

# **Van plankzeilen naar windsurfen...**

*Over de opkomst en neergang van de deelname aan  
windsurfen in Nederland.*



**Master Leisure Studies  
Cursus: Master Thesis  
Docent: Dhr. H.J.J. van der Poel**

**Debbie de Groot    ANR: 491725**

**Tilburg, augustus 2006**

# Inhoudsopgave

1 Inleiding	4
1.1 De achtergrond van windsurfen	4
1.2 Doelstelling, probleemstelling en relevantie	6
1.3 Opzet	7
2 Mogelijke verklaringen voor de opkomst en neergang van de deelname aan windsurfen	8
2.1 De centrale begrippen nader uiteengezet	8
2.1.1 Sportmarketing	8
2.1.2 Veranderingen in vrijetijdsgedrag	12
2.1.3 Innovatietheorie	15
2.1.4 Factoren van De Heij	17
2.1.5 Sociologische benadering	19
2.2 Het conceptueel model	22
3 Methoden	27
4 Opkomst en neergang van windsurfen verklaard	34
4.1 Hoe heeft de beoefening van het windsurfen in Nederland zich ontwikkeld sinds 1973?	34
4.2 Welke factoren verklaren de toe- en afname in de beoefening van windsurfen in Nederland?	35
4.2.1 Gegevens over het stoppen van de jaren 70&80 windsurfers	36
4.2.1.1 Uitkomsten van het noemen van belangrijke factoren	36
4.2.1.2 Uitkomsten per factor	37
4.2.2 Gegevens over het niet beginnen van de generatie(s) erna	42
4.2.2.1 Uitkomsten van het opnoemen van belangrijke factoren	42
4.2.2.2 Uitkomsten per factor	43
4.2.2.3 Uitkomsten toekomst veronderstellingen	46
5 Conclusie en Aanbevelingen	48
5.1 Conclusies	48
5.1.1 Ontwikkeling van windsurfen in Nederland	48
5.1.2. Mogelijkerwijs verklarende factoren voor de afgenomen populariteit	48
5.1.2.1 Waarom zijn de jaren 70&80 windsurfers wellicht gestopt?	49
5.1.2.2 Waarom zijn de generaties erna wellicht niet begonnen?	51
5.2 Eindconclusie	52
5.3 Aanbevelingen	53
5.3.1 Windsurfsport	53
5.3.2 (Lokale) Overheden	54

5.3.3 Vervolgonderzoek	54
6 Literatuur	56
7 Bijlagen (aantal)	58
7.1 Itemlijst aanbodzijde	58
7.2 Itemlijst vraagzijde	63
7.3 Surf-Magazine lezers	68
7.4 Media Coverage	69

## Inleiding

Uit het AVO in De Haan en Breedveld (2000) blijkt dat de categorie zeilen/roeien, kanoën en surfen van 1979 naar 1983 met 58% gestegen is, gemeten onder de bevolking van 6-79 jaar. In 1987 daalde dit aantal weer met 37% en in 1999 lag het nog 5% lager dan in 1987. Deze gegevens geven een indicatie van de windsurfparticipatie in Nederland.

Volgens een medewerker van het Watersportverbond waren er in 1980 ongeveer 25.000 aangesloten windsurfers. Nu zijn dat er slechts 2500. Evenals het AVO geven deze cijfers een daling weer van de participatie in windsurfen. In vijftientig jaar is de deelname, zo lijkt het in ieder geval, met een factor tien afgenomen. Hoe is het te verklaren dat een sport als windsurfen eerst heel populair wordt en vervolgens weer sterk in populariteit afneemt?

De afgenomen populariteit lijkt niet overeen te komen met de algemene ontwikkeling van de solosport in Nederland. Uit het AVO ([www.rapportage-sport.nl](http://www.rapportage-sport.nl)) blijkt immers dat de participatie in solosporten van de bevolking van 6-79 jaar, van 1979 naar 1983 met 5% is gestegen van 42% naar 47%. Vervolgens is dit percentage afgenomen tot 43% in 1987, daarna weer gestegen tot 50% in 1991 en in 2003 lag dit percentage op 58%. Waar de participatie in windsurfen een enorme stijging heeft gekend begin jaren tachtig, is deze stijging niet terug te vinden in de algemene ontwikkeling van solosporten in Nederland. De blijvende participatiedaling erna is ook niet terug te vinden in bovenstaande gegevens betreffende de solosport in Nederland.

Er zal begonnen worden met een beschrijving van de sport, wat is nu precies windsurfen en hoe en waar is het ontstaan. Belangrijker nog, wanneer is deze vrijetijdsbesteding in Nederland geïntroduceerd? Vervolgens zullen de doel- en probleemstelling besproken worden en de relevantie van het onderzoek. Daarna wordt de opzet van de thesis vermeld.

### 1.1 De achtergrond van windsurfen

*“Windsurfen of plankzeilen is een watersport die wordt beoefend met behulp van een surfplank waarop een zeil gemonteerd is. Daarnaast wordt een giek gebruikt om het zeil te controleren, en zit er een vin onder de surfplank. In tegenstelling tot surfen zijn er om te kunnen windsurfen geen grote golven nodig. Uiteraard moet er wel voldoende wind staan om deze sport te kunnen uitoefenen.”*(<http://nl.wikipedia.org/wiki/windsurfen>)

De oorsprong van windsurfen gaat terug naar 1965 toen Hoyle Schweitzer (golfsurfer) en Jim Drake (zeiler) een combinatie tussen golfsurfen en zeilen wilden maken. Ze zochten een alternatief voor het golfsurfen, omdat golfsurfen alleen mogelijk was wanneer de golven hoog genoeg waren. Beiden waren ze afkomstig uit Zuid-Californië (<http://nl.msnusers.com/sunwave/watiswindsurfen.msnw>).

Drake was industrieel ontwerper en kwam op het idee een mast te bouwen op de golfsurfplank, die door middel van een mastvoet kon draaien over de plank. Eind 1968 vroegen zij een patent aan op de eerste windsurfplank, genaamd 'Windsurfer' (ibid.). De nieuwe sport begon direct populair te worden. Schweitzer, een zakenman, was niet tevreden over het product en wilde het lichter, sneller en goedkoper maken. Ze maakten de planken van polyethyleen. De leverancier van polyethyleen, Dupont was zo onder de indruk van de nieuwe mogelijkheden van de windsurfplank dat er een artikel over geplaatst werd, waardoor de sport nog populairder werd.

Jim Drake gaf aan in een interview in het 'American Windsurfer Magazine' dat hij vaak de uitvinder van windsurfen wordt genoemd, maar eigenlijk pas de derde uitvinder is ([www.windsurfing-academy.com](http://www.windsurfing-academy.com)). S. Human Darby en een jongen uit Engeland, genaamd Peter Chilvers waren hem eigenlijk voor, maar waren niet bekend geworden, omdat hun modellen van de windsurfplank niet werkten. Drake kende hun ontwerpen niet, maar noemt zichzelf toch de 're-inventer' van de surfplank, omdat de ontwerpen wel al bestonden. Zijn bijdrage was het efficiënt en werkzaam maken van de surfplank, in samenwerking met Hoyle Schweitzer.

Begin jaren zeventig was Schweitzer's Windsurfer een massaproduct ( [www.windsurfing-academy.com](http://www.windsurfing-academy.com)). De planken werden gebruikt voor elk niveau windsurfer, van beginner tot expert. De reden hiervoor was simpelweg dat het de enige planken waren.

Ten Cate kreeg in 1973 het recht om de Windsurfer in Nederland te maken. In Nederland sloeg de windsurfplank zo goed aan dat er een hogere omzet werd behaald dan in Amerika (ibid.). Mensen die nog nooit eerder gezeild hadden, ondernamen de nieuwe, zeer individualistische sport. Het windsurfen zorgde ervoor dat een gedeelte van de Nederlandse bevolking een nieuwe sportieve vrijetijdsbesteding had gevonden (<http://home.tiscali.be/windsurfing.dewinge/literatuur.htm>).

Het grote voordeel van windsurfen is dat zowel jonge als oude mensen het kunnen leren. Verder biedt het de mogelijkheid om veel mensen te leren kennen en om te genieten van de omgeving. Daarnaast geeft surfen een kick en raak je nooit uitgeleerd, dus de sport zal niet gauw vervelen ([www.geocities.com/windfunrosas/windsurfing.htm](http://www.geocities.com/windfunrosas/windsurfing.htm)).

Eind jaren zeventig had de 'windsurfkoorts' zich verspreid over heel Europa ([www.windsurfing-academy.com](http://www.windsurfing-academy.com)). Eén op de drie huishoudens was in het bezit van een windsurfplank (ibid.). Begin jaren tachtig was een periode van enorme groei voor de windsurfsport. De professionele World Cup Tour ontstond en in 1984 kreeg de sport een Olympische status. Het materiaal werd ontzettend gespecialiseerd en in Europa werden eigen versies van de Windsurfer gecreëerd. Zelfs Amerikanen kochten Europese windsurfplanken. Tot de jaren negentig duurde deze trend, sindsdien stopte de markt met groeien. De Europese productie werd verschoven naar Thailand, waar vandaag de dag 75% van de planken gemaakt wordt (ibid.).

De surfplanken zijn lichter en korter geworden. Er ontstonden allerlei verschillende soorten surfplanken, waaronder het 'Funboard', dat in het begin alleen op Hawaï werd gebruikt, maar later over de hele wereld ([www.petervolwater.com/WINDSURFING/history.htm](http://www.petervolwater.com/WINDSURFING/history.htm)). De windsurfers werden

steeds beter en begonnen grote golven te windsurfen. In het professionele circuit zijn er twee disciplines, namelijk 'race' en 'wave', samen bepalen zij de algemene wereldkampioen.

Op 23 maart 1963 werd de windsurfliegende Robby Naish geboren op Kailua Hawaï (ibid.). Hij werd algemeen wereldkampioen van 1983-1987 en werd wereldkampioen golfrijden in 1988,89 en 91. De eerste Olympische wedstrijd werd in 1984 gewonnen door de Nederlander Stephan van de Berg.

Maui, Hawaï is het heilige Mekka van windsurfen (ibid.). Hier ging het windsurfen echt van start. De broer van Hoyle Schweitzer, Matt Schweitzer was de eerste windsurfer die op de beroemde plaats Hookipa heeft gesurft, eind jaren tachtig. Deze plaats is verantwoordelijk voor de radicale 'beach lifestyle', waar het windsurfen eigenlijk om draait. Robby Naish, Dave Kalama en Mark Angulo zijn windsurfers die dagelijks windsurften op Hookipa. Gedurende de jaren tachtig en negentig domineerde de surfkleding op de stranden en in de kustplaatsen (Franklin, 2003). Björn Dunkerbeck, geboren in 1969 heeft twaalf keer de Wereldkampioenschappen gewonnen. Hij is één van de meest succesvolle atleten op de aarde en zijn topprestaties maken hem ook tot windsurfliegende ([www.petervolwater.com/WINDSURFING/history.htm](http://www.petervolwater.com/WINDSURFING/history.htm)).

## **1.2 Doelstelling, probleemstelling en relevantie**

Windsurfen is dus in 1973 in Nederland geïntroduceerd en heeft na tien jaar een Nederlandse Olympische kampioen opgeleverd. Toch zijn er indicatoren die er op wijzen dat de populariteit van windsurfen sterk is afgenomen. Deze thesis zal zich richten op de gedaalde populariteit van windsurfen in Nederland en heeft als doelstelling:

**Het verkrijgen van inzicht in de factoren die er mogelijkwijze voor hebben gezorgd dat de populariteit van windsurfen gedurende de late jaren tachtig sterk is afgenomen.**

Met behulp van een conceptueel model zal er een kwalitatief onderzoek worden gehouden. De probleemstelling luidt:

**Welke factoren kunnen mogelijkwijze de afgenomen populariteit van windsurfen, na een stijging in de jaren zeventig en begin jaren tachtig verklaren?**

Voor de marketing en verkoop van de windsurfspullen zou het interessant kunnen zijn te weten, hoe de ontwikkeling van windsurfen zich precies heeft voorgedaan, hoe de verwachtingen voor de toekomst er uit zien, en wat de mogelijke verklaringen kunnen zijn voor de afgenomen populariteit van windsurfen. Met deze kennis kunnen zij eventuele veranderingen ten aanzien van deze verklaringen doorvoeren.

Het Watersportverbond toonde al zeer veel interesse in een onderzoek naar de populariteit van windsurfen. Ook zou het voor overheden interessant kunnen zijn in verband met bijvoorbeeld bestemmingsplannen, of sportbeleid.

Verder kan het onderzoek bijdragen aan de wetenschap, omdat het met een model komt dat probeert het verloop van de populariteit van een sport te verklaren, dat misschien inzicht kan verschaffen in de meer algemene populariteit van sporten. Het exploratieve onderzoek zou ook gebruikt kunnen worden voor een later verklarend onderzoek.

### **1.3 Opzet**

In het eerste hoofdstuk zullen verschillende theorieën worden besproken met betrekking tot de populariteit van sporten. Er wordt een model gepresenteerd vanuit marketingperspectief en vanuit een sociologische benadering. Ook zal er gekeken worden naar veranderingen binnen het vrijetijdsaanbod en de aanname van nieuw aanbod. Vervolgens zal er een conceptueel model van factoren worden gepresenteerd, waarmee de afgenomen populariteit van windsurfen mogelijk verklaard kan worden. Uit dit model wordt de probleemstelling met deelvragen afgeleid. Deze vragen zullen gebruikt worden in een kwalitatief onderzoek, waarvan de gehanteerde methoden in hoofdstuk 3 worden besproken. Hoofdstuk 4 staat in het teken van de bespreking van de verzamelde gegevens en er zal afgesloten worden met een conclusie, waarin antwoorden op de onderzoeksvragen worden geformuleerd en er een aantal aanbevelingen gedaan zullen worden.

## **2. Mogelijke verklaringen voor de opkomst en neergang van de deelname aan windsurfen**

Het is van belang voor dit onderzoek te beginnen met een verduidelijking van de populariteit van sporten. Op deze manier wordt duidelijk wat er onder het begrip wordt verstaan, wat de belangrijkste concepten zijn en hoe deze in een model geplaatst kunnen worden.

### **2.1 Mogelijke verklaringen voor de opkomst en neergang van de deelname aan windsurfen**

In de komende paragraaf zullen verschillende theorieën worden besproken, die de populariteit van sporten trachten te verklaren. Ten eerste zal het model van Shank (2002) worden besproken ten aanzien van het besluitvormingsproces van sportparticipanten. Het model van Shank heeft een multidisciplinaire invalshoek. Het tweede model dat besproken wordt is van Knulst (2003) en is ook multidisciplinair. Ten derde zal de theorie van Rogers (in Knulst, 2003) worden vermeld over de acceptatie van vrijetijdsaanbod. Daarna wordt er aandacht besteed aan De Heij (1983), die onderzoek heeft gedaan naar de populariteit van windsurfen. Er zal worden afgesloten met de benadering van Van Bottenburg (1994) die met een monodisciplinaire sociologische benadering ten aanzien van het verloop van de populariteit van sporten komt. De theorieën zullen met elkaar vergeleken worden en resulteren in een multidisciplinair model ten aanzien van het verloop van de populariteit van windsurfen. In het model staan twee vragen centraal, namelijk waarom zijn de windsurfers van de jaren zeventig en tachtig gestopt met windsurfen? En ten tweede waarom hebben hun kinderen of andere kinderen het windsurfen niet opgepakt? Deze vragen staan ieder aan een kant van het model. De mogelijkerwijze verklarende factoren in het model zijn voor beide vragen hetzelfde, maar zij hebben een andere invloed op de verschillende generaties gehad.

#### **2.1.1 Sportmarketing**

*“De markt heeft de sport ontdekt als vehikel voor pr-activiteiten en als lucratieve investering. Sport is ‘big business’ geworden.”*

(Van den Heuvel in Breedveld, 2001, p.111)

Eén van de basisactiviteiten die behoort tot sportmarketing is het aanmoedigen van consumenten om te participeren in sport (Shank, 2002). De marketingmedewerkers zijn verantwoordelijk voor de organisatie van evenementen, als marathons en basketbaltoernooien waar duizenden mensen aan

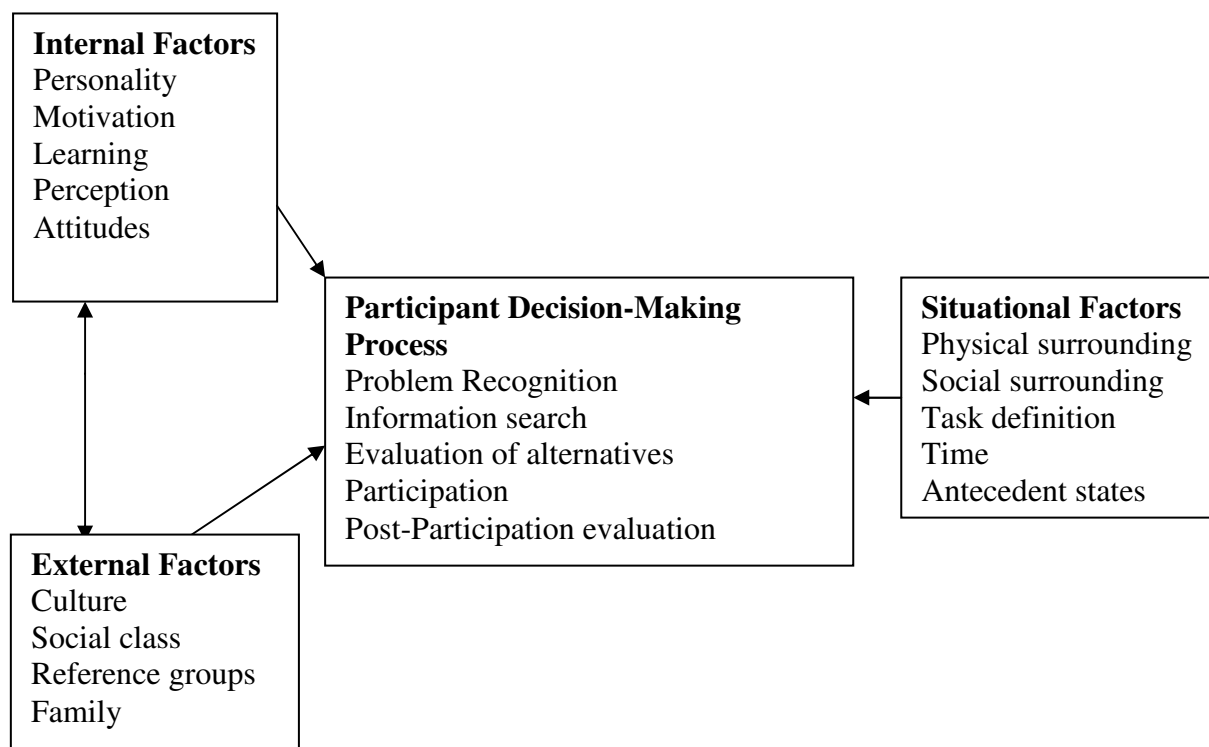


meedoen. Ook zijn ze betrokken bij de marketing van de uitrustingen die nodig zijn voor sportparticipatie.

Voor een succesvolle marketing is het begrijpen van het consumentengedrag van de sportparticipanten van groot belang. Shank (2002) (p.134) definieert dit consumentengedrag als *“actions performed when searching for, participating in, and evaluating the sports activities that consumers feel will satisfy their needs.”* Er moet begrepen worden waarom mensen in een bepaalde sport participeren. Doen zij dit voor de oefening, voor sociaal contact, voor het teamgevoel, of om een bepaald imago te verkrijgen? Ook is het van groot belang hoe vaak, wanneer en hoe er geparticipeerd wordt.

Elke keer als een individu op het punt staat te gaan sporten, moet hij een beslissing nemen over de sportparticipatie. Hoe personen tot een bepaalde beslissing komen wordt door Shank (2002) getracht te verklaren door middel van een model.

Figuur 1. Model of Participant Consumption Behavior



(Shank, 2002, p.135)

Shank (2002) ontwikkelde een vijf stappen besluitvormingsproces, van ‘problem-recognition’ tot ‘post-participation-evaluation’. De eerste stap van problem-recognition ontstaat doordat de consument zich realiseert dat hij een bepaalde behoefte heeft die niet vervuld wordt. Het is het verschil tussen wat iemand nu doet, en wat hij eigenlijk verlangt te doen, bijvoorbeeld meer lichamelijke inspanning leveren. De sportmarketing moet dit verschil wegnemen door activiteiten aan te bieden, die

de behoeftes van de consument vervullen. Wellicht zou een activiteit als windsurfen kunnen worden aangeboden.

De tweede stap is 'Information Search'. De consument gaat op zoek naar informatie om zijn probleem op te lossen. Deze informatie kan op verschillende manieren gezocht worden.

Als deze informatie gevonden is, worden de alternatieven tegen elkaar afgewogen tijdens de 'Evaluation of Alternatives'. Sportmarketingmedewerkers moeten zorgen dat hun alternatief in de set alternatieven van de consument zit. Ten tweede moeten zij zorgen dat hun alternatief voldoet aan de criteria die vastgesteld zijn door de consument.

Als de keuze is gemaakt volgt de 'Participation'. Uitrustingen worden aangeschaft en de locatie om te sporten wordt gekozen.

Na de participatie volgt de 'Post-Participation Evaluation'. In deze stap draait het om de tevredenheid van het individu over de participatie. De opgedane ervaringen hebben een grote impact op de participatie in de toekomst en de mond-tot-mond reclame.

Volgens Shank (2002) wordt dit vijf stappen proces beïnvloed door zowel psychologische (interne), sociologische (externe) en situationele factoren. De psychologische factor bestaat uit persoonlijkheid, motivatie, perceptie, leren en houdingen. De persoonlijkheid van een individu bepaalt of hij wel of niet in een bepaalde sport participeert. Een agressieve persoon zal eerder geneigd zijn een sport als boksen te kiezen. Motivatie is de achterliggende reden om een sport te verkiezen, als persoonlijke verbetering of waardering voor een sport. Perceptie beïnvloedt de manier waarop een beeld gevormd wordt van een bepaalde sport en de deelnemers hiervan. Tijdens een sport wordt er geleerd door de ervaringen die opgedaan worden. De houding ten aanzien van een sport, als gevoelens en gedachten spelen een rol bij de participatiekeuze.

Cultuur, sociale klasse, referentiegroep en familie bepalen de sociologische factor. Met cultuur worden de gedeelde waarden van een gemeenschap bedoeld. Zo zijn een aantal Amerikaanse waarden ten aanzien van sport, prestaties en successen, activiteit en individualisme. Sociale klasse wordt bepaald door onder andere inkomen en educatie. Tijdens het keuzeproces spelen referentiegroepen ook een rol. Dit zijn individuen die de informatie, houdingen en het gedrag van andere leden van de groep beïnvloeden, zoals bijvoorbeeld familieleden.

De situationele factor wordt gekenmerkt door de fysieke omgeving (als de locatie en het weer), de sociale omgeving (de interactie met anderen), tijd (de aanwezigheid of afwezigheid ervan), taakdefinitie (specifieke gelegenheden, als vakanties of toernooien) en de stemming van het individu (of de psychologische conditie).

Al deze factoren zijn van invloed op het keuzeproces van de consument, om wel of niet te participeren in een bepaalde sport en vormen daarom het model van het consumentengedrag van participanten van Shank (2002). Zijn al deze factoren dan mogelijk ook van invloed op de keuze van jongeren om niet te gaan participeren in windsurfen? Het lijkt zo te zijn dat wanneer er gekeken wordt naar het model van Shank, er in de factoren uit het model de laatste dertig jaar iets veranderd moet

zijn. Immers, hoe kan er anders mogelijk verklaard worden dat er in een eerdere periode zoveel meer mensen zijn begonnen met windsurfen? Is er dan ook wellicht iets veranderd waardoor mensen gestopt zijn met windsurfen?

Het model van Shank (2002) draait om het individuele consumentengedrag van participanten, dus ieder individu doorloopt een zeker proces waarin naar een vervulling voor een bepaalde behoefte wordt gezocht. De psychologische factor bestaat uit individuele kenmerken van deze personen. Een individueel kenmerk als persoonlijkheid is zeer lastig te onderzoeken in een kwalitatief onderzoek. Buiten de gecompliceerde onderzoekbaarheid is er te verwachten dat er geen massale verandering in de karakters van de Nederlandse individuen heeft plaatsgevonden waardoor er in grote mate geen interesse voor het windsurfen meer was, en mensen daarom ook gestopt zijn. Het lijkt logischer dat er andere oorzaken voor het verloop van de populariteit te vinden zijn.

De psychologische factor bevatte ook nog de motieven van de mensen. Op de motivatie van individuen om te gaan windsurfen wordt later teruggekomen, dit onderdeel van de psychologische factor zal wel terug komen in het model. De houdingen, percepties en het leren ten aanzien van het windsurfen zullen waarschijnlijk alleen veranderd zijn wanneer er iets in de kenmerken van de betreffende sport veranderd is, met als gevolg dat mensen er anders tegen aan zijn gaan kijken.

Zo kocht je vroeger bijvoorbeeld één surfplank en één zeil en dan kon je gaan windsurfen ([www.windsurfing-academy.com](http://www.windsurfing-academy.com)). Vandaag de dag is er een scala aan zeilen en planken beschikbaar, voor elke windkracht, voor op zee of op meren, en voor beginners of experts. Door zoveel aanbod zou het kunnen zijn dat de drempel te hoog wordt om te beginnen met windsurfen. De nieuwe generatie(s) is (zijn) er daarom niet aan begonnen en de jaren zeventigers en tachtigers zijn er daardoor wellicht mee gestopt. Te veel opties binnen het windsurfen, maakt de sport onoverzichtelijk en te gecompliceerd.

Volgens Schwartz (2004) is het keuze-element de laatste twintig jaar enorm toegenomen binnen bijna elk aspect van het dagelijkse leven. Hij spreekt over de 'paradox van keuze' waarmee hij doelt op enerzijds de wil van mensen om controle te hebben over de details van het leven en anderzijds, de wil om het leven te versimpelen. De ontwikkeling van de sport wordt opgenomen in het model onder de factor 'interne differentiatie' (x1) en omslaat daarmee de houdingen, waarnemingen en het leren van de mensen ten aanzien van de sport.

Vervolgens noemde Shank de sociologische factor met de kenmerken cultuur, referentiegroep en sociale klasse. Wordt er gekeken naar culturele waarden als individualisering dan zou er gezegd kunnen worden dat deze trend wel meegespeeld heeft bij de opkomst van windsurfen, maar dit biedt geen verklaring voor de afgenomen populariteit erna. Te verwachten is dat er in Nederland geen dermate grote invloed van een verandering binnen de normen en waarden in de afgelopen dertig jaar op de populariteit van windsurfen is geweest.

Op de relatie tussen sociale klasse en windsurfen wordt later teruggekomen. De familie of referentiegroep van de individuen zouden van invloed kunnen zijn. Als de windsurfers in een andere

levensfase zijn terechtgekomen, waardoor zij bijvoorbeeld meer zorgtaken door de komst van kinderen op zich hebben genomen, of een andere kennissenkring hebben opgebouwd kan dit negatieve gevolgen hebben voor de windsurfparticipatie. Doordat zij minder zijn gaan windsurfen is de nieuwe generatie niet in aanraking gekomen met de sport en is deze dus niet begonnen met de beoefening ervan. Uit de Rapportage Sport (2006) ([www.rapportage-sport.nl](http://www.rapportage-sport.nl), p.313) blijkt dat het deelnemen door één of meer ouders aan een sport de kans aanzienlijk vergroot dat een kind die sport ook beoefent. De factor 'veranderde gezinssituatie' (x2) wordt aan beide kanten in het model geplaatst.

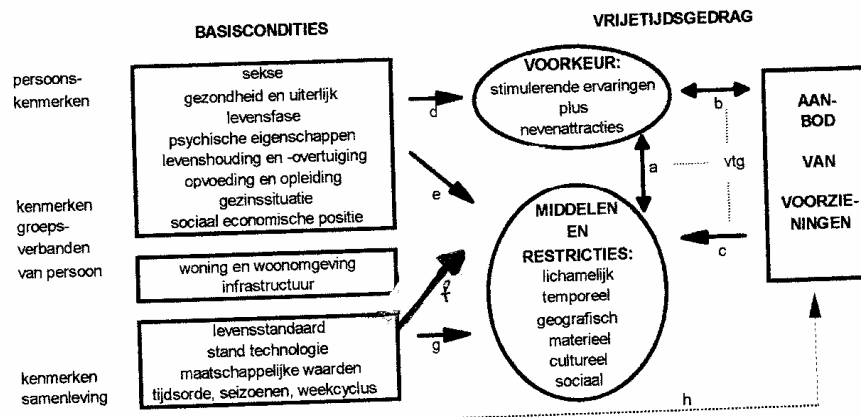
Van de situationele factor lijkt de fysieke omgeving in Nederland in de laatste twintig à dertig jaar niet veranderd. De sociale omgeving van windsurfen is wel veranderd, maar dit lijkt eerder een gevolg van de afgenomen populariteit dan een oorzaak ervan. Immers, wanneer er steeds minder mensen gaan windsurfen, zal er ook minder interactie tussen de mensen plaatsvinden, maar dit verklaart niet waarom er minder mensen gaan windsurfen. Door het mogelijk vergrote aanbod is de taakdefinitie van de sport ook veranderd, dit komt terug in x1. De stemmingen van het individu zijn evenals de persoonlijkheid te complex en verwacht irrelevant om mee te nemen in het model.

Wel kan de tijd die mensen hebben om te gaan windsurfen veranderd zijn, door bijvoorbeeld andere werktijden. De Haan en Breedveld (2000) menen dat de opeenhoping van betaalde werkzaamheden en andere 'verplichtingen' van mensen zodanig is dat de netto vrijetijd sinds de jaren zeventig is teruggelopen. De factor 'veranderde hoeveelheid tijd' (x3) wordt daarom aan beide kanten van het model opgenomen.

### **2.1.2 Veranderingen in vrijetijdsgedrag**

Deze paragraaf zal gaan over de algemene gedragstheorie van Wim Knulst (2003). De theorie kan gebruikt worden voor activiteiten waar de participant zelf actief iets onderneemt bijvoorbeeld sport, zie onderstaand figuur.

Figuur 2. Algemene gedragstheorie



(Knulst, 2003, p.5)

De voorkeuren worden gezien als globaal ingevulde wensbeelden. Voorkeuren worden beïnvloed door middelen en restricties. Knulst (2003) maakt onderscheid tussen verschillende middelen en hulpbronnen:

- Lichamelijke vaardigheid en conditie die eventueel nodig zijn;
- Beschikbaarheid van tijd;
- Geografische bereikbaarheid van de activiteit;
- Economische hulpbronnen;
- Culturele hulpbronnen (kennis, vaardigheden);
- Sociale hulpbronnen (gezelschap, aanmoediging, goedkeuring).

Wanneer deze hulpbronnen niet aanwezig zijn vormen zij restricties. Door middel van het aanbod krijgen de middelen en restricties hun waarde. Een auto is handig wanneer je wilt gaan sporten op grote afstand, maar om bij het sportcomplex midden in de stad te komen weer niet. De samenwerking van voorkeur, middelen en restricties en het aanbod van voorzieningen heeft het daadwerkelijke vrijetijdsgedrag ten gevolge.

Aan het bovenstaande worden de basiscondities toegevoegd (Knulst, 2003, p.7):

*“Basiscondities zijn kenmerken van personen, van hun leefverbanden en kenmerken van de samenleving, met een min of meer duurzaam karakter. In ieder geval zodanig duurzaam dat deze van invloed zijn op de ontwikkeling en aanpassing van vrijetijdsvoorkeuren.”*

Tussen de basiscondities en het vrijetijdsgedrag is geen direct verband, het verband verloopt indirect via de voorkeur, of via de restricties en middelen, zie figuur 2. Er zijn persoonsgebonden basiscondities als sekse, geboortjaar, gezondheid en psychische eigenschappen (persoonlijkheid, intelligentie, ambities). Daarnaast zijn er persoonlijke en door groepsverband bepaalde basiscondities als levenshouding en levensovertuiging, gezinssituatie, opvoeding/kennis/vaardigheden (verkregen via ouders), opleidingsniveau/opgebouwde ervaring, sociale economische positie, bezit van materiële goederen, type woning en woonplaats en infrastructuur. Er zijn ook nog maatschappelijke context bepaalde basiscondities als de levensstandaard in een samenleving (welvaarsniveau), de stand van de technologie, normen en waarden, en vastgelegde tijddordes (openingstijden, werktijden).

Ondanks dat de basiscondities bij Knulst (2003) geen directe invloed hebben op het vrijetijdsgedrag van de individuen, kunnen veranderingen in deze condities wel ingrijpende gevolgen hebben voor de vrijetijdsparticipatie. Mensen worden natuurlijk ouder, krijgen wellicht een andere levensovertuiging, komen in een volgende gezinscyclus, krijgen een andere baan met een ander inkomen, of verhuizen. De welvaart neemt toe, technologische innovaties vinden plaats, waarden veranderen of er zijn mutaties in de tijdsorde. Al deze veranderingen kunnen van invloed zijn op de vrijetijdsbesteding van individuen.

Ook kan het aanbod veranderen. Zo zou er bijvoorbeeld bij windsurfen te veel keuze kunnen ontstaan, waardoor de sport aantrekkelijkheid verliest. Deze situatie is terug te vinden in de eerste factor.

Van de vijf hulpbronnen van Knulst (2003) wordt de beschikbaarheid van tijd in de factor 'veranderde hoeveelheid tijd' (x3) opgenomen, en de economische hulpbronnen worden de factor 'veranderde kosten' (x4) genoemd. Misschien hadden de windsurfers het geld er niet voor over om een nieuwe set te kopen toen de oude kapot ging of uit de mode was. Jongeren besteden hun geld wellicht liever aan iets anders. 'Veranderde kosten' (x4) vormen daarom aan beide kanten een factor. De lichamelijke vaardigheid en conditie van de mensen lijkt niet dusdanig veranderd te zijn dat mensen niet meer capabel zijn om te windsurfen en is daarnaast te gecompliceerd te meten voor het betreffende onderzoek. De sociale hulpbronnen lijken, net zoals bij Shank (2002) zijn 'social surrounding' vermeld werd, eerder als gevolg veranderd te zijn en worden daarom niet opgenomen in het model. De culturele hulpbronnen zijn ondergebracht bij de interne differentiatie factor. De geografische bereikbaarheid lijkt niet te zijn veranderd.

Voor de persoonsgebonden basiscondities geldt hetzelfde als voor het begrip 'persoonlijkheid' van Shank, namelijk dat deze factoren te lastig zijn om te meten in dit onderzoek en daarnaast geen verwachte invloed lijken te hebben op het verloop van de populariteit van windsurfen.

Van de persoonlijke en door groepsverband bepaalde basiscondities worden levenshouding en levensovertuiging en opleidingsniveau/opgebouwde ervaring, het type woning en woonplaats en infrastructuur niet meegenomen in het model wegens dezelfde reden al de persoonsgebonden basiscondities. De gezinssituatie en de opvoeding/kennis/vaardigheden (verkregen via ouders) komen

terug in de tweede factor 'veranderde gezinssituatie'. Op de sociale economische positie wordt evenals op de sociale klasse (Shank) later teruggekomen. Het bezit van materiële goederen valt onder 'veranderde interne differentiatie'.

Van de maatschappelijke context bepaalde basiscondities worden de vastgelegde tijdordes ondergebracht in de factor 'veranderde hoeveelheid tijd'. Deze factor (x3) sluit aan bij de bevindingen van De Haan en Breedveld, die zijn besproken in de paragraaf over het model van Shank. Ook wordt de stand van de technologie meegenomen in de factor 'veranderd aantal alternatieven' (x5). Deze factor lijkt relevant, omdat er tegenwoordig zoveel technische snufjes als i-pods, playstations en mobiele telefoons verkrijgbaar zijn dat de interesse van de jeugd wellicht naar andere dingen uitgaat. Mogelijk zappen ze liever van het ene naar het andere item en blijven ze niet trouw aan één product of activiteit.

Volgens Heath en Potter (2004) gaat de jeugd in plaats van op zoek naar status op zoek naar het 'coole' en dat is elke keer weer iets anders. Er is zoveel vrijetijdsaanbod, dat er een steeds kleinere kans voor een specifieke sport bestaat om uit de massa gekozen te worden. Als je dan ook nog wat duurder bent, weersafhankelijk en tijdrovend, lijkt de kans helemaal nihil. De windsurfers uit de jaren zeventig en tachtig kregen al met veel nieuw aanbod te maken. Hebben zij het windsurfen ingeruild voor golfsurfen, kitesurfen of andere sporten? Heeft de generatie erna niet voor windsurfen gekozen, omdat zij er minder vaak mee in aanraking komen en dus simpelweg niet gepassioneerd raken door de sport? De factor 'veranderd aantal alternatieven' (x5) wordt aan beide kanten toegevoegd.

Het welvaartsniveau valt onder de 'veranderde kosten' (x4) en de veranderende normen en waarden lijken zoals al eerder bij Shank vermeld werd niet van invloed te zijn op het verloop van de populariteit van windsurfen.

### **2.1.3 Innovatietheorie**

In deze paragraaf zal aandacht worden besteed aan de effecten van veranderingen in het vrijetijdsaanbod, behandeld door Wim Knulst (2003) in de cursus 'Consumptie en vrijetijdsbesteding'.

Wanneer er nieuw aanbod op de markt verschijnt, biedt dit de mogelijkheid voor individuen om een voorkeur voor dit aanbod te ontwikkelen. Zo zijn er in de recente periode nieuwe sporten als surfen, roller skating en snowboarden opgekomen. Deze sporten maken verlangens los bij individuen en de vriendenkring of een andere referentiegroep moedigt deze verlangens aan. Omdat nieuw aanbod altijd exclusief is, dient het perfect als identiteitssymbool. De modegevoelige consument zal hier direct voor gaan.

Als de nieuwe vrijetijdsbesteding eenmaal opgenomen is in het repertoire, zal de tijd en het geld voor vrijetijdsactiviteiten die de consument al had, schaarser worden. De aangeschafte uitrusting, de opgedane vaardigheden en de sociale relaties van 'bestaande' vrijetijdsactiviteiten, blijven door de aanname van een nieuwe activiteit onderbenut. In een welvarende samenleving, waar de mensen

genoeg geld hebben om er een activiteit bij te nemen, wordt dit nauwelijks opgemerkt. Wanneer de magie van het nieuwtje is uitgewerkt, komt pas de vraag of het dit alles wel waard is op.

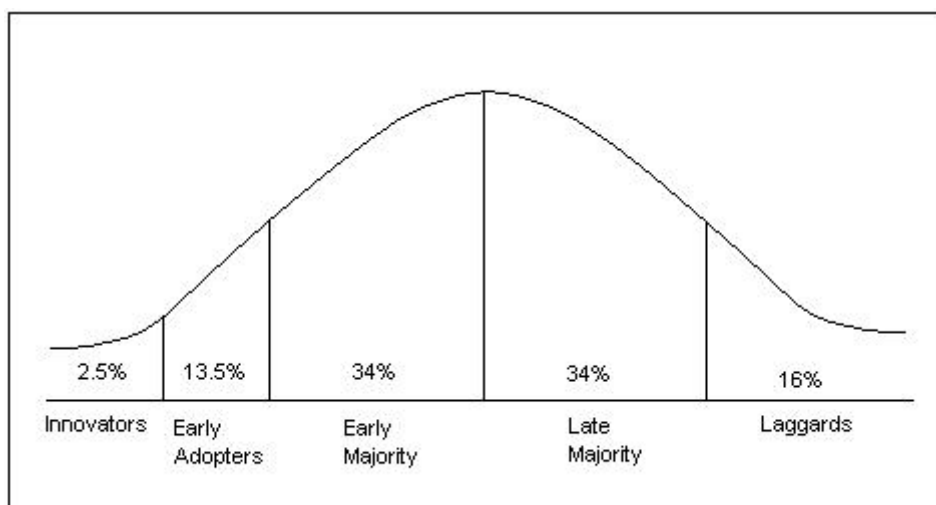
Niet iedereen vindt nieuw aanbod interessant. Mensen die een sterke band hebben met een bepaalde sport of andere vrijetijdsbesteding laten zich niet snel verleiden door een nieuwe activiteit. Er is dus een groep mensen die het nieuwe aanbod helemaal niet accepteert, de rest die dit wel doet accepteert het niet op hetzelfde moment, en deze nieuwe gebruikers raken niet in dezelfde mate verslingerd aan de nieuwe besteding.

Rogers (in Knulst, 2003) heeft op diverse gebieden onderzoek gedaan naar de diffusie van tal van innovaties zoals nieuwe technieken en nieuwe gewoontes. Hij onderscheidde vijf groepen individuen op basis van het tijdstip waarop een groep een innovatie gaat gebruiken, namelijk;

- Innovators
- Early adopters
- Early majority
- Late majority
- Laggards

De verspreiding van de innovaties verloopt volgens Rogers in een s-curve, afgemeten aan het over de jaren toenemende aantal gebruikers, zie figuur 3. Vooraan lopen de innovators en early adopters. De verspreiding van de nieuwe activiteit gaat dan nog erg langzaam. Wanneer de innovatie geaccepteerd wordt door de early majority verspreidt deze zich in een stroomversnelling. De laatste groep in deze stroomversnelling wordt gevormd door de late majority. Langzaam aan nemen nu ook de laggards de nieuwe besteding aan.

Figuur 3. Innovatie curve



(<http://www.ou.edu/deptcomm/dodjcc/groups/99A2/theories.htm>)



Volgens Rogers nemen vooral jongeren de voorhoede in, omdat zij hier makkelijk een identiteit aan kunnen ontleen en weinig dingen aan de kant hoeven te schuiven in hun nog maar kortdurende leven. Als mensen een gevuld vrijetijdsrepertoire hebben gaat een nieuwe activiteit snel ten koste van een oude.

Aan de theorie van Rogers kan de factor 'wel of geen exclusiviteitstreven' (x6) worden gekoppeld, windsurfen was immers een nieuwe sport. Wilde iedereen soms bij de windsurfers horen? Het verschaft wellicht aanzien wanneer men met een surfplank gezien werd. Toen het nieuwe niet meer nieuw was zijn de jaren zeventig en tachtigers afgehaakt en de nieuwe generatie is nooit begonnen, omdat er weer iets anders exclusief was om te doen. Het exclusiviteitstreven omslaat de 'motivatie' van Shank.

Volgens Wheaton (2004) zochten windsurfparticipanten een onderscheidende leefstijl die een exclusieve sociale identiteit verschaft. Windsurfen is volgens haar een lifestyle sport, opgekomen in de jaren 60 en 70. Het heeft minder formele regels dan traditionele sporten. Windsurfers leven de sport continu net als bij snowboarden, golfsurfen en skaten. Ze investeren veel geld en tijd in hun leefstijl en hun sociale identiteit. Ook meent zij dat windsurfers in de winter vaak snowboarden, omdat deze sport bij de windsurf leefstijl past. Hebben de windsurfers van de jaren 70 en 80 dan zomaar hun leefstijl veranderd, of was windsurfen in Nederland misschien niet een zodanige exclusieve leefstijl waaraan mensen hun identiteit ontleenden?

#### **2.1.4 Factoren van De Heij**

Frans De Heij (1983) heeft onderzoek gedaan naar de oorzaken van de in de periode 1970-1980 toegenomen populariteit van windsurfen. Helaas heeft hij slechts gebruik gemaakt van één respondent, een recreatieve surfer in 1981. De Heij (1983) heeft verschillende aspecten gebruikt die van invloed konden zijn op de populariteit van windsurfen. Wegens de omvang van zijn onderzoek zal aan de uitkomsten in deze paragraaf geen aandacht worden besteed. De gehanteerde aspecten zullen wel worden besproken.

De Heij (1983) onderscheidt vier externe aspecten die uiterlijk waarneembaar of beredeneerbaar zijn, namelijk fysieke, sociale, economische en persoonsgebonden aspecten. Onder de fysieke aspecten vallen de locatie (bereikbaarheid, entree kosten), de vorm van de accommodatie (bijvoorbeeld landschappelijk of indoor) en de afhankelijkheid van het weer.

De sociale aspecten worden gevormd door de sociale eenheid (de omvang van de groep waarmee gesport wordt), de organisatie van de sport (georganiseerd of ongeorganiseerd) en het geïnstitutionaliseerde handelen (spelregels, speltechniek, consumptieve gebruiken). Als nieuwelingen de sport beginnen vindt er een proces van cultuuroverdracht plaats.

Onder de economische aspecten vallen die aspecten, die men schaars kan noemen en waarvan de aanwending van de betrokkene een keuze vraagt. Voorbeelden zijn materialen (surfplank, pak, zeil)

en tijdsduur. De persoonsgebonden aspecten hebben betrekking op de lichamelijke gesteldheid van de persoon, de leeftijd en de conditie.

Naast de externe aspecten worden door De Heij niet door anderen waarneembare, interne aspecten onderscheiden. Deze interne aspecten worden direct beïnvloed door de externe aspecten. Ieder persoon zal anders reageren op een verandering in de externe aspecten. Ook worden de interne aspecten beïnvloed door waarden. Deze waarden worden door iedereen subjectief geïnterpreteerd. Verschillende interne aspecten zijn het fitheidmotief (bewegen en gezondheid), het pleziermotief (natuur, frisse lucht, spel-element), het sociaal motief (ook bij individuele sporten), zelfontplooiing, het statusmotief (erbij willen horen, statussymbolen) en het exclusiviteitstreven (iets doen wat bijna nog niemand doet, nieuwe trend).

Er worden twee waarden in het onderzoek gebruikt, namelijk individualisering en privatisering. Met individualisering wordt bedoeld dat de mensen zonder verplichtingen en onafhankelijk van anderen activiteiten willen ondernemen. Met privatisering wordt het individuele bezit van goederen bedoeld. Door het bezit van statussymbolen kan de individuele welstand worden getoond.

Van de factoren van De Heij zullen er een aantal opgenomen worden in het conceptueel model. De fysieke aspecten van windsurfen lijken evenals bij Shank vermeld werd niet veranderd. De sociale aspecten worden eveneens niet in het model opgenomen, omdat deze aspecten eerder als gevolg van de afgenomen populariteit lijken te zijn veranderd. De economische aspecten, tijd en materialen worden wel overgenomen. De factor 'veranderde hoeveelheid tijd' (x3) werd ook al door Shank en Knulst genoemd. De materialen komen terug in de factor 'interne differentiatie' (x1).

De persoonsgebonden aspecten komen overeen met de persoonsgebonden basiscondities van Knulst en de persoonlijkheid van Shank en worden wegens de lastige meetbaarheid in dit onderzoek en de niet verwachte mogelijke invloed op de populariteit van windsurfen niet meegenomen naar het model.

De aard van windsurfen met betrekking tot fitheid, plezier en zelfontplooiing lijkt te zijn veranderd door de 'interne differentiatie' en hangt hier dan waarschijnlijk ook mee samen. Het sociaal motief kan als gevolg van de afgenomen populariteit veranderd zijn, maar wordt niet als mogelijk verklarende variabele opgenomen in het model.

De motieven van exclusiviteitstreven en van status worden wel als aparte factoren meegenomen. 'Wel of geen exclusiviteitstreven' werd al genoemd door Rogers en is opgenomen als factor x6. Het statusmotief zou de populariteit ook deels kunnen verklaren en vormt de factor 'statusmotivatie' (x7). Het kan zijn dat er een bepaalde (elite) groep werd nagedaan, die al windsurfte. Er is een duidelijk verschil tussen het exclusiviteitstreven en het statusmotief, omdat het bij het exclusiviteitstreven puur gaat om het beoefenen van een nieuwe sport, omdat deze sport nieuw is en bij het statusmotief om het beoefenen van een sport, omdat een elitegroep de sport beoefent en er door de beoefening status kan worden verworven. De statusmotivatie hangt samen met het behoren tot of

het nadoen van een bepaalde sociale klasse of een groep mensen die een zekere sociaal economische positie innemen.

De waarden individualisering en privatisering worden niet opgenomen in het model. Ook bij Shank en Knulst werden deze niet meegenomen.

### **2.1.5 Sociologische benadering**

Maarten van Bottenburg (1994) verwerpt verschillende door andere auteurs opgestelde hypothesen om de uiteenlopende populariteit van sport te verklaren om in zijn conclusie tot een eigen monodisciplinaire, sociologische benadering te komen. Er zal begonnen worden met de weergave van deze sociologische benadering, vervolgens zullen de door hem verworpen hypothesen worden vermeld. De reden van deze vermelding is de overeenkomst tussen de verworpen hypothesen en de eerder besproken theorieën van Shank, Knulst en De Heij. Te veronderstellen is dat enkele van deze hypothesen wellicht toch een mogelijkere verklarende factor in het model van de populariteit van windsurfen kunnen innemen.

In zijn conclusie richt Van Bottenburg zich vooral op het sociale aspect van de sport. Op mensen die al aan de sport deelnemen. Door lid te worden van een sportclub kiest men ervoor om zich aan te sluiten bij de mensen die de sport al beoefenen.

Groepen mensen ontlenen hun identiteit aan de voorkeur voor een sport. De statushiërarchie van sporten wordt bepaald door de sociale achtergrond en de sociale gebruiken van de participanten van de sport. Voor de verspreiding van de sport moet worden gekeken naar de sociale achtergrond van de beoefenaars in het land van herkomst. De verspreiding van sporten werd bevorderd door groepen mensen uit dominerende landen die in internationaal verband betrokken waren bij migratie, kolonisatie, handel, het leger, de school, de kerk en de media. Van Bottenburg zijn sociologische benadering draait om de status van sporten, deze statusmotivatie heeft De Heij ook als factor genoemd (x7).

De eerste hypothese die Van Bottenburg heeft verworpen is de invloed van de media op de populariteit van sporten. Volgens hem blijkt het volgen van een specifieke sport op televisie eerder een afgeleide te zijn van het beoefenen van deze tak van de sport dan omgekeerd. Het aantal beoefenaars in een tak van sport beïnvloedt in sterke mate het aantal kijkers naar deze sport, terwijl van de hoogte van de kijkcijfers voor een tak van sport slechts een beperkt effect uitgaat op het aantal beoefenaars van de betreffende sport.

Volgens Stokvis in Van Bottenburg (1994) is deze relatie te verklaren met behulp van het begrip sportieve competentie. Hieronder verstaat Stokvis (2003, p.45) *“De kennis die noodzakelijk is om de gang van zaken bij een tak van sport als kijker te kunnen appreciëren”*. Actieve deelname is volgens Stokvis (2003) de belangrijkste weg waarlangs de sportieve competentie verworven kan worden. Dit verband is sterker voor mannen dan vrouwen, en neemt toe wanneer sporten complexer

worden. De correlatie is sterker voor spelsporten dan voor jurysporten en voor jurysporten weer sterker dan voor meetsporten (Van Bottenburg, 1994).

Door de uitbreiding van de internationale ontvangstmogelijkheden hebben de media een belangrijke functie bij de introductie van nog onbekende, buitenlandse sporten. Mensen zouden hierdoor geïnspireerd raken om de sporten zelf te gaan beoefenen. Toch blijkt dat de media geen directe invloed op het stimuleren van de sportbeoefening hebben. Het zou wellicht zo kunnen zijn dat sporters door de media enthousiast blijven voor hun sport. Het zou kunnen dat de media de opkomst van windsurfen niet zijn blijven stimuleren. De factor 'media aandacht' (x8) wordt daarom wel meegenomen aan de kant van de jaren zeventig en tachtig windsurfgeneratie. Misschien heeft een gebrek aan uitgezonden films, documentaires en sportverslagen ertoe geleid dat jongeren niet in aanraking kwamen met de sport, de factor wordt daarom ook aan deze zijde meegenomen.

De volgende verworpen hypothese heeft betrekking op de rol van klimaat en landschap. Voor sommige sporten is een bepaald landschap of klimaat noodzakelijk. Zo zijn voor zeilen meren of zeeën nodig en voor skiën bergen. Andere sporten als voetbal en cricket zijn niet afhankelijk van klimatologisch-geografische omstandigheden. Toch bieden deze omstandigheden in beide gevallen geen voldoende verklaring voor de populariteit in verschillende landen. Zo is langebaanschaatsen in Nederland populairder dan in andere landen met redelijk strenge winters en kunstschaatsen weer niet. Het klimaat is de afgelopen jaren niet veranderd, dus lijkt het het verloop in windsurfen niet te kunnen verklaren, vandaar dat deze hypothese niet verwerkt wordt in het model.

Volgens Van Bottenburg heeft de lichaamsbouw van individuen ook geen invloed op de sportdeelname. Geen enkele sport is volgens hem ontwikkeld voor een bepaalde groep mensen. Dat basketbal alleen voor lange mensen is, komt voort uit de topsport, maar dat wil niet zeggen dat kleine mensen niet kunnen gaan basketballen. Zij zullen de top alleen moeilijker kunnen bereiken. Naast dat de lichaamsbouw van de Nederlanders lastig te meten is in het betreffende onderzoek, lijkt het onwaarschijnlijk dat er een dusdanige verandering in de lichaamsbouw van de Nederlanders heeft plaatsgevonden waardoor windsurfen in populariteit is afgenomen. Deze factor is dan ook niet relevant voor het model.

Van Bottenburg brengt twee bezwaren in tegen de stimulerende werking die de aanwezigheid van accommodaties zou hebben om voor een bepaalde sport te kiezen. Mensen noemen de aanwezigheid van accommodaties nauwelijks als reden voor hun participatie en de onderbezetting van zwembaden en sportvelden wijst erop dat accommodaties alleen niet aanzetten tot sporten. Toch zou het voorzieningenniveau wellicht een rol kunnen spelen. Als windsurfen meer gestimuleerd was door bijvoorbeeld overheden door middel van douches en kleedruimtes, zou de sport aantrekkelijker zijn geweest. Knulst noemt geografische bereikbaarheid als factor. Dit op zichzelf is geen verklaring, omdat het water in Nederland niet verplaatst is, maar als mensen een stuk moeten rijden om te windsurfen is het wellicht aangenamer wanneer er goede faciliteiten aanwezig zijn. Ook De Heij noemt het verklarende aspect van accommodaties. Als het nieuwe eraf is, zoals Rogers al beweerde,

gaan de mensen nadenken of dit het allemaal wel waard was. Als de voorzieningen dan geen stimulerende werking hebben zou dit nadelig kunnen zijn voor de participatie. De factor 'hoeveelheid voorzieningen' (x9) wordt aan beide kanten opgenomen.

Marijke Taks in Van Bottenburg (1994) onderzocht de consumptieprijs van sporten en is nagegaan in hoeverre er een samenhang bestaat tussen deze consumptieprijs en sociale statushiërarchieën van sporten. Zij rekende zowel directe uitgaven, als kosten van lidmaatschap, accommodatie, begeleiding en uitrusting, als indirecte uitgaven, reiskosten, sociale uitgaven, voeding en verzekeringen mee. In België bleek windsurfen de op één na duurste sport te zijn, achter golf. Begin jaren negentig kosten deze sporten omgerekend naar euro's tussen de 1240 en 1860 euro per jaar.

Volgens Taks biedt de prijs van sporttakken geen afdoende verklaring voor de socio-professionele gelaagdheid. Mensen laten zich in hun keuze voor sport wel degelijk leiden door financiële overwegingen, maar dit speelt een secundaire rol. Windsurfen wordt volgens haar door minder kapitaalkrachtigen verkozen. Van Bottenburg concludeert in het verlengde van Taks dat er nauwelijks een verband bestaat tussen de kosten en het aantal beoefenaars van een tak van sport. Voor windsurfen dient aardig wat materiaal te worden aangeschaft. De Heij noemt materiaal als factor en Knulst noemt economische hulpbronnen. Mede door de toegenomen alternatieven zou windsurfen misschien niet (langer) verkozen worden, omdat de kosten te hoog zijn geworden (x4).

Van Bottenburg vraagt zich af of de ene sport niet gewoon populairder is dan de andere, omdat deze gewoon leuker en aantrekkelijker is. Het zou zo kunnen zijn dat sporten die makkelijker te leren zijn eerder worden gekozen dan moeilijkere sporten, maar Van Bottenburg meent dat hoewel de ene sport lastiger is dan de andere, iedere sport in één dag te leren is. De moeilijkheidsgraad zegt daarom niets over de populariteit van de sport. Door vergroting van het aanbod zou de windsurfsport wellicht gecompliceerder zijn geworden. Ondanks dat Van Bottenburg deze hypothese verwerpt komt de moeilijkheidsgraad terug in de factor 'interne differentiatie'

Het toeschrijven van psychologische kenmerken aan bepaalde volken in de zin van 'Amerikanen houden meer van honkbal dan cricket, omdat deze sport sneller en spannender is', wordt binnen de sociale wetenschappen volgens Van Bottenburg bijna niet meer gedaan. Er wordt gegeneraliseerd en geen rekening gehouden met veranderingen in populariteit. Omdat psychologische kenmerken zeer lastig te onderzoeken zijn binnen het betreffende onderzoek, wordt de factor volkskarakter niet meegenomen in het model. Veronderstelt wordt daarnaast ook dat het onwaarschijnlijk is dat gedurende een dergelijke korte periode het volkskarakter van de Nederlandse bevolking ten aanzien van sporten in die mate veranderd is dat windsurfen in populariteit gedaald is.

Het lijkt dat individuele sporten in de jaren tachtig populairder zijn geworden. Deze stijging is vooral te danken aan de groei van een beperkt aantal sporten, in het bijzonder golf, hippische sport en skiën. Vanwege uiteenlopende ontwikkelingen binnen de solo-, duo-, en teamsporten kan er volgens

Van Bottenburg niet van een individualiseringseffect worden gesproken. De Heij gebruikt de waarden, individualisering en privatisering wel.

Ook wanneer Van Bottenburg het onjuist heeft en deze individualiseringstrend wel heeft meegespeeld bij de opkomst van windsurfen, biedt dit geen verklaring voor de afgenomen populariteit erna. Individualisering wordt daarom niet meegenomen in het model. Uit de Rapportage Sport (2006) ([www.rapportage-sport.nl](http://www.rapportage-sport.nl)) blijkt daarnaast dat de kans dat een kind opgroeit in een gezin waarin één of beide ouders sporten in 2003 groter is dan in 1983. Het blijkt dan vooral de kans dat die ouders ongebonden aan solosporten doen

Successen in topsport hebben volgens Van Bottenburg geen lange termijn invloed op de populariteit van sporten. De euforie rond een kampioenschap lijkt van zeer korte duur. Op jongeren werkt volgens hem het effect van topsport krachtiger uit, maar alleen op de zeer korte termijn. De windsurfers uit de jaren tachtig kunnen gestimuleerd zijn door de successen van Stephan van de Berg en doordat er geen nieuwe windsurftoppers kwamen verminderde wellicht de stimulatie. De generatie erna heeft de effecten van topsport helemaal niet meegemaakt en is daarom misschien niet gepassioneerd geraakt van de sport. De factor 'topsport successen'(x10) wordt aan beide kanten van het model toegevoegd.

Als laatste meent Van Bottenburg dat commercialisering en professionalisering van een bepaalde sport niet leidt tot een groei in deelname. Ook al is er met de ene sport meer geld te verdienen dan met de andere, dit zal niet leiden tot een verschil in participatiecijfers. Dus wanneer er met windsurfen veel geld verdiend zou kunnen worden, wordt de sport niet populairder zegt Van Bottenburg. Te veronderstellen is dat deze hypothese voor windsurfen gepaard gaat met de hypothese dat topsport successen geen participatieverhoging ten gevolge hebben op de lange termijn. Immers, als er met topsport veel geld verdiend zou worden, zou dit volgens Van Bottenburg niet stimuleren. Afzonderlijk is deze hypothese moeilijk onderzoekbaar voor windsurfen, maar de verwachte mogelijk verklarende variabele van topsport successen is al wel meegenomen in het model.

## **2.2 Conceptueel model**

Voor het conceptueel model zijn verschillende algemene theorieën gebruikt, die de populariteit van sporten trachten te verklaren. Zo presenteert Shank (2000) een multidisciplinair model ten aanzien van het besluitvormingsproces van sportparticipanten. Knulst (2003) ontwikkelde een algemene multidisciplinaire gedragstheorie. De theorie van Rogers (in Knulst, 2003) over de acceptatie van vrijetijdsaanbod is gebruikt en het onderzoek van De Heij (1983) naar de populariteit van windsurfen. Als laatste de benadering van Van Bottenburg (1994), die verschillende hypothesen verwerpt en zelf met een sociologische benadering ten aanzien van de populariteit van sporten komt. Deze theorieën zijn met elkaar vergeleken en hebben een multidisciplinair model opgeleverd.

In het model staan twee vragen centraal, namelijk waarom zijn de windsurfers van de jaren zeventig en tachtig gestopt met windsurfen? En ten tweede: waarom hebben hun kinderen of andere kinderen het windsurfen niet opgepakt? Ondanks dat de factoren in het model aan beide kanten hetzelfde zijn, hebben zij een andere invloed op de verschillende generaties gehad.

De verklarende factoren zijn achtereenvolgens interne differentiatie (x1), veranderde gezinssituatie (x2), veranderde hoeveelheid tijd (x3), veranderde kosten (x4), veranderd aantal alternatieven (x5), wel of geen exclusiviteitstreven (x6), wel of geen statusmotivatie (x7), media aandacht (x8), hoeveelheid voorzieningen (x9) en topsport successen (x10).

De interne differentiatie (x1) kan de sport onnodig gecompliceerd hebben gemaakt waardoor de windsurfers er geen zin meer in hadden. De nieuwe generatie heeft de sport door teveel keuze niet verkozen. De drempel om te beginnen lag te hoog en de sport was dus niet toegankelijk genoeg.

De veranderde gezinssituatie (x2) kan ervoor hebben gezorgd dat de windsurfers het te druk kregen met de zorgtaken, door bijvoorbeeld de komst van kinderen. Hun kinderen zijn daardoor niet in aanraking gekomen met de sport en dus niet begonnen met windsurfen.

Windsurfen is een sport die redelijk veel tijd (x3) kost om te ondernemen. Mensen willen in hun drukke leven misschien een sport ondernemen waaraan zij niet de hele of halve dag kwijt zijn en waar zij meteen van kunnen genieten. Windsurfen vereist relatief veel bekwaamheid en dus veel oefening, wat weer tijd kost. De windsurfers hadden er misschien geen tijd meer voor en de nieuwe generaties willen hun kostbare tijd er misschien niet aan besteden.

De kosten (x4) kunnen voor de mensen te hoog zijn geworden om er mee door te gaan. Toen bijvoorbeeld hun dure set kapot was gegaan of uit de mode was geraakt hadden zij geen geld of vonden zij het het geld niet waard om een nieuwe set te kopen. De jeugd besteedde zijn geld wellicht liever aan andere dingen.

Het veranderde aantal alternatieven (x5) heeft betrekking op de toename van andere activiteiten en producten waardoor windsurfen teveel concurrentie kreeg en de windsurfers van de jaren 70&80 gestopt zijn. De nieuwe generaties zijn nooit aan windsurfen begonnen door onder andere de opkomst van allerlei technische snufjes als i-pods en playstations.

Een nieuwe sport is altijd exclusief, maar verliest deze status na enkele jaren. Als de jaren 70&80 windsurfers streefden naar exclusiviteit (x6), dan zijn zij waarschijnlijk met de sport gestopt toen het nieuwtje er van af was. De generatie erna is nooit begonnen, omdat de sport toen al niet meer nieuw was.

Wanneer een sport beoefend wordt om de status (x7) die het verleent vanwege een elite groep die met de beoefening begonnen is, verliest de sport status wanneer de elite deze sport niet meer interessant vindt en een nieuwe sport gaat uitoefenen. Dit kan het geval zijn geweest bij windsurfen. Als het zo was dat de windsurfers van de jaren 70&80 streefden naar status, dan zullen zij met de sport gestopt zijn toen het status verloor. Was windsurfen een dergelijke statussport? De

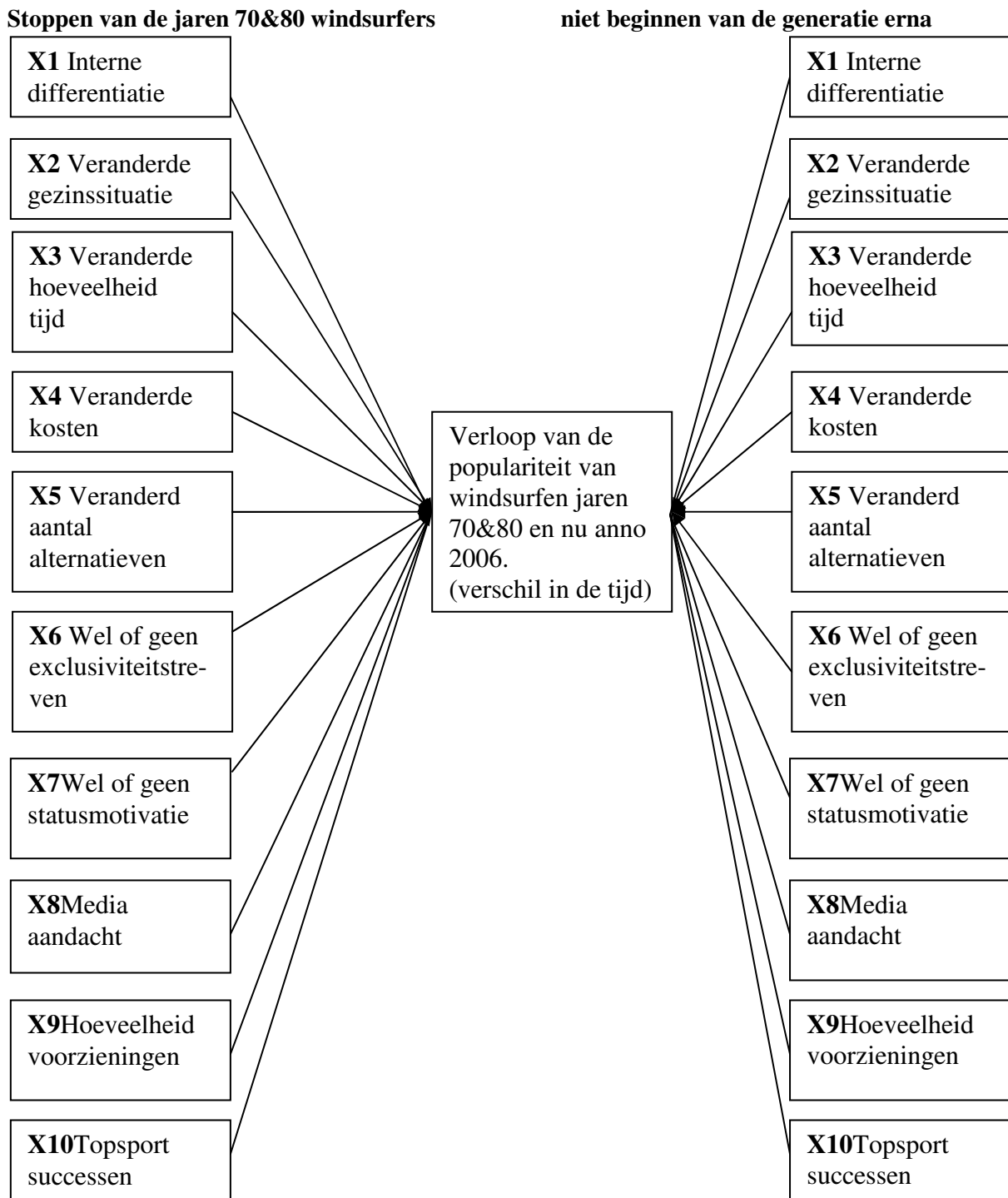
generatie erna is, wanneer uitgegaan wordt van het statusmotief een andere activiteit gaan ondernemen die toen status verschaftte.

De media (x8) hebben de opkomst van de sport misschien te weinig gestimuleerd waardoor de ontwikkeling zich niet verder heeft doorgezet. Dit kan ook gezegd worden van de aanwezigheid van voorzieningen (x9). Goede voorzieningen bij het water kunnen de sport toegankelijker maken en de populariteit behouden. Wanneer de media en/of het voorzieningenbeleid niet genoeg aandacht hebben besteed aan de sport, zouden de windsurfers er mee gestopt kunnen zijn. De drempel voor de nieuwe generatie werd niet verlaagd, dus werd windsurfen door hun niet beoefend.

Topsport successen (x10), zoals de Olympisch overwinning van Stephan van de Berg (1984) zouden de jaren 70&80 windsurfers wellicht gestimuleerd hebben. Toen er geen successen volgden is de stimulatie gestopt en zijn de windsurfers ermee opgehouden en is de generatie erna nooit begonnen. Uit deze veronderstellingen volgt het volgende model:



Figuur 1. Verklaringsmodel afgenomen populariteit van windsurfen



*Besluit*

De doelstelling van het onderzoek is: **Het verkrijgen van inzicht in de factoren die er mogelijkwijze voor hebben gezorgd dat de populariteit van windsurfen gedurende de late jaren tachtig sterk is afgenomen.**

Uit het model is de probleemstelling af te leiden, deze luidt: **Welke factoren kunnen mogelijkwijze de afgenomen populariteit van windsurfen, na een stijging in de jaren zeventig en begin jaren tachtig verklaren?**

De volgende onderzoeksvragen kunnen worden gevormd aan de hand van het model:

**Hoe heeft de beoefening van het windsurfen in Nederland zich ontwikkeld sinds 1973?**

**Welke factoren verklaren de toe- en afname in de beoefening van windsurfen in Nederland?**

**Welke aanbevelingen kunnen worden gedaan ter bevordering van de beoefening van het windsurfen in Nederland?**

### 3. Methoden

In dit hoofdstuk komt aan de orde op welke wijze het veldonderzoek is verricht, welke keuzes daarin (noodgedwongen) zijn gemaakt en hoe de data zijn geanalyseerd.

Hoe kan de populariteit van windsurfen in Nederland nu onderzocht worden? De beste methode om inzicht te kunnen krijgen in de relatie tussen de verschillende concepten en de populariteit van windsurfen is kwalitatief onderzoek. Kwalitatief onderzoek past beter bij de onderzoeksvraag dan kwantitatief onderzoek, omdat bij kwalitatief onderzoek meer exploratief te werk wordt gegaan. In dit onderzoek staat centraal waarom mensen de keuze hebben gemaakt om te stoppen met windsurfen enerzijds en waarom de generatie(s) erna anderzijds niet is (zijn) begonnen. Dit is een goed uitgangspunt voor kwalitatief onderzoek. Het bestaat uit een niet volledig gestandaardiseerde opzet die kan bestaan uit open interviews, participerende observaties of documentanalyse.

Er is te werk gegaan met half gestructureerde interviews. Een kwalitatief onderzoek is niet representatief voor de hele bevolking. Het idee was om zowel vanuit de aanbodzijde als vanuit de vraagzijde te werk te gaan, in eerste instantie vanuit acht interviews aan beide kanten. Een kwalitatief onderzoek bevat minder cijfers maar heeft meer betekenis. Bij dit onderzoek sluit dat goed aan. Er is niet veel cijfermateriaal nodig. Vooral uitvoerige uitleg en antwoorden over de windsurfsport zijn van belang om tot een goed beeld te komen (Baarda, Goede & Teunissen, 1995).

Het onderwerp 'de populariteit van windsurfen' is een onderwerp waar niet veel literatuur over is verschenen. Vandaar dat de besproken literatuur gericht is op de algemene literatuur met betrekking tot de populariteit van sporten. Probleemafbakening was nodig, omdat dit direct verband houdt met de tijdsplanning. Zo is de keuze gemaakt om nationaal te blijven en niet internationaal naar de windsurf populariteit te kijken. Ook is er gekozen om het onderzoek te beperken tot het selecteren van zestien respondenten. In het onderzoek staat de visie van de respondent op de populariteit van windsurfen centraal. De bereikbaarheid is van belang, die bereikbaarheid leek er wel te zijn, omdat het onderzoek binnen de landsgrenzen plaats zou vinden. De bereikbaarheid van de bedrijven en individuele respondenten was nog niet bekend.

De respondenten zijn aan de hand van de onderzoeksvraag geselecteerd. Welke respondenten komen in de gedachten op, wanneer er aan windsurfen wordt gedacht? Door middel van het lezen van magazines en zoeken op internet is er een start gemaakt met het selecteren van respondenten aan de aanbodzijde. In eerste instantie is er uit gegaan van een ruim aantal, rekening houdend met mensen die niet wilden meewerken of andere omstandigheden.

Het leek verstandig om eerst contact op te nemen met het Watersportverbond. Via de contactpersoon (Vincent Velema) van het verbond werden er twee namen van importeurs verkregen; Martijn Vos van Fox Sport en Mark Thoms van Windgear. Door het lezen van Surf-Magazine

ontstond het idee om daar ook een interview te houden. Twee surfshops in Scheveningen leken geschikt, evenals de shop van Stephan van de Berg, zodat daar aandacht kon worden besteed aan zijn Olympische overwinning. Ook werd er gedacht aan een surfvereniging, maar welke was nog niet duidelijk. Zelf kende ik een medewerker (Gerhard Messink) van een shop in Twello die nu niet meer bestaat, een medewerker van Kater sport (Arjen Disma) en de eigenaar van een van de eerste surfshops van Nederland; Tim Klein Surfing. Via internet zijn Siem de Jong Fun Sport en Kubus-Sport (importeur) erbij gevonden.

Na de interviews aan de aanbodzijde is er gezocht naar respondenten voor de vraagzijde. Wat te verwachten was, was dat alle geïnterviewden aan de aanbodzijde zelf ook fanatieke windsurfers waren (Gerhard Messink en Tim Klein) of nog steeds zijn (de overigen). Deze interviews zijn daarom ook bruikbaar aan de vraagzijde. Voor de overige vraagzijde respondenten is er gebruik gemaakt van snowballing. Om te beginnen is er een stel vrienden gekozen (Bart en Fine Fischer) die al windsurfen sinds de jaren tachtig. Via hun werd er contact gemaakt met Erica Voogd ook een jaren tachtig surfster, die altijd veel in Nederland heeft gewindsurft, maar verhuisd is naar Libië en daar veel windsurft. Een vriendin van mijn eigen leeftijd, een jaren negentig windsurfster Marieke Pijlman wilde ik vragen en via haar ben ik bij een jaren negentig windsurfer Michel van Beuren en een windsurfster sinds 2002 gekomen, Kim de Vries.

Het leek ook interessant om meer gegevens te verzamelen van ex-windsurfers, echter het vinden van deze mensen was niet gemakkelijk. Wel hebben Gerhard Messink en Tim Klein door hun eigen ervaringen inzicht kunnen verschaffen in de vraagstukken omtrent het stoppen met windsurfen.

### *Operationalisering van de onderzoeksvraag*

De probleemstelling is: Welke factoren kunnen mogelijkwijze de afgenomen populariteit van windsurfen, na een stijging in de jaren zeventig en begin jaren tachtig verklaren? Deze vraag werd uiteengezet in de volgende onderzoeksvragen:

#### 1. Hoe heeft de beoefening van het windsurfen in Nederland zich ontwikkeld sinds 1973?

Deze vraag is gekozen, omdat het van belang is een precies beeld te verkrijgen van de ontwikkeling van windsurfen in Nederland, omdat op deze manier de y variabele van het onderzoek in kaart kan worden gebracht. Is er echt een piek geweest of was er meer sprake van een golfbeweging van de windsurfparticipatie? Wellicht zijn er andere verklaringen nodig om het verloop van de populariteit van windsurfen te verklaren bij een golfbeweging. Er zijn verschillende gegevens die kunnen dienen als indicatoren van de y variabele. Zo zullen er ledentallen van windsurfverenigingen, ledentallen van het Watersportverbond, verkoopcijfers van windsurfshops en van importeurs van windsurfpakken, planken en zeilen gebruikt worden om deze onderzoeksvraag te beantwoorden.

## 2. Welke factoren verklaren de toe- en afname in de beoefening van windsurfen in Nederland?

Eerst zal er aan de respondenten verzocht worden om zelf factoren te bedenken die er volgens hun voor hebben gezorgd dat de windsurfers van de jaren 70&80 gestopt zijn, en vervolgens om factoren te bedenken waarom de generatie(s) erna niet is (zijn) begonnen. Dan zullen de factoren uit het model verkend worden. En er zal ten slotte gevraagd worden of de experts en (ex)windsurfers de mogelijke verklarende variabelen in de belangrijkste volgorde willen zetten en of zij eventueel factoren aan het model willen toevoegen of weglaten en waarom.

De eerste factor 'interne differentiatie' zal verkend worden door aan importeurs te vragen naar de groei in windsurfplanken, -pakken en -zeilen. Deze vraag zal ook worden gesteld aan eigenaren van shops. Heeft deze groei de sport te ingewikkeld gemaakt? Merken de eigenaren van shops dat er minder snel een aankoop wordt gedaan dan vroeger? Hoe kijkt de oude en nieuwe generatie hier tegen aan? Aan een directeur van een tijdschrift kan gevraagd worden of er vroeger bijvoorbeeld meer abonnementen werden verkocht of meer losse exemplaren.

Bij x2 (veranderde gezinssituatie) zal er aan jaren 70&80 windsurfers gevraagd worden of er daadwerkelijk een verandering in de gezinssituatie van de windsurfers heeft plaatsgevonden en in hoeverre er gedacht wordt dat deze verandering een uitwerking heeft gehad op de kinderen van de windsurfers. Of de houding t.a.v. windsurfen van de ouders van de jaren 70&80 windsurfers een rol heeft gespeeld bij de keuze om te participeren in windsurfen en of de eventuele kinderen van de jaren 70&80'ers wel of niet zijn gaan windsurfen. Of hun houding daar wel of niet aan heeft bijgedragen. Ook zal aan windsurfers van 2006 worden gevraagd of zij gestimuleerd zijn door hun ouders en hoe zij denken over de rol van gezinssituatie als verklarende variabele voor de afgenomen populariteit van windsurfen. Aan de directeur van een windsurftijdschrift, of hij of zij inzicht heeft in wie de leden waren en wie ze nu zijn en waarin zij verschillen.

Ten aanzien van de derde factor 'veranderde hoeveelheid tijd' zal er gevraagd worden aan de jaren 70&80 windsurfers of zij ervaren hebben minder tijd te hebben gekregen om te windsurfen en hoe de eventuele schaarser geworden tijd ontstaan is. Heeft dit tijdgebrek er dan ook toe geleid dat zij daadwerkelijk minder zijn gaan windsurfen of (perioden) gestopt zijn. Aan zowel de jaren 70&80 generatie windsurfers als aan de windsurfers van 2006 zal gevraagd worden of zij denken dat minder tijd een verklarende variabele voor de afgenomen populariteit van windsurfen kan zijn.

Wat betreft x4 'veranderde kosten' zal er aan medewerkers/eigenaren van surfshops gevraagd worden hoe de prijs van windsurfen is veranderd en zo ook de besteding aan windsurfmateriaal. Aan de jaren 70&80 windsurfers zal gevraagd worden of de kosten zijn toegenomen en de mogelijke rol van de kosten ten aanzien van de participatie. Aan de windsurfers van nu zal gevraagd worden waar zij nog meer hun geld aan uitgeven en of zij een verschil zien in uitgavenpatroon met vrienden en kennissen die niet windsurfen.

Wanneer gekeken wordt naar de vijfde factor 'veranderd aantal alternatieven' kan er gevraagd worden aan surfshopeigenaren of zij een idee hebben wat de windsurfers van de jaren 70&80 zijn gaan

doen en of zij merken dat sporten als kitesurfen en golfsurfen wellicht aan populariteit gewonnen hebben ten koste van het windsurfen. Aan de windsurfers van de jaren 70&80 en nu kan dezelfde vraag worden gesteld. Ook zal er gevraagd worden of windsurfen wel of niet behoort tot een lifestyle sport en of de windsurfers deze lifestyle dan aan de kant hebben gezet. Ook wordt er gevraagd of de verscheidenheid aan sportparticipatie is toegenomen, wat deden de windsurfers van de jaren 70&80 naast windsurfen nog meer? Wat doen de windsurfers van nu, wanneer zij niet bezig zijn met deze sport? En hoe vaak wordt er nog gewindsurft in vergelijking met vroeger. Waar houdt de jeugd van tegenwoordig zich mee bezig?

Voor x6 (wel of geen exclusiviteitstreven) zal er gevraagd worden aan de jaren 70&80 windsurfers waarom zij zijn gaan windsurfen en of zij al eerder pioniers waren bij andere nieuwe sporten. Hebben zij het windsurfen ingeruild voor een andere nieuwe sport? Aan eigenaren van surfshops of zij inzicht hebben wie de eerste windsurfers waren en waarom zij zijn gaan windsurfen. Aan de windsurfers van 2006 zal gevraagd worden waarom zij zijn gaan windsurfen, immers de sport was toen al niet meer exclusief.

Factor 7 'wel of geen statusmotivatie' slaat terug op de eerste windsurfers, wie waren deze mensen en werden zij nagedaan door anderen? Aan de windsurfshop eigenaren zal gevraagd worden of er sprake was van het nadoen van een elitegroep. Ook zal aan de jaren 70&80 windsurfers worden gevraagd hoe zij in aanraking gekomen zijn met de sport. Deze vraag zal ook aan de generatie van 2006 worden gesteld.

De aandacht van de media x8 zal beschreven worden door aan de te interviewen personen hun visie ten aanzien van de rol van de media te vragen. Was er voldoende aandacht voor de nieuwe sport in de jaren 70 en is deze aandacht teruggelopen?

De negende factor 'hoeveelheid voorzieningen' zal in kaart worden gebracht door aan de jaren 70&80 windsurfers te vragen of zij veel gebruik hebben gemaakt van voorzieningen en hoeveel waarde ze hechten aan voldoende voorzieningen. Dezelfde vraag kan gesteld worden voor de generatie erna. Aan iedereen zal naar hun mening over de aanwezigheid van voorzieningen en de rol hiervan als mogelijke verklarende variabele worden geïnformeerd.

De laatste factor wordt verkend door een interview met Stephan van de Berg (Olympisch kampioen 1984). Ook zal er aan de jaren 70&80 windsurfers worden gevraagd hoe zij het succes van Stephan van de Berg hebben ervaren en of zij hierdoor geprikkeld werden meer te gaan windsurfen. Hoe denkt de generatie erna over topsport successen. Is de verkoop van windsurfmateriaal toegenomen (aan surfshop eigenaren en importeurs)? En wat was de oplage in die tijd van magazines?

3. Welke aanbevelingen kunnen worden gedaan ter bevordering van de beoefening van het windsurfen in Nederland?

Aan de hand van de interviews zullen aan het einde uitspraken worden gedaan over de mogelijke bevordering van de windsurfsport. Zijn er tijdens de ontwikkeling van de sport wellicht fouten

gemaakt die ertoe hebben geleid dat de sport in populariteit is afgenomen, die misschien bij de ontwikkeling van andere sporten voorkomen kunnen worden? Ook wordt er aan de respondenten gevraagd hoe zij de toekomst van het windsurfen zien en waarom.

#### *Veldwerk*

Contact zoeken met bedrijven bleek een makkelijke klus. Al snel bleek de ‘windsurfwereld’ één grote kennissenkring te zijn, waarbinnen iedereen elkaars telefoonnummer bezat. Bijna alle geselecteerde bedrijven stemden direct in met een interview, echter twee bedrijven in Scheveningen bleken zich helemaal niet met het windsurfen bezig te houden en hadden er ook geen visie op. Wel werd door één van hen het telefoonnummer van Jumpteam, een surfvereniging in Scheveningen gegeven. Sommige bedrijven vroegen om alles op de mail te zetten om de juiste persoon te bereiken en er werd vaak snel gereageerd. Al gauw stonden er interviews gepland met Vincent Velema van het Watersportverbond, Mark Thoms van Windgear, Martijn Vos van Foxsport, Edwin Blaauwbroek en Stefan Grolleman van Surf-Magazine, Stephan van de Berg, Arjen Disma (Kater sport), Guido Hoogwerf van Kubus-Sport, Tim Klein van Tim Klein Surfing, Gerhard Messink van Bussloo Trendsport, Ellen Huisman van Jumpteam Scheveningen en Siem de Jong Funsport (11 interviews).

Het interview met Ellen Huisman van Jumpteam Scheveningen is via e-mail afgehandeld, omdat de onderzoekster ziek was geweest. Het laatste interview met Siem de Jong Funsport is om dezelfde reden helaas niet doorgegaan. Verder is er gewerkt met halfgestructureerde interviews. Alleen de beginvragen stonden vast; op deze manier was ook ruimte om ‘door te vragen’.

Aan de vraagkant zijn Bart en Fine Fischer (jaren 80 tot nu windsurfers) samen in een wat langer interview aan bod gekomen, Erica Voogd (jaren 80 tot nu windsurfster) in een wat beknopter interview, omdat zij maar even in Nederland was, Marieke Pijlman (jaren 90 tot nu windsurfster), Michel van Beuren (jaren 90 tot nu windsurfer) en Kim de Vries (vanaf 2002 windsurfster) (6 interviews).

Alle interviews werden afgenomen met behulp van een MP3 speler, daar had geen enkele respondent bezwaar tegen. Ook is er anonimiteit verzekerd: de personen met wie de interviews zijn afgenomen, worden wel genoemd maar de antwoorden zullen niet specifiek per persoon besproken worden, zodat er niet te herleiden is wie wat gezegd heeft. Er zal onderscheid worden gemaakt tussen de antwoorden van de aanbodzijde en de vraagzijde.

Aan de meeste respondenten heb ik mezelf eerst voorgesteld en bij allen is er eerst informatie over het onderzoek gegeven. De eerst gestelde vragen waren hoe zij dachten dat het windsurfen in Nederland zo populair heeft kunnen worden, waarom de windsurfers van de jaren 70&80 gestopt zijn en waarom de jeugd niet is begonnen (opnoemen van de belangrijke factoren, deel 1 van het interview). Er is daarna gevraagd of er door middel van inzichten of verkoopcijfers beschreven kon worden hoe de ontwikkeling van het windsurfen zich heeft voortgedaan in Nederland (ter

beantwoording van de eerste onderzoeksvraag) Vervolgens is per factor de vragenlijst doorgelopen en is er gevraagd naar de opinies over de factoren (per factor, deel 2 van het interview). Er zijn ook nog een aantal losstaande vragen gesteld, onder andere over de toekomstperspectieven ten behoeve van de derde onderzoeksvraag. Als laatste werd er gevraagd de uit de literatuur gevormde factoren in de voor de respondent meest relevante volgorde te zetten (ranglijst, deel 3 van het interview).

Bij de beschrijving van de resultaten van het onderzoek zal er begonnen worden met de beantwoording van de eerste onderzoeksvraag. Deze informatie zal verkregen worden door zowel de interviews als door secundaire analyse met betrekking tot een beschrijving van de populariteit van windsurfen van de jaren 70 tot en met nu. Aan de hand hiervan volgt een conclusie waaruit zal blijken hoe het windsurfen zich in Nederland door de jaren heen heeft ontwikkeld.

De informatie verkregen door de interviews met betrekking tot de factoren uit het conceptueel model zal worden gegroepeerd per factor. Ook is er gebruik gemaakt van 6 matrixen in Excel, één voor het stoppen van de jaren 70&80 windsurfers en één voor het niet beginnen van de generatie(s) erna voor elk van de drie delen van het interview. Helaas zal de informatie verkregen in deel 3 van het interview niet in de resultaten besproken worden, omdat de antwoorden niet bruikbaar zijn. Het zetten van de factoren in de juiste volgorde zorgde voor verwarring en de antwoorden kwamen daardoor niet overeen met de eerder gegeven antwoorden in deel 1 en deel 2 van het interview. Als laatste zal de relevante informatie over de toekomst van het windsurfen besproken worden.

De interviews duurden gemiddeld een uur, een enkele uitzondering daargelaten. Aan het einde van het interview werd er gezorgd voor een goede afsluiting: wil de respondent nog iets zeggen over windsurfen dat van belang kan zijn voor het onderzoek? De interviews zijn afgenomen op verschillende locaties. Voor de meeste interviews is er een bezoek gebracht aan het kantoor of de winkel van de geïnterviewde. Enkele interviews konden echter worden afgenomen bij de geïnterviewden of bij de onderzoekster thuis.

### *Besluit*

Over het algemeen kan worden gezegd dat het uitvoeren van het onderzoek niet gemakkelijk is gegaan. Het is niet gelukt om alles te doen, zoals dat van tevoren was besloten, omdat de onderzoekster ziek is geweest en omdat het zoveel tijd kost door heel Nederland interviews te houden. Ook bleek al vrij snel dat de laatste vraag van het interview ( het conceptueel model in de voor de respondent belangrijkste volgorde zetten) voor veel verwarring zorgde. Veel respondenten lieten zich door de namen van de opgestelde factoren leiden en weken af van hun eigen inhoudelijke visies die daarvoor besproken waren. Sommigen zagen overal uiteindelijk wel een mogelijke verklaring in.

Ook werd er opgemerkt dat vooral aan de aanbodzijde, de beginvragen (waarom zijn de windsurfers van de jaren 70&80 windsurfers begonnen en gestopt en waarom zijn de generaties erna niet begonnen) voor een erg lang verhaal zorgden, waarin een aantal opgestelde factoren al even aan bod kwamen. Wanneer er dan later werd overgegaan in de bespreking van de overige factoren werd



daar vaak kortaf op gereageerd, of werd er juist op gereageerd dat dat ook wel een rol kon spelen “*ja dat zou ook wel kunnen*”, waardoor soms het idee ontstond dat er wenselijke antwoorden werden gegeven.

Uiteindelijk is het een bewuste keuze geweest meer interviews aan de aanbodzijde te houden, omdat deze respondenten allemaal zelf ook fanatiek windsurfen/ hebben gewindsurft en er zo meer informatie gewonnen kon worden. Met de afgenomen interviews aan de vraagzijde is het zeer goed gelukt om een verzadiging in de antwoorden te verkrijgen. Aan de aanbodzijde werd de verzadiging al bereikt voordat alle interviews gehouden waren. Echter, omdat de afspraken met de respondenten al vaststonden zijn deze gewoon doorgegaan.

## 4. Opkomst en neergang van windsurfen verklaard

In dit hoofdstuk zullen de gecodeerde resultaten per factor behandeld worden. In totaal zijn er tien interviews aan de aanbodzijde gehouden en zes aan de vraagzijde. Achter de citaten zullen een A of een V (respectievelijk aanbod en vraag) en een getal worden vermeld. De getallen zijn willekeurig aan de respondenten toegewezen, zodat niet te herleiden is wie wat heeft gezegd. Er is geen verschil opgemerkt tussen de antwoorden van de vraagzijde en de antwoorden van de aanbodzijde. Ook de antwoorden van de verschillende generaties surfers vertoonden geen consistente verschillen. De eerste paragraaf zal gaan over de eerste onderzoeksvraag.

### 4.1 Hoe heeft de beoefening van het windsurfen in Nederland zich ontwikkeld sinds 1973?

Om deze subvraag te beantwoorden was het aanvankelijk de bedoeling gebruik te maken van ledentallen van windsurfverenigingen, ledentallen van het Watersportverbond, verkoopcijfers van windsurfshops en van importeurs van windsurfpakken, planken en zeilen. Het verzamelen van deze gegevens was echter een onmogelijke opgave. De benaderde verenigingen en het verbond bleken de administratie niet zo nauwkeurig bij te houden, of wilden deze gegevens niet naar buiten brengen. Dit laatste argument werd ook gebruikt door de windsurfshops en importeurs, omdat zij vreesden voor de concurrentie. In verschillende interviews werd gezegd dat de één de andere het licht in de ogen niet gunde. Het blijkt voor de aanbodzijde vaak knokken om op de been te blijven. Wel is er in de interviews gevraagd naar een indicatie van de populariteit. Uit deze gegevens blijkt dat de populariteit van windsurfen zijn top lijkt te hebben gehad van 1980 tot 1985 en in 1990 is ingestort.

*“De top was in 83-85 en echt pas ingestort in 1990 toen OZO failliet ging, een wat goedkopere surfshop, één van de eerste goedkopere shops, vanaf 1986 gedaald met in 1990 top diepte punt.” (V5)*

*“Puur qua cijfers zou ik het niet precies weten maar in 1985-86 waren we bezig met de omslag van de sport, waren we helemaal met funsurfen bezig, surfsporten verlegden zich van recreatieve sportbeleving ging het naar echte sport toe, werd specialistischer werd gepromoot op hoog niveau wedstrijdsurfen, consument probeert het ook, maar de wedstrijdlocatie werden gekozen om de wind die daar altijd stond, maar de consument kon niet altijd surfen met zijn spullen, werden te afhankelijk om met het aangeschafte materiaal te varen op dagen dat het waaide, dat wilden mensen niet wilden gewoon een beetje heen en weer varen, veel mensen wel geprobeerd maar toch te moeilijk, ook mensen die het wel geprobeerd hebben stopten er*

*mee, 1985-1990 werden veel funboards verkocht maar werden eigenlijk al niet meer gebruikt, de grote klap kwam in 1990.” (A5)*

Sindsdien is er een lichte schommeling te zien, met sinds 2003 een kleine groei.

*“Ja er is weer geloof in de markt, kijk om je heen, ben jaren aan het fietsen langs meertjes waar niets meer gebeurt en er zijn nu weer jonge gastjes, volgende maand is er ook een evenement voor de jeugd, dat leeft er is al weer aanvraag voor.”(A8)*

Zoals in de inleiding vermeld is bleek uit het AVO in De Haan en Breedveld (2000) dat de categorie zeilen/roeien, kanoën en surfen van 1979 naar 1983 met 58% gestegen is, gemeten onder de bevolking van 6-79 jaar. In 1987 daalde dit aantal weer met 37% en in 1999 lag het nog 5% lager dan in 1987. Deze gegevens slaan niet uitsluitend op windsurfen, maar komen wel overeen met de data verkregen uit de interviews.

Uit Rapportage Sport (2006) ([www.rapportage-sport.nl](http://www.rapportage-sport.nl)) blijkt dat 3.1% van de Nederlandse bevolking in 2005 in het bezit was van een surfplank. Volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek bestond de Nederlandse bevolking in 2005 uit ongeveer 16,3 miljoen mensen ([www.cbs.nl](http://www.cbs.nl)). Dit betekent dat ongeveer een half miljoen mensen in het bezit was van een windsurfplank. Daarnaast wordt er vermeld dat 49,1% van de bezitters de surfplank meer dan twee jaar niet gebruikt heeft ([www.rapportagesport.nl](http://www.rapportagesport.nl)). In de inleiding werd vermeld dat in het begin van de jaren tachtig 1 op de 3 huishoudens in het bezit was van een surfplank, een schatting geeft weer dat dit ongeveer 2 miljoen mensen waren. Deze gegevens bevestigen de daling van de populariteit van windsurfen.

Onder de lezers van Surf-Magazine (totaal 720 respondenten) is in 2005 een onderzoek gehouden, waaruit blijkt dat de meeste lezers al sinds 1985 windsurfen (Steenbeek, 2005)(zie bijlage 7.3). Volgens Surf-Magazine hadden zij toen ongeveer 16000 abonnees en nu 6500. Dit jaar komt overeen met de in de interviews beschreven top van de populariteit. Van 1985 is er een schommeling te zien in het aantal startende individuen en in 2003 is er weer een grote groep lezers begonnen. De recente groei in de populariteit blijkt naast uit de interviews ook uit deze gegevens.

#### **4.2 Welke factoren verklaren de toe- en afname in de beoefening van windsurfen in Nederland?**

In de volgende paragraaf zullen de factoren uit het conceptueel model worden besproken. Eerst wordt er gekeken welke factoren er mogelijkwijs van invloed zijn op het stoppen van de jaren 70&80 windsurfers en vervolgens zullen de mogelijke redenen voor de generatie(s) erna om niet te beginnen in kaart worden gebracht.

## 4.2.1 Gegevens over het stoppen van de jaren 70&80 windsurfers

### 4.2.1.1 Uitkomsten van het noemen van belangrijke factoren (deel 1)

#### *Beginnen van de jaren 70&80 windsurfers*

Wanneer er gevraagd werd naar het noemen van de hoofdreden waarom de jaren 70&80 windsurfers begonnen zijn, werd er door bijna allen geantwoord dat het een nieuwe sport was. Dit argument valt onder de factor exclusiviteitstreven.

*“Windsurfers zijn begonnen omdat het een nieuwe populaire sport was, goed betaalbaar in tegenstelling tot zeilen, iedereen had een surfplank, net een tuinmeubelsetje.” (A9)*

Een andere factor die genoemd werd was het ontbreken van alternatieven, waarmee vaak eigenlijk bedoeld werd op de exclusiviteit van het windsurfen, één respondent antwoordde bijvoorbeeld:

*“Er was gewoon minder keus dan nu, je had zeilen en toen kwam er een nieuwe watersport en dat was windsurfen, nu ook nog wakeboarden en kitesurfen.” (V4)*

Daarnaast werd er ook regelmatig gesteld dat windsurfen een ‘coole’ sport was, waaruit blijkt dat windsurfen in die tijd een bepaald imago had. De Olympische overwinning van Van de Berg wordt ook genoemd als versterking van de populariteit en er wordt gezegd dat windsurfen de betaalbare variant van het zeilen was, dus kosten leken ook een rol te spelen.

#### *Het stoppen van de jaren 70&80 windsurfers*

Als reden voor het stoppen van de jaren 70&80 windsurfers werd gezegd dat de windsurfers in een andere levensfase waren terecht gekomen waarin zij zich bezig gingen houden met carrière maken, een partner of het krijgen van kinderen, waardoor zij geen tijd meer hadden voor het windsurfen. De factor ‘veranderde gezinssituatie’ uit het conceptueel model lijkt vervangen te kunnen worden door de factor ‘veranderde levensfase’. Shank (2002) noemde de veranderde levensfase ook als factor, omdat deze factor beter aangeeft dat niet alleen de komst van kinderen of een huwelijk, maar ook het werk een rol kan spelen. Dit werd door de respondenten als volgt beschreven:

*“Jongens van rond de dertig die vroeger heel veel gewindsurft hebben zijn carrière gaan maken of gaan werken en hebben kinderen.” (A4)*

Een andere mogelijke verklaring voor het stoppen met windsurfen was dat de sport te ver is doorontwikkeld, waardoor de aandacht van recreatie naar meer professionele sport verschoof en daardoor ook duurder werd en er veel mensen afhaakten. De factor ‘veranderde interne differentiatie’

duidde aan dat teveel aanbod, mensen kan hinderen een keuze te maken, maar de respondenten doelden niet op teveel keuze, maar op te gecompliceerd materiaal.

*“Jaren 80 windsurfers zijn gestopt, omdat het materiaal steeds meer was voor wave, golfrijden en springen indrukwekkend maar voor een klein groepje bereikbaar, was te geavanceerd dus kreeg je afhakers, je hebt 1 plank 2 masten en 4 of 5 zeilen nodig dus te duur.” (V6)*

### *Besluit*

Twee factoren werden aangedragen als reden om te stoppen, namelijk ‘veranderde levensfase’ en ‘doorontwikkeling’. Als reden om te beginnen werden ‘exclusiviteit’, ‘ontbreken van alternatieven’, ‘coole sport’, ‘topsport’ en ‘betaalbaarheid’ genoemd. Het zou kunnen dat er in de condities van de redenen om te beginnen iets is veranderd, waardoor de windsurfers gestopt zijn. Dit zou dan naar voren komen in deel 2 van het onderzoek. Opvallend was dat er bij beide vragen naast de ‘doorontwikkeling’ van de sport geen factoren werden genoemd die niet in de literatuur werden besproken.

#### 4.2.1.2 Uitkomsten per factor (deel2)

Vervolgens zijn de factoren afzonderlijk besproken om te kijken welke rol een factor mogelijkerwijs in de populariteit van windsurfen heeft gespeeld en of de inhoud en de benaming van de factoren overeenkomt met de opinies van de respondenten. Opmerkelijk was dat veel van de factoren al in deel 1 van het interview naar voren waren gekomen.

### *Veranderde interne differentiatie*

De inhoud van de factor ‘interne differentiatie’ als in, teveel keuze zorgt ervoor dat mensen niets kopen, lijkt niet van toepassing op de windsurfsport. Wel wordt door vrijwel alle respondenten genoemd dat de doorontwikkeling van de sport zichzelf de das om heeft gedaan.

*“Had eerst 1 zeil, 1 plank 1 giek 1 mast 1 vin en 1 zwaard, moet je nu kijken wat je nodig hebt, high tech geworden dus het kost nu best wel veel hoor zo. Als de doorontwikkeling niet was gebeurd was het heel saai plankzeilen gebleven het is wel onderdeel van de meest sensationele watersport hoor, snelst varende object op water, vliegt catamarans voorbij dus anders was je ook veel mensen kwijt geraakt hoor, maar was te technisch.” (A2)*

Het probleem was dat de recreatiesurfers volledig vergeten werden door de aanbodzijde, waardoor het recreatieve windsurfen is weggevaagd.

*“Super specialistisch en doorontwikkeld, niet atletische mensen lagen meer te zwemmen in het water dan dat ze aan het varen waren.”(A9)*

De term interne differentiatie zal voor de duidelijkheid veranderd worden in ‘doorontwikkeling’.

#### *Veranderde gezinssituatie*

Zoals al in de uitkomsten van deel 1 van het interview genoemd is bleek de ‘veranderde gezinssituatie’ beter de ‘veranderde levensfase’ genoemd te kunnen worden. Opmerkelijk is dat de ‘veranderde levensfase’ an sich niet van belang is, maar de verschuiving van de prioriteiten van de mensen, waardoor er minder tijd is om te windsurfen of het geld uitgegeven wordt aan andere dingen (kinderen, huwelijk). Het lijkt ook nog van belang of je partner wel of niet windsurft.

*“Als je als stel niet samen surft dan stop je als je kinderen krijgt, anders niet.” (V3)*

*“Door mijn beroep ben ik s’avonds laat thuis, kindje, vond het wel gesneden om dan weer naar het strand te gaan 2 daagjes vrij in de week nou dan weet je het wel.” (A3)*

*“De windsurfers van vroeger zijn nu aan het kinderen poepen, ben je in het weekend vrij dan laat je moeders ook niet in de steek.”(A1)*

#### *Veranderde hoeveelheid tijd*

De factor ‘veranderde hoeveelheid tijd’ werd ten eerste gecombineerd met de factor ‘veranderde gezinssituatie’ (levensfase). Daarnaast wordt er gesteld dat de tijd die de mensen hebben niet veranderd is, maar dat er meer van de mensen verwacht wordt en dat de mensen meer zijn gaan willen, meer dingen doen in dezelfde hoeveelheid tijd. Het lijkt niet genoeg te zijn, om alleen te windsurfen, dus alternatieven worden belangrijker. De veranderde hoeveelheid tijd kan beter worden veranderd in ‘veranderde prioriteiten’.

*“Denk dat het leven nu drukker is, er wordt ook meer van je verwacht, in de jaren 70 was het algemeen bekend, niemand had echt veel geld, we verwachtten nu dat je alles kunt doen, maar daar moet je hard voor werken, iedereen wil het goed voor elkaar hebben mooi huis en een mooie bank net als je vrienden, hectisch in sociale contacten, alles moet gepland worden strakke schema’s. zelf merk ik ook nu dat ik vaak geen tijd heb, kost een hele dag je kunt niet effies gaan surfen.” (V1)*

#### *Veranderde kosten*

De benaming van de factor ‘veranderde kosten’ blijkt niet juist te zijn. De prijs van een windsurfsetje ligt niet veel hoger dan vroeger en de kwaliteit van de producten is sterk gestegen. De factor ‘kosten’

kan wel een rol hebben gespeeld in combinatie met de doorontwikkeling van de sport, waardoor het financieel niet meer was bij te benen om de spullen aan te schaffen.

*“Het is een dure sport, maar de artikelen zijn in verhouding goedkoper geworden, geef ongeveer 1000 euro per jaar uit aan de sport.”(V1)*

#### *Veranderd aantal alternatieven*

Het veranderde aantal alternatieven lijkt een rol te spelen in combinatie met de factor ‘veranderde hoeveelheid tijd’ (‘veranderde prioriteiten’). Ook de opkomst van het kitesurfen heeft er voor gezorgd dat de overgebleven fanatieke windsurfers eind jaren negentig minder zijn gaan windsurfen. Wel wordt genoemd dat er de laatste tijd veel windsurfers die de overstap naar het kiten hebben gemaakt weer teruggaan naar het windsurfen.

*“Er zijn hier altijd veel kitters maar dat zijn vaak ex-windsurfers. Dat is makkelijk voor weinig wind en dan ga je door want het is toch leuk, maar allebei is niet zo makkelijk hoor financieel, windsurfen is echt in elkaar gestort denk ik toen het kiten opkwam.” (A3)*

#### *Wel of geen exclusiviteitstreven*

Wanneer er een nieuwe sport zo populair wordt lijkt het logisch te zeggen dat er altijd mensen stoppen als het nieuwtje eraf is. Eén respondent antwoordt:

*“Waar waren we in godsnaam mee bezig? Waarom heb ik die plank gekocht, waarom moest ik die hebben, ja dat zie je met kiten ook weer degen die er als eerste mee begonnen zijn die ‘popie jopies’ de manier van praten, je pakt ze er zo uit, die doen het alleen maar omdat het nieuw is, ze voelden zich helemaal het mannetje hot met de sport en zodra meer het doen stoppen ze het was leuk, dan verdwijnen ze van het toneel en komen ze terug met onderwaterfietsen ofzo.”(A5)*

De factor exclusiviteitstreven lijkt een rol te hebben gespeeld. Voor de duidelijkheid van het begrip heet de factor geen ‘wel of geen exclusiviteitstreven’, maar ‘exclusiviteitstreven’ Van belang is dat er vaak wordt gezegd dat er nu een groep fanatiekelingen over is, wiens passie en leven het is om te windsurfen:

*“Het was een trend die weg ebt en waar heel veel andere alternatieven voor in de plaats komen, dus alleen de diehards bleven windsurfen.” (A1)*

### *Wel of geen statusmotivatie*

De factor ‘wel of geen statusmotivatie’ bleek een gecompliceerde factor. De eerste windsurfers konden niet elitair genoemd worden, maar waren eerder een soort beachboys, het ging om de identiteit, om het imago.

*“Vast wel begonnen om status, kennen allemaal de beelden van Maui en het hangloose gebeuren hele sfeertje zagen we op tv en in tijdschriften, was wel overdreven om hier de beachboy uit te hangen, maar we zagen het wel dat golfsurfen in Nederland ook, maar windsurfen was beter om te doen, dus kon je daarmee de beachboy uithangen. Zandvoort had een hele clan aan sunnyboys, jonge blonde kerels die zich fantastische vonden, blijft ook in Zandvoort daar is de coupe soleil uitgevonden volgens mij.”(A2)*

Maar de recreatieve windsurfers lijken de windsurf lifestyle, die veelal getypeerd wordt als relaxed en altijd bezig zijn met de wind en je leven daar op inrichten, nooit te hebben bereikt. In die mate wordt het dus ook niet gezien als een reden om te stoppen met windsurfen, immers de echte fanatiekelingen wier leven en passie het is blijven windsurfers.

*“In het begin, zie ik mezelf nog in Frankrijk met dat ding, werd toen een snellere sport van windkracht 6, daarvoor ook vanaf 4, als je het nu nog doet ben je gefocust op de wind. Eens een windsurfer blijft een windsurfer, ze houden hun passie, maar doen het soms even niet. Zit in je, je leeft erna. Ik heb nu een jaar niet gevaren maar ben nog steeds windsurfer.” (V3)*

Waarom de factor ‘wel of geen statusmotivatie’ toch wordt genoemd als mogelijk verklarende factor, is terug te vinden in de combinatie met ‘interne differentiatie’ (‘doorontwikkeling’). In eerste instantie was het al cool en fun om op het water te zijn, maar door de doorontwikkeling werd het windsurfen te gecompliceerd en gaf het geen cool imago wanneer er op een meertje gestunteld werd, dit wordt als reden voor recreatieve windsurfers gezien om er mee te stoppen. De factor ‘wel of geen statusmotivatie’ kan beter veranderd worden in de term ‘imago’.

*“Het is gewoon niet HOT genoeg meer en kitesurfen is spannender”. (A10)*

### *Media aandacht*

Over de invloed van de factor ‘media aandacht’ wordt veelal gezegd dat de echte windsurfers niet stoppen, omdat de sport minder in de media komt.

*“Denk dat het kan stimuleren, maar niet stoppen, dat geloof ik niet misschien wel minder populair, maar geen reden om te stoppen.”(V2)*



Wel wordt soms de link gelegd met de trendgevoeligheid van de mensen, wanneer het niet meer in de media komt lijkt het of het niet meer ‘cool’ is om te doen en dan kiezen ze voor een andere activiteit. Hier wordt de combinatie van ‘media aandacht’ met ‘exclusiviteitstreven’ en ‘imago’ gemaakt.

*“Mensen stoppen als ze er niet meer over lezen, merendeel volgt de trend, we zijn gevoelig voor wat aangereikt wordt.”(V4)*

#### *Hoeveelheid voorzieningen*

De hoeveelheid voorzieningen lijkt door de jaren heen niet echt veranderd, vroeger waren er ook al weinig voorzieningen. De rol die de hoeveelheid voorzieningen op het stoppen met windsurfen speelt is volgens de respondenten gering.

*“Bent niet afhankelijk van voorzieningen er is geen windsurfer die zich stoort dat ie in z’n blote kont buiten staat, van belang is dat je je auto kwijt kan en er een meetingpoint is, beetje gezelligheid.”(A3)*

Wel wordt de link gelegd tussen voorzieningen en natuurrestricties, in die mate kunnen ze er wel voor zorgen dat mensen stoppen.

*“Er waren vroeger minder regels waar je mag waren en hoe je ergens mag komen met de auto, en natuurrestricties om de vogels, ik ben er zelfs voor bij de rechter geweest, voor vogels, je mag op sommige plaatsen niet komen voor de vogels op het IJsselmeer.” (A7)*

#### *Topsport successen*

Het topsport succes van Van de Berg lijkt wel een stimulerende functie te hebben gehad, maar er is weinig support voor de invloed van geen volgende topsport successen op het stoppen met windsurfen. De link wordt ook gelegd met de ‘doorontwikkeling’ van de sport.

*“Er zijn best wel Nederlandse toppers, maar de mensen kennen ze niet. Er is niet veel nieuws te melden. Denk dat versnippering heeft bijgedragen aan wil niet zeggen impopulariteit, dat wij zelf al zeggen wereldkampioen weer één waar is hij dan weer kampioen in geworden, veel te veel disciplines. Heel veel mensen kennen de disciplines niet dus weten ook niet dat daar een wereldkampioen in is, die misschien wel Nederlands is.” (A7)*

## 4.2.2 Gegevens over het niet beginnen van de generatie(s) erna

### 4.2.2.1 Uitkomsten van het opnoemen van belangrijke factoren (deel 1)

In deel 1 van het interview werd aan de respondenten de vraag gesteld waarom de generatie(s) na de jaren 70&80 windsurfers niet begonnen zijn met windsurfen. Bij het beantwoorden van deze vraag bleken de alternatieven die zijn ontstaan in combinatie met de kosten en de tijd die deze alternatieven in beslag nemen een belangrijke rol te spelen.

*“Vroeger was er niets anders je kon als jongeling niets, de kroeg kwam je niet werd je uitgebonjourd er waren geen mobieltjes, geen computers je kon op korfballen of als je wat hipper was honkballen of volleybal wat elitairder of zeilen en golven hadden toen tien mensen van gehoord, toen kwam windsurfen dat is de basis voor alle funsporten een hele andere beleving het glijden, nu zwaar beconcurrereerd door de scooter, de baco's de breezers, mobieltje, mp3, computer, vriendje vriendinnetjes geld verslindend vandaar.” (A2)*

### 4.2.2.2 Uitkomsten per factor (deel 2)

#### *Veranderde interne differentiatie*

De veranderde interne differentiatie wordt ook aan deze zijde veranderd in 'doorontwikkeling'. De doorontwikkeling heeft er vooral voor gezorgd dat de beginners vergeten werden. Dit heeft er weer voor gezorgd dat het imago van de sport is veranderd.

*“Het was een coole sport, maar toen zijn de merken zich gaan focussen op ontwikkeling en veel te veel gefocust op de huidige groep en die verder te binden en toen waren er nauwelijks meer beginnerboards, het probleem is je krijgt minder instromers dus nog minder enthousiast om je te vestigen op die sport. Dus was al heel snel niet cool meer dus als je cool wilde blijven moest je teveel investeren, beginnen met windsurfen is niet cool meer vroeger wel. Daarmee wordt de drempel wordt nog een keer hoger terwijl het al moeilijk is, je bent de eerste jaren niet cool, en je moet er nog extra geld ook in steken.” (V6)*

#### *Veranderde gezinssituatie*

Met veranderde gezinssituatie werd aan deze zijde van het conceptueel model bedoeld dat doordat er binnen het gezin niet (meer) gewindsurft wordt, de kinderen het ook niet gaan doen.

*“Ouders moesten er wel in geïnteresseerd zijn anders krijgen kinderen de kans niet.” (A1)*

De link met de factor 'exclusiviteitsstreven' wordt door verschillende respondenten gelegd, omdat windsurfen nu geen nieuwe sport meer is en je er minder makkelijk mee in aanraking komt zou het stimulerend kunnen werken als de ouders of broers en zussen windsurfen.

*“Het is wel van belang of je ouders en familie varen, krijgt het van anderen, meegaan met vrienden, en familie die had weer een broer die het deed.”(A7)*

De relatie werd ook omgedraaid:

*“De gezinssituatie kan juist stimulerend werken, zo van mijn kinderen zijn nu op een bepaalde leeftijd, ouders pakken het ook weer op.”(A5)*

Aan deze kant van het model kan de factor wel gezinssituatie blijven heten, omdat het ook daadwerkelijk gaat om de rol van het gezin waarin het individu opgroeit en niet om de persoonlijke levensfase.

*Veranderde hoeveelheid tijd*

Het draait bij deze factor niet om de veranderde hoeveelheid tijd, maar om de snelheid van de activiteiten. Dit werd door de respondenten beschreven als:

*“De algemene trend is dat men heel erg snel een ervaring wilt hebben. Playstation spelletje erin en knallen en men is niet bereid langdurig te investeren daarom materiaal ook toegankelijker, dat helpt wel, maar de trend is weinig moeite doen en wel de voordelen plukken.” (A6)*

De factor veranderde hoeveelheid tijd, wordt veranderd in 'zap-gedrag'.

*“Probleem is dat je het niet snel leert als je op een gegeven moment iets wel snel leert, op die nieuwe boards kan je na een uur heen en weer varen, als iets heel toegankelijk is blijf je er aanhangen jeugd heeft geen tijd om iets lang te doen en 2 weken in het water te vallen, op cursussen zie je van ja ik ga vooruit en sta al in de banden, van buiten af is stimulans belangrijk plus het materiaal.” (A8)*

### *Veranderde kosten*

Ook de kosten worden verbonden met het zap-gedrag, omdat de kosten an sich niet veranderd zijn, maar het gewoon een grote uitgave is voor de ouders van de jeugd die het waarschijnlijk toch niet voor lange duur gaat beoefenen.

*“Windsurfen is fantastisch maar voor een jaartje, ouders pompen daar geen 1000 euro in, jaartje tennis is goedkoper.” (A9)*

Of wanneer de jongeren het zelf moeten betalen:

*“Het is een reden om niet te beginnen, ze hebben het allemaal verbeld.” (A6)*

### *Veranderd aantal alternatieven*

Deze factor wordt in combinatie met het zap-gedrag, om maar zoveel mogelijk te kunnen doen, door het merendeel van de respondenten genoemd.

*“Omdat we meer willen doen is het leven drukker.”(V4)*

Ook het imago van de activiteiten blijkt een rol te spelen:

*“De jeugd doet nu vooral geen sportactiviteiten i.p.v. windsurfen, maar heeft een scooter, of ze blowen. Skaten is wel populair, dat heeft een imago. Jeugd kijkt naar imago, maar een enkeling gaat surfen, vaak niet een hele groep.”(A1)*

### *Wel of geen exclusiviteitstreven*

Omdat windsurfen nu geen nieuwe sport meer is zullen er geen mensen beginnen die streven naar exclusiviteit. De jeugd moet nu andere redenen hebben om te participeren in de sport. Dit lijkt een factor die een rol speelt.

*“Nu nog beginnen, het is mooi man!! Goed voor je euh ja hoe moeten ze ermee in aanraking komen, weet niet goed wat we moeten doen.”(A7)*

### *Wel of geen statusmotivatie*

Ook bij het niet beginnen van de generatie(s) erna kan de term statusmotivatie veranderd worden in ‘imago’. Deze factor lijkt een belangrijke rol te spelen.

*“Ik ging met de fietskar naar school en door naar het water nu ben je echt niet cool meer als je dat doet, jeugd heeft de drive niet je leert het gewoon niet in een dag.”(A7)*

*“Het is nu gewoon niet zo in, je wilt het wel met iemand doen, maar wie krijg je mee, begint toch vaak met meerdere mensen tegelijk, kom zullen we gaan leren windsurfen dan kopen we eerst voor 2000 euro spullen, dan gaan ze toch misschien eerder kiten ofzo, er zijn ook meer golfsurfkampen dan windsurfkampen.”(V5)*

#### *Media aandacht*

De aandacht van de media voor de windsurfsport blijkt enorm te zijn verminderd, maar had wel een belangrijke rol kunnen spelen in het stimuleren van de jeugd.

*“Veel minder media aandacht nu, staat nooit in de krant alleen als er een dode is, alleen negatief. Zelfs bedrijven proberen aandacht te vergroten, maar het lukt niet. Vroeger had je super veel magazines nu nog maar twee. Wedstrijden zijn niet te volgen, weersafhankelijk als er geen wind staat..... Komt niet op tv, kitesurfen wel iets meer, moet je echt atletisch voor zijn. De media kunnen wel enorm stimuleren. Als mensen het niet zien gaan ze het ook niet doen.”(A9)*

#### *Hoeveelheid voorzieningen*

De hoeveelheid voorzieningen lijkt er niet voor te hebben gezorgd dat mensen niet begonnen zijn met windsurfen. Wel wordt keer op keer geantwoord dat voorzieningen in hun eentje er niet voor kunnen zorgen dat de jeugd weer op de plank gaat staan, maar het is vooral de combinatie tussen het toegankelijker worden van de boards en de juiste voorzieningen. Van belang is hier ook weer het imago van de sport, de sport moet weer cool worden anders beginnen de jongeren er niet aan.

*“Ja ik denk dat heel veel scholen slechte voorzieningen hebben kijk als je windsurf lessen krijgt en als jij je kleren onder een plastic afdakje aan moet doen met je voeten in de modder, koud de auto in zonder een warme chocomel en een warme douche alles eromheen kan een heel stuk prettiger worden, het is niet commercieel, de mensen die er mee doorgingen daar mocht het niets van kosten alles lowbudget windsurfles, want ja dan deed men het niet, maar alles eromheen moet gaaf zijn, goed materiaal een droog pak alles eromheen dan willen de mensen daar wel geld voor betalen gaaf board wat er gaaf uitziet dan vinden de kids het ook wel weer cool, i.p.v. materiaal dat tien jaar oud is.”(A8)*

#### *Topsport successen*

Over de invloed van topsportsuccessen zijn de meningen sterk verdeeld. Er zijn namelijk nu ook Nederlandse toppers, maar de sport is nu niet populair dus krijgen zij weinig media aandacht.

*“Bijna niemand weet meer dat Stephan van de Berg ooit Olympisch Kampioen is geweest, toen was de hype waanzinnig hij was het mooie jochie en kwam op tv. We hadden wel een goeie topper laatst hij zat in het Worldcup team maar hij kreeg weinig media aandacht hoor.”*  
(A3)

In principe wordt er wel gezegd dat topsport kan stimuleren, maar voor de jeugd om niet te beginnen lijkt het niet echt een belangrijke factor. Het draait meer om de combinatie van het ‘imago’ dat topsporters aan een sport kunnen ontleen, om het hebben van een idool.

*“Topsport is altijd motiverend. Het hebben van een idool speelt ook wel mee. Ik ben ook door Robby Naish gemotiveerd geraakt, dus nu mist die stimulatie voor de jeugd.”*(A5)

#### 4.2.2.3 Uitkomsten toekomst veronderstellingen

Op de vraag hoe de respondenten de toekomst van het windsurfen zien, werden zeer uiteenlopende antwoorden gegeven. Er worden vaak wat schommelingen verwacht, afhankelijk van de economie.

*“De ontwikkeling van windsurfen blijft zo een beetje stabiel, afhankelijk van economische situatie van de mensen zal de populariteit een beetje groeien, beetje slinken enzovoorts.”*(A1)

Door de doorontwikkeling van de sport en het daardoor minder populaire imago, lijkt er behoefte aan nieuwe energie en promotie binnen de windsurfwereld. Twee ideeën die worden genoemd over het laten ervaren van de populariteit zijn een stimulatie door de media en nieuwe, jonge en enthousiaste mensen binnen de verkoop.

*“De media er moet iets gebeuren iets heel speciaals een super kult film dat mensen denken oja, het kan ieder moment we zijn er klaar voor, is super toegankelijk geworden door de komst van bredere boards, alle ingrediënten zijn er het kan zo weer, maar er moet een moment zijn.”*(A2)

*“Stukje van verzadiging van eigenaren je moet het iemand laten doen die het wel kan en niet met een ‘chaghie’ bek in je zaak gaan staan, veel oude shops hebben de eigenaar nog in de winkel staan van 20 jaar terug. Moet een jonge knaap in de winkel die weet hoe het zit. Voor de shops willen ze markt hebben ze gunnen elkaar het licht in de ogen niet, wil ik eigenlijk niet zeggen maar ze verkopen het liever dan dat jij het verkoopt je gunt elkaar minder, kiezen voor bepaalde merken en gaan andere afkraken i.p.v. dat ze openstaan voor wat er is, als iedereen het maar wil dan is er geen probleem.”*(A8)

### *Besluit*

In dit hoofdstuk zijn de resultaten van het onderzoek gerapporteerd. Opmerkelijk is dat veel van de begrippen uit het conceptueel model wel een goede globale benaming hadden wanneer er gekeken werd naar de invloed van deze factoren op de afgenomen populariteit van windsurfen, maar dat ze qua inhoud beter konden worden aangepast. Met deze aanpassingen wordt niet geïmpliceerd dat de gegevens verzameld door het kwalitatieve onderzoek 'hardere' informatie opleveren dan de literatuurstudie. De antwoorden van de respondenten zijn subjectief, dus de verkregen resultaten daarmee ook.

Aan de kant van het stoppen van de jaren 70&80 windsurfers het begrip 'veranderde interne differentiatie' veranderd in 'doorontwikkeling', 'veranderde gezinssituatie' omgezet in 'veranderde levensfase', 'veranderde hoeveelheid tijd' in 'veranderde prioriteiten', 'veranderde kosten' in 'kosten', 'wel of geen exclusiviteitstreven' in 'exclusiviteitstreven', en 'wel of geen status motivatie' in 'imago'.

Aan de kant van het niet beginnen van de generatie(s) erna wordt 'veranderde interne differentiatie' veranderd in 'doorontwikkeling', 'veranderde hoeveelheid tijd' in 'zap-gedrag', 'veranderde kosten' in 'kosten', 'wel of geen exclusiviteitstreven' in 'geen exclusiviteitstreven', en 'wel of geen statusmotivatie' in 'imago'.

Ook bleken veel van de begrippen met elkaar samen te hangen en bleek vooral de 'doorontwikkeling' van de sport een veel besproken mogelijke factor ten aanzien van de gedaalde populariteit. Er bleken zelfs al doeltreffende maatregelen te zijn getroffen, om de sport weer aantrekkelijk te maken voor de jeugd en de recreatie windsurfer. Meer hierover in het volgende hoofdstuk.

## 5. Conclusies en aanbevelingen

### 5.1 Conclusies

In het komende hoofdstuk zullen de conclusies van het onderzoek in combinatie met de literatuur in termen van de eerste twee onderzoeksvragen worden behandeld. De conclusies zullen afgesloten worden met de beantwoording van de probleemstelling in de eindconclusie. Als laatste zullen er aanbevelingen worden gedaan aan verschillende doelgroepen, namelijk richting de windsurfsport, richting lokale overheden en voor eventueel vervolgonderzoek, waardoor de laatste onderzoeksvraag beantwoord wordt.

#### 5.1.1 Ontwikkeling van windsurfen in Nederland

De ontwikkeling van windsurfen moet helaas met minder verzameld materiaal dan aanvankelijk verwacht was beschreven worden. Aan de hand van gegevens van de respondenten, uit het AVO, uit de Rapportage Sport (2006) ([www.rapportage-sport.nl](http://www.rapportage-sport.nl)) en uit een onderzoek van Steenbeek (2005) kan vermeld worden dat de populariteit van windsurfen tot ongeveer 1984 heeft geduurd en daarna sterk is afgenomen met het dieptepunt rond 1990. Tot 2003 is er een lichte schommeling te zien in de populariteit en de sport lijkt de afgelopen twee jaar iets aan te trekken.

#### 5.1.2 Mogelijkerwijs verklarende factoren voor de afgenomen populariteit

Er zal begonnen worden met het trekken van conclusies betreffende de factoren uit het conceptueel model aan de kant van het stoppen van de jaren 70&80 windsurfers. Een aantal van de factoren hebben aan de hand van de resultaten een beter bij de beschrijvingen van de respondent passende benaming gekregen. Deze veranderde benamingen luiden aan de kant van het stoppen van de jaren 70&80 windsurfers: 'veranderde interne differentiatie' in 'doorontwikkeling' 'veranderde gezinssituatie' in 'veranderde levensfase', 'veranderde hoeveelheid tijd' in 'veranderde prioriteiten', 'veranderde kosten' in 'kosten', 'wel of geen exclusiviteitstreven' in 'exclusiviteitstreven', en 'wel of geen statusmotivatie' in 'imago'. Aan de kant van het niet beginnen van de generatie(s) erna is 'interne differentiatie' veranderd in 'doorontwikkeling' 'veranderde hoeveelheid tijd' in 'zap-gedrag', 'veranderde kosten' in 'kosten', 'wel of geen exclusiviteitstreven' in 'exclusiviteitstreven', en 'wel of geen statusmotivatie' in 'imago'.

Nu zal er gekeken worden in welke mate de hernoemde factoren een rol spelen en of er misschien een mogelijkheid bestaat om factoren uit het model samen te voegen of weg te laten. Dezelfde benadering zal worden toegepast aan de kant van het niet beginnen van de generatie(s) erna.



### 5.1.2.1 Waarom zijn de jaren 70&80 windsurfers wellicht gestopt?

Om erachter te komen waarom mensen stoppen met windsurfen werd er eerst gevraagd aan de respondenten waarom de windsurfers van de jaren 70&80 begonnen zijn. Heeft er wellicht een verandering plaatsgevonden in de condities van de beginfactoren waardoor er mensen afgehaakt zijn? De genoemde redenen waren 'exclusiviteit', 'ontbreken van alternatieven' waarmee bedoeld werd op de uniekheid van de sport, het 'coole imago', de 'betaalbaarheid' in tegenstelling tot de zeilsport en 'topsportsucces'. Als reden om te stoppen werden vervolgens de 'veranderde levensfase' in combinatie met 'prioriteiten' van de windsurfers en de ontwikkeling naar te gecompliceerd materiaal genoemd.

Wanneer de factoren één voor één werden besproken bleek ook dat door de 'doorontwikkeling' van de sport de sport te gecompliceerd is geworden en de recreatiesurfers volledig vergeten zijn. Deze zijn hierdoor gestopt met windsurfen. De eerste nieuwe factor (x1) wordt daarom 'doorontwikkeling' genoemd. De vele keuzemogelijkheden die oorspronkelijk opgenomen waren in deze factor lijken geen rol te spelen en worden daarom niet opgenomen in de term 'doorontwikkeling'.

De tweede factor 'veranderde levensfase' werd genoemd in combinatie met de 'veranderde prioriteiten' (x3) die ontstonden doordat de windsurfers in een andere levensfase terecht kwamen. Kinderen, carrière, een partner en een hypotheek behoorden onder andere tot deze prioriteiten. Bij de afzonderlijke bespreking van de factor 'veranderde prioriteiten' bleek ook de link nog te worden gelegd in het meer willen van de mensen in dezelfde hoeveelheid tijd. Naast windsurfen moeten er ook nog andere activiteiten beoefend worden. De rol van alternatieven (x5) speelt hier een rol. De opgekomen alternatieven hebben ook te maken met de veranderde levensfase. De 'veranderde levensfase' (x2) en het 'veranderd aantal alternatieven' (x5) worden opgenomen in de factor 'veranderde prioriteiten' (x3) en als één nieuwe factor (x2) in het conceptueel model geplaatst.

Nu de factoren 'veranderd aantal alternatieven' is opgenomen in een andere factor, blijft wel de overstap van windsurfen naar kitesurfen, die eigenlijk viel onder de alternatieven over. Of deze overstap negatief is voor de windsurfsport is niet altijd duidelijk. Het lijkt er op dat de overgestapte windsurfers na verloop van tijd toch weer gaan windsurfen en dat de kitesurfen dus eigenlijk een stimulerende werking heeft. Hier zal verder op ingegaan worden in de aanbevelingen.

De oorspronkelijke vierde factor 'kosten' komt terug in de factor (x3). De kosten zelf zijn namelijk niet noemswaardig veranderd, maar door de doorontwikkeling van de sport was het voor de windsurfers financieel niet meer bij te benen al het nodige materiaal aan te schaffen. Ook de veranderde prioriteiten van de mensen zorgen voor de uitgave van het geld aan andere dingen. Als windsurfen wellicht een goedkopere sport was geweest, waren mensen het misschien wel blijven beoefenen. De respondenten menen ook dat door de kosten van de sport, de populariteit afhankelijk is van de economische toestand in Nederland. Als de economie aantrekt lijkt de verkoop beter te gaan. Dit werd ook in de literatuur vermeld.

De nieuwe factor vier (x4) wordt een combinatie van de oorspronkelijke factor (x6) 'exclusiviteitstreven' en (x7) 'imago'. Windsurfen was een nieuwe sport, waardoor het exclusief was om te doen en het een bepaald imago verschafte, omdat het cool was een nieuwe sport te beoefenen. Er was geen sprake van het nadoen van een bepaalde elite groep, waardoor er status werd ontleend aan de sport. Het draait bij het windsurfen niet om status maar om imago en lifestyle. De windsurfers die zijn doorgegaan zijn windsurfers in hart en nieren en blijven windsurfers ook al beoefenen ze de sport een poosje niet. Toen het nieuwtje eraf was is er een groep windsurfers afgehaakt die een ander 'cool' alternatief hebben gekozen en de lifestyle van het windsurfen nooit hebben 'geleefd'. Daarnaast heeft de doorontwikkeling van de sport er voor gezorgd dat het recreatiesurfen niet meer 'cool' was om te doen, waardoor er ook mensen gestopt zijn. De vierde factor wordt 'imago' genoemd.

De factor media aandacht (x8) wordt veelal niet gezien als reden om te stoppen. De rol van de media is stimulerend en kan het imago van een sport hooghouden. De reden waarom mensen stoppen is dan wellicht een veranderd imago en niet minder media aandacht. Net zoals kitesurfen zal de aandacht van de media niet terugkomen in het model, maar zal apart besproken worden in de aanbevelingen als mogelijke stimulator van de sport.

De voorzieningen (x9) van windsurfen als douches, kleedruimtes en clubhuizen lijken een geringe rol te spelen in het stoppen met windsurfen. Het is niet zo dat er van het ene op het andere moment minder voorzieningen waren. Wel wordt de link gelegd met de geografische bereikbaarheid van de sport. Het is niet meer altijd toegestaan om te windsurfen op plaatsen waar vroeger gewindsurft werd. Recreatiesurfers zouden daarom gestopt kunnen zijn, maar de echte diehards in de windsurfwereld lijken er wel voor om te rijden. De factor voorzieningen wordt veranderd in 'geografische bereikbaarheid' (x5). Knulst (2003) noemde geografische bereikbaarheid ook als restrictie.

De laatste factor 'topsportsuccessen' heeft een stimulerende rol, maar wordt niet gezien als reden om te stoppen met windsurfen. Op de rol van topsport zal in de aanbevelingen verder worden ingegaan.

### *Besluit*

Aan de kant van het stoppen van de jaren 70&80 windsurfers lijken vijf factoren een rol te spelen. De achtereenvolgende nieuwe factoren zijn 'doorontwikkeling' (x1), 'veranderde prioriteiten' (x2), 'kosten' (x3), 'imago' (x4) en 'geografische bereikbaarheid' (x5). De 'veranderde prioriteiten' worden gevormd door een verandering in de levensfase van de windsurfers en het meer willen ondernemen in dezelfde hoeveelheid tijd. De 'kosten' spelen een rol, omdat windsurfen een dure sport is en door de 'veranderde prioriteiten' en de 'doorontwikkeling' minder goed betaalbaar is geworden. Hoewel de sport in verhouding per artikel niet duurder is geworden, heb je meer artikelen nodig en er zijn meer kostenposten waar het geld over verdeeld moet worden. De 'doorontwikkeling' van de sport heeft ook invloed gehad op het 'imago', waardoor het niet meer 'cool' was met gecompliceerd

materiaal in het water te stuntelen en de recreatiesurfers zijn afgehaakt. Daarnaast heeft het 'imago' een rol gespeeld, omdat mensen die alleen participeerden om de nieuwigheid van de sport, zijn gestopt toen het nieuwtje eraf was. De 'geografische bereikbaarheid' is verminderd door de natuurrestricties en heeft geleid tot een kleinere hoeveelheid toegankelijke vaarwater. De laatste factor staat eigenlijk alleen, terwijl de andere vier samenhangen en een grotere rol lijken te spelen in de afgenomen populariteit.

#### 5.1.2.2 Waarom zijn de generaties erna wellicht niet begonnen?

In deel 1 van het interview werd als reden om te stoppen het 'veranderd aantal alternatieven' genoemd in combinatie met de hoeveelheid tijd en de kosten die deze alternatieven in beslag nemen. Doordat de jeugd veel verschillende dingen wil doen en er ook meer dingen te doen zijn als computeren, mobiel bellen en scooter rijden, is er geen geld om te participeren in windsurfen. Er werden bij deze vraag geen factoren genoemd, die niet uit de literatuur naar voren zijn gekomen.

Uit het tweede deel van het interview blijkt dan ook dat de 'hoeveelheid tijd'(x3) geen rol speelt, maar de snelheid waarmee de activiteiten onderling afgewisseld worden, het 'zap-gedrag'. Omdat er zoveel gewisseld wordt tussen alternatieven is de windsurfsport te tijdrovend en daardoor te duur. Een scooter is ook duur, maar daar wordt wel geld aan uitgegeven. Dus de kosten aan sich lijken geen rol te spelen. Deze factor omvat de nieuwe opgekomen alternatieven, de veranderde tijdsbesteding en de kosten en wordt de nieuwe factor (x1) 'zap-gedrag'.

De oorspronkelijke eerste factor 'veranderde gezinssituatie' speelt niet echt een rol in het niet beginnen, maar wellicht een rol in de stimulatie, omdat kinderen niet zo snel meer met de sport in aanraking komen en ouders de sport kunnen stimuleren. Op deze stimulerende werking wordt in de aanbevelingen teruggekomen.

De 'doorontwikkeling' van de sport heeft er niet alleen voor gezorgd dat de recreatiesurfers gestopt zijn, maar ook dat de er geen beginners meer ingestroomd zijn. Het windsurfen was alleen nog 'cool' wanneer er gesprongen werd en 'geplaneerd' op zee. Voordat een beginner dit niveau bereikt had moest er eerst een lange 'stuntelperiode' overwonnen worden. De drempel was te hoog om in te stromen. 'Doorontwikkeling' wordt daarom x2.

De factoren 'geen exclusiviteitstreven' en 'imago' worden ook aan deze kant bijeen genomen. Een belangrijke factor is dat de sport niet meer nieuw is om te doen en daarom komt de jeugd er steeds minder mee in aanraking. Het imago van de sport is veranderd, het is minder 'cool' om te doen, daarom is het minder interessant voor de jeugd om nu nog te beginnen. 'Imago' wordt x3.

De media aandacht (x8) zou een belangrijke rol kunnen spelen in de stimulatie van de generatie(s) erna. Het had het imago van de sport kunnen verbeteren en dat kan nog steeds. Helaas is de media aandacht voor het windsurfen zeer beperkt geweest en is dat nu nog steeds zo. Omdat, media aandacht er wel voor had kunnen zorgen dat de jeugd op de plank ging, maar dat niet gedaan heeft wordt dit wel als factor genoemd. (x4)

De 'hoeveelheid voorzieningen' kan een stimulerende rol hebben, maar lijkt er in z'n eentje niet voor te kunnen zorgen dat mensen op de plank gaan. De voorzieningen hebben geen directe invloed op het imago van de sport gehad, maar zouden nu doordat er een minder positief imago bestaat voor de jeugd een stimulerende rol kunnen hebben, dit komt terug in de aanbevelingen.

Topsport lijkt als factor niet in staat om er voor te hebben gezorgd dat de generatie(s) erna niet is(zijn) begonnen. Wel kan het hebben van een topsporters als idool het imago van de sport verbeteren of hooghouden, maar het hebben van idolen valt in dit geval onder de factor 'imago'. De factor topsport komt niet terug in het model.

### *Besluit*

Er worden slechts vier factoren aan de kant van het niet beginnen van de generatie(s) erna in het nieuwe conceptueel model geplaatst: 'zap-gedrag' (x1), 'doorontwikkeling' (x2), 'imago' (x3) en 'media aandacht' (x4). 'Zap-gedrag' omslaat de oorspronkelijke factoren van kosten, tijd en alternatieven. Door de 'doorontwikkeling' van de sport zijn de beginners vergeten, dus is er een tijd lang geen of nauwelijks instroom geweest. Dit heeft ook invloed gehad op het 'imago' van de sport. De media heeft de sport geen aandacht gegeven waardoor de jeugd er niet mee in aanraking is gekomen en het imago van de sport niet is verbeterd.

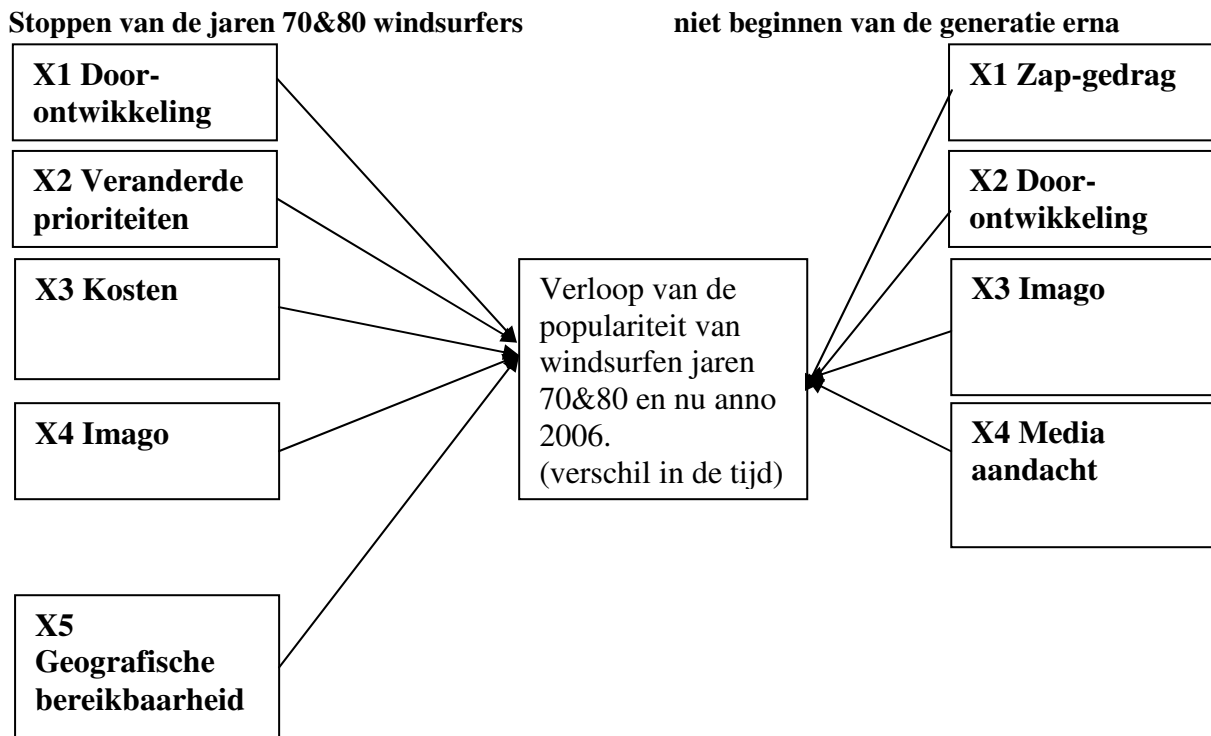
## **5.2 Eindconclusie**

In de eindconclusie staat het beantwoorden van de probleemstelling centraal. Deze luidde: *Welke factoren kunnen mogelijkwijze de afgenomen populariteit van windsurfen, na een stijging in de jaren zeventig en begin jaren tachtig verklaren.*

In de vorige paragraaf is verantwoord waarom bepaalde factoren niet mee zijn genomen in het nieuwe conceptueel model en andere zijn samengevoegd. Er zijn geen verschillen in de antwoorden van de respondenten gevonden op basis van verschillende generaties van windsurfers of op basis van de verdeling tussen de aanbod –en vraagkant.

Het vernieuwde model is puur gebaseerd op subjectieve antwoorden van de 'experts' uit de windsurfwereld en kan niet gezien worden als verbeterde versie t.a.v. de literatuurstudie. De overgebleven factoren uit het nieuwe model vormen het antwoord op de probleemstelling. Aan de linkerkant is tussen de geografische bereikbaarheid en de overige vier factoren een grotere afstand opgenomen, omdat een samenhang tussen de eerste vier factoren wordt verondersteld.

Figuur 6. Vernieuwd verklaringsmodel afgenomen populariteit van windsurfen



## 5.3 Aanbevelingen

### 5.3.1 Windsurfsport

Er wordt over het algemeen verwacht dat de windsurfsport geen grote opleving meer zal kennen. De reden hiervoor is dat het imago van de sport bij de jeugd niet meer zo ‘cool’ is als vroeger. Ook is er frisse energie nodig aan de aanbodskant om de sport nieuw leven in te blazen. Maar alleen frisse energie kan de sport niet populair maken. Er is een samenwerking nodig tussen winkels, verenigingen, overheden en niet te vergeten de media.

Ten eerste moet er iets gedaan worden aan het imago van de windsurfsport. Het idee dat windsurfen een gecompliceerde sport is moet uit de wereld worden geholpen. Het lijkt noodzakelijk om de aandacht te verschuiven naar de beginners, maar de groep dertigers niet te vergeten, omdat zij als fanatieke windsurfers voor belangrijke inkomsten kunnen zorgen. Wanneer de aandacht op de jeugd wordt gevestigd krijgen misschien de bijbehorende ouders ook de kriebels weer om op de plank te gaan staan. Wellicht is het een idee om op scholen gelegen rondom water het windsurfen vaker als

buitenschoolse activiteit aan te bieden. Door het minder gecompliceerde materiaal zullen kinderen de sport sneller onder de knie hebben. Dit snel leren van de sport is nodig, omdat de jeugd getypeerd wordt door het ‘zap-gedrag’ dat zij lijkt te vertonen. Er moet een manier gevonden worden om de jeugd voor een langere tijd te binden aan de sport.

De media zouden kunnen bijdragen door een aantal documentaires te maken over de sport en meer aandacht te geven aan windsurfwedstrijden. Uit een email over de populariteit van de World Cup in Fuerteventura blijkt dat er nog zeker draagvlak is voor de sport wereldwijd, waarom dan niet in Nederland (zie bijlage 7.4)? Mensen moeten het windsurfen weer gaan zien, anders komen ze er ook niet mee in aanraking, deze taak ligt niet alleen bij de media en bij de aanbieders van de sport, maar ook bij (lokale) overheden.

### 5.3.2 (Lokale) Overheden

Lokale overheden zouden een rol kunnen spelen bij de geografische bereikbaarheid van de sport. Wanneer de sport beter bereikbaar is kan dit drempelverlagend werken en kunnen ex-windsurfers wellicht herintreden. Uit het onderzoek bleek een mogelijke positieve invloed naar voren te komen van voorzieningen en topsport idolen op het imago van de sport. Beide kunnen gestimuleerd worden door overheden, waardoor de sport weer ‘cool’ kan worden. Omdat het belangrijk is voor de sport om de jeugd weer op de plank te krijgen zou het misschien interessant zijn voor gemeentes om de sport zo aan te bieden dat kinderen ‘op’ windsurfen ‘kunnen’. Zo wordt ingespeeld op het vluchtige tijdbestedingspatroon van de jongeren, doordat zij dan bijvoorbeeld geen materiaal aan hoeven te schaffen, waardoor het niet duurder is om op windsurfen te gaan dan op hockey of voetbal. Als er dan ondertussen aan het imago van de sport wordt gewerkt en de sport wat populairder is geworden onder de jongeren, is de toekomst van windsurfen wellicht wat positiever te zien.

### 5.3.3 Vervolgonderzoek

Voor vervolgonderzoek zou het logisch zijn een kwantitatieve studie aan te bevelen om het verkregen conceptueel model te testen, echter aan de zinvolheid van een dergelijke studie kan getwijfeld worden. Door de gehouden interviews met experts is een zeer duidelijk beeld verkregen over de misstappen die begaan zijn binnen de sport, zoals de doorontwikkeling en te weinig media aandacht. Wat een kwantitatief onderzoek hier aan bij kan dragen is de vraag.

Wel is het interessant de nieuwe factor ‘doorontwikkeling’ binnen andere sporten te onderzoeken, omdat over deze factor met betrekking tot sporten nog weinig bekend is. Wellicht kan bij een sport zoals kitesurfen onderzocht worden waarom deze sport niet zo groot is geworden als dat het windsurfen ooit was. Komt dit omdat de sport van nature ingewikkelder is dan windsurfen? Volgens Van Bottenburg speelt de moeilijkheidsgraad van sporten geen rol in de populariteit, toch lijkt het alsof windsurfen minder populair is geworden, omdat de sport te gecompliceerd is

doorontwikkeld. Een onderzoek hierna zou relevant kunnen zijn in de algemene benadering van de populariteit van sporten.

## 6 Literatuur

Baarda, D.B., Goede, M.P.M. en Teunissen, J. (1995). *Basisboek Kwalitatief Onderzoek*. Houten: Educatieve Partners Nederland.

Bottenburg, M., van (1994). *Verborgene competitie: Over de uiteenlopende populariteit van sporten*. Amsterdam: Uitgeverij Bert Bakker.

Breedveld, K. (2001). Sport en bewegen: Verschuivingen in de actieve vrijetijdsbesteding. 111-121, in Breedveld, K., Broek, A., van den, Haan, J., de, Hart, J., de, Huysman, F. & Niggebrugge, D. (2001). *Trends in de tijd: een schets van recente ontwikkelingen in tijdsbesteding en tijdsordening*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Franklin, A. (2003). *Tourism: An Introduction*. London: Sage Publications.

Haan, J., de & Breedveld, K. (2000). *Trends en determinanten in de sport*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Heath, J. & Potter, A. (2004). From Status- Seeking to Coolhunting. in.: *Nation of Rebels*, pp. 188-220. New York: Harper Collins Publishers.

Heij, F. (1983). *Een verkennend onderzoek naar de oorzaken van de in de periode 1970-80 toegenomen populariteit van windsurfen, squash, trimmen, toerfietsen en tennis*. Wageningen: Landbouwhogeschool.

Knulst, W. (2003). *Consumptie en vrijetijdsbesteding Cursusboek cursusjaar 2003*. Tilburg: Universiteit van Tilburg.

Schwartz, B. (2004). *The paradox of choice*. New York: HarperCollins Publisher Inc.

Shank, M.D. (2002). *Sports Marketing: a strategic perspective*. New York: Prentice Hall.

Steenbeek, J. (2005). *De windsurfer ontleed: Een onderzoek onder de lezers van Surf-Magazine*. Leeuwarden: NHL Leeuwarden.

Stokvis, R. (2003). *Sport, Publiek en de media*. Amsterdam: Aksant.



Wheaton, B. (2004). *Understanding lifestyle sports: Consumption, identity and difference*.  
London: Routledge

## Websites

<http://home.tiscali.be/windsurfing.dewinge/literatuur.htm>

<http://nl.msnusers.com/sunwave/watiswindsurfen.msnw>

<http://nl.wikipedia.org/wiki/windsurfen>

[www.cbs.nl](http://www.cbs.nl)

[www.geocities.com/windfunrosas/windsurfing.htm](http://www.geocities.com/windfunrosas/windsurfing.htm)

[www.ou.edu/deptcomm/dodjcc/groups/99A2/theories.htm](http://www.ou.edu/deptcomm/dodjcc/groups/99A2/theories.htm)

[www.petervolwater.com/WINDSURFING/history.htm](http://www.petervolwater.com/WINDSURFING/history.htm)

[www.rapportage-sport.nl](http://www.rapportage-sport.nl)

[www.windsurfing-academy.com](http://www.windsurfing-academy.com)

## 7. Bijlagen

### 7.1 Itemlijst Aanbodzijde

1. Gerhard Messink Bussloo Trendsport
2. Arjen Disma Kater Sport
3. Tim Klein Klein Surfing & Tim Klein Watersport
4. Vincent Velema Watersportverbond
5. Edwin Blaauwbroek (hoofdredacteur) en Stefan Grolleman (bladmanager)  
Surf-Magazine
6. Martijn Vos Foxsports
7. Mark Thoms Windgear
8. Guido Hoogwerf Kubus sports
9. Stephan van de Berg
10. Jumpteam Scheveningen Ellen Huisman

**Intro:** Ik zal eerst nog even uitleggen waar dit interview over gaat. Het betreft een onderzoek naar de populariteit van windsurfen dat antwoord moet geven op de vraag wat nu mogelijkwijze de verklaringen kunnen zijn voor de afgenomen populariteit van windsurfen, als we deze populariteit vergelijken met de jaren 70 en 80 en nu. Ik wil mede dankzij uw opinie over bepaalde onderwerpen kijken of er een mogelijkheid bestaat de sport weer nieuw leven in te blazen, of misschien zit de sport al weer in een stijgende lijn.

**Allereerst: Sinds wanneer werkzaam bij de shop/ wanneer bij de shop gewerkt: /Sinds wanneer werkzaam bij het Watersportverbond / SurfMagazine/ de vereniging:  
Sinds wanneer bestaat de shop/ het Watersportverbond/ SurfMagazine/ de vereniging:**

**Hoe bent u bij de shop/ het verbond/ het blad/ de vereniging terecht gekomen:  
(Wat doet het Watersportverbond precies voor de windsurfers:**

**Probeert het verbond de sport populairder te maken?/ Hoe promoten jullie het blad?)**

**Welke jaren zien jullie als de topjaren van het windsurfen:**

**Hoe heeft die ontwikkeling zich voortgezet, meer golfbeweging of schommeling per jaar:**

Ik onderscheid twee ontwikkelingen, namelijk waarom zijn de jaren 70 en 80 windsurfers gestopt met de sport en is de generatie erna niet begonnen.

Zelf heb ik een aantal mogelijke verklaringen opgesteld, maar om te beginnen zou ik u willen vragen

**waarom denkt u dat de jaren 70 en 80 windsurfers begonnen zijn met windsurfen?**

**en waarom zijn zij ermee gestopt?**

**Dan waarom is de generatie erna niet begonnen met windsurfen?**

Nu zal ik één voor één de verklaringen die ik heb opgesteld met u doornemen en zal ik aan het einde daarvan vragen om deze verklaringen in de naar uw mening belangrijkste volgorde te zetten, ook mag u dan zelf bedachte verklaringen aan de lijst toevoegen.

## **Veranderde interne differentiatie**

**1. Met interne differentiatie doel ik op alle verschillende zeilen, pakken, planken, gieken, masten etc. die er bestaan. Is er veel veranderd in de aanbodshoeveelheid in vergelijking met de jaren 70&80?**

**2. Denkt u dat teveel aanbod mensen kan hinderen om de sport te gaan beoefenen, omdat er voor iedere weersomstandigheid en niveau een andere set is samen te stellen?**

**3. Zou het kunnen dat de jaren 70 en 80 windsurfers met de sport zijn gestopt omdat er zoveel nieuw aanbod was, dat ze de sport te gecompliceerd vonden worden?**

**4. Denkt u dat de drempel te hoog ligt voor jongeren om nu nog te gaan beginnen met de sport?**

## **Gezinssituatie**

**5. Denkt u dat de komst van eventuele kinderen of een huwelijk invloed hebben gehad op het stoppen van windsurfers met surfen?**

**6. Kreeg u vroeger meer gezinnen met kinderen in de winkel?/ Waren er vroeger meer kinderen lid?**

**7. Wie vormen nu het windsurfpubliek (van de shop) en vroeger?/ Wie vormen nu de leden van het Watersportverbond/ SurfMagazine/ de vereniging en vroeger?**

**8. Merkt u dat u in het ene jaar een ander soort producten beter verkoopt, bijvoorbeeld het ene jaar meer beginnerboards en het jaar erna juist niet?**

**9. Denkt u dat het van belang is of je ouders/familieleden windsurfen om er zo zelf mee in aanraking te komen?**

## **Veranderde hoeveelheid tijd**

**10. Merkt u dat (uw) klanten/ mensen steeds minder tijd krijgen om te gaan windsurfen?**

11. Denkt u dat de hoeveelheid tijd van invloed is op de afgenomen populariteit van windsurfen, dat mensen bijvoorbeeld liever minder tijdrovende sporten zijn gaan beoefenen?
12. Merkt u dat mensen in de winkel/ op het water minder tijd uittrekken voor de sport?

### **Veranderde kosten**

13. Zijn de kosten van windsurfen veranderd over de jaren heen/ en van het lidmaatschap/ het blad?
14. Geven mensen nu minder of meer geld uit aan windsurfen, voorbeeld alleen wanneer het oude kapot is of ook aan het nieuwste van het nieuwste?
15. Kopen mensen eerder een artikel dan vroeger?/ Zijn de leden/ lezers echt fanatieke windsurfers, of ook wel die het af en toe doen?
16. Denkt u dat geldgebrek een reden kan zijn voor mensen om te stoppen met windsurfen of niet te gaan beginnen met windsurfen?

### **Veranderd aantal alternatieven**

17. Wat deden uw klanten nog meer voor sporten toen u net begon bij de winkel (kitesurfen/golfsurfen)?/ Wat doen de leden/ lezers naast windsurfen nog meer, vroeger en nu (kitesurfen/golfsurfen)?
18. Is er een verandering opgetreden in die vrijetijdsbesteding?
19. Krijgt u nog vaak klanten die net beginnen, was dat vroeger ook al zo/ nieuwe lidmaatschap/ abonnement aanvragen?
20. Wat denkt u dat de windsurfers van de jaren 70 en 80 nu zijn gaan doen?
21. Wat denkt u dat de jeugd nu doet i.p.v. windsurfen?

### **Exclusiviteitstreven**

22. Deze factor heb ik gekozen, omdat windsurfen een nieuwe sport was geïntroduceerd in 1973, denkt u dat de windsurfers zijn gaan surfen omdat het cool was een nieuwe trendy sport te gaan beoefenen.
23. Denkt u dat veel mensen zijn gestopt toen het nieuwtje eraf was?

### **Wel of geen statusmotivatie**

24. De statusmotivatie slaat terug op de eerste windsurfers, zijn die denkt u (ook) gaan windsurfen om de identiteit/status die het met zich meebracht?
25. Waardoor komt deze identiteit tot uiting?
26. In hoeverre ziet u windsurfen als lifestyle, hoe komt dit tot uiting?

27. Zullen de windsurfers van de jaren 70 en 80 deze lifestyle zomaar aan de kant hebben gezet en hoe dan?
28. Is het imago van windsurfen veranderd door de jaren heen?
29. Wat is nu de reden voor mensen om te beginnen met windsurfen?

### **Aandacht van de media**

30. Wordt er in de media nu meer of minder aandacht aan windsurfen besteed dan vroeger?
31. Denkt u dat de media de participatie in windsurfen kan stimuleren?
32. Denkt u dat te weinig media aandacht, een reden kan zijn voor mensen om te stoppen met windsurfen?
33. Verkoopt u meer windsurfdvd's/ -video's/ -games dan vroeger?
34. Volgen uw klanten windsurfwedstrijden en evenementen en hoe, en meer dan vroeger?/Hoe brengen jullie verslag uit van wedstrijden en evenementen?

### **Hoeveelheid voorzieningen**

35. Waren er vroeger meer voorzieningen langs het water als kleedhokjes en douches?
36. Denkt u dat de hoeveelheid voorzieningen de sport kan stimuleren?
37. Zouden mensen stoppen met windsurfen, als er onvoldoende voorzieningen zijn?

### **Topsport successen**

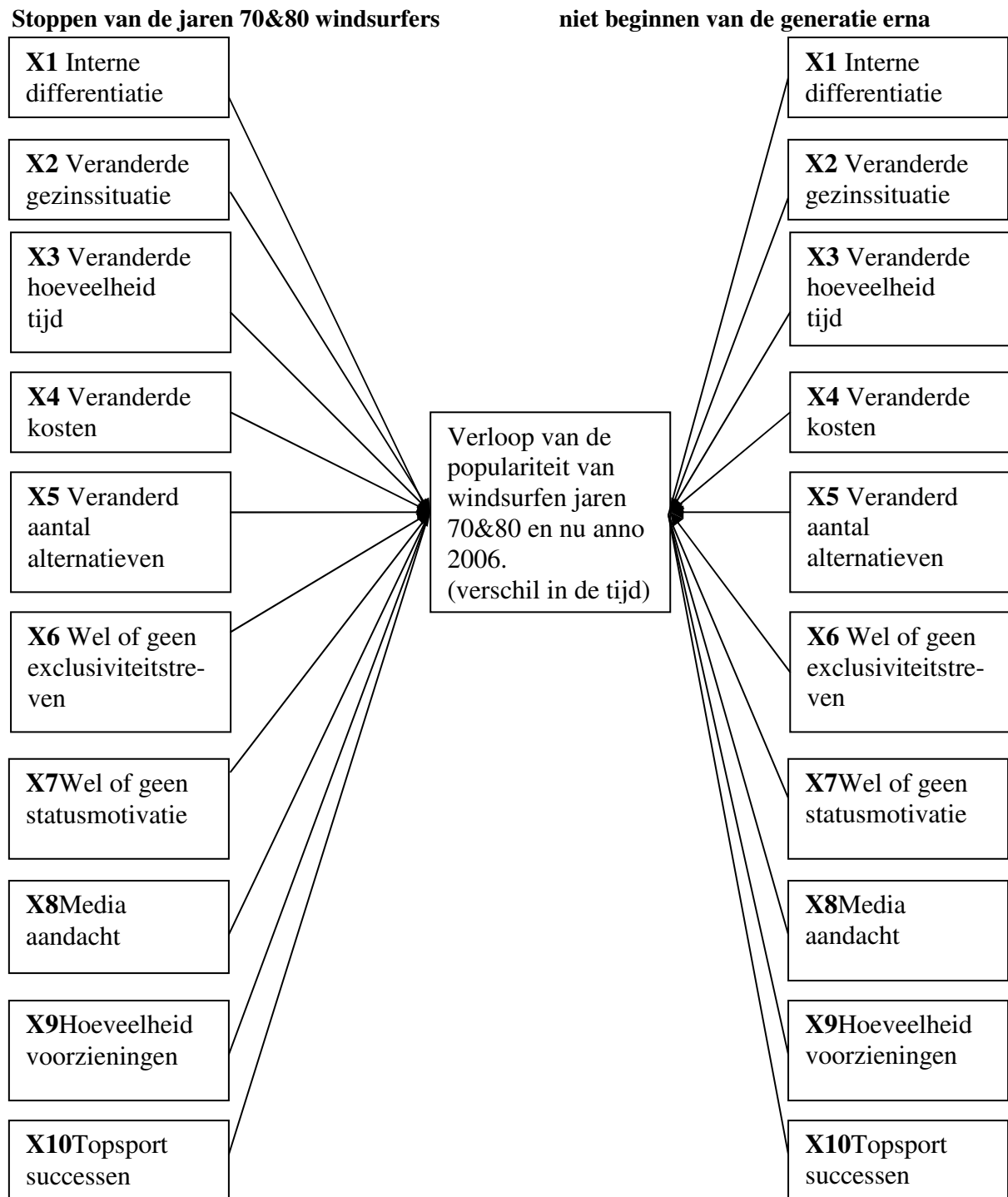
We zijn toegekomen aan de laatste verklaring, namelijk de invloed van topsportsuccessen.

38. Weet u of er na de/ uw Olympische overwinning (van Stephan van de Berg) meer windsurfspullen werden verkocht?
39. Denkt u dat wanneer er nu Nederlandse toppers zouden zijn er wellicht meer mensen zouden gaan windsurfen?
40. Zou het kunnen dat mensen zijn gestopt met windsurfen, omdat zij de stimulatie van Nederlandse topsport successen misten?

### **Tot slot**

41. Hoe ziet u de toekomst van het windsurfen en waarom?
42. Zou u willen dat windsurfen nog een keer een zodanige hype wordt, i.v.m. concurrentie, tweede handspullen, exclusiviteit van de sport?
- (43. Wat is nu voor jullie het hoofdproduct is dat eigenlijk wel de hardware?)
- (44. Kunt u zeggen dat er meer omzet wordt gehaald door de verkoop van het surfgevoel (slijpers, kleding), dan uit het daadwerkelijke surfen?)

45. Zou u voor mij dit rijtje verklaringen in de voor uw belangrijkste volgorde willen zetten, u mag eventueel zelf bedachte variabelen er tussen zetten.



## 7.2 Itemlijst Vraagkant

11. Bart Fischer

12. Fine Fischer

13. Erica Voogd

14. Marieke Pijlman

15. Michel van Beuren

16. Kim de Vries

**Intro:** Ik zal eerst nog even uitleggen waar dit interview over gaat. Het betreft een onderzoek naar de populariteit van windsurfen dat antwoord moet geven op de vraag wat nu mogelijkwijze de verklaringen kunnen zijn voor de afgenomen populariteit van windsurfen, als we deze populariteit vergelijken met de jaren 70 en 80 en nu. Ik wil mede dankzij uw opinie over bepaalde onderwerpen kijken of er een mogelijkheid bestaat de sport weer nieuw leven in te blazen, of misschien zit de sport al weer in een stijgende lijn.

**Allereerst: Sinds wanneer windsurft u:**

**Welke jaren ziet u als de topjaren van het windsurfen:**

**Hoe heeft die ontwikkeling zich voortgezet, meer golfbeweging of schommeling per jaar:**

Ik onderscheid twee ontwikkelingen, namelijk waarom zijn de jaren 70 en 80 windsurfers gestopt met de sport en is de generatie erna niet begonnen.

Zelf heb ik een aantal mogelijke verklaringen opgesteld, maar om te beginnen zou ik u willen vragen **waarom denkt u dat de jaren 70 en 80 windsurfers begonnen zijn met windsurfen? en waarom zijn zij ermee gestopt?**

**Dan waarom is de generatie erna niet begonnen met windsurfen?**

Nu zal ik één voor één de verklaringen die ik heb opgesteld met u doornemen en zal ik aan het einde daarvan vragen om deze verklaringen in de naar uw mening belangrijkste volgorde te zetten, ook mag u dan zelf bedachte verklaringen aan de lijst toevoegen.

### **Veranderde interne differentiatie**

- 1. Met interne differentiatie doel ik op alle verschillende zeilen, pakken, planken, gieken, masten etc. die er bestaan. Hoe bent u tot een keuze gekomen toen u uw eerste set aanschafte?**
- 2. Koopt u vaak nieuwe spullen?**
- 3. Omdat de oude kapot zijn, of omdat er betere spullen op de markt komen?**
- 4. Is er veel veranderd in de aanbodshoeveelheid in vergelijking met de jaren 70&80?**
- 5. Denkt u dat teveel aanbod mensen kan hinderen om de sport te gaan beoefenen, omdat er voor iedere weersomstandigheid en niveau een andere set is samen te stellen.**

6. Zou het kunnen dat de jaren 70 en 80 windsurfers met de sport zijn gestopt omdat er zoveel nieuw aanbod was, dat ze de sport te gecompliceerd vonden worden?

### **Gezinssituatie**

7. Als eerste factor heb ik zelf vanuit de literatuur gekozen voor de veranderde gezinssituatie van de jaren 70 en 80 windsurfers. Denkt u dat de komst van eventuele kinderen of een huwelijk invloed hebben gehad op het stoppen van windsurfers met surfen?

8. Hebben uw ouders gewindsurft?

9. Eventueel, windsurfen zij nog steeds en waarom niet?

10. In welke mate hebben uw ouders een rol gespeeld in uw keuze om te gaan windsurfen?

### **Veranderde hoeveelheid tijd**

11. Denkt u dat er vroeger meer tijd was om te gaan windsurfen, is het leven naar uw mening drukker geworden?

12. Denkt u dat de hoeveelheid tijd van invloed is op de afgenomen populariteit van windsurfen, dat mensen bijvoorbeeld liever minder tijdrovende sporten zijn gaan beoefenen?

13. Ervaart u zelf wel eens geen tijd te hebben om te gaan windsurfen, wanneer er net goede omstandigheden zijn?

14. Als u gaat windsurfen wordt u dan wel eens opgejaagd door tijdsdruk?

15. Merkt u dat vrienden zijn gestopt omdat zij geen tijd meer hadden?

### **Veranderde kosten**

16. Vindt u windsurfen een betaalbare sport?

17. Merkt u dat de artikelen in verhouding duurder zijn geworden?

18. Geeft u nu minder of meer geld uit aan windsurfen dan vroeger?

19. Waar geven uw vrienden meer geld aan uit dan u?

20. Denkt u dat geldgebrek een reden kan zijn voor mensen om te stoppen met windsurfen of niet te gaan beginnen met windsurfen?

### **Veranderd aantal alternatieven**

21. Wat zijn uw hobby's naast windsurfen?

22. Wat doen uw vrienden die niet windsurfen, wanneer u gaat windsurfen?

23. Merkt u dat andere sporten populairder worden ten koste van windsurfen?

24. Wat deden de windsurfers van de jaren 70 en 80 voordat zij begonnen met windsurfen in hun vrijetijd?



25. Wat denkt u dat de windsurfers van de jaren 70 en 80 nu zijn gaan doen?
26. Wat denkt u dat de jeugd nu doet i.p.v. windsurfen?

### **Exclusiviteitstreven**

27. Deze factor heb ik gekozen, omdat windsurfen een nieuwe sport was geïntroduceerd in 1973, denkt u dat de windsurfers zijn gaan surfen omdat het cool was een nieuwe trendy sport te gaan beoefenen?
28. Wat was voor u de reden te beginnen met de sport?
29. Beoefent u nog ander sporten?
30. Waarom bent u begonnen met de andere sporten die u beoefent?

### **Wel of geen statusmotivatie**

31. De statusmotivatie slaat terug op de eerste windsurfers, hoe keek u aan tegen windsurfers toen u net begon met windsurfen?
32. Bent u gaan windsurfen om de sport of ook om de identiteit die het met zich meebracht?
33. Waardoor komt deze identiteit tot uiting?
34. In hoeverre ziet u windsurfen als lifestyle, hoe komt dit tot uiting?
35. Zullen de windsurfers van de jaren 70 en 80 deze lifestyle zomaar aan de kant hebben gezet en hoe dan?
36. Is het imago van windsurfen veranderd door de jaren heen?

### **Aandacht van de media**

37. Vindt u dat er in sportuitzendingen (studio sport) voldoende aandacht wordt besteed aan windsurfen?
38. Denkt u dat de media de participatie in windsurfen kan stimuleren?
39. Denkt u dat te weinig media aandacht, een reden kan zijn voor mensen om te stoppen met windsurfen?
40. Kijkt u vaak windsurfdvd's, of speelt u wel eens windsurfgames?

### **Hoeveelheid voorzieningen**

41. Als u gaat windsurfen, maakt u dan gebruik van voorzieningen als kleedhokjes en doucheruimtes?
42. Wat vindt u van de hoeveelheid voorzieningen?
43. Denkt u dat de hoeveelheid voorzieningen de sport kan stimuleren?
44. Zouden mensen stoppen met windsurfen als er onvoldoende voorzieningen zijn?

## **Topsport successen**

**We zijn toegekomen aan de laatste verklaring, namelijk de invloed van topsportsuccessen.**

**45. Bent u van mening dat de Olympische overwinning van Stephan van de Berg de windsurfers van de jaren 70 en 80 gestimuleerd heeft en waarom?**

**46. Zouden er meer mensen zijn gaan windsurfen door deze overwinning en waarom?**

**47. Denkt u dat wanneer er nu Nederlandse toppers zouden zijn er wellicht meer mensen zouden gaan windsurfen?**

**48. Zou het kunnen dat mensen zijn gestopt met windsurfen, omdat zij de stimulatie van Nederlandse topsport successen misten?**

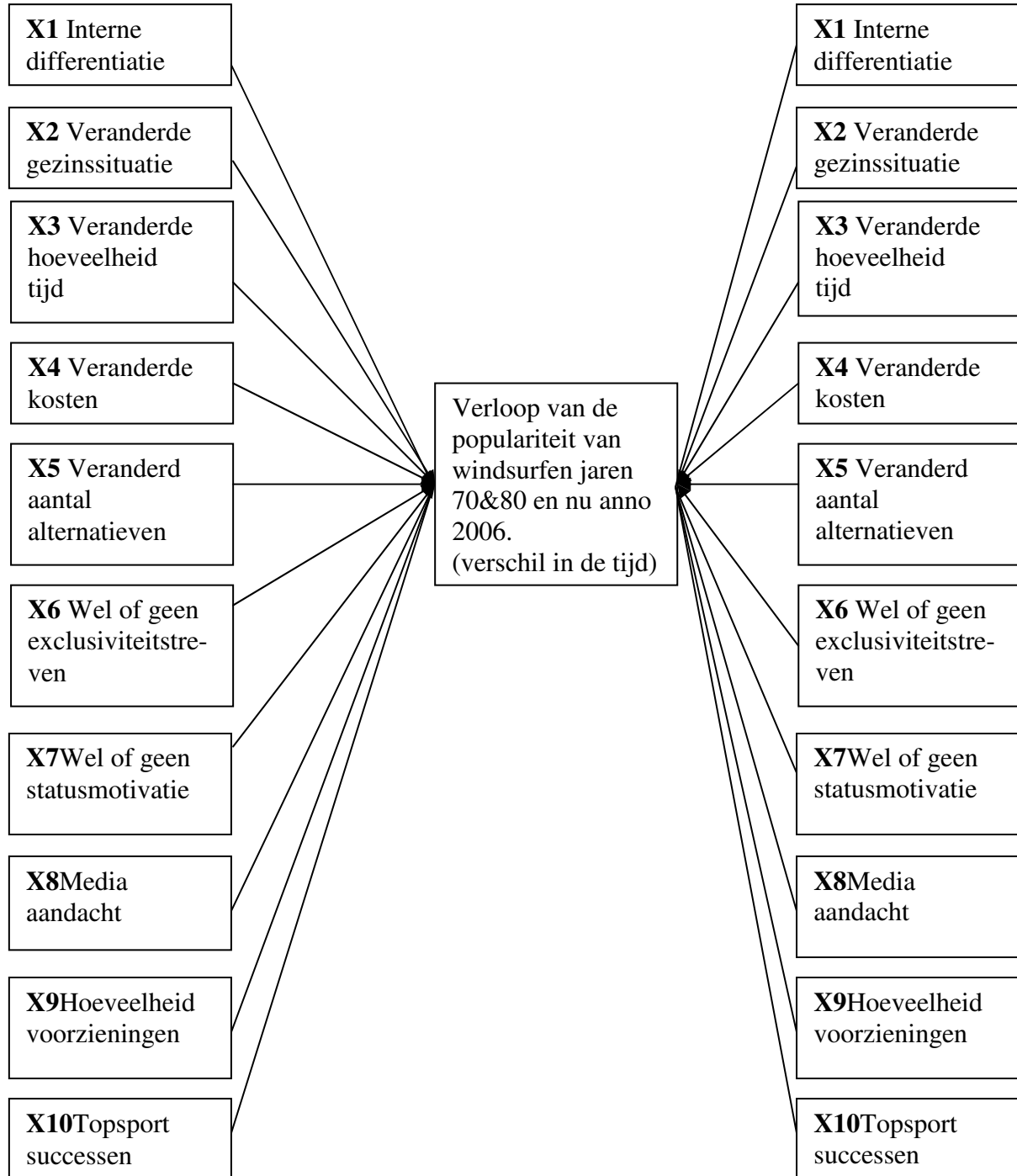
## **Tot slot**

**49. Hoe ziet u de toekomst van het windsurfen en waarom?**

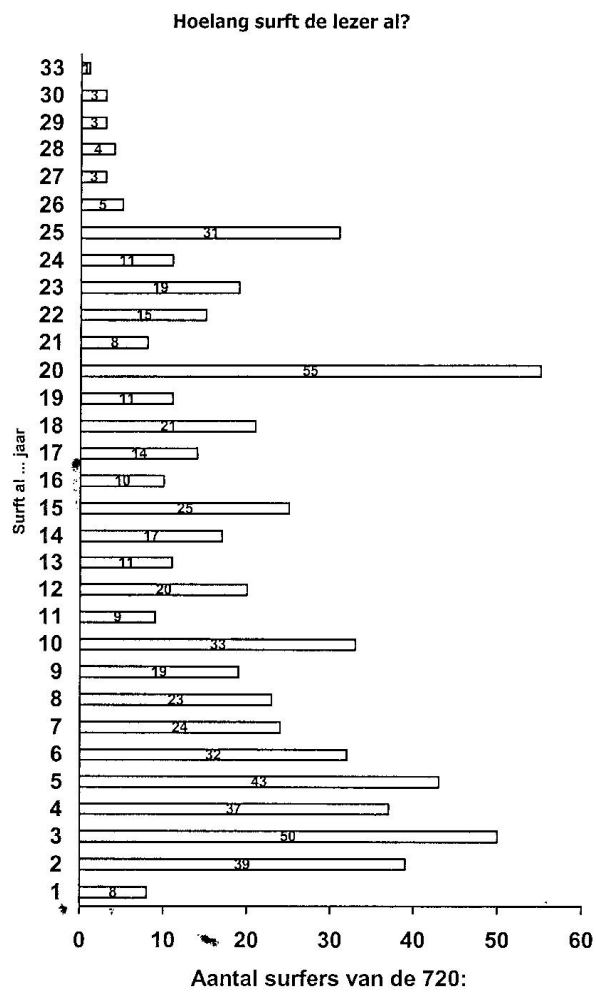
**50. Zou u voor mij dit rijtje verklaringen in de voor uw belangrijkste volgorde willen zetten, u mag eventueel zelf bedachte variabelen ertussen zetten.**

**Stoppen van de jaren 70&80 windsurfers**

**niet beginnen van de generatie erna**



### 7.3 Surf-Magazine lezers



**SIJRF**  
magazine

## 7.4 Media Coverage

### Windsurf + Kiteboarding World Cup 2005 **MEDIA COVERAGE 2005**

#### **Short Fact:**

**571.868.000 spectators have been reached worldwide**

#### **Data Breakup:**

35.110.000 spectators	General interest TV in German speaking countries (News + Special Features)
3.738.000 spectators	Western Europe (TV Shows + News)
530.000 spectators	Eastern Europe (TV Shows + News)
22.220.000 spectators	Asia & Pacific Rim (TV Shows + News)
9.830.000 spectators	The Americas Rim (TV Shows + News)
440.000 spectators	Middle East + Africa Rim (TV Shows + News)
71.868.000 spectators	have been directly served by custom tailored news or features
>500.000.000 spectators	have been reached world wide through news agencies (estimation)

#### **Short Fact:**

**37.076.126 readers have been reached worldwide**

#### **Data Breakup:**

27.076.126 readers	European press and specialized press
> 10.000.000 readers	have been reached through news agencies (estimation)

#### **Short Fact:**

**22.000.000 readers have been reached worldwide (estimation)**

#### **Key facts that made this success possible:**

- 15 Person Media Crew + operation of Flyaway Sat Dish
- Highly optimized news and feature production on site on demand and just in time.
- Specialized Crew and custom made filming Equipment for Water Sports
- Collaboration with secondary distribution centres to buffer footage and work balance distribution
- The high standards that have been set by my team during the past years paved ways to enter mainstream TV

