

De fietsclub is dood. Leve de fietsclub!

JE HOEFT JE NIET PER SE BIJ EEN WIELERCLUB AAN TE SLUITEN OM SAMEN MET ANDEREN TE FIETSEN. VIA SOCIAL MEDIA KUN JE SPONTAAN EEN KLEINSCHALIGE TOERTOCHT ORGANISEREN. TRADITIONELE WIELERVERENIGINGEN HEBBEN HET DAN OOK MOEILIJK, TERWIJL ANDERE, INFORMELE GROEPEN JUIST GROEIEN ALS KOOL. WELKE INVLOED HEEFT DE INDIVIDUALISERING VAN DE SAMENLEVING OP DE SOCIALE VERBANDEN WAARIN WE ONZE SPORT BEOEFENEN?

TEKST: PAUL SIMONS / FOTO'S: SPORTCLUB DRENTHE.NL, MARC HEIJNEN, JORRE VAN DER BIJ / ILLUSTRATIE: WANZ

Onze samenleving is veranderd. Het traditionele verenigingsleven heeft het moeilijk. Dat geldt evenzeer voor wielersportclubs als bijvoorbeeld voor muziekverenigingen. Mensen lijken zich minder te binden. Maar cultuurpessimistisch somberen dat we door de

individualisering in de afgelopen decennia minder sociaal geworden zijn, is te gemakkelijk. En bovendien niet waar. Dat wordt meteen duidelijk in een gesprek met Koen Breedveld, bijzonder hoogleraar sportsociologie verbonden aan de Radboud Universiteit en directeur van het Mulier Instituut, dat

sociaal-wetenschappelijk onderzoek doet naar sport.

Breedveld: "Individualisering is in deze context ook een kracht. Het is geen egoïsme of solisme. Het is de wens om zelf richting te geven aan het leven, niet meer gedictieerd vanuit een groep. Men wil zelf besluiten wat men doet, eigen keuzes maken. We kunnen daarin natuurlijk veelal dezelfde keuzes maken en zo alsnog achter elkaar aan hollen, maar het is wel een eigen keuze."

Volgens Breedveld heeft individualisering een veel minder negatief effect dan wel wordt gesuggereerd. De omvang van het vrijwilligerswerk is bijvoorbeeld even hoog als vroeger. Met 1,5 miljoen vrijwilligers is sport nog steeds de grootste vrijwilligersbranche. De interesse van mensen om zich ergens aan te verbinden is ook niet verminderd. "Individualisering is in de jaren '80 sterk gegroeid, en met het liberale gedachtengoed van de jaren '90 zelfs geëxplodeerd. Excelleren, het beste in jezelf naar boven halen, is veel meer gemeengoed. Daar heeft de sport van geprofiteerd. Natuurlijk heeft de individualisering maat-



schappelijk veel veranderd. Mensen voelen zich niet meer automatisch verbonden met een partij, kerk, buurt of klasse, zoals in de tijd van de verzuiling. Maar men wil wel onderdeel uitmaken van een grotere, sociale gemeenschap. Dat zit nu eenmaal in de mens. En dus kijkt men naar sport. Omdat sport verbindt!”

Los-vaste verbanden

Niet meer gebonden willen zijn, wat betekent dat voor de sport? Voor de NTFU en KNWU staat vast dat de verenigingsstructuur de fundering blijft van de wielwereld. De groei zit er immers nog steeds in, zij het niet over de hele breedte. Maar er brokkelt wel iets af. De onderlinge verbondenheid is verminderd. Als gevolg van de individualisering kijken mensen naar verenigingen met de vraag: *what's in it for me?* De echte groei van de sport, erkent de NTFU, zit 'm in de individuele renners. En toch zijn verenigingen en individuele rijders niet de enige twee smaken die we hebben.

Het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) deed in 2010 uitgebreid onderzoek naar sport. Daaruit bleek dat een derde van alle sporters actief is in een informele of zelf georganiseerde groep. Dat kan een vrienden-groep zijn, buurtbewoners die elkaar hebben gevonden of een stel collega's. Vooral onder hardlopers en wielrenners zijn deze groepen te vinden, omdat zij geen accommodatie nodig hebben. Hoewel het individuele sporten zijn, kiezen mensen er toch voor om ze samen met anderen uit te oefenen. Volgens het SCP komen zulke groepen meer dan één keer per week bij elkaar, bestaan ze uit circa acht personen en hebben ze een levenscyclus van zo'n acht jaar. Gemiddeld zijn sporters er zes jaar 'lid' van. Die los-vaste verbanden zijn dus best duurzaam.

Voor het wielrennen zijn dat mogelijk honderden groepen die niet zijn aangesloten bij de NTFU of KNWU. Ze trainen samen, rijden rondjes en fietsen misschien samen de Mont Ventoux op. "Het blijken hechte sociale netwerken waar mensen over leven en politiek praten, elkaar ondersteuning bieden en elkaar ook daarbuiten treffen", aldus het rapport. Het SCP heeft ook een verkla-

ring voor de populariteit van informele groepen: samen sporten werkt stimulerend. Daarnaast blijkt de onderlinge vriendschap belangrijk. De lage kosten spelen minder een rol. Koen Breedveld heeft hetzelfde beeld: "Mensen willen graag samen activiteiten ontplooiën, maar wel grip houden op hoe ze dat vormgeven. En dan liever met gelijkgestemden dan met een hele vereniging."

Fietsende businessclub

Iemand die z'n weg zoekt buiten de klassieke verenigingsstructuur om is Rogier van Ewijk (50), directeur van een leasebedrijf. Met een aantal vrienden die ook zakelijk actief zijn, richtte hij het Special Cycling Team

op. "We hebben met z'n allen geld op tafel gelegd en we vormen nu een team van zeventien renners die A- en B-koersen rijden. Fanatiekelingen op leeftijd die misschien zelf prof hadden willen worden en nu wedstrijdjes rijden. Daar hebben zich ook enkele sponsors aan verbonden. Wij zorgen voor exposure. Dat was niet moeilijk te organiseren." Al eerder had Van Ewijk een professionele mountainbikevereniging met een zakelijke insteek: een deel van de inkomsten kwam uit een businessclub van fietsende ondernemers. Samen fietsen bleek meer ruimte te bieden voor ontmoeting dan een skybox in het voetbalstadion. Breedveld heeft wel een



Een derde van alle sporters is actief in een informele of zelf georganiseerde groep

Fietsclubs die het net even anders doen



MTB ASSEN

MTB Assen bestaat nu twee jaar en is uitgegroeid tot een vereniging met zo'n 280 leden. Bestuurslid Martin de Gries is vooral trots op het grote aantal jeugdleden. "Er waren al veel wielerverenigingen in de regio, maar mountainbiken hing er vaak een beetje bij. Wij wilden een vereniging van gelijkgestemden. Een van de succesfactoren is dat we laagdrempelige toertochten en wedstrijdje organiseren voor iedereen. Je hoeft geen lid van een vereniging te zijn om mee te doen. Daardoor zien wij meer jeugd aan de start. De gemiddelde leeftijd ligt bij ons lager dan bij de klassieke verenigingen.

Ook vinden wij het belangrijk om flexibel te zijn. Mensen hebben een volle agenda en moeten kunnen sporten wanneer het hen uitkomt. Daarom hebben we doordeweeks verschillende trainingsavonden. Een damesgroep kiest voor de vrijdagochtend. Ook moet er een klik zijn op hetzelfde niveau." MTB Assen werkt veel met Facebook. De leden plaatsen zelf de meeste berichten. Dat maakt het levendig en creëert een familiegevoel. Daarnaast biedt de club via Facebook de sponsor Univé veel exposure.

www.mtbassen.nl

CS030

Het in 2012 opgerichte CS030 groeide bijzonder snel uit naar zo'n 250 leden. Het geheim? Secretaris Eva Postema: "We beschouwen de leden als consumenten. De vereniging is er om hen te faciliteren. Wij willen een goed product bieden. Dat doen we met negen trainingen per week, op allerlei niveaus. Mensen gaan graag naar de training, willen verder komen. Dat is meer dan een rondje rijden. Daarom gaat met elke groep een KNWU-gecertificeerde trainer mee en doen we technische en conditionele oefeningen. Ons motto is: samen beter worden. Ik denk dat we ons daarin onderscheiden van traditionele verenigingen. Daarnaast bieden we workshops en clinics over fietsgerelateerde onderwerpen. Onze leden zijn gemiddeld 35 jaar, hebben het druk en moeten zich niet verplicht te voelen ook vrijwilliger te worden. Maar als we bijvoorbeeld een juridische brief moeten schrijven, zoeken we in de LinkedIn-profielen van onze leden naar iemand met een juridische achtergrond om ons te helpen. Daarnaast is er veel aandacht voor social media voor het onderlinge contact en om exposure naar buiten te genereren."

www.cs030.nl

WEDRENNERS NIJMEGEN

Een uit de kluiten gewassen informele groep die al twintig jaar bestaat, zijn de Wedrenners in Nijmegen. De groep werkt volgens het duiventilmodel: wie wil sluit zich aan. Er is veel vrijheid en er zijn geen verplichtingen, geen contributie. Initiatiefnemer Marc Heijnen: "Wekelijks verzamelen zich zo'n 250 renners om een vast rondje te trainen. Voor een stad is dat best veel. We verdelen ons dan in tien groepen die variëren naar snelheid. Als training rijden we altijd dezelfde rondes, zodat mensen precies weten hoe laat ze weer terug zijn. We hebben wel veiligheidsregels en we gaan ook wegkapiteins invoeren. Onderling ontstaan er veel dwarsverbanden en groepjes. Mensen zoeken elkaar op om samen tochten te rijden of samen op vakantie te gaan. Onze status moet formeel wel iets veranderen om ook juridisch meer duidelijkheid te kunnen bieden. Maar een vereniging willen we niet worden. We rijden ook niet met uniforme kleding. We willen een bont en ongebonden gezelschap blijven."

www.wedrenners.nl

verklaring voor het ontstaan van zulke informele groepen: "Mensen verbinden zich nu met elkaar naar gelang bepaalde leefstijlen. Zij kiezen voor een identiteit en meten zich een leefstijl aan die erbij past. Daarbij kan ook een bepaald gedrag horen en hobby's, kleding of een uitgavenpatroon. Sport past daar goed bij. Het is een manier om je te verbinden én je te onderscheiden. Daar kun je altijd bij horen, ongeacht afkomst of sociale klasse. Zeker bij mensen die fanatiek zijn in sport zie je dat ze sterk verbonden kunnen zijn met bepaalde sporticonen of clubs." Maar via een leefstijl je ergens bij voegen, is een vrij losse verbintenis. Deze kun je op een ander moment en onder andere omstandigheden 'afleggen'.

TwitterRide

Maar er zijn meer lijnen dan de wielervereniging en de vriendengroep waarlangs het samen fietsen wordt georganiseerd. Neem de aloude toertochten die de afgelopen jaren een enorme vlucht hebben genomen, al zal het soms massale karakter daarvan niet iedereen aanspreken. Of neem de markt. Er zijn tal van private initiatieven en partijen die ook verbindend werken, zoals fitnesscentra. Deze worden steeds meer als een soort club ervaren. Nu werken ze veelal nog met apparaten, maar mogelijk organiseren ze in de toekomst ook hardloop- en wielerevenementen, of sportvakanties. Bedrijven als Le Champion, MIR Sportmarketing of Golazo richten zich met meer of minder winstgoemerk op de wielerswereld via het organiseren van toertochten en cyclo's. Soms bederft het de lol wanneer je weet dat er een commerciële partij achter je toertocht zit die er geld aan verdient en je flink laat betalen. Maar omgekeerd beoordelen we zo'n organisatie ook op de geleverde kwaliteit. Daarnaast zijn social media een steeds belangrijker platform geworden om samen rijden te regelen. In 2011 waren het Lance Armstrong en Robbie McEwen die in Australië de TwitterRide introduceerden. Met één tweet brachten zij twee dagen later een spontaan wielerpeloton van zo'n 5000 enthousiastelingen op

de been. "Een gecontroleerde chaos", noemde Armstrong de geslaagde rit. Vacansoleilrenner Rob Ruijgh deed het op de tweede rustdag van de Tour de France in 2011 met een bescheiden groep volgers. Team Belkin hield vorig jaar een TwitterRide achter Rick Flens en Erik Dekker aan om de nieuwe teamkleding te presenteren. De BikeWriters doen het, evenals vele anderen. In de toekomst kan de TwitterRide wel eens een blijvertje blijken te zijn voor spontane en kleinschalige tochten. Maar ook apps als Endomondo, Strava en Runkeeper hebben een sociale dimensie en bieden social communities waarin we prestaties delen en het tegen elkaar kunnen opnemen. Zelfs via een Tacx met internetverbinding kun je in je eigen kamer je krachten meten tijdens een virtuele beklimming van de Mont Ventoux.

Tot slot zijn het ook de goede doelen waarvoor mensen samen op de fiets stappen. De Alpe d'HuZes is de allerbekendste en grootste, maar denk ook aan de Tour du ALS, de Zuidzee Klassieker, de Tour for Life en Duchenne Heroes. We verbinden ons dan met elkaar via de lijn van de emotie.

Vrije vogels

Zo bekeken is het sociale landschap van het fietsen eigenlijk best gemeleerd en biedt het voor elk wat wils. Of nog niet helemaal? Rogier van Ewijk heeft de ambitie om ook die individuele fietsers – zoals veel lezers van *Fiets* – die niet bij een vereniging of groep zijn aangesloten, via een platform bij elkaar te brengen. "Ik ben zelf iemand die geen behoefte heeft aan massale toertochten. Ik houd het liever klein. Stel dat iemand die niet bij een groep hoort, een dag wil fietsen, maar het liefst samen, hoe vind je dan anderen om mee op pad te gaan? Is er een manier om die vrije vogels bij elkaar te brengen, in een vrije structuur, met gelijkgestemden, bijvoorbeeld online in een platform?", zo vraagt hij zich af. Een soort crowdsourcing dus eigenlijk. Hij ziet daarin wel een rol weggelegd voor *Fiets* en de KNWU en verwacht dat het bedrijfsleven ook interesse heeft. Maar wie neemt het initiatief?

Wielershuizen

Onder druk van dit veranderende sociale landschap zijn bond en verenigingen aan het zoeken naar hun meerwaarde. Anne Loes Kokhuis van de KNWU: "Fietsmaatjes online vinden via een app, daar verwachten we niet zoveel van, omdat mensen niet graag met onbekenden willen fietsen. Wij bieden individuele rijders een basispas voor acht euro waarmee deze doelgroep mee kan doen aan kleine koersen op clubniveau. Dat blijkt te werken. Daarmee wordt de drempel voor recreatieve rijders om de stap naar een vereniging te maken en een keer een wedstrijdvorm te proberen lager." Ook probeert de bond het gat tussen recreanten en verenigingen te dichten met evenementen zoals de KNWU-ploegentijdritten.



Koen Breedveld

bijzonder
hoogleraar
sportsociologie



Rogier van Ewijk

directeur van een
leasebedrijf

De rol van verenigingen verandert. Vernieuwing en flexibiliteit zijn nodig

Tegelijk verandert de rol van de verenigingen. Vernieuwing is nodig, zoals meer flexibiliteit en gebruik van social media. De verenigingen die dat doen, groeien sterk in ledenaantal. Koen Breedveld: "Je ziet dat verenigingen net als professionele organisaties ook gaan nadenken over hun missie en hun strategie. Die vaardigheden nemen mensen mee uit hun werk. Ook verenigingen leren meer te denken in termen van vraag en aanbod. Goed nadenken welk product je wilt bieden. Maar het belangrijkste is denk ik dat wielersclubs wielershuizen worden: een levendige wielergemeenschap met een fysieke plek waar men elkaar kan ontmoeten. Zodat mensen weten waar ze moeten zijn als ze over hun hobby willen praten, inspiratie of ondersteuning zoeken of als er een Tour-feestje te vieren valt. Straal uit dat je het wielerscentrum bent van je omgeving en communiceer dat." Kortom: ben je een fietser die zich niet wil binden en zich toch wil aansluiten bij anderen? Er zijn genoeg mogelijkheden om je weg te vinden! <