

Advies

Vlaamse Sportraad

28 juni 2018

Advies bij het planningsproces en de tussentijdse conclusies in aanloop naar de visienota Sportpromotie

Jo Haentjens, afdelingshoofd bij de afdeling Sportpromotie bij Sport Vlaanderen, lichtte het planningsproces en de tussentijdse conclusies in aanloop naar een visienota Sportpromotie toe op de plenaire vergadering van de Vlaamse Sportraad op 24 mei 2018. Na afloop werden een aantal gerichte vragen gesteld aan de Vlaamse Sportraad:

- Een evaluatie van de voorgestelde feiten en trends;
- Een breed gedragen SWOT-analyse van enerzijds het huidig Vlaams sportpromotiebeleid en waar aangewezen ook per thema (g-sport, campagne, schoolsport, etc.) of context (club, school, etc.);
- Een evaluatie van de DNA-analyse;
- Een plan van aanpak met betrekking tot de organisatie van inhoudelijke denkcellen.

Advies

1. INLEIDEND

De Vlaamse Sportraad juicht de open houding van Sport Vlaanderen toe. De vraag naar betrokkenheid en de aandacht voor het creëren van draagvlak dragen bij tot een sterk proces. De Vlaamse Sportraad beklemtoont dat er voor de creatie van draagvlak rechtstreekse betrokkenheid van de actoren in het veld nodig is. De Vlaamse Sportraad wil zijn rol als adviesorgaan en kritisch klankbord optimaal blijven spelen. Om die redenen geeft de sectorraad een opbouwende kritische analyse van de strategische lijnen uit de voorgestelde presentatie en de te zetten stappen, zonder zelf een gedetailleerde inhoudelijke invulling voor te stellen.

De Vlaamse Sportraad is positief over de intenties en de gedrevenheid van de afdeling Sportpromotie. De presentatie getuigt van een groot ambitieniveau. Ook de grondige analyse van de omgeving en de eigen afdeling is een sterkte. De analyse van wetenschappelijke feiten en trends biedt inzichten die de verdere uitbouw van de visienota kunnen onderbouwen. De afstemming op de nieuwe actieve bewegingsdriehoek en de kadermethodiek van het Instituut Gezond Leven en de inzet op gedragswijziging (model NOC*NSF) zijn hier enkele voorbeelden van. Ook de analyse van het huidige en het gewenste DNA van de afdeling Sportpromotie in overleg met de medewerkers wordt positief onthaald.

2. AANDACHTSPUNTEN

De Vlaamse Sportraad formuleert in deze fase enkele aandachtspunten op algemeen niveau. In een latere fase, wanneer de vertaalslag naar acties wordt gemaakt, kan de Vlaamse Sportraad opnieuw advies uitbrengen over de concrete elementen.

A. Doen doen en kwaliteit

Het sportpromotiebeleid wil evolueren naar een “doen doen”-principe. De Vlaamse Sportraad steunt dit principe. De primaire doelstelling van het sportpromotiebeleid is het stimuleren van (duurzame) beweging en sport bij alle Vlamingen. Sport Vlaanderen heeft daarbij niet zozeer een rol als organisator maar als coördinator en facilitator. Het agentschap kan vanuit de eigen expertise kwaliteit garanderen en instroom van moeilijk bereikbare doelgroepen faciliteren. Sportpromotie is een gezamenlijk streven, dit moet ook zo worden uitgedragen.

De campagnes en sensibiliseringsacties van Sport Vlaanderen kunnen best gezamenlijk worden uitgewerkt, met aandacht voor de nodige kwaliteitswaarborgen. Het agentschap heeft samen met de sportactoren een gedeelde verantwoordelijkheid gedurende het volledige traject. Bij de beoordeling dient het accent op de output en de kwaliteit daarvan te liggen. Alle acties en projecten moeten permanent geëvalueerd worden op resultaat (output) en niet op inspanningen (input), met voldoende ruimte voor experiment en falen.

B. Integraal beleid

Een nieuw sportpromotiebeleid is het ideale moment om werk te maken van een integraal beleid. De Vlaamse Sportraad dringt aan op meer en diepgaandere samenwerkingen met niet-sportspecifieke sectoren. Er moet kruisbestuiving en complementariteit zijn tussen de verschillende sportactoren én tussen sport en andere beleidsdomeinen. De Vlaamse Sportraad verwijst bijvoorbeeld naar het belang van een beweegvriendelijke openbare ruimte en van sport en beweging in het onderwijs.

C. Concrete uitwerking

De voorgestelde presentatie geeft een beeld van enkele strategische lijnen in het toekomstig sportpromotiebeleid en getuigt van een hoog ambitieniveau. Deze ambities zullen de komende maanden worden vertaald naar concrete acties. De Vlaamse Sportraad vraagt daarbij aandacht voor de begeleidende taak van Sport Vlaanderen. Het sportpromotiebeleid binnen Sport Vlaanderen mag niet (louter) gericht zijn op een aanbod aan het veld (behalve voor gedetecteerde blinde vlekken die de sector (nog) niet wil of kan opnemen), het moet de actoren (en de vele vrijwilligers) voornamelijk begeleiden doorheen hun hele proces.

Bovendien zal de concrete uitwerking van het sportpromotiebeleid op termijn ook een invloed hebben op andere afdelingen binnen Sport Vlaanderen (bijv. infrastructuur, sportcentra, subsidiëring, etc.). Wil men komen tot een gedragen sportpromotiebeleid doorheen de ganse organisatie vraagt dit tijdige afstemming.

D. Doelgroepen

Het sportpromotiebeleid heeft tot doel om zoveel mogelijk Vlamingen te bereiken: frequente sporters, occasionele sporters en niet-sporters. Naast de bestendinging van de reeds sportende doelgroepen, moet het sportpromotiebeleid zeker ook moeilijk bereikbare doelgroepen prikkelen.

Sportpromotiebeleid is een en-en-verhaal. De Vlaamse Sportraad wijst erop dat bepaalde doelgroepen (o.a. senioren en kansengroepen (G-sporters, gedetineerden, maatschappelijk kwetsbaren, ...)) maatwerk vragen, en ook de lokale setting en intersectorale samenwerking zijn essentieel.

E. Technologie

Tot slot vraagt de Vlaamse Sportraad meer aandacht voor de inzet van technologie. Er zijn nog heel wat onbenutte groeikansen die, samen met de sector, kunnen worden opgepikt. Sport Vlaanderen kan hier een dubbele rol spelen. Enerzijds kan het agentschap verder inzetten op technologische ontwikkeling binnen de eigen organisatie. Daarnaast kan Sport Vlaanderen ook externe kennis over technologie inwinnen en die delen met de sector.

3. ROL VAN SPORT VLAANDEREN EN DE SECTOR

Kruisbestuiving en complementariteit tussen de verschillende sportactoren binnen Sport Vlaanderen (gedefinieerde DNA met gemeenschappelijke waarden en aanpak over de afdelingen heen) én tussen sport en andere beleidsdomeinen (vb. gezondheid, onderwijs, ruimtelijke ordening, welzijn, ...) is een belangrijk aandachtspunt. Er moet gestreefd worden naar een integraal beleid. Sport Vlaanderen heeft een belangrijke taak als coördinator tussen verschillende sportactoren én beleidsdomeinen

Meer inzetten op het “doen doen”-principe en co-creatie is volgens de Vlaamse Sportraad de juiste aanpak. Het veld kan geprikkeld worden om rollen op te nemen en accenten te leggen. Een goede verstandhouding met de uitvoerende partners is daarbij essentieel. Vlaanderen dient zijn eigen aanbod afstemmen op dit van de doeners.

Sport Vlaanderen heeft tot slot de taak om tijdig blinde vlekken, trends en maatschappelijke evoluties te detecteren en daar (het doen doen-principe indachtig) beleidsmatig op in te spelen. In het geval van blinde vlekken kan Sport Vlaanderen “zelf doen”, zolang de sector niet openstaat om dit aspect zelf op te nemen.

4. DRAAGVLAK CREEËREN

De Vlaamse Sportraad is tevreden dat Sport Vlaanderen werk maakt van een visienota sportpromotie en is onder de indruk over de inhoud en positieve ingesteldheid. De huidige analyse toont een groot ambitieniveau. De Vlaamse Sportraad juicht dit toe, maar wijst tegelijk op de uitdaging om dit ambitieniveau te implementeren in de bestaande werking. Bovendien moet het sportpromotiebeleid ook na het tijdspad van 5 jaar verder gecontinueerd worden.

Een vernieuwde visie kan pas slagen wanneer deze gedragen wordt door zowel de medewerkers (zowel van de eigen afdeling als daarbuiten) als door het werkveld. Het creëren van draagvlak vraagt voldoende aandacht. De Vlaamse Sportraad wijst op het belang van samenwerking vanaf de start van het traject. De expertise in het veld moet gewaardeerd en opgepikt worden.

Sport Vlaanderen voorziet tussentijdse terugkoppelingsmomenten naar de brede sector via inhoudelijke denkcellen. De Vlaamse Sportraad wijst erop dat vergaderen slechts één methodiek is om input uit het veld te verzamelen. Er kan gezocht worden naar een methodiek om naar elkaar te

luisteren en elkaar te betrekken zonder dat dit noodzakelijk extra vergadermomenten hoeft op te leveren.

Vanuit het idee van een integraal beleid dient er afstemming te zijn tussen verschillende beleidsdomeinen en tussen verschillende sportactoren. Ook actoren met een sectoroverschrijdende expertise los van de sportsector (vb. met betrekking tot doelgroepen) moeten tot slot voldoende nauw betrokken worden. De Vlaamse Sportraad ziet voor zichzelf geen rol weggelegd in de inhoudelijke denkcellen, maar verwijst hiervoor naar de (overkoepelende) sportorganisaties (ISB, VSF, MOEF, ...). De Vlaamse Sportraad kan advies geven, maar via de SARC kan niet aan het zoeken/vinden van draagvlak gewerkt worden. Al zal de SARC in haar adviezen steeds bij haar leden afoetsen in welke mate men draagvlak ervaart.

Christophe Cools, *voorzitter*
Sophie Cools, *ondervoorzitter*
Liesbeth Lemiere, *secretaris*