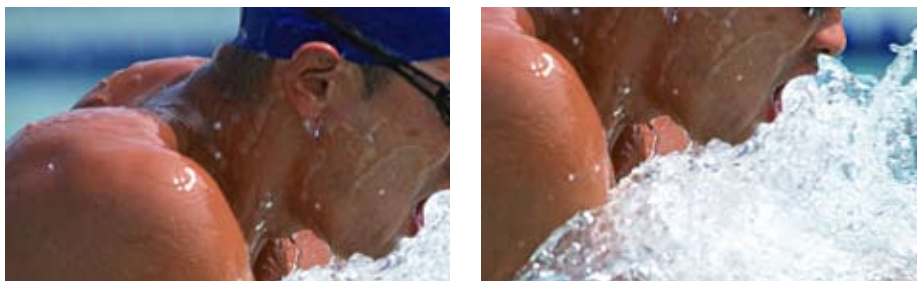
Bij sponsoring gaat het om een bedrag van € 395 mln, vooral aan directe sponsoring van bonden en clubs (€ 300 mln), en verder aan tv-rechten (voor betaaldvoetbalorganisaties) en Lotto. Aan reclame wordt € 301 mln uitgegeven, vooral via gedrukte media (€ 178 mln) en daarnaast via RTV en particuliere sportaccommodaties.

Overheid

Tabel 4.4 geeft een overzicht van het maatschappelijk nut en de bestedingen door de overheid.

¹² Berekening Economisch Bureau ABN AMRO op basis van PRC (2008).

¹³ Het bedrag van € 913 mln is niet opgenomen als maatschappelijk nut in tabel 4.1.



Tabel 4.4 Maatschappelijk nut en bestedingen overheid (2007)

Maatschappelijk nut	mln €	Maatschappelijke offers	mln €
<i>Overheid</i>		<i>Overheid</i>	
Sociale binding		Veiligheid	18
Karaktervorming		Subsidies, opleidingen, accommodaties	2.132
Promotie		Overige	142
Werkgelegenheid			
<i>Subtotaal</i>	2.292	<i>Subtotaal</i>	2.292

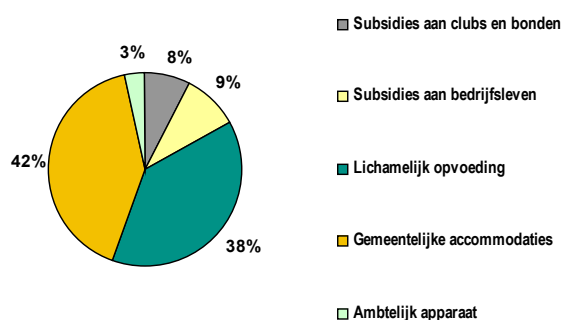
Bron: berekening Economisch Bureau ABN AMRO op basis van gegevens PRC

Sport speelt een rol bij sociale binding, karaktervorming, draagt bij tot de promotie van de BV Nederland en verschaft werkgelegenheid. Op grond van dit algemeen belang heeft de overheid zichzelf een stimulerende rol toegedicht in de sport en brengt dit tot uitdrukking door bestedingen in de vorm van subsidies, opleidingen en accommodaties alsmede ten behoeve van veiligheid.

De kosten van veiligheid van € 18 mln betreffen kosten die de overheid maakt ten behoeve van de veiligheid rondom de voetbalstadions door politie-inzet; binnen het stadion dragen de betaald-voetbalorganisaties de verantwoordelijkheid (en kosten).

In figuur 4.5 worden de overheidsbestedingen (exclusief veiligheid) uitgesplitst. De belangrijkste bestedingen betreffen die aan gemeentelijke sportaccommodaties voor € 882 mln en aan lichamelijke opvoeding voor € 820 mln. De laatste post betreft voornamelijk loonkosten: in het basisonderwijs, voortgezet onderwijs en bij de sportopleidingen zoals de academie lichamelijke opvoeding werken 14.000 mensen.

Figuur 4.5 Overheidsbestedingen: subsidies, opleidingen en accommodaties



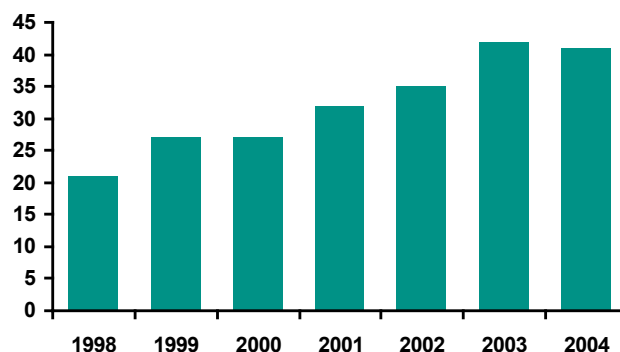
Bron: berekening Economisch Bureau ABN AMRO op basis gegevens PRC

Topsport

De maatschappelijke en economische waarde van topsport zit verweven in de analyse van de sport; harde cijfers over het onderscheid tussen topsport en breedtesport zijn niet beschikbaar. De onderstaande analyse heeft dan ook voornamelijk een kwalitatief karakter.

Wel kan een indicatie van het - groeiende - belang van de topsport worden verkregen door een overzicht van de uitgaven van de overheid aan topsport. Getuige figuur 4.6 zijn de uitgaven van de overheid gedurende de periode 1998-2004 behoorlijk gegroeid - van ongeveer € 21 mln naar een niveau van € 40 mln in 2004.

Figuur 4.6 Overheidsuitgaven aan topsport in miljoen € (1998-2004)



Bron: Sociaal Cultureel Planbureau (2006)

Topsport manifesteert zich in drie economisch relevante gedaanten: prestaties, evenementen en innovaties. Die zullen nu verder worden uitgewerkt.

Topsportprestaties

Topsportprestaties, zoals het winnen van medailles op de Olympische Spelen, het bereiken (en liefst winnen) van een finale door het Nederlands voetbalelftal of zelfs een Nederlandse coach met een buitenlands voetbalelftal, geven de inwoners van ons land een gevoel van trots en dat bevordert de sociale binding. Verder vindt promotie van



de BV Nederland plaats: Nederland komt bij het winnen op belangrijke sportevenementen weer voor het mondiale voetlicht. Dit maatschappelijke nut, sociale binding en Holland-promotie, is voor de overheid een reden topsport te ondersteunen.

Daarnaast wordt in toenemende mate gedacht dat een verband bestaat tussen sportprestaties bij 'grote' sporten en economische indicatoren als consumentenbestedingen en beurskoersen: topsportprestaties als groeimotor(tje) van de economie.

De leidende gedachte hierbij is dat door de feel good factor die gepaard gaat met voetbalsuccessen de bestedingen toenemen: niet alleen de horeca- en supermarktbestedingen nemen toe, maar optimistisch gestemde consumenten zullen meer gaan spenderen.¹⁴ Dit effect kan worden versterkt als het, via de verwachtingen, in beurskoersen wordt verwerkt, en consumenten zich door de toegenomen waarde van hun portefeuilles weer beter gaan voelen, en de bestedingen verder opvoeren.

Econometrisch onderzoek om het bestaan van de feel good factor aan te tonen in de beurskoersen krijgt inmiddels vorm. Ashton et al (2003) laten zien dat de FTSE 100 beurskoersen op de dag na een belangrijk duel van het Engelse voetbalteam een extra rendement vertonen. Dit effect is symmetrisch, lagere koersen na verlies en hogere na winst, en wordt sterker voor wedstrijden op een EK of WK. Een breed opgezette studie van Edmans, Diego Garcia en Norli (2008) bevestigt dit beeld voor een deel: bij een verlies daalt de koers inderdaad, en behoorlijk (meer dan 7% op maandbasis), maar bij winst is er geen statistisch significant effect. Het geldt voor voetbal, maar ook voor cricket, rugby en basketbal, alhoewel het voor de laatste sporten minder sterk is. De asymmetrie in het effect wordt geweten aan de (optimistische) verwachtingen die beleggers hebben geformuleerd; een winst zit al in de koersen. Bij lokale aandelen heeft het effect een grotere omvang. Dit komt doordat vooral de kleinere belegger reageert – en de kleine belegger belegt vooral in lokale aandelen.

Bron: Ashton, J.K., B. Gerrard en R. Hudson, 'Economic Impact of National Sporting Success: Evidence from the London Stock Exchange', *Applied Economic Letters*, 2003, 10, 783-785.

Edmans, A., D. Garcia en Ø. Norli, Sports Sentiment and Stock Returns, *Journal of Finance*, vol 62 (4), 2008, 1967-1988.

¹⁴ Het Economisch Bureau van ABN AMRO heeft hierbij een initiërende rol gespeeld met 'soccernomics'.

Topsportevenementen

Evenals topsportprestaties geeft het organiseren van topsportevenementen een gevoel van trots, waarmee de sociale binding wordt bevorderd en komt de BV Nederland weer in beeld: topsportevenementen zijn in die zin vergelijkbaar met topsportprestaties. Dit geeft de overheid een basis voor betrokkenheid, en zelfs initiatief, bij de organisatie van evenementen als EURO 2000 en, mogelijk in de toekomst, de Olympische Spelen 2028 (100 jaar na dato); Nederland heeft € 400.000 ter beschikking gesteld voor een haalbaarheidsstudie naar dat laatste evenement.

Daarnaast heeft het organiseren van een topsportevenement door een land, meer dan topsportprestaties, een verwacht macro-economisch effect. Ten eerste: voorafgaande aan het evenement zullen de investeringen toenemen, vooral ten behoeve van gebouwen, sportfaciliteiten en wegen. Ten tweede: tijdens het evenement lopen de consumptieve bestedingen op, alleen al door de toevloed van buitenlandse sporters en bezoekers, met een positief effect op de werkgelegenheid en winsten. Dit effect werkt in ieder geval tijdelijk. Ten derde: na het evenement zal een langer werkend positief effect merkbaar zijn dankzij de verbeterde infrastructuur en dankzij bijvoorbeeld toegenomen toerisme, zoals in Barcelona na 1992. Tot slot zou ook het lokale consumentenvertrouwen een duw kunnen krijgen, via de feel good factor en de verwachtingen – zoals bij topsportprestaties.

Al deze factoren wakkeren de economische groei aan, maar of er daadwerkelijk een groeispurt komt, hangt mede af van de conjuncturele economische situatie. Draait de economie al op volle toeren, dan zal het organiseren van een topsportevenement vooral leiden tot inflatie en crowding-out van andere activiteiten.

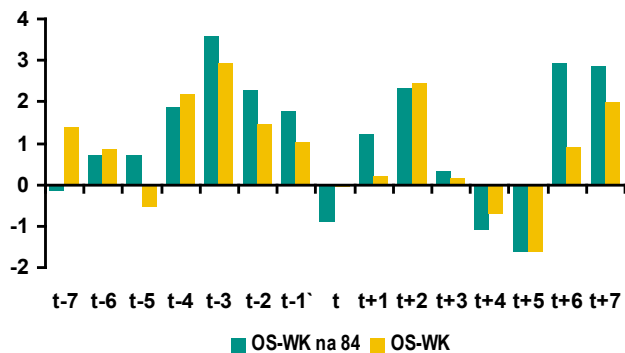
Onderzoek wijst uit dat met name de Olympische Spelen een positieve bijdrage leveren aan de economische groei van een land, in ieder geval in veel sterkere mate dan het organiseren van het tweede mondiale sportevenement, het WK voetbal.¹⁵ Intuïtief kan dit worden begrepen: bij het organiseren van een WK gaat het om veel beperktere investeringen, vooral het renoveren van bestaande stadions.

¹⁵ Sterken, E., Growth of Major Sporting Events, *European Sport Management Quarterly*, vol. 6 no. 4, 2006, 375-389.



Figuur 4.7 illustreert het effect aan de hand van het verschil in extra groei ten opzichte van de mondiale groei van het BBP voor alle landen die de Olympische Spelen en het WK voetbal organiseerden. De figuur toont dat dit verschil positief uitvalt voor de landen die de Olympische Spelen organiseren. Het effect is daarbij groter voor recent georganiseerde evenementen - na 1984.

Figuur 4.7 Verskil in extra groei percentage van het BBP tussen landen die OS organiseren met landen die WK voetbal organiseren



Bron: berekening Economisch Onderzoek op basis van tabel 1 Sterken

Naast de bovengeschetste generieke benadering voor het onderzoeken van de economische effecten van sportevenementen wordt de event-study-benadering toegepast. Relevant in deze categorie is voor Nederland het onderzoek van Bureau Meerwaarde naar de kosten en baten van EURO 2000.¹⁶ Dit onderzoek becijfert dat, vooral door de bestedingsimpuls afkomstig van de bezoekers en geringe crowding-out, de netto-toegevoegde waarde van het evenement € 226 mln bedroeg en de extra werkgelegenheid 1800 mensjaren. De horeca heeft het meest geprofiteerd, naast de personenvervoerssector. Ook de overheid zag een positief saldo - van € 27 mln.

Topsportinnovatie

Voor bedrijven zijn bijvoorbeeld de Olympische Spelen een ideaal podium om te laten zien wat ze in huis hebben. Dat gold voor DSM dat speciaal voor het zilveren zeilduo De Koning en Berkhout een nieuwe romp had ontwikkeld voor hun boot. Daarbij zijn speciaal ontwikkelde hoogwaardige materialen van DSM toegepast. Dat gebeurde op basis van kennis die DSM heeft opgedaan bij de ontwikkeling van bladen voor windmolens. Ook ontwikkelde DSM bijvoorbeeld koelvesten die de lichaamstemperatuur van atleten ook in extreme hitte op peil houden. Zo helpt het bedrijf de sporters, terwijl het door goede resultaten van die sporters de aandacht op zijn producten probeert te richten.

Bron: *Het Financieele Dagblad*, 22 augustus 2008

In de topsport is men altijd bezig met het verbeteren van de prestatie, om eerste te worden en te blijven. Door deze ambitie beweegt de topsporter zich altijd aan de randen van wat mogelijk is. Daar helpt innovatie, en vooral innovatie op het gebied van voeding, uitrusting, trainingmethoden en accommodatie. Die innovaties hebben niet alleen waarde voor de sporter zelf, maar ook voor zijn land, in de vorm van, respectievelijk, prijzengeld, reclame-inkomsten, sociale binding en Holland-promotie.

Innovatie is niet alleen van belang voor de topsport. Voor de breedtesport is er tevens een belang als blessures kunnen worden voorkomen en voor de rest van de maatschappij als een gezonde levenswijze wordt gestimuleerd, waarmee bijvoorbeeld de kosten van obesitas kunnen worden gereduceerd. Innovaties hebben dus tevens een sterke breedtesport-component.

Ter illustratie wordt in het kader een aantal innovaties besproken. Daarbij gaat het om kwalitatieve gegevens; meer kwantitatieve gegevens dan dat er 300 bedrijven in Nederland actief zijn die per jaar € 3,5 mln aan R&D uitgeven via loonkosten en dat TNO met een budget van € 5 mln heeft, zijn niet beschikbaar.

¹⁶ Oldenboom, E. *Perssamenvatting Kosten en Baten EURO 2000*, 13 december 2000.



Voeding: Peptopro

Peptopro is een voedingssupplement, gericht op snelle aanvulling van de energievoorraad, en bij uitstek gericht op duursporten. Daarmee is het voor de topsport en breedtesport van toepassing. Voorts kan een dergelijk voedingssupplement in andere situaties, zoals herstel na vermoeidheid of ziekte, worden toegepast.

Uitrusting: klipschaats

Momenteel wordt een tweedegeneratie-klipschaats ontwikkeld, waardoor efficiënter geschaatst kan worden. Dit kan voordelen opleveren voor topsportprestaties, maar ook voor de breedtesport, simpel door het verhogen van het schaatsplezier. Dit kan bovendien stimulerend werken voor potentiële breedtesporters.

Trainingsmethoden: SportLog

SportLog is een hulpmiddel om de trainingsmethode te optimaliseren door het per computer bijhouden van trainingsgegevens die door (medische) begeleiders gevolgd en geanalyseerd kunnen worden. Dit is in eerste instantie bedoeld voor de topsport, maar breedtesporters kunnen daar ook profijt van hebben.

Accommodatie: kunstgras

Met de promotie van Heracles naar de hoogste Nederlandse voetbalafdeling in 2006/2007 heeft het kunstgras op topniveau zijn intrede gedaan. Kunstgras biedt een (in vergelijking met natuurgras) minder variabele kwaliteit grasmat, wat blessure- preventief werkt en, door minder afkeuring, meer zekerheid over het speelschema. Inmiddels spelen ook Barcelona, Manchester United en AC Milan (gedeeltelijk) op kunstgrasvezels. Het Nederlandse bedrijfsleven speelt in deze topsportmarkt een prominente rol. Voorts is er een bredere maatschappelijke toepassing omdat intensiever gebruik mogelijk is, ook voor andere dan sportactiviteiten; een voordeel met het oog op ruimtelijke ordening, vooral in de dichtbevolkte grote steden.

Sport en overheidsbeleid

“Sport is aantrekkelijk biedt spelplezier, motiveert om te presteren en combineert ontspanning met ontplooiing. Het zijn deze aan sport verbonden kwaliteiten die maken dat sport ook een grote maatschappelijke waarde heeft”, zo lezen we in een van de nota’s van de overheid. In dit hoofdstuk zal worden ingegaan op het Nederlandse beleid ten aanzien van de sport zoals beschreven in de kabinetsnota Tijd voor Sport, Bewegen, Meedoen en Presteren (2005) en de daaropvolgende uitvoeringsnota Samen voor Sport 2006-2010.

Als eerste zal daarbij dieper worden ingegaan op de redenen voor een actief overheidsbeleid voor de sport. Vanuit dit perspectief, en de eerdere analyse in dit rapport, wordt het Nederlandse beleid tegen het licht gehouden. Dit mondt in het volgende hoofdstuk uit in een aantal suggesties ten aanzien van het Nederlandse beleid.

We volgen de analysestructuur die in hoofdstuk 5 gehanteerd is. Daarom wordt onderscheid gemaakt tussen sport in brede zin en topsport, waarbij topsportprestaties, -evenementen en -innovatie aan de orde komen.

Een actief overheidsbeleid voor de sport

Vanuit de economie worden twee concepten aangereikt om overheidsbemoediging met sport te beoordelen. Ten eerste is er het zuivere publieke goed. Dit goed, gesteld tegenover het private goed, kenmerkt zich doordat niemand van consumptie kan worden uitgesloten (niet-uitsluitbaar) en de consumptie van het goed niet gaat ten koste van anderen (non-rivaliteit). Denk aan defensie of dijkverzwaring. Het probleem is dat niemand voor een publiek goed wil betalen omdat anderen in min of meer gelijke mate meegenieten. In het uiterste geval, zonder overheid, is er dan geen defensie of dijkverzwaring. Anders gezegd, er is geen markt, en dit rechtvaardigt actief overheidsbeleid om nuttige goederen toch te produceren. Ten tweede kan er op een markt sprake zijn van effecten voor de gemeenschap, de zogenaamde externe effecten, waardoor de prijs vanuit de totale maatschappij gezien te hoog of te laag is en teveel of te weinig wordt geproduceerd. Het klassieke voorbeeld hiervan is de sigarettenmarkt. De consumptie van sigaretten heeft overduidelijk nadelen voor niet-consumenten; de prijs ervan is dan maatschappelijk gezien te laag en de consumptie te

hoog, waardoor de overheid genoodzaakt is de consumptie door belastingheffing af te remmen.

Hoewel sport trekjes heeft van een publiek goed, is het geen zuiver publiek goed. Zonder overheidsbemoediging is er immers wél sport, zowel breedtesport als -topsport. Wel voldoet het in sommige vormen aan bovengenoemde eisen van niet-uitsluitbaarheid en non-rivaliteit: van de ‘gouden’ Nederlandse overwinningen op de afgelopen Olympische Spelen heeft iedereen kunnen genieten – niemand kon worden uitgesloten en de vreugde van de ene Nederlander ging niet ten koste van de andere Nederlander. Dat zijn karakteristieken van een publiek goed. Maar nogmaals: er kan niet worden gesteld dat zonder overheidsbemoediging deze prestatie er niet zou zijn geweest. En daarmee is het geen zuiver publiek goed.

Bij sport is er veeleer sprake van externe effecten voor de maatschappij, die, in tegenstelling tot sigarettenconsumptie, positief worden beoordeeld, al is het duidelijk niet alles goud wat er blinkt. Vanuit de maatschappij gezien zou, bij overwegend positieve externe effecten, er sprake zijn van te lage sportproductie en -consumptie. Actief overheidsbeleid corrigeert dit door subsidies en ander beleid om de sport te stimuleren en uitwassen te reduceren. Om bij het voorbeeld van de gouden medailles te blijven: de overheidsbemoediging heeft de kans op deze olympische overwinning waarschijnlijk wél verhoogd.

De externe effecten van de sport zijn in essentie in hoofdstuk 4 al aan de orde gekomen en worden hier op een rij gezet, gebruik makend van de in de inleiding genoemde indeling naar categorieën. Het gaat daarbij niet alleen om positieve externe effecten van sport; ook negatieve effecten als blessures en vandalisme worden geïdentificeerd. Tabel 5.1 vat deze informatie samen.

- 1 Breedtesport. De breedtesport kent positieve en negatieve externe effecten:
 - i positief zijn gezondheid en sociale binding. Sport, actief beoefend, verlaagt het arbeidsverzuim en de kosten van het beroep op de zorgsector. Tevens zorgt sport voor sociale binding, saamhorigheid en eenheid in bijvoorbeeld het verband van de sportvereniging;



- ii negatief zijn medische kosten en arbeidsverzuim verbonden aan blessures, het soms overmatige alcoholgebruik in sportkantines en het in Nederland op de congestie drukkende autovervoer in verband met de sport.¹⁷
- 2 Topsportprestaties. Topsport levert voor de passieve beoefenaar ook sociale binding, en een gevoel van saamhorigheid bij bijvoorbeeld prestaties van het Nederlands voetbalelftal. Daarbij speelt de promotie van Nederland in het buitenland een positieve rol.
- 3 Topsportevenementen. Topsportevenementen, waaronder ook de wedstrijden in het betaalde voetbal, kennen positieve en negatieve externe effecten:
- i positief is dat de organisatie van bijvoorbeeld EURO 2000 bijdraagt aan sociale binding, saamhorigheid en eenheid in ons land en een bijdrage levert aan de promotie van Nederland in het buitenland. Daarbij komt het werkgelegenheidsargument, dat vooral in een laagconjunctuur belangrijk is;
- ii negatief zijn vandalisme, agressie en geweld, die zich vooral in vooral het betaald voetbal manifesteren, en die door de overheid worden bestreden met politie-inzet, en het omvangrijke autovervoer.
- 4 Topsportinnovatie. Innovatie helpt zowel de topsport (klapschaats) als breedtesport (voeding) en versterkt daarmee de daaraan verbonden externe effecten.

Tabel 5.1 Externe effecten en breedte – en topsport

Extern effect	Breedtesport	Topsportprestaties	Topsportevenementen	Topsportinnovatie*
Positief				
+ Gezondheid	X			X
+ Medische kosten	X			
+ Arbeidsverzuim	X			
+ Sociale binding	X	X	X	
+ BV Nederland		X	X	X
+ Werkgelegenheid			X	
Negatief				
- Medische kosten	X			
- Arbeidsverzuim	X			
- Autovervoer	X		X	
- Vandalisme e.d.			X	
- Alcoholmisbruik	X			
* Via breedtesport en topsportprestaties				

Het overheidsbeleid dat op basis van deze analyse gevoerd zou moeten worden, richt zich op het maximaliseren van de positieve externe effecten en minimaliseren van de negatieve externe effecten met betrekking tot sport.

Het Nederlandse sportbeleid

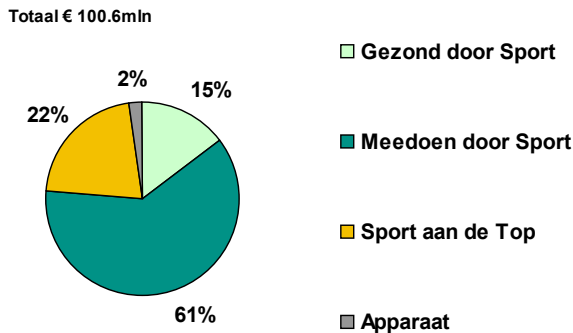
Het kabinet wil een samenleving waarin zowel aan sport wordt gedaan als van (top)sport wordt genoten. Het streven naar dit doel wordt uitgewerkt in sportbeleid dat met

de slogan van de nota uit 2005 'Tijd voor Sport - Bewegen, Meedoen en Presteren' goed is samengevat. Het is gericht op gezondheid, integratie en topsportprestaties. Hierop toegesneden zijn doelen en programma's geformuleerd die onderstaand nader worden belicht. Figuur 5.1 geeft de verdeling van de rijksmiddelen over de programma's in 2008, waaruit blijkt dat verreweg het grootste deel van de middelen wordt gealloceerd aan Meedoen door Sport.

¹⁷ Denk bij het laatste aan het vervoer naar de sportclub en naar uitwedstrijden van bijvoorbeeld teamsporters.



Figuur 5.1 Bestedingen sportbeleid in rijksbegroting 2008

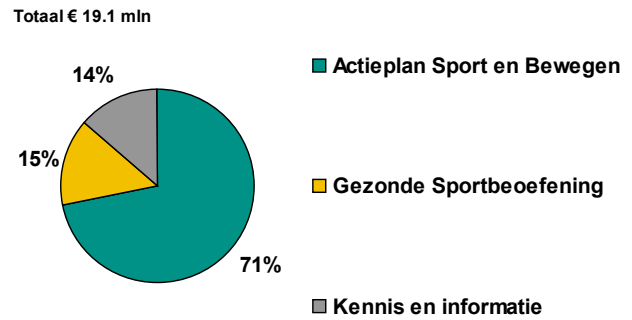


Bron: *Tijd voor Sport*

Gezond door sport

Het beleidsprogramma dat zich richt op gezondheid, heeft een tweetal uitwerkingen. Ten eerste is er het 'Nationaal Actieplan Sport & Beweging'. Daarbij gaat het om het verbeteren van de gezondheid van de bevolking gemeten door het voldoen aan de beweegnorm en het terugdringen van (helemaal) niet-bewegen. Daartoe wordt tevens een concrete doelstelling geformuleerd ten aanzien van toename van sport en beweging tijdens en na werktijd (bedrijfsfitness en lunchwandelingen). Ten tweede moet de blessurekans bij sportbeoefening worden gereduceerd. Dit programma is gevangen onder de noemer 'Gezonde sportbeoefening'. Hierbij wordt gestreefd naar opwaardering van de sportgeneeskunde, doelgerichte blessurepreventieprogramma's gebaseerd op kennisverspreiding en sportmedische begeleiding van topsporters. Figuur 5.2 geeft een overzicht van de inzet van middelen over de verschillende programma's van Gezond door Sport in de begroting van 2008.

Figuur 5.2 Bestedingen Gezond door Sport in rijksbegroting 2008



Bron: *Tijd voor Sport*

Meedoen door sport

Sport past in het 'Breed Initiatief Maatschappelijke Binding' dat door het kabinet in 2004 is gelanceerd. Via sport moeten mensen elkaar ontmoeten en meedoen aan maatschappelijke activiteiten. Daarbij gaat speciale aandacht uit naar ouderen, allochtone jeugd en mensen met een beperking. Verder leren mensen zich dankzij het sporten sportief te gedragen en (spel) regels te respecteren.

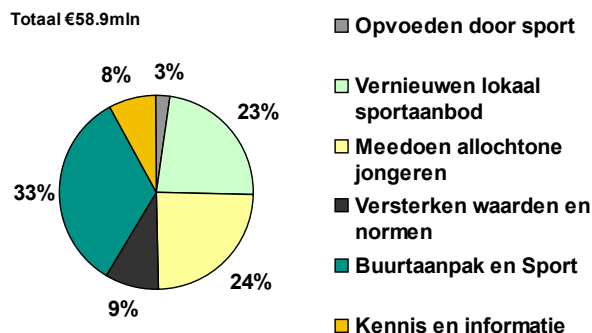
Thema's en doelstellingen van het programma zijn: (i) opvoeding door sport en school onder de noemer 'School en Sport samen sterker': de sportmogelijkheden voor leerlingen binnen en buiten school moeten worden verruimd en de beweegnorm voor jeugdigen moet omhoog; (ii) meer mensen met een beperking en meer ouderen doen mee binnen de georganiseerde sport; (iii) de achterstand van allochtone jeugd in sportdeelname moet worden ingelopen, mede door de inspanning van sportverenigingen en sport-scholen; (iv) verhogen van de professionaliteit: invoering van een keurmerk bij meer sportverenigingen; (v) arbitrage: het aantal arbiters en de kwaliteit moeten omhoog.

In het programma is voorts aandacht voor het stimuleren van vrijwilligerswerk in de sport ('vrije dagen voor werknemers voor vrijwilligerswerk'), maar ook voor externe effecten zoals het aanpakken van vandalisme, agressie en geweld op en rond het betaalde voetbal en het terugdringen van roken en alcoholmisbruik in sportkantine. Via tijdelijke stimuleringsmaatregelen wordt ingezet op sportdeelname



in achterstandswijken. Figuur 5.3 geeft de verdeling van de bestedingen binnen het programma.

Figuur 5.3 Bestedingen Meedoen door Sport in rijksbegroting 2008



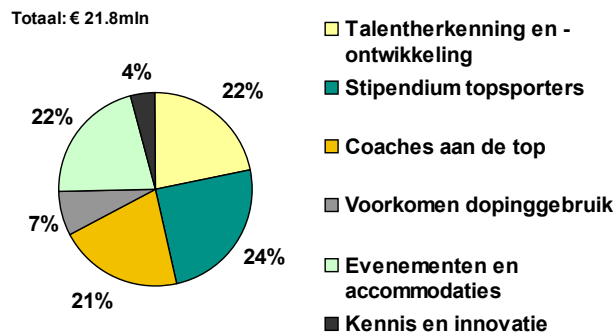
Bron: *Tijd voor Sport*

Sport aan de top

Het streven van de sportsector is om Nederland te laten behoren tot de toptien in de landenklassering in de internationale sportwereld. Het kabinet steunt dit voornemen, waarbij topsportonderdelen waarop Nederland goed scoort, nadrukkelijk zullen worden gestimuleerd. Speciale aandacht is er hierbij voor innovatie.

Deze doelstellingen moeten worden verwezenlijkt door (i) groei van het aantal scholen waarop ruimte wordt gemaakt voor topsporters, de zogenaamde 'LOOT'-scholen;¹⁸ (ii) toename van het aantal talentvolle topsporters op basis van een gericht talentontwikkelingsprogramma; (iii) ondersteuning van nationale toptalenten en topsportcoaches; (iv) ondersteuning van de combinatie maatschappelijke carrière-topsport voor topsporters, inclusief degenen met een beperking, door een inkomensregeling ('sportstipendium'); en (v) de organisatie van topsportevenementen. Figuur 5.4 geeft een overzicht van de bestedingen binnen dit programma.

Figuur 5.4 Bestedingen Sport aan de Top in rijksbegroting 2008



Bron: *Tijd voor Sport*

Evenementen

De organisatie van topsportevenementen is voorbehouden aan de betreffende sportbonden, waarbij de overheid gelden ter beschikking stelt voor haalbaarheidsstudies en voor het evenement, waaronder de accommodatie. De overheid heeft een bedrag van €400.000 ter beschikking gesteld voor een onderzoek naar de haalbaarheid van de Olympische Spelen en Paralympische Spelen in Nederland in 2028 en steunt ook de KNVB in zijn onderzoek naar de organisatie van het WK 2018 in de lage landen. In de loop van 2008 komt er nadere informatie over het Olympisch Plan 2028.

Innovatie

Het doel van het innovatiebeleid is grensverleggende toepassingen te ontwikkelen voor zowel de top- als breedtesport. Het programma krijgt vorm door samenwerking van de rijksoverheid met kennisinstellingen, de universiteiten en het bedrijfsleven: Innosport. Voor de overheid gaat het om het verbeteren van de sportprestaties en het vergroten van de sportdeelname en de bijdrage aan de economische groei door de versterking van de kennisinfrastructuur. Het programma is verdeeld in een vijftal clusters: voeding, uitrusting, trainingmethoden, accommodatie en sportstimulering. De rijksoverheid draagt € 15 mln bij aan het project over een periode van vijf jaar; de rest komt van de universiteiten (15%), sportorganisaties (10%) en het bedrijfsleven (25%).

¹⁸ Op een LOOT-school krijgen toptalenten in sport de kans om hun topsportcarrière te combineren met hun schoolcarrière. Op een gewone middelbare school is het vaak lastig om sport te combineren met school, zonder dat de resultaten er onder lijden. Op een LOOT-school krijgen topsporters de mogelijkheid om het schooldiploma op het voor hen hoogst haalbare niveau te halen, náást alle trainingsarbeid die verricht moet worden. LOOT staat voor Landelijk Overleg Onderwijs en Topsport (bron: stichtingloot.nl).



Programma op provincie- en gemeenteniveau

De taak van de provincies binnen het sportbeleid is het bieden van professionele ondersteuning aan sportbonden en -verenigingen. Dit geschiedt door een provinciale sportraad die steun biedt bij personeelsbeleid en sponsorwerving. Vanuit de sportraden zijn sportservicebureaus ontstaan die onder andere de salarisadministratie kunnen verzorgen.

De gemeente is autonoom in het ontwikkelen van beleid op lokaal niveau, waarbij men zich voornamelijk richt op accommodatie: renovatie, vervanging, exploitatie en onderhoud. Daarnaast heeft de rijksoverheid de 'BOS'-regeling (Buurt, Onderwijs en Sport) in het leven geroepen, als

opvolger van de Breedtesportimpuls. De BOS-regeling heeft tot doel via een projectmatige aanpak op lokaal niveau te werken aan achterstanden bij de jeugd op het gebied van gezondheid, welzijn, onderwijs, opvoeding, sport of bewegen. Dit kan door onder andere naschoolse opvang. Onder het programma is € 80 mln beschikbaar voor de periode 2005-2011.

Het sportbeleid richt zich vooral op het benutten van sport voor maatschappelijke doelen; doelen die dus buiten de sport liggen, te weten op het terrein van volksgezondheid (bewegen) en welzijn (meedoen). De sport moet daarvoor voldoende zijn toegerust.

Evaluatie en aanbevelingen

26 27

Het belang van sport is de laatste eeuw enorm toegenomen. Dat komt mede doordat aan sport belangrijke maatschappelijke functies worden toegedicht. Zo is sporten goed voor de gezondheid en zou het bijdragen aan de integratie van allerlei minderheidsgroepen. Bovendien verhogen goede sportprestaties de internationale reputatie van ons land en kunnen zij de nationale saamhorigheid verstevigen. Om die laatste redenen stimuleert de Nederlandse overheid topsport. Het sportbeleid richt zich echter vooral op het benutten van sport om maatschappelijke doelen te halen, in het bijzonder die op het terrein van de volksgezondheid (bewegen) en welzijn (meedoen).¹⁹

Hoewel sport belangrijker is geworden, is het aandeel van de sportsector in de nationale economie nog altijd bescheiden. Door het gebrek aan goed cijfermateriaal kan het feitelijke economisch belang echter niet goed worden vastgesteld. Waarschijnlijk is het aandeel in de Nederlandse economie groter dan tot dusver is becijferd.

Sport is belangrijker geworden, maar de sport verandert ook, getuige diverse trends die zich (ook) in de sport voordoen. We wijzen op de individualisering van de maatschappij. Deze zien we onder meer terug in de toenemende belangstelling voor solosporten. Verder treedt er professionalisering op als gevolg van het feit dat de markt ook in de sport doordringt. Voor sportverenigingen is dat niet altijd een eenvoudig proces.

Het belang van sport wordt ook weerspiegeld in de grote en verder toenemende mediabelangstelling. De media kunnen niet zonder de sport. Maar de sport kan ook niet zonder de media. Hoe meer immers een sport of sporters op bijvoorbeeld tv komen, hoe aantrekkelijker ze zijn voor eventuele sponsors. En die sponsorgelden stellen sporters en clubs in staat de sportieve prestaties naar een hoger niveau te tillen.

Sport is belangrijker geworden, maar dat betekent nog niet dat zij niet af en toe het onderspit delft. Sommige gemeenten menen de grond waarop sportaccommodaties staan, rendabeler te kunnen aanwenden door er bijvoorbeeld woningbouw te realiseren. Gevolg is dat sportaccommodaties naar de buitenkant van de stad verdwijnen, op grotere afstand van de gebruikers.

De overheid grijpt bij haar ondersteuning van de sport aan bij de externe effecten die sport met zich meebrengt. Daarbij gaat het om positieve externe effecten, maar er zijn ook negatieve. Denk bij dat laatste aan het grote aantal kilometers dat in de auto wordt afgelegd om de sportclub te bereiken of om naar wedstrijden te gaan kijken en de vergrote politie-inzet bij wedstrijden in het betaalde voetbal. Het overheidsbeleid stimuleert de positieve externe effecten en remt de negatieve af.

Dit brengt ons bij een aantal aanbevelingen. Gezegd moet worden dat in het huidige sportbeleid al veel goede punten zitten die aangrijpen bij eerder genoemde positieve of negatieve externe effecten. Maar hier en daar kunnen extra accenten worden gelegd. Een enkele aanbeveling kan worden gelezen als een aanzet om eens in een andere richting te denken.

Kennis over de sport

Meten is weten. De statistieken over de sport moeten worden verbeterd opdat betere besluitvorming mogelijk wordt. Daarnaast is het zinvol het verband tussen topsportprestaties en (consumenten)vertrouwen nader te onderzoeken.

Breedtesport

1. Meer professionalisering. De overheid richt zich daar al op. De veeleisender sportconsument stelt immers hogere eisen. Meer professionalisering ondervangt deels het probleem van het tekort aan vrijwilligers (zowel kwantitatief als kwalitatief). Tevens ontstaat er een klimaat dat het aantrekkelijker en uitdagender maakt om vrijwilligerswerk te gaan doen en dat meer aanknopingspunten biedt voor netwerkbouw en -uitbouw.

2. Vrijwilligers stimuleren. Denk aan een verdere verbetering van financiële faciliteiten voor vrijwilligers: verruiming vrijwilligersverlof en meer fiscale aftrekmogelijkheden van gemaakte kosten (bijvoorbeeld opgenomen verlofdagen).

3. Fitnesstest in zorgpolis. Om mensen te stimuleren (meer) aan sport te gaan doen, zouden zorgverzekeraars kunnen worden verplicht in hun pakket een voor de verzekerde gratis fitnesstest op te nemen. Waar dit al het geval is, moet er meer ruchtbaarheid aan worden gegeven.

¹⁹ Zie ook: ABN AMRO, *Kijk op de wijk: kansarm of kansrijk*, 2007



4. Uitbreiding sportaanbod voor de jeugd. Jong geleerd is oud gedaan. Terecht streeft de overheid ernaar kinderen meer aan het sporten te krijgen. Dat kan ook als buiten- of naschoolse activiteit. Gunstig in dit opzicht is de ontwikkeling van de zogeheten 'brede scholen'²⁰ in ons land, die beter in staat zijn om sportmogelijkheden aan te bieden. Als hierbij bovendien het schoolzwemmen kan worden aangeboden, zou dat tevens een aanzienlijke verlichting van het dagprogramma kunnen bieden voor werkende ouders.

5. Verminder de automobilititeit. We rijden teveel in de auto. Deze wordt bovendien gebruikt om naar de sportclub en naar wedstrijden te gaan. Mensen moeten in dit verband worden gestimuleerd minder de auto en meer de fiets en het openbaar vervoer te gebruiken. Wij bepleiten betere fietsroutes in de steden en het inzetten in weekenden van bussen van het openbaar vervoer op speciale 'sportvel-denroutes'.

6. Voorkomen verdringing sportaccommodatie door bebouwing. Plaatsen waar kan worden gesport, moeten dichtbij de mensen zijn. In het ruimtelijke-ordeningsbeleid moet daarom meer rekening worden gehouden met het maatschappelijk belang van parken en sportaccommodaties in de (binnen)stad tegenover het economisch belang van deze grond als locatie voor de bouw van woningen of kantoren. Voorkomen moet worden dat dergelijke sportterreinen naar de buitenkant van de stad moeten verdwijnen. Dat kan ook een bijdrage leveren aan het noodzakelijke beperken van het aantal kilometers dat thans wordt afgelegd voor sport.

7. Sportvakanties stimuleren. Veel mensen doen graag aan sport in hun vakantie. Daarbij komt dat de toenemende kosten van vliegverkeer mogelijk tot meer vakantie in eigen land zullen leiden. Laat Nederland een 'sportvakantieland' worden, met de nadruk op fietsen en watersporten. Uiteraard moeten daar de (mede door de overheid gestimuleerde) faciliteiten voor worden gecreëerd.

Topsportevenementen

Grote sportevenementen dragen bij aan Holland-promotie. Het is goed dat er een haalbaarheidsonderzoek komt naar het organiseren van de Olympische Spelen in 2028. Vanuit economisch perspectief lijkt dat een aantrekkelijker optie dan het organiseren van de WK-voetbal voor 2018. We vragen ons echter toch af of ons land niet te klein is om zó'n groot evenement te organiseren. We kunnen ons wellicht beter richten op het vaker organiseren van wat minder grote, maar wel in het oog springende mondiale sportevenementen. Dat kunnen ook nieuwe opkomende sporten zijn waarvoor nu nog geen echt mondiale strijd wordt georganiseerd.

Topsportprestaties

Op grond van de thans beschikbare economische kennis is het lastig te beoordelen of toename van de overheidsuitgaven aan topsport gerechtvaardigd is. Zeker als dat ten koste zou gaan van de breedtesport. Wél is duidelijk dat als we onze positie in de internationale sportwereld willen consolideren of verstevigen, een toename van financiële middelen onvermijdelijk is. Vanuit de bancaire praktijk zien wij een tweetal mogelijkheden om daaraan bij te dragen.

1. 'Tante Agaath' helpt de getalenteerde sporter. Durfkapitalisten die geld steken in een topsporter²¹ krijgen - volgens de durfkapitaalregeling - enkele belastingvoordelen. We betwijfelen overigens of deze regeling, die al enkele jaren bestaat, ruime bekendheid geniet. Interessanter wordt deze regeling als zij zou worden verruimd door bijvoorbeeld de onder de regeling vallende bedragen te verhogen of wanneer 'durfgeld' in een pool van topsporters (een fonds) kan worden gestoken.

2. Gunstiger leenvoorwaarden. Ook topsporters moeten geld kunnen lenen onder de Borgstelling MKB-kredieten. Deze voorziet in een situatie waarin de ondernemer bij een kredietaanvraag te weinig zekerheden kan aanbieden om een krediet te kunnen krijgen. De bestaande regeling, die voor starters ruimere faciliteiten kent, moet dan worden

²⁰ De brede school is een samenwerkingsverband tussen partijen die zich bezighouden met opgroeiende kinderen. Doel hiervan is de ontwikkelingskansen van de kinderen te vergroten. Een ander doel kan zijn een doorlopende, en op elkaar aansluitende opvang te bieden. Onderwijs is in elk geval participant. Kinderopvang, welzijn, peuterspeelzaal, sport, cultuur, bibliotheek en andere instellingen kunnen ook een onderdeel van de brede school zijn. De brede school komt tot nu vooral voor in het basisonderwijs, maar het voortgezet onderwijs is begonnen aan een inhaalslag. Er zijn

ongeveer 1000 brede scholen in het primair onderwijs en het aantal groeit harder dan ooit. De Tweede Kamer heeft een motie aangenomen waarin staat dat wordt gestreefd naar 1600 brede scholen aan het einde van de huidige kabinetsperiode. In het voortgezet onderwijs zijn er 350 brede scholen. (Bron: www.bredeschool.nl)

²¹ De topsporter moet zich kwalificeren als startende ondernemer.



aangepast, omdat het voor een (top)sporter doorgaans ondoenlijk is om te voldoen aan de eis van bevredigende rentabiliteits- en continuïteitsperspectieven. Ook de hoogte van de garantieprovisie zou wat aantrekkelijker kunnen.

Topsportinnovatie

Wij beoordelen het samenwerkingsverband tussen kennisinstellingen, universiteiten en het bedrijfsleven, Innosport, als een belangrijke indicatie van het belang dat de overheid hecht aan innovatie voor de sport. Hiermee worden stappen gezet om de aan innovatie verbonden problematiek van kennisfragmentatie, beperking van wetenschappelijk onderzoek en financiering te adresseren. In aanvulling hierop kan worden gezien of door aanpassing van de Tante-Agaath-regeling en de Borgstelling MKB-kredieten de financieringsmogelijkheden kunnen worden verruimd, met name voor kleinere bedrijven, in vergelijkbare zin als bovengeschetst voor topsporters.

Literatuur

Breedveld, K., A. Tiessen-Raaphorst, Sociaal en Cultureel Planbureau, *Rapportage sport 2006*

Breuer C., *Development of Sports Activity in the Course of Life, The Role of Age, Period and Cohort Effects*, Chemnitz University of Technology

Dimitrov, D, C. Helmenstein, A. Kleissner, B. Moser, J. Schindler, *Die makroökonomische Effekte des Sports in Europa, 2006*

ECORYS, *De maatschappelijke waarde van voetbal, 2005*

European Commission, *White Paper on Sport, 2007*

'Fun, Games and Money, A special report on the sports business', *The Economist*, 2 augustus 2008

Oldenboom, E., *Perssamenvatting Kosten en baten EURO 2000, 2000*

Policy Research Corporation, *De economische betekenis van sport in Nederland, 2008*

Sterken, E., 'Growth of Major Sporting Events', *European Sport Management Quarterly*, vol. 6 no. 4, 2006

VWS, *Tijd voor Sport, Bewegen, Meedoen en Presteren, 2005*

VWS, *Samen voor Sport 2006-2010, 2006*

Werff, H., J. Lucassen, *Arbeidsmarktmonitor Sport*, IVA en W.J.H. Mullierinstituut, 2006