

EEN SUCCESVOLLE OUTDOOR FITNESS LOCATIE IN 10 STAPPEN



STAPPENPLAN SUCCESVOLLE OUTDOOR FITNESS LOCATIE

1. Definieer de visie en ambities en leidt daar het doel vanaf.
2. Bepaal de primaire doelgroep.
3. Selecteer de optimale locatie.
4. Creëer helderheid over beschikbaar budget voor participatie, ontwerp, inrichting, onderhoud en promotie.
5. Voer een netwerkanalyse en behoeftepeiling uit.
6. Bepaal samen met de gebruikers en samenwerkingspartners de optimale inrichting.
7. Bepaal hoe het gebruik kan worden gestimuleerd.
8. Creëer eigenaarschap en investeer in een netwerk van samenwerkingspartners.
9. Schep randvoorwaarden voor de sociale veiligheid.
10. Maak een onderhouds- en beheerplan.

Voor een sportieve en vitale samenleving zijn openbare sportvoorzieningen in de directe woonomgeving van de inwoners van groot belang. Openbare ruimte is in Nederland echter schaars. De beperkte ruimte die beschikbaar is voor sport en recreatie moet zo optimaal mogelijk worden ingericht. Zo ook outdoor fitness locaties: openbare sportvoorzieningen met veilige en laagdrempelige fitness toestellen. In dit stappenplan worden 10 stappen benoemd die van

belang zijn voor het creëren van succesvolle outdoor fitness locaties: 6 stappen die van belang zijn bij het aanleggen van een nieuwe locatie en 4 stappen die van belang zijn voor het bevorderen van het gebruik van zo'n locatie. Dit stappenplan is opgesteld aan de hand van een onderzoek van het lectoraat Gezonde Leefstijl in een Stimulerende Omgeving van De Haagse Hogeschool naar het gebruik van zeven 'fitplaatsen' in de gemeente Den Haag.

Aanleg nieuwe outdoor fitness locatie:

STAP 1. DOEL EN ACHTERLIGGENDE VISIE

Bepaal eerst het doel van de aanleg van de outdoor fitness locatie. Welke visie ligt hieraan ten grondslag? Wat is de visie van de gemeente op sport, gezondheid, openbare ruimte en participatie? Wat wil je met de aanleg bereiken? Voorbeelden van doelen zijn:

- bevorderen van de gezondheid (o.a. minder ziektes en/of blessures, preventie overgewicht);
- bevorderen van kracht, lenigheid, coördinatie en uithoudingsvermogen (functioneel trainen);
- verbeteren van de leefbaarheid van de wijk;
- bevorderen van de integratie van verschillende doel- en leeftijdsgroepen (bijv. drie generaties samen laten sporten).

STAP 2. PRIMAIRE DOELGROEP

Bepaal van te voren op welke doelgroep je je met de aanleg van de outdoor fitness locatie wilt gaan richten. Keuzes voor o.a. de locatie en de inrichting zullen afhankelijk zijn van de primaire doelgroep die je wilt bereiken. Doelgroepen zijn: kinderen, jongeren, volwassenen en ouderen. Binnen een van deze doelgroepen kan weer specifieke aandacht worden besteed aan: meisjes, allochtonen, gehandicapten, etc.

Let op! Stap 1 en 2, het doel en de doelgroep hangen nauw met elkaar samen en hebben een groot effect op de overige stappen. Zo is bijvoorbeeld de inrichting van een outdoor fitness locatie voor jongeren anders dan die voor ouderen.

STAP 3. OPTIMALE LOCATIE

Selecteer de optimale locatie voor de outdoor fitness locatie. Houd hierbij rekening met de maximale afstand die de primaire doelgroep bereid is af te leggen vanaf hun woning tot de outdoor fitness locatie. Voer daarnaast een omgevingsonderzoek uit. Kijk daarbij naar andere sportvoorzieningen in de directe omgeving en breng het aantal potentiële gebruikers in kaart. Breng tevens barrières (water, drukke verkeerswegen, etc.) voor het bereiken van de outdoor fitness locatie in kaart alsmede verbindingsmogelijkheden met het openbaar vervoer, wandel- en fietspaden. Belangrijke randvoorwaarden voor een outdoor fitness locatie zijn:

- de locatie moet uitnodigen, uitnodigend betekent hier schoon, functionerend en veilig;
- de locatie moet vrij toegankelijk zijn;
- de locatie moet 24 uur per dag te gebruiken zijn;
- de locatie moet op een centrale, open plek in een groene omgeving liggen.

Houd daarnaast altijd rekening met de wet- en regelgeving omtrent de openbare ruimte.

STAP 4. BESCHIKBAAR BUDGET

Het is belangrijk voorafgaand aan het aanleggen van een nieuwe outdoor fitness locatie inzicht te krijgen in het beschikbare budget voor:

- participatie van gebruikers, omwonenden en samenwerkingspartners bij het ontwerp en de ingebruikname van de locatie;
- ontwerp en inrichtingsvoorstel;
- inrichting en plaatsing van de fitness toestellen en ondergronden;
- onderhoud op zowel korte als lange termijn van de gehele outdoor fitness locatie;
- promotie van de outdoor fitness locatie (communicatie en incidentele of structurele begeleiding).

Uit het onderzoek in Den Haag komt naar voren dat promotie en onderhoud essentieel zijn om langdurig gebruik te faciliteren.

STAP 5. NETWERKANALYSE EN BEHOEFTEPEILING

Alvorens over te gaan op de daadwerkelijke inrichting van de outdoor fitness locatie is het belangrijk een netwerkanalyse uit te voeren van potentiële samenwerkingspartners. Door deze partners vroegtijdig te betrekken wordt eigenaarschap gecreëerd en ontstaat commitment om in een later stadium een bijdrage te leveren aan bijv. promotie, begeleiding en onderhoud van de outdoor fitness locatie.

Voer daarnaast een behoeftepeiling uit onder de primaire doelgroep en direct omwonenden. In deze peiling kunnen wensen, behoeften en randvoorwaarden in kaart worden gebracht en kunnen motieven om buiten te sporten worden bepaald. In het onderzoek in Den Haag kwamen de volgende motieven naar voren:

Top 3 van motieven om gebruik te maken van de fitplaatsen in Den Haag.

Kinderen (tot 12 jaar)	1. Spelen 2. Leuke tijdsbesteding 3. Verbeteren gezondheid
Jongeren (12-21 jaar)	1. Verbeteren gezondheid 2. Verbeteren conditie 3. Verbeteren kracht
Volwassenen (21-55 jaar)	1. Verbeteren conditie 2. Verbeteren gezondheid 3. Verbeteren kracht
Ouderen (55+)	1. Leuke tijdsbesteding 2. Verbeteren gezondheid 3. Plezierbeleving

Bron: Van Herpen et al., 2015.



STAP 6. OPTIMALE INRICHTING

Bepaal de optimale inrichting van de outdoor fitness locatie. Houd hierbij rekening met het te bereiken doel en de wensen en behoeften van de primaire doelgroep en de samenwerkingspartners. Uiteraard spelen het beschikbare budget (stap 4) en de beschikbare locatie (stap 3) hierbij ook een rol. Denk bij de inrichting aan de volgende onderdelen:

- aantal en type fitness toestellen (zie ook tabel);
- groen;
- ondergrond (natuurlijk versus hightech). Kijk hierbij naar de aanschafkosten, het gebruiksgemak en de kosten voor onderhoud op een termijn evenredig aan de levensduur van de toestellen;
- afwatering;
- zonering voor verschillende doelen of doelgroepen;
- verlichting;
- faciliteiten als afvalbakken, bankjes, etc. Uit het onderzoek in Den Haag kwam naar voren dat een outdoor fitness locatie moet beschikken over afvalbakken en bankjes. Daarnaast gaven enkele gebruikers aan een fietsenstalling en toilet te missen. Overwogen kan worden deze aan te leggen, maar mogelijk zijn sanitaire voorzieningen of een fietsenstalling aanwezig in de directe omgeving bijv. bij een van de samenwerkingspartners.

Top 4 van de meest gebruikte fitness toestellen op de fitplaatsen in Den Haag.

Kinderen (tot 12 jaar)	1. Crosstrainer 2. Swing 3. Airwalker 4. Twister
Jongeren (12-21 jaar)	1. Swing 2. Twister 3. Airwalker 4. Crosstrainer
Volwassenen (21-55 jaar)	1. Twister 2. Swing 3. Crosstrainer 4. Airwalker
Ouderen (55+)	1. Crosstrainer 2. Twister 3. Swing 4. Airwalker

Bron: Van Herpen et al., 2015.

De Swing, Crosstrainer, Twister en Airwalker waren de meeste gebruikte toestellen op de fitplaatsen in Den Haag. Buiten deze fitness toestellen is vaak de categorie 'overige' geobserveerd. Dit bestaat onder andere uit rusten, wachten op beschikbaarheid apparaat en sociale activiteiten op de outdoor fitness locatie. Daarnaast is regelmatig activiteit geobserveerd waarbij enkel gebruik werd gemaakt van de ruimte en het eigen lichaamsgewicht. Denk hierbij aan sit-ups, squats en balansoefeningen.

Bevorderen gebruik outdoor fitness locatie:

STAP 7. PROMOTIE

Bepaal hoe het gebruik van de outdoor fitness locatie kan worden gestimuleerd. Denk hierbij aan het vergroten van de bekendheid van de outdoor fitness locatie (informer), het onderstrepen van het belang van buiten bewegen (overtuigen) of het verzorgen van kennismakingsbijeenkomsten en structurele groepslessen op de outdoor fitness locatie (begeleiding)(zie ook tabel). Houd ook hierbij weer rekening met de voorafgaande stappen waaronder de uitkomsten van de netwerkanalyse en de behoeftepeiling (stap 5).

Bepaal hierbij welke communicatiemiddelen het beste aansluiten bij de doelgroep en de communicatiedoelstelling. Zo kunnen ouderen bijvoorbeeld beter bereikt worden via een persoonlijke benadering, via wijkkrantjes en voorlichtingsavonden, terwijl jongeren makkelijker te bereiken zijn via Social Media.

Uit het onderzoek in Den Haag komt naar voren dat een instructieboekje zowel door gebruikers als niet-gebruikers niet van belang wordt gevonden. Dit lijkt dus niet het juiste informatie- of promotiemiddel.

STAP 8. SAMENWERKINGSPARTNERS

Om het gebruik van de outdoor fitness locatie te bevorderen is het belangrijk te investeren in een netwerk van diverse samenwerkingspartners die een rol kunnen spelen in de promotie van de outdoor fitness locatie, begeleiding van sporters en het onderhoud van de outdoor fitness locatie. Onderzoek heeft laten zien dat als een outdoor fitness locatie eenmaal gebruikt wordt dit verder gebruik aanwakkert. Mogelijke samenwerkingspartners zijn: sportscholen, sportverenigingen, fitness toestellen leveranciers, fysiotherapeuten en woon- en zorgcentra in de directe omgeving van de outdoor fitness locatie. Leg de afspraken vast in een samenwerkingsovereenkomst.

Top 5 van redenen om niet te sporten op de fitplaatsen in Den Haag.

Kinderen (tot 12 jaar)	1. (Te) druk met andere activiteiten
Jongeren (12-21 jaar)	1. (Te) druk met andere activiteiten 2. Weinig energie 3. Ik wist niet van de fitplaats af 4. Ik vind het raar om buiten te fitnessen 5. De fitplaats is te ver weg
Volwassenen (21-55 jaar)	1. (Te) druk met andere activiteiten 2. Het weer laat het niet toe 3. Een tijdelijke blessure 4. Ik vind het raar om buiten te fitnessen 5. De fitplaats is te ver weg
Ouderen (55+)	1. (Te) druk met andere activiteiten 2. Het weer laat het niet toe 3. Ik voel me te oud 4. Er is geen begeleiding aanwezig

Bron: Van Herpen et al., 2015.

STAP 9. SOCIALE VEILIGHEID

Schep randvoorwaarden voor de sociale veiligheid. Denk hierbij aan de zichtbaarheid van de outdoor fitness locatie vanaf de openbare weg of wandel- en fietspaden en aan verlichting. Bepaal daarnaast ook of je (vaste) begeleiding en/of toezicht vanuit woningen of een persoon wilt aanbieden op de outdoor fitness locatie. Neem dit mee in de gesprekken met de gebruikers, omwonenden en samenwerkingspartners en in het offertetraject met leveranciers en aannemers (stap 4 t/m 6 en stap 8). Vooral ouderen hebben in het onderzoek in Den Haag aangegeven behoefte te hebben aan begeleiding. Dus zeker voor deze doelgroep is dat aan te raden.

STAP 10. ONDERHOUD EN BEHEER

Maak een onderhouds- en beheerplan voor de gehele outdoor fitness locatie (toestellen, ondergrond, overige faciliteiten, etc.). Maak hiervoor goede afspraken met de leverancier of de samenwerkingspartner. Uit het onderzoek in Den Haag is naar voren gekomen dat goede hygiëne en snelle afhandeling van mankementen van groot belang zijn voor een succesvolle outdoor fitness locatie. Daarnaast is het zaak te zorgen dat op iedere locatie een bord aanwezig is waarop is aangegeven met wie contact op kan worden genomen bij schade of vervuiling. Een app zou daarop een goede aanvulling kunnen zijn.



Gemeente Den Haag

DE HAAGSE HOGESCHOOL

Meer informatie

www.dehaagsehogeschool.nl/lectoraat-glso
www.denhaag.nl

Herpen, N.A. van, Hordijk, D., Vries, S.I. de (2015). Outdoor fitness in Den Haag. Een onderzoek naar het gebruik en de succesfactoren van zeven Haagse fitplaatsen. Lectoraat Gezonde Leefstijl in een Stimulerende Omgeving. Den Haag: De Haagse Hogeschool, 2015.

Contactgegevens

Mevr. dr. S.I. de Vries - s.i.devries@hhs.nl
Dhr. dr. N.A. van Herpen - n.a.vanherpen@hhs.nl

