

#Scouting2025

Ideeën voor de toekomst van Scouting in Nederland

Dide van Berkel
Eric Lagendijk

RAPPORT



#Scouting2025

Ideeën voor de toekomst van Scouting in Nederland

Dide van Berkel

Met medewerking van:

Eric Lagendijk

Amsterdam, 23 maart 2015

Dide van Berkel

Junior projectmedewerker

dvanberkel@dsp-groep.nl

Eric Lagendijk

Senior adviseur / partner

elagendijk@dsp-groep.nl

Inhoud

| | | |
|-----|--|----|
| 1 | Onderzoek..... | 4 |
| 1.1 | Doel van het onderzoek..... | 4 |
| 1.2 | Opzet, verspreiding en respons..... | 5 |
| 1.3 | Demografische samenstelling..... | 6 |
| 2 | Thema's..... | 7 |
| 2.1 | Belangrijke thema's voor Scouting..... | 7 |
| 2.2 | Overige thema's..... | 10 |
| 3 | Trends..... | 11 |
| 3.1 | Belangrijke trends voor Scouting..... | 11 |
| 3.2 | Overige trends..... | 13 |
| 4 | Betekenis van Scouting..... | 14 |
| 4.1 | Ontwikkeling van het kind..... | 15 |
| 4.2 | Maatschappelijke rol van Scouting..... | 16 |
| 4.3 | Een leuke vrijetijdsbesteding..... | 17 |
| 5 | Conclusie..... | 18 |

1 Onderzoek

1.1 Doel van het onderzoek

Hoe ziet Scouting er in 2025 uit? De projectgroep #Scouting2025 heeft de opdracht gekregen om samen met jeugdleden en vrijwilligers te zorgen voor de totstandkoming van het meerjarenbeleid van Scouting. Hierdoor komt er een gezamenlijke toekomstvisie met te prioriteren thema's tot stand, waar de landelijke raad eind 2015 een besluit over zal nemen.

Om die reden heeft Scouting Nederland DSP-groep gevraagd om een digitale enquête uit te zetten onder de leden van Scouting, met als doel de inventarisatie van ideeën met betrekking tot dit meerjarenbeleid. Vanaf 12 februari tot en met half maart konden alle leden van Scouting via de website laten weten wat zij, met het oog op de toekomst van Scouting, belangrijke thema's en trends vinden.

De digitale enquête is onderdeel van een 7-stappenplan met als doel om in het voorjaar van 2016 te komen tot een uitgewerkte meerjarenbegroting. In het schema hieronder wordt een grove opzet van dit stappenplan weergegeven¹



Noot 1 <https://www.scouting.nl/bestuur-en-organisatie/bestuurlijke-zaken/meerjarenbeleid/scouting2025>

1.2 Opzet, verspreiding en respons

Opzet

Om de respons hoog te houden en de enquête relatief complexe vragen bevat, namelijk over de visie op het meerjarenbeleid van Scouting, is bewust gekozen voor een enquête met een beperkt aantal vragen:

- **Wat zijn de drie belangrijkste thema's waar Scouting volgens jou de komende jaren aandacht aan moet besteden?**
- **Met welke drie belangrijkste trends moet Scouting rekening houden in de toekomst?**
- **Wat betekent, in jouw ogen, Scouting voor de samenleving?**

De eerste twee vragen zijn semi-open en bestaan uit voorgeprogrammeerde antwoorden én een mogelijkheid om een ander antwoord te geven. De derde vraag is een geheel open vraag. Naast deze drie hoofdvragen wordt respondenten om hun geslacht, leeftijd en e-mailadres gevraagd. Het invullen van deze vragen is niet verplicht.

Verspreiding en respons

Er is gebruik gemaakt van een geïntegreerde digitale enquête op de website van Scouting Nederland en de enquête is in eerste instantie verspreid via de nieuwsbrief en de social media kanalen van Scouting Nederland. Omdat de respons na de eerste week enigszins tegen viel, is gekozen voor een extra mailing naar ongeveer 10.000 leden. Dit heeft tot een respons van maar liefst 1.888 geleid.



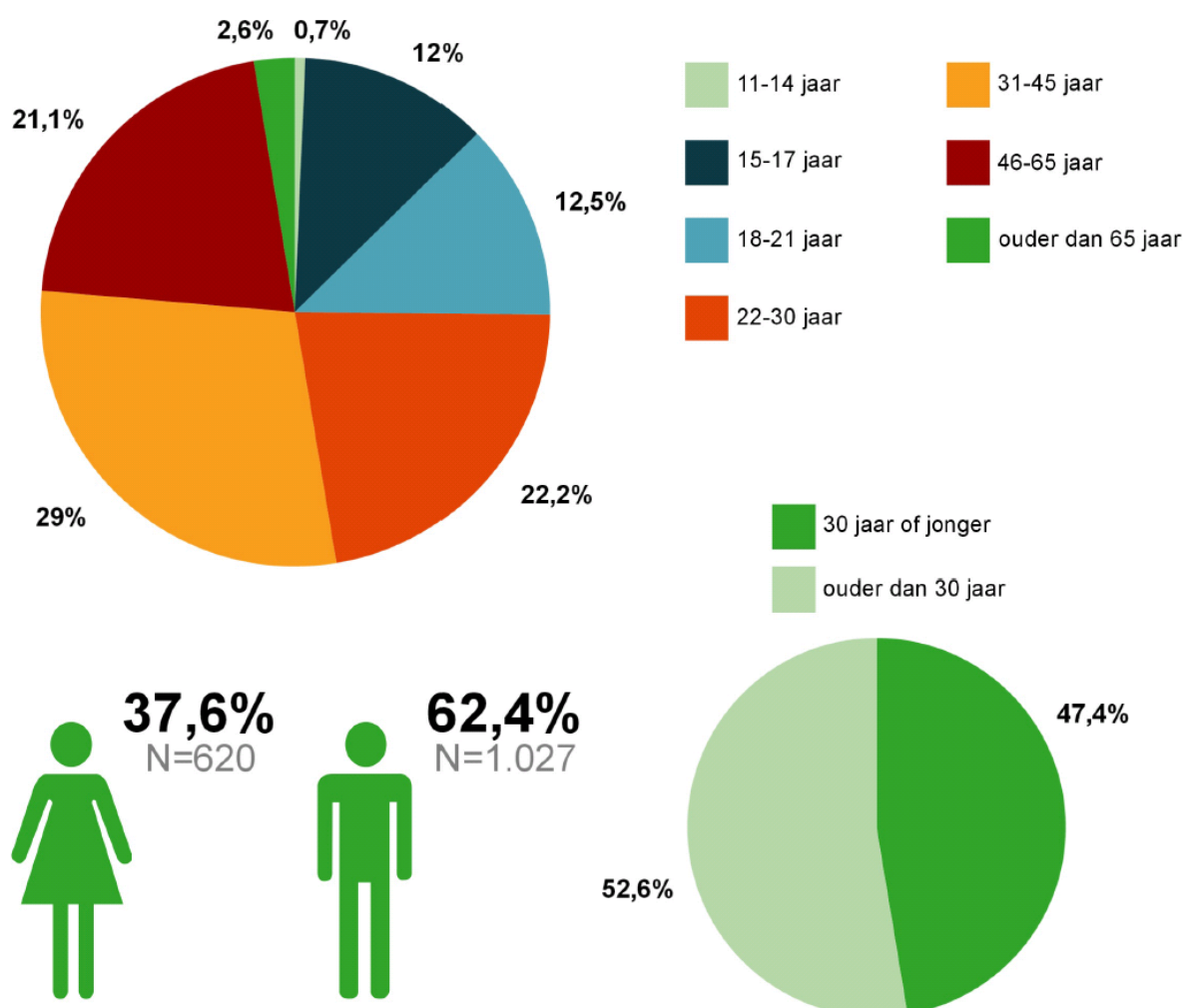
1.3 Demografische samenstelling

Leeftijd

Van de respondenten die de enquête hebben ingevuld bevindt 29% zich in de leeftijdscategorie van 31 tot 45 jaar. 22,2% van de respondenten is tussen de 22 en 30 jaar en 21,1% is tussen de 46 en 65 jaar. Het aantal respondenten boven de 30 jaar (47,4%) is vrijwel gelijk aan het aantal respondenten van 30 jaar of jonger (52,6%). Zowel jong als oud heeft de enquête dus ingevuld. Opvallend is dat 0,7% van de respondenten tussen de 11 en 14 jaar is. De extra mailing om leden uit te nodigen de enquête in te vullen, is alleen naar leden van 15 jaar en ouder gegaan (vanaf de speltak *explorers*). De groep 11-14 jarigen blijkt, ondanks de jonge leeftijd, dus ook betrokken bij de toekomst van Scouting.

Geslacht

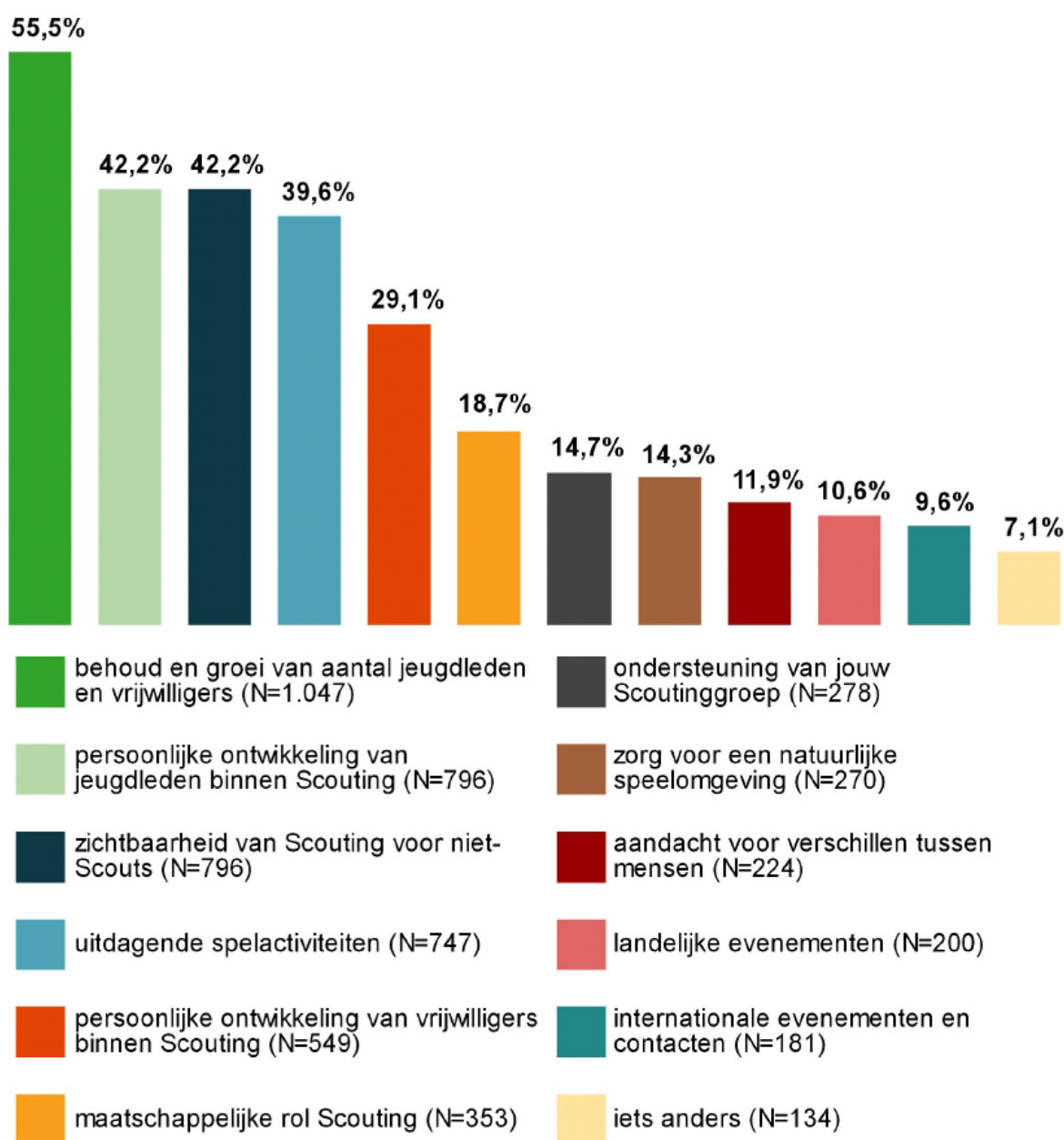
Onder de respondenten bevinden zich meer jongens en mannen (62,4%) dan meiden en vrouwen (37,6%). Deze verdeling is ongeveer gelijk aan de werkelijke leeftijdsverdeling bij Scouting. Hoewel Scouting een vereniging voor zowel jongens als meiden is, trekt het aanbod meer jongens. Het ligt dan ook in de lijn der verwachting dat meer jongens en mannen de enquête zouden invullen. In onderstaande figuur wordt de leeftijdsverdeling en man/vrouw-verdeling van alle respondenten weergegeven.



2 Thema's

Wat zijn de belangrijkste thema's waar Scouting Nederland de komende jaren aandacht aan moet besteden? Dat is de eerste vraag die respondenten gesteld is. Aan de hand van tien voorgeprogrammeerde antwoorden konden zij maximaal drie belangrijke thema's kiezen. Daarnaast konden respondenten de optie 'iets anders' kiezen en een nieuw thema aandragen.

2.1 Belangrijke thema's voor Scouting



Uit bovenstaande figuur blijkt dat er vier thema's zijn die relatief vaak worden gekozen als belangrijk. 1.047 van de 1.888 respondenten het thema 'Behoud en groei van het aantal jeugdleden en vrijwilligers' belangrijk vinden, dat is gelijk aan 55,5% van de respondenten. Ook de thema's 'Persoonlijke ontwikkeling van jeugdleden binnen Scouting' (42,2%) en 'Zichtbaarheid van Scouting voor niet-Scouts' (42,2%) worden relatief vaak gekozen als belangrijk thema. Uitdagende spelactiviteiten wordt door 39,6% van de respondenten belangrijk gevonden. Hieronder worden deze vier thema's nader toegelicht.



Behoud en groei van het aantal jeugdleden en vrijwilligers

Kinderen zijn niet meer zo trouw aan Scouting als vroeger. Er is concurrentie van alle kanten, van de computer tot andere (sport)verenigingen. Daarom is het belangrijk dat Scouting inzet op het behouden van de unieke positie en het aanbieden van onderscheidende activiteiten: *“Unieke positie blijven houden tussen concurrerende hobby’s en buitenschoolse opvang, etc.”* Doordat kinderen veel meer keuze hebben, is het niet meer vanzelfsprekend dat zij lid worden van Scouting. Het is volgens de respondenten zaak om aantrekkelijk en modern aanbod te creëren dat aansluit bij de wensen van de nieuwe generatie: *“Outdoor activiteiten, meer aansluiten op populariteit van tv-programma’s en outdoor bureaus en activiteitenparken”*. Daarnaast veranderen de interesses van kinderen tegenwoordig sneller dan vroeger. Ook hier dient Scouting rekening mee te houden: *“Sneller wisselen van interesse bij jeugd. Daarop inspelen”*. Daarbij is het volgens respondenten wel belangrijk dat Scouting haar kernactiviteiten niet uit het oog verliest: *“Bewaken dat de basis goed blijft in plaats van iedere keer met de winden meewaaien om leden te werven.”*

Vrijwilligersbeleid zou volgens respondenten enerzijds gericht moeten zijn op de groei van het aantal vrijwilligers, anderzijds op het behoud ervan, door meer aandacht te schenken aan werkdruk, (interne en externe) waardering en ontwikkeling. Meerdere respondenten geven aan dat er erg veel van vrijwilligers wordt gevraagd. *Scouting voelt meer als mijn bestuurlijke baan, dan het vrije wat het hiervoor was. Dus draai niet door, en houdt het simpel.*”, aldus een respondent. Vrijwilligers zijn erg belangrijk voor de ontwikkeling die jeugdleden bij Scouting doormaken. Er zou daarom meer aandacht moeten zijn voor werkdruk en motivatie: *“We mogen niet vergeten dat onze leden spelenderwijs een ontwikkeling doormaken waarbij zij van belang zijn voor de maatschappij van morgen. Daarvoor moeten wij onze vrijwilligers motiveren en ontwikkelen, maar rekening houden met het feit dat*

zij vrijwilligers zijn en soms niet meer in Scouting willen steken dat zij nu doen". Tevens zou (interne en externe) waardering en persoonlijke ontwikkeling belangrijk zijn voor het behoud van vrijwilligers: "Stoppen met de vrijwilligers van alles op te leggen, en blij zijn dat ze komen". En "Begeleiding van goed willende amateurs (leiding) die rugzakkinderen moeten begeleiden. Training van leiding om met mondige ouders om te gaan.". Ook het toenemende aantal regels voor vrijwilligers is volgens respondenten een aandachtspunt: "oppassen voor bureaucrativering van de professionele SN-organisatie. Dit stoot vrijwilligers (het hart van SN) af".

Persoonlijke ontwikkeling van jeugdleden binnen Scouting

De persoonlijke ontwikkeling van jeugdleden binnen Scouting wordt door respondenten belangrijk gevonden. Door middel van eenvoudige spellen, sporten en activiteiten, gericht op basisvaardigheden en overlevingstechnieken, maken kinderen bij Scouting spelenderwijs kennis met natuur, leren zij zowel zelfstandig als samen te werken en zullen zij normen en waarden worden bijgebracht waar zij de rest van hun leven iets aan hebben: *"Scouting legt een basis voor zelfstandige, zelfverzekerde jeugd/jongeren met verantwoordelijkheidsgevoel en een duurzame en maatschappelijke betrokken houding".* Naast het bijbrengen van deze basisvaardigheden, leert Scouting jeugdleden verder kijken dan noodzakelijk en de eigen horizon te verbreden: *"Verlangen naar het onbekende, ontdekken van nieuwe werelden achter de eigen, persoonlijke horizon en ontwikkelen van een samenwerkingscultuur" .*

Zichtbaarheid van Scouting voor niet-Scouts

Respondenten geven aan dat zichtbaarheid van Scouting in de maatschappij belangrijk is: *"Zichtbaar zijn in de directe samenleving door organisatie van plaatselijke activiteiten en deelname aan landelijke activiteiten, waarmee de samenleving een moderne kijk op scouting krijgt en ziet welke mogelijkheden scouting voor jong en oud biedt!"* Leden hebben het gevoel dat niet-Scouts een verkeerd imago hebben van Scouting. Het imago zou te stoffig en oubollig zijn en mag volgens leden moderner en stoerder: *"We zijn langzamerhand aan het veranderen in een soort kerkclubje of naschoolse opvang. Scouting mag best wat stoerder worden."* Scouting zou daarnaast duidelijker kunnen communiceren over wat Scouting daadwerkelijk inhoudt. Zo geeft een respondent aan: *"Imago en modernisering van scouting. Scouting is wel zichtbaar, maar niet op de juiste manier. Daarbij is het voor veel buitenstaanders nog steeds niet duidelijk wat Scouting inhoudt."* Niet-Scouts weten niet wat Scouting is, hierdoor denken ze nog teveel in stereotypen: *"Van het stoffige imago afkomen. Veel mensen hebben echt geen idee wat Scouting betekent en doet. Volgens hen doen we alleen 'fikkie steken', broodjes bakken en in suffe pakjes lopen. Gelukkig weet je als Scout dat het anders ligt."* Door dit oubollige imago zouden kinderen, maar bovenal ouders, niet meer geïnteresseerd zijn in Scouting, met een dalend ledenaantal tot gevolg: *"Door het oubollige imago doen mensen (vooral ouders) vaak niet eens de moeite om zich te verdiepen in scouting."*

Uitdagende spelactiviteiten

De jeugd kan tegenwoordig kiezen uit veel verschillende soorten vrijetijdsbesteding en daarmee heeft Scouting veel concurrentie: *"Doordat er voor de jeugd zoveel keuze is in hoe ze hun vrije tijd kunnen besteden, komt Scouting meer op de achtergrond te staan".* Jongeren zijn tevens minder gebonden aan een bepaalde vorm van vrijetijdsbesteding en zullen ze sneller overstappen naar andere clubs en verenigingen: *"Voor de jeugdleden is het één van de vele hobby's, als het even anders is zoek je weer wat anders".* Daarom is het zaak dat Scouting hierop inspeelt met uitdagende spelactiviteiten, die zich onderscheiden van ander aanbod: *"Scouting moet onderscheidend zijn ten opzichte van andere hobby's, door dingen te doen die je thuis niet kan / mag doen, of*

vaardigheden afgestemd op 2015, bijv. digitale speurtocht". Daarnaast dienen de activiteiten van Scouting te passen bij de huidige tijd. De nieuwe generatie heeft nieuwe wensen. Daar zou Scouting rekening mee moeten houden, maar zonder de kernwaarden los te laten. *"De veranderende interesses van kinderen en de veranderende omgeving van kinderen, maar wel zonder de Scouting mentaliteit en ideeën te laten varen. We moeten als Scouting alleen wel mee gaan in de modernisering"*, aldus een respondent.

2.2 Overige thema's

134 respondenten (7,1%) hebben een ander belangrijk thema voor het meerjarenbeleid van Scouting aangedragen. De meest genoemde thema's zijn 'Samenwerken', 'Terug naar de basis' en 'Toelaten van oudere leeftijdsgroepen'. Daarnaast worden ook nog de versoepeling van beleid, sfeer en thuisgevoel, betaalbaarheid, normen en waarden en respect voor natuur en milieu als belangrijke thema's genoemd.

Samenwerken

Samenwerken en contacten leggen is volgens de respondenten belangrijk voor Scouting. Enerzijds omdat het in een klimaat waarin de overheid zich steeds meer terugtrekt en subsidies minder vanzelfsprekend zijn noodzakelijk wordt geacht: *"Samenwerking op lokaal niveau van scouting met andere (jeugd)verenigingen. Vanuit de lokale overheden wordt meer en meer gestimuleerd dat burgers zelfs samenwerkingsinitiatieven ontplooiën, hoe kunnen we daar als scoutinggroep in mee participeren? Ook met het oog op teruglopende subsidies, stimulerende en vernieuwende activiteiten krijgen vaak nog wel subsidie."* Anderzijds omdat krachtenbundeling kan leiden tot meer interessant aanbod en inspirerende activiteiten, voor en door de leden van Scouting: *"Het uitwisselen of bezoeken van scoutinggroepen tussen elkaar bevorderen en scouting zeker avontuurlijk behouden"*.

Terug naar de basis

Respondenten geven aan dat de kracht van Scouting in de basis ligt: het spel van het verkennen, overleven op de oude manier. *"Terug naar de basis van scouting. Zonder hi-tech stuff. Overleven op de oude manier. Vuur zonder aansteker, slapen zonder tent, eten zonder menu, water/lucht/land verkennen zonder kaart. Normen, waarden, respect en discipline erg hoog in het vaandel"*, aldus een respondent. Ondanks dat Scouting mee verandert met de maatschappij, hoeft dat niet te betekenen dat de basiselementen van Scouting overboord worden gegooid. Volgens respondenten zijn deze nog steeds van belang: *"De oorsprong en historie van Scouting en de daaruit voortvloeiende basisvaardigheden en basisemoties. Genieten van het buitenleven, eenvoud, bescheidenheid, tevredenheid en saamhorigheid"*.

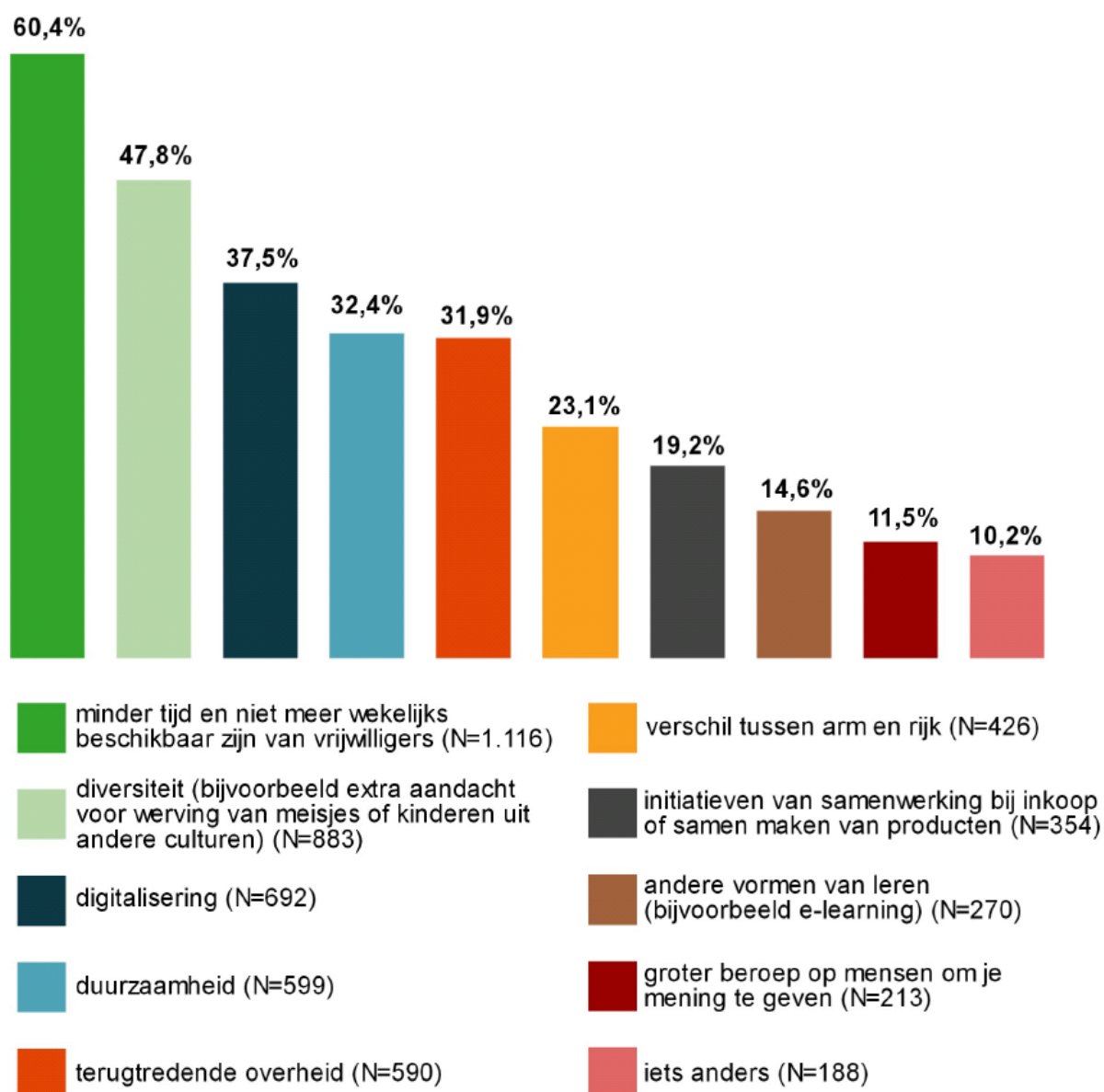
Het toelaten van oudere leeftijdsgroepen

Een aantal respondenten vinden het jammer dat er bij Scouting alleen als vrijwilliger plek is voor de oudere leeftijdsgroepen. Er zouden, tevens met het oog op de vergrijzing en de dalende ledenaantallen, meer activiteiten voor (jong)volwassenen moeten worden georganiseerd: *"Een leven lang lid zijn van scouting. Ontwikkelen programma's voor 23+ leden (naar interessegebieden en naar kunnen). De bevolkingsaanwas krimpt en verandert demografisch, subsidies nemen af en mensen blijven actiever tot op latere leeftijd. Deze leden zorgen voor een basis waardoor de vaste lasten door een grotere groep worden gedeeld."*

3 Trends

Met welke belangrijkste trends moet Scouting rekening houden in de toekomst? Dat is de tweede vraag die respondenten gesteld is. Aan de hand van negen voorgeprogrammeerde antwoorden konden zij maximaal drie belangrijke trends kiezen. Daarnaast konden respondenten de optie 'iets anders' kiezen en een nieuwe trend aandragen.

3.1 Belangrijke trends voor Scouting



Uit bovenstaande figuur blijkt dat er drie trends zijn die relatief vaak als belangrijk worden gezien door respondenten. 1.116 van de 1.888 respondenten de trend 'Minder tijd en niet meer wekelijks beschikbaar zijn van vrijwilligers' belangrijk vinden. Dit is maar liefst 60,4% van de respondenten. Ook de toenemende diversiteit (47,8%) en digitalisering (37,5%) worden relatief vaak gekozen als belangrijke trends. Hieronder worden deze drie trends nader toegelicht.



Minder tijd en niet meer wekelijks beschikbaar zijn van vrijwilligers

Mensen hebben steeds minder tijd voor vrijwilligerswerk. Daarnaast zijn er steeds meer organisaties die ondersteuning vragen van vrijwilligers, waardoor de vrijwilligers die wel tijd hebben uit steeds meer organisaties kunnen kiezen. Om deze twee redenen zijn respondenten van mening dat er meer aandacht moet zijn voor de werving van vrijwilligers: *"Scouting is een belangrijk onderdeel van de samenleving, die door het gebrek van tijd en inzet van vrijwilligers het als organisatie in de toekomst moeilijk gaat krijgen. Inzetten op het werven van vrijwilligers op alle vlakken (leiding, besturen en ondersteunende vrijwilligers) is de basis voor het hebben van een gezonde vereniging. Als deze faciliteiten aanwezig zijn, blijven de leden vanzelf komen."* Een respondent geeft de suggestie om door middel van samenwerking met scholen eerder en meer zichtbaar te worden bij potentiële vrijwilligers: *"Een samenwerking van scoutinggroepen met opleidingen als spw en pabo zou een goede investering van energie zijn voor beide kanten. Het is steeds moeilijker om vrijwilligers van buitenaf te vinden."* Daarnaast is het belangrijk dat bestaande vrijwilligers zich kunnen blijven ontwikkelen, voldoende gemotiveerd worden en bovenal plezier beleven aan het vrijwilligerswerk. *"De vrijwilligers verdienen echt pluim, omdat zij alle scoutingleden iedere keer week weer een fantastische avond bezorgen waar iedereen naar uit kijkt. Scouting is op een leuke manier leren"*, aldus een respondent.

Diversiteit

Respondenten vinden het belangrijk dat iedereen welkom is bij Scouting, los van geslacht, geloof, afkomst en opleidingsniveau: *"Het mooie aan Scouting is: IEDEREEN IS GELIJK!"*. En: *"Scouting is een vereniging die staat voor diversiteit en waar iedereen welkom is"*. Een aantal respondenten ziet Scouting zelfs als een belangrijke verbinder in de samenleving. Kinderen leren met allerlei verschillende mensen omgaan. Op die manier biedt Scouting tegenwicht aan de steeds groter wordende kloven en groeiende spanningen in de maatschappij: *"Een organisatie die als bindmiddel binnen de samenleving kan fungeren. Leer kinderen al vroeg dat diversiteit en respect daarvoor belangrijk zijn zodat er minder splitsingen in de samenleving ontstaan."*

Digitalisering

De digitalisering van de maatschappij heeft ook gevolgen voor Scouting. Kinderen zitten niet alleen meer binnen, de maatschappij is hierdoor tevens sterk veranderd. Scouting zou volgens respondenten meer mee moeten bewegen met deze veranderende maatschappij: *“Bij de tijd blijven: onder andere door andere vormen van leren (meer digitaal, e-learning) maar ook moderne hulp- en communicatiemiddelen inzetten, en een meer modern uniform. Alles met als reden: beter aansluiten bij deze tijd en bij de jeugd!”* Opnieuw geven respondenten aan dat in dit proces de kernwaarden van Scouting niet verloren moeten gaan. Tevens wordt duidelijk dat respondenten het erg waarderen dat Scouting juist een tegenwicht biedt aan de digitale wereld. Zij vinden Scouting een baken van rust in de steeds snellere wereld. Deze kracht zou Scouting moeten behouden: *“Verhaasten en vervlakken van de maatschappij. Scouting kan een baken van rust, diepgang en aandacht zijn (en is dat al)”*

3.2 Overige trends

188 respondenten (10,2%) hebben een ander belangrijke trend voor het meerjarenbeleid van Scouting aangedragen. De drie meest genoemde trends zijn betaalbaarheid, wegvallen van de overheid als vangnet en individualisering.

Betaalbaarheid

De economische crisis en afnemende subsidies zorgen ervoor dat ook Scouting naar andere manieren van financieringen zou moeten zoeken om te kunnen overleven. Betaalbaarheid is dan ook een punt van aandacht. *“Stijgende kosten (meer huurkosten, energiekosten enz.) en dalende inkomsten (minder subsidies, sponsoring enzovoort)”*, aldus een respondent. Een oplossing zou volgens respondenten de zoektocht naar andersoortige subsidies of sponsorgelden kunnen zijn. Om daarbij tot creatieve oplossingen te komen is een actieve houding nodig: *“Meer inspanning om sponsoring of subsidie binnen te halen”*.

Wegvallen vangnet overheid

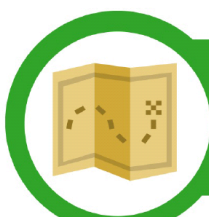
Doordat de overheid zich steeds meer terugtrekt, merken respondenten dat er steeds meer kinderen met beperkingen moeten worden opgevangen, ofwel met een rugzakje, ofwel met een lichamelijke of geestelijke beperking. *“Het groeiende aandeel kinderen dat vanwege een ‘stickertje’ of ‘rugzakje’ bij Scouting komt en in de wetenschap dat niet alle vrijwilligers daarvoor zijn opgeleid”*, aldus een respondent. De druk op vrijwilligers neemt hierdoor toe, de opvang van deze groepen is niet altijd makkelijk. Vrijwilligers zouden wat meer begeleid willen worden rondom de opvang van en omgang met deze groepen: *“Begeleiden bij vragen over omgaan met verschillende mensen en nationaliteiten, of met geestelijke of lichamelijke beperking”*

Individualisering

Scouting zou een tegenwicht kunnen bieden aan de verregaande individualisering van de maatschappij, door verschillende groepen mensen samen te brengen, met elkaar samen te laten werken en het groepsgevoel te behouden: *“In een individualiserende maatschappij het groepsgevoel behouden”* en *“De individualisering en steeds minder interesse om zich in te zetten voor anderen”*

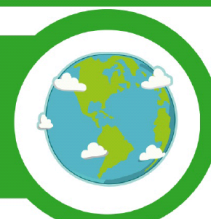
4 Betekenis van Scouting

Wat betekent, in jouw ogen, Scouting voor de samenleving? Dat is de derde, en open vraag, die respondenten gesteld is. 1.690 respondenten vulden deze vraag in. Ondanks de grote variëteit aan antwoorden, is de betekenis van Scouting samen te vatten in drie overkoepelende thema's:



De ontwikkeling van het kind

De maatschappelijke rol van Scouting



Een leuke vrijetijdsbesteding

4.1 Ontwikkeling van het kind

Betekenis

Respondenten vinden Scouting belangrijk voor de ontwikkeling van het kind. Enerzijds omdat kinderen er spelenderwijs achter komen welke talenten zij in huis hebben en de kans krijgen om deze verder te ontwikkelen. Anderzijds omdat Scouting leert kinderen sociaal én actief ten opzichte van anderen en de maatschappij te zijn. "Scouting betekent voor mij het persoonlijk ontwikkelen van alle leden onder leuke omstandigheden waardoor ze zin hebben in Scouting en met hun ontwikkelingen de samenleving kunnen helpen", aldus een respondent. Kinderen worden normen en waarden, sociale omgangsvormen en basisvaardigheden bijgebracht. Hier zullen zij zelf, maar tevens de samenleving, profijt van hebben. Zo geeft een respondent aan: "Scouting is goed voor de ontwikkeling van een persoon, hij leert er alles wat je in je leven tegenkomt. Dit kun je gebruiken voor de toekomst". En: "Kinderen die zich vol zelfvertrouwen kunnen ontwikkelen tot zelfstandige en sociale volwassenen. Dit maakt de samenleving mooier en stabiel".



4.2 Maatschappelijke rol van Scouting

Naast de ontwikkeling van het kind, staat Scouting volgens de respondenten midden in de maatschappij. De organisatie en de leden zetten zich op veel verschillende manieren in voor de samenleving. Enerzijds door plek te bieden aan verschillende soorten doelgroepen die elders geen plek hebben: "Scouting heeft een grote maatschappelijke functie in de samenleving, het is een vangnet voor jongeren die vaak in competitie niet kunnen mee doen of niet voldoende prestatiegericht willen ontspannen." Anderzijds door inzet voor de maatschappij. "Scouting betekent in mijn ogen een groep die de samenleving wat wil bieden. Bijvoorbeeld door de straten schoon te houden, maar ook door het organiseren van evenementen en mensen doen opfleuren, naar elkaar omkijken", aldus een respondent. En: "Een organisatie die de ontwikkeling van mensen die deelnemen in onze samenleving stimuleert. Om zo een steentje bij te dragen aan een fijne samenleving voor iedereen."

"Scouting heeft een grote maatschappelijke rol, als je kijkt naar tradities waar Scouting al jaren deel van uitmaakt. Scouting kan de jeugdleden helpen om zich in te zetten voor de toekomst van de regio en maatschappelijke doelen

"Scouting betekent voor mij samenwerking met vrijwilligers, goed voor het milieu en dienstbaarheid naar de samenleving.

"Scouting doet veel voor de samenleving, denk alleen al aan al die Scouts die helpen bij de dodenherdenking.

"Scouting is een spel in de samenleving. Scouting is voor iedereen en kan er voor iedereen zijn.

"Scouting betekent voor de samenleving samen dingen tot stand brengen, samen voor de natuur zorgen, samen voor elkaar zorgen

"Dat je met je groep je inzet voor de samenleving. Dat kan op verschillende wijzen. Van deelname bij activiteiten in de buurt (Koningsdag, NLDoet, etc.) tot het bewust maken van de leden dat zij een deel zijn van de samenleving en hier hun positieve invloed kunnen laten zien

4.3 Een leuke vrijetijdsbesteding

Naast de ontwikkeling van het kind en de maatschappelijke rol die Scouting heeft, staat voor veel respondenten plezier voorop. Scouting is voor velen in de eerste plaats een leuke vrijetijdsbesteding. "Een leuke, actieve, speelse en leerzame hobby voor kinderen en jeugd", aldus een respondent. Scouting heeft iets te bieden wat andere (sport)verenigingen niet kunnen bieden: "Het is een manier van vrijetijdsbesteding anders dan sport. het is veel uitdagender en afwisselender dan wat dan ook. Scouting haalt de jeugd achter de mobiel weg en laat ze leven". En: "Veelzijdige leerzame sociale omgeving om vrije tijd te besteden. In mijn ogen beter dan andere, meer eenzijdige tijdsbestedingen".

"Leuke en leerzame
vrijetijdsbesteding voor zowel
jeugdleden als vrijwilligers"

"Scouting is een
vrijetijdsbesteding voor kinderen
tussen 5 en 18 jaar. Een hobby
die geschikt is voor iedereen!"

"Scouting is een vorm van
vrijetijdsbesteding, die vind je leuk
(dan moet je dus vooral meedoen) of
niet leuk (en dan moet je dus niet
meedoen). Ieder zijn hobby

"Scouting is alles wat
men mist bij andere
sporten en hobby's"

"Een leuke hobby,
waar je jaren plezier
aan kan beleven"

"In eerste instantie moet het leuk
zijn! Leerzaam en goed voor de
ontwikkeling is mooi meegenomen.
Goed voor de samenleving komt op
de derde plaats"



5 Conclusie

Leeftijd en geslacht

Van de respondenten die de enquête hebben ingevuld bevindt 29% zich in de leeftijdscategorie van 31 tot 45 jaar. 22,2% van de respondenten is tussen de 22 en 30 jaar en 21,1% is tussen de 46 en 65 jaar. Het aantal respondenten boven de 30 jaar (47,4%) is vrijwel gelijk aan het aantal respondenten van 30 jaar of jonger (52,6%). Zowel jong als oud heeft de enquête dus ingevuld. Opvallend is dat 0,7% van de respondenten tussen de 11 en 14 jaar is. De extra mailing om leden uit te nodigen de enquête in te vullen, is alleen naar leden van 15 jaar en ouder gegaan (vanaf de speltak *explorers*). Onder de respondenten bevinden zich meer jongens en mannen (62,4%) dan meiden en vrouwen (37,6%). Deze verdeling is ongeveer gelijk aan de werkelijke leeftijdsverdeling bij Scouting.

Thema's

55,5% van de respondenten vindt het behoud en de groei van het aantal jeugdleden en vrijwilligers een belangrijk thema voor het meerjarenbeleid van Scouting. Ook de thema's 'Persoonlijke ontwikkeling van jeugdleden binnen Scouting' (42,2%) en 'Zichtbaarheid van Scouting voor niet-Scouts' (42,2%) worden relatief vaak gekozen als belangrijk thema. Uitdagende spelactiviteiten worden door 39,6% van de respondenten belangrijk gevonden.

Trends

Maar liefst 60,4% van de respondenten vindt de trend dat vrijwilligers steeds minder tijd hebben en wekelijks minder beschikbaar zijn belangrijk voor Scouting. Ook de toenemende diversiteit (47,8%) en digitalisering (37,5%) worden relatief vaak gekozen als belangrijke trends.

Betekenis van Scouting

De betekenis van Scouting voor respondenten is grofweg in te delen in drie thema's:

- *De ontwikkeling van het kind:* Respondenten vinden Scouting belangrijk voor de ontwikkeling van het kind. Enerzijds omdat kinderen er spelenderwijs achter komen welke talenten zij in huis hebben en de kans krijgen om deze verder te ontwikkelen. Anderzijds omdat Scouting leert kinderen sociaal én actief ten opzichte van anderen en de maatschappij te zijn.
- *De maatschappelijke waarde van Scouting:* Naast de ontwikkeling van het kind, staat Scouting volgens de respondenten midden in de maatschappij. De organisatie en de leden zetten zich op veel verschillende manieren in voor de samenleving. Enerzijds door plek te bieden aan verschillende soorten doelgroepen die elders geen plek hebben. Anderzijds door de inzet voor de maatschappij.
- *Een leuke vrijetijdsbesteding:* Naast de ontwikkeling van het kind en de maatschappelijke rol die Scouting heeft, staat voor veel respondenten plezier voorop. Scouting is voor velen in de eerste plaats een leuke vrijetijdsbesteding.

Concluderend

In dit onderzoek zijn door 1.888 leden van Scouting de belangrijkste thema's en trends benoemd die van invloed zijn op Scouting en de samenleving. De samenleving verandert snel, interesses van kinderen zijn niet hetzelfde als vroeger en concurrerende vrijetijdsbesteding neemt toe. Het is niet meer vanzelfsprekend dat kinderen voor Scouting kiezen en vrijwilligers zijn steeds minder beschikbaar. Er is sprake van individualisering en verregaande digitalisering. Daarnaast worden kloven in de maatschappij groter en groeien de spanningen tussen verschillende bevolkingsgroepen.

Al deze ontwikkelingen zullen van invloed zijn op Scouting als organisatie en bij het opstellen van het meerjarenbeleid dient hier rekening mee te worden gehouden. Scouting kan volgens respondenten een tegenwicht bieden aan de individualisering doordat de organisatie staat voor het behoud van het groepsgevoel en kinderen leert zich in te zetten voor een ander.

Het feit dat Scouting midden in de maatschappij staat wordt door respondenten gewaardeerd en als belangrijke waarde gezien. Scouting biedt een plek voor iedereen. Ook in de toekomst zou Scouting zich actief in moeten zetten voor het werven van allerlei soorten leden, ook de groepen die minder goed meekomen in de samenleving. Dit is belangrijk, zeker in een klimaat waarin de overheid zich terugtrekt en mensen meer een beroep moeten doen op de eigen kracht en het sociaal netwerk. Mensen die niet zo'n sociaal netwerk hebben, vallen buiten de boot. Gevolg is dat kinderen met een rugzakje of beperking steeds vaker bij Scouting over de vloer komen. Belangrijk aandachtspunt voor Scouting is de toenemende druk op de vrijwilligers die hierdoor ontstaat.

Vrijwilligers zijn een belangrijke randvoorwaarde voor een goede ontwikkeling van jeugdleden binnen Scouting. Scouting dient zich, doordat vrijwilligers steeds minder beschikbaar zijn, meer in te spannen voor de werving én het behoud van vrijwilligers. Aan de ene kant door een beter en slimmer wervingsbeleid (bijvoorbeeld samenwerkingsverbanden met scholen), maar door tevens te zorgen voor een fijn en plezierig werkklimaat, waarin vrijwilligers de waardering krijgen die ze verdienen.

Daarnaast zou Scouting meer mee kunnen bewegen met de veranderende samenleving en nieuwe generatie, door activiteiten hieraan aan te passen, maar zonder de kernwaarden van Scouting uit het oog te verliezen. Er zullen in de toekomst nog meer uitdagende spelactiviteiten, passend bij de jeugd van tegenwoordig, moeten worden georganiseerd. Door jeugdleden aan zich te binden en kinderen achter de computer vandaan te trekken kan Scouting volgens de respondenten een tegenwicht bieden aan de verregaande digitalisering.

Tenslotte dient Scouting ervoor te zorgen dat het stoffige imago van Scouting verdwijnt. Doordat niet-Scouts niet goed weten wat Scouting inhoudt, vallen zij terug op stereotypen. Scouting zou om die reden meer kunnen inzetten op communicatie en zichtbaarheid, zodat Scouting ook aantrekkelijk(er) wordt voor niet-Scouts.

DSP-groep BV
Van Diemenstraat 374
1013 CR Amsterdam

T +31 (0)20 625 75 37
dsp@dsp-groep.nl
www.dsp-groep.nl

KvK A'dam 33176766

DSP-groep, opgericht in 1984, is een onafhankelijk landelijk bureau voor onderzoek, advies en management, met zestig medewerkers. We werken in opdracht van de overheid (ministeries, provincies en gemeenten), maar ook van maatschappelijke organisaties op landelijk, regionaal en lokaal niveau.

Werkvelden

De werkvelden waarop we de meeste expertise hebben opgebouwd zijn veiligheid, jeugd, sport, kunst en cultuur, onderwijs, openbare ruimte en groen, sociaal beleid, stedelijke vernieuwing, welzijn, wonen en wijkgericht werken.

Dienstverlening

We ondersteunen onze opdrachtgevers bij complexe vraagstukken. We kunnen onderzoek doen, een registratiesysteem of monitor ontwikkelen, een advies uitbrengen, een beleidsvisie voorbereiden, een plan toetsen of tijdelijk het management voeren. DSP-groep geeft ook trainingen, workshops en lezingen.

Meer weten?

Neem vrijblijvend contact met ons op voor meer informatie of om een afspraak te maken. Bezoek onze website www.dsp-groep.nl voor onze projecten, publicaties en opdrachtgevers.