

Verslag workshop Sport Toekomst Verkenning (STV)

21 april 2015. 7AM, Buitenhof 47, Den Haag

Aanwezigen:

Andries Kuipers	<i>CBS</i>	Elvira Stinissen	<i>VWS Directie sport</i>
Olivier de Hon	<i>Dopingautoriteit</i>	Wendela Kuper	<i>VWS Directie sport</i>
Steven Vos	<i>Fontys Hogeschool</i>	Marieke Breejen	<i>VWS Directie sport</i>
Mark van den Heuvel	<i>Fontys Hogeschool</i>	Mariëtte vd Voet	<i>VWS Directie sport</i>
Koen Breedveld	<i>Mulier Instituut</i>	Ingeborg Bovendeur	<i>VWS Directie sport</i>
Robert Gelinck	<i>NISB</i>	Helmie Ramakers	<i>VWS Directie sport</i>
Rene Lammers	<i>NOC*NSF</i>	Henk Meijer	<i>VWS Directie sport</i>
Vincent Hildebrandt	<i>TNO</i>	Ron Lemmers	<i>VWS Directie sport</i>
Bake Dijk	<i>Universiteit Utrecht</i>	Marit de Vries	<i>RIVM</i>
Lize Adriaensens	<i>VeiligheidNL</i>	Johan Melse	<i>RIVM</i>
Ronald Huijser	<i>VSG</i>	Henk Hilderink	<i>RIVM</i>
Rick Brounen	<i>VSG</i>	Frank den Hertog	<i>RIVM</i>
Eveline Willems	<i>VWS Directie sport</i>	Marieke van Bakel	<i>RIVM</i>
Eli vd Heide	<i>VWS Directie sport</i>	Annet Tiessen	<i>SCP</i>

Hoe ziet de ideale STV eruit eind 2016?

Verplaats je naar december 2016. Je hebt de STV in handen en je bent er erg enthousiast over. Wat spreekt je aan en wat kun je ermee?

Reacties vanuit de zaal (achteraf gesorteerd):

Inspiratie en kennis

- Ontwikkelingen en hun impact op sport en bewegen centraal
- Beelden, wens- en doemscenario's en ontwikkelingen ('drivers')
- Excitement en urgency, denken stimuleren
- Oog voor variëteit in 'aan sport doen'
- Discussie: waar wil je naartoe met sport? En hoe? (ergens via scenario's)

Beleid en organisatie

- Beleid: robuuster maken door extreme beelden. Voor VWS -> beleidsstrategie Sport integreren binnen de verschillende ministeries zoals OCW. 'Cross-overs'
- Gemeenten: meer samenwerking door bezuinigingen (met private partijen). Positieve energie bij gemeentebeleid. Topsport een plek geven in 'citymarketing'.
- Inzicht in de stakeholders en hun rol
- Nieuwe business modellen voor sportverenigingen

Proces van de STV

- Proces: veel partijen, slimme procesarchitectuur om te komen tot STV
- Indicatoren en meetmethoden. Wat gaan we in de toekomst meten (longitudinaal)

Sport in de maatschappij

- Sport als middel i.p.v. doel: gezondheid/participatie/re-integratie
- Positie van sport t.o.v. andere levensdomeinen zoals cultuur en natuur
- Dialoog over de negatieve kenmerken van sport (o.a. doping, match-fixing)
- Invloed van sport op de media en andersom

Toekomstverkennen, hoe doe je dat?

Johan Melse geeft een uiteenzetting van verschillende manieren van voorspellen, verwachten en verkennen. Van trends uit het verleden 'doortrekken' richting de toekomst tot het inbouwen van meer onzekerheden. Er is veel onzeker over wat we weten, maar ook over wat we willen. In het traject van de Volksgezondheid Toekomst Verkenning (VTV-2014) heeft het RIVM hier al veel ervaring mee op gedaan.

Welke onzekerheden hebben impact op de sport? En hoe groot is die impact? Sommige ontwikkelingen zijn zeker, zoals de vergrijzing, terwijl de impact op sport heel divers kan zijn (sportdeelname blijft gelijk, maar wellicht wel andere voorkeur voor sporttakken).

Aan de basis van de methodiek die we voor de VTV2014 hebben gebruikt en we nu gaan inzetten voor de STV, liggen het WRR rapport '[Uit zicht toekomstverkennen met beleid](#)' en de [Natuurverkenningen](#) van het PBL.

DESTEP, een hulpmiddel om te positioneren

Met welke ontwikkelingen moeten we rekening houden? Een handige manier om deze in te delen is via de DESTEP methode: demografische, economische, sociaal-psychologische, technologische, ecologische en politieke ontwikkelingen.

Reactie uit de zaal: neem ook de 5 i's mee (*individualisering, informatisering, internationalisering, informatisering en intensivering*). Maak het kwalitatief, op verschillende niveaus (meso/micro), o.a. beleven van sport; trek sport los van gezondheid!

Op zoek naar de toekomst

Samenwerken in 5 verschillende groepen: Vitaal NL, Meedoen in NL, Kaart van NL, Talentvol NL en NL in beeld. Zie bijgaande verslagen.

Welke stakeholders moeten we zeker uitnodigen voor de tweede workshop?

Reactie vanuit de zaal:

media	sportmarketing	techniek
commercie	gezondheid/zorg	
niet-sporters	cultuur	