

RESULTATEN OP EEN RIJ



SPORTBEHOEFTE JONGEREN TUSSEN 12 EN 19 JAAR

In samenwerking met: POS Dans, POS Fitness / NL Actief, Nederlandse Basketball Bond (NBB), Koninklijke Nederlandse Voetbalbond (KNVB), Nederlandse Volleybalbond (Nevobo), Nederlands Handbal Verbond (NHV), Survival Bond Nederland (SBN), Koninklijk Nederlands Korfbalverbond (KNKV), Koninklijke Nederlandse Hockey Bond (KNHB), Badminton Nederland, Koninklijke Nederlandse Schaakbond (KNSB)

Het blijkt al jarenlang lastig om jongeren onder de 19 jaar aan het sporten te krijgen en te houden. In 2025 deed Bureau Coen Jongerencommunicatie in samenwerking met NOC*NSF en elf sportbonden (survivalrun, fitness, dans, schaken, badminton, hockey, basketbal, volleybal, handbal, voetbal, korfbal) onderzoek naar de sportbehoeften van jongeren tussen 12 en 19 jaar. Het doel was om sportbonden en verenigingen te helpen met een betere aansluiting van het aanbod voor deze lastige doelgroep. Er namen ruim 3800 jongeren deel aan dit landelijke onderzoek. Alle eindresultaten zijn gepresenteerd aan de bonden individueel, en in een overkoepelende presentatie op 16 oktober 2025. De samenvatting van resultaten en aanbevelingen van dit onderzoek lees je hieronder.

RESULTATEN OP EEN RIJ

1. Kinderen en jongeren staan het meest open voor het ontdekken van een nieuwe sport tussen 5-10 jaar, 13-15 jaar en 19-21 jaar.
2. De focus ligt vaak op specifieke drempels om te sporten (kosten, faciliteiten), terwijl er veel factoren zijn waarop jongeren hun keuze voor wel/niet deelnemen aan een sport baseren.
3. Instaplidmaatschappen helpen twijfelende jongeren om stap voor stap een sport en vereniging te leren kennen.
4. Ruim 65% van de jongeren twijfelt over het kiezen van een sport.
5. Meer dan 60% van de jongeren wil flexibeler kunnen sporten.
6. Ruim 30% van de jongeren heeft behoefte om vaker persoonlijke doelen te stellen en te evalueren.
7. Ruim 35% van de jongeren is bereid om actiever bij te dragen aan hun sportomgeving.

AANBEVELINGEN

Alle aanbevelingen zijn gepresenteerd aan de desbetreffende bonden. In het kort:

1. Biedt sportverenigingen begeleiding om drempels voor kennismaking en lidmaatschap waar mogelijk verder te verlagen.
2. Maak flexibelere vormen van lidmaatschap mogelijk.
3. Biedt sportende jongeren voldoende laagdrempelige manieren om zich te ontwikkelen.
4. Bouw (actieve) deelname stap voor stap op.

RESULTATEN UITGELEGD

DREMPELS EN VATBAARHEID

Kinderen en jongeren bleken het meest vatbaar voor de kennismaking met een nieuwe vrijetijdsbesteding op de leeftijden tussen 5 en 10 jaar, tussen 13 en 15 jaar en tussen 19 en 21 jaar. Op die leeftijden ervaren zij minder drempels en is hun motivatie hoog.

De keuze voor een bepaalde sport of vereniging hangt af van allerlei drempels. Vaak wordt er gefocust op een gedeelte van deze drempels, zoals de kosten of sportfaciliteit. Uit de gesprekken kwam naar voren dat er veel meer factoren zijn die een rol spelen: kosten, vrijblijvendheid en flexibiliteit, (bekendheid met) locatie, groepssamenstelling, team- vs. Individuele sport, benodigd materiaal, benodigde voorkennis & kunde, bekendheid van de sport, tijdsinvestering en reistijd, mate van uitdaging, hoeveelheid concurrerende activiteiten én de vibe. De combinatie van al deze factoren levert een besluit op.

Per sport bleken verschillende factoren zwaarder te wegen. Bovendien zijn er extra factoren die als verdubbelaar werken voor deze drempels. Denk hierbij aan de fysieke gesteldheid, sociale binding en concurrerende activiteiten. Kortom: wanneer een jongere zich niet fit voelt, dan wegen de voorgenoemde drempels zwaarder mee.

BEHOEFTE KENNISMAKING

Wanneer zij kennismaken met een nieuwe sport, dan doen zij dit graag stap voor stap. Er is een grote groep twijfelaars voor wie er niet direct één sport bovenuit steekt: maar liefst 65% van de jongeren twijfelt over het kiezen van een sport. Op jonge leeftijd bepalen ouders daardoor sterk de keuze. Vaak zijn er eerste, laagdrempelige opstapjes om een sport of vereniging te verkennen. Denk aan proeftrainingen en vriendjes- en vriendinnetjesdagen. Het loopt vaker vast op de opvolging: wat gebeurt er als ze vaker mee willen doen? Vaak moeten jongeren direct een volledig lidmaatschap afnemen, waar bijvoorbeeld eerst behoefte is om een team of trainingsgroep beter te leren kennen. Instapvormen voor lidmaatschappen bieden een goede oplossing hiervoor.

SPORTBEHOEFTEN

Om plezier te houden in het sporten, hebben jongeren een goede balans nodig met andere bezigheden in hun leven. Of dit nu bijbaantjes, schoolwerk, uitgaans- en sociale plannen of andere verplichtingen zijn: drie dingen zijn onmisbaar voor een fijne balans met de sportclub.

1. Flexibiliteit

Op praktisch niveau bleek flexibiliteit de belangrijkste factor te zijn voor ledenbehoud. Meer dan 60% van de jongeren gaf aan behoefte te hebben aan een flexibelere manier van sporten. Opvallend was dat de vraag hiernaar bij teamsporten groter was. Dit was te verklaren doordat een teamsport meer sociale verplichtingen met zich meebrengt richting het team en de trainer.

2. Sociale binding

Rond de 15 jaar ervaren veel jongeren een hoge drempel om te blijven sporten en is er tegelijkertijd een dip in hun motivatie. Voor ledenbehoud bleek dit de beste investering te zijn. Wanneer jongeren een kwart van hun sociale contacten bij een vereniging heeft, dan blijft de motivatie veel hoger. Dit maakt hen minder vatbaar voor twijfels over stoppen met sporten. Tweejaarlijkse teamuitjes, samen wat drinken na een training en goede begeleiding van een trainer zijn hiervoor onmisbaar. Kortom: "Het moet gewoon leuk genoeg zijn".

3. Ontwikkeling

Jongeren willen zich graag blijven ontwikkelen. Dat doen zij bij een sportvereniging op twee vlakken: sporttechnisch en sociaal/praktisch.

Allereerst willen jongeren hun sportvaardigheden verbeteren. Dit betekent niet dat zij allemaal competitief zijn. Ook persoonlijke vaardigheden, zoals nieuwe trucs of technieken leren, vallen hieronder. Maar liefst 28% van de jongeren gaf aan behoefte te hebben om persoonlijke doelen te stellen en te evalueren. Hier ligt een belangrijke taak voor de trainer/coach.

De tweede kant van ontwikkeling was op sociale / praktische vaardigheden. Jongeren zien het als een verrijking wanneer zij via de vereniging contact kunnen hebben met gelijkgestemden (zelfde leeftijd, zelfde geslacht, zelfde interesse), maar ook met jongeren van andere leeftijden en het andere geslacht. Dit verrijkt ten opzichte van een schoolklas hun sociale leven aanzienlijk.

Daarnaast gaf ruim 35% van de jongeren aan bereid te zijn om actiever bij te dragen aan hun sportclub. Zij ervaren echter hierbij vergelijkbare drempels als bij het starten van een nieuwe sport.

OVER HET ONDERZOEK



In totaal namen er 4091 jongeren tussen de 12 en 19 jaar deel aan het onderzoek. De hoofdvraag was: 'Welke sportbehoeften hebben jongeren tussen 12 en 19 jaar?'.

In overleg met elke sportbond is een specifieke onderzoeksvraag opgesteld. De nadruk lag hierdoor bij elke bond op net een ander aspect van de hoofdvraag. Hierdoor is ook de keuze gemaakt om de onderzoeksaanpak per bond op maat te maken.

Voorafgaand aan elk specifiek onderzoek is er deskresearch gedaan en een vragenlijst uitgezet onder jongeren tussen 12 en 19 jaar. In totaal vulden 2691 jongeren de vragenlijst volledig in. In totaal vonden er 870 straatinterviews plaats met jongeren in de openbare ruimte. Dit waren zowel niet-sportende jongeren als sportende jongeren. Daarnaast vonden 453 sportparkinterviews plaats, specifiek onder sportende jongeren. Al deze interviews vonden plaats op meer dan 40 verschillende locaties op verschillende plekken in Nederland. Daarnaast namen in totaal 77 jongeren deel aan verdiepende sessies (co-creatie en review) en uitgebreide 1 op 1 interviews.

OVER COEN

Al 25 jaar staat Coen Jongerencommunicatie midden tussen de jongeren en helpen we organisaties om jongeren écht te bereiken, te betrekken en te activeren. Als de autoriteit in jongerencommunicatie en generatiedenken doorgronden wij de diepere lagen van generaties. Polarisation is overal, maar de sleutel tot succes ligt in het samenbrengen van generaties, in het begrijpen van elkaars perspectieven en in het bouwen van bruggen. Waar anderen verschillen benadrukken, creëert Bureau Coen verbinding.

We zijn actief door heel Nederland en gespecialiseerd in het onderwerp sport & bewegen. Ons motto is en blijft daarbij altijd: praat niet óver jongeren, maar mét jongeren. Zo komen we altijd met een aanpak of advies die echt aansluit bij de doelgroep.

Bezoek voor meer informatie onze website www.bureaucoen.nl

VRAGEN

Dit onderzoek is in opdracht van NOC*NSF uitgevoerd door Bureau Coen Jongerencommunicatie.

Wil je meer weten over het onderzoek? Neem dan contact op met:

- Henny de Leeuw, accountmanager Bureau Coen.

CONTACTGEGEVENS



Henny
de Leeuw



henny@bureaucoen.nl



0318 55 36 76