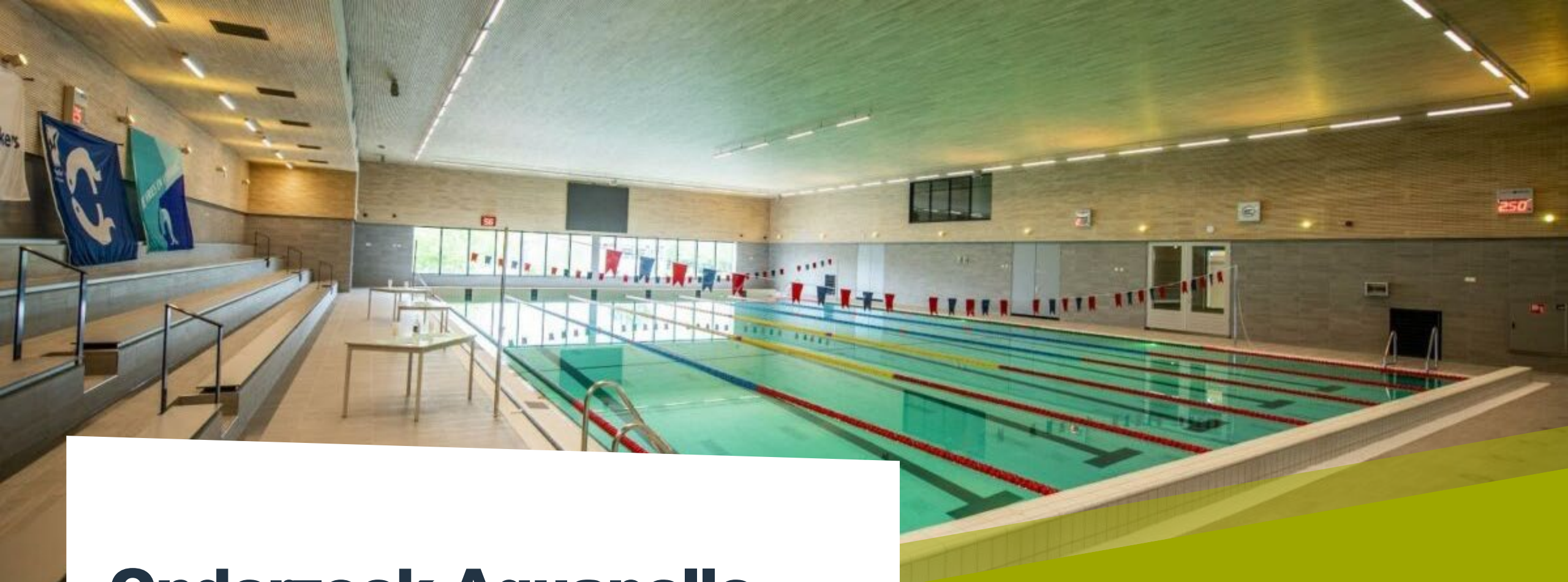




Onderzoek Aquapelle

Maatschappelijke waarde van het zwembad

Koen Breedveld, Wesley van den Breul & Mark Bennenbroek

17-07-2026

treem bureau voor
doeltreffende
sportaccommodaties

DE HAAGSE
HOGESCHOOL

Doel

In Aquapelle, het zwembad in Capelle aan de IJssel, gebeurt van alles. Bezoekers uit alle lagen van de samenleving komen samen om te genieten van het water. Mensen blijven hangen bij de horeca om de week door te spreken en contact te houden met familie en vrienden. Maar wat is nu de maatschappelijke impact van deze activiteiten?

Het doel van dit onderzoek is het in kaart brengen van de maatschappelijke impact van Aquapelle. Dit wordt gedaan door na te gaan hoe het bezoek aan het zwembad bijdraagt aan het sociaal, mentaal en fysiek welzijn van bezoekers. Daarnaast wordt in kaart gebracht hoeveel uur en door wie er wordt gezwommen in het zwembad, en hoeveel van deze beweeguren zouden wegvallen als het zwembad niet zou bestaan.



Methodiek

Voor het onderzoek is een vragenlijst afgenomen onder bezoekers van het zwembad. Met behulp van online vragenlijstsoftware (Survalyzer) is respondenten gevraagd om antwoorden te geven op vragen over hun tevredenheid over het zwembad, de frequentie waarin ze het bad gebruiken, en de vervolgen van het gebruik van het zwembad op sociaal, mentaal en fysiek welzijn. De respondenten zijn benaderd met behulp van de nieuwsbrief van het zwembad en via QR-codes die zijn verspreid in het zwembad. De dataverzameling vond plaats over een periode van twee weken in mei 2025. In totaal hebben 194 respondenten de vragenlijst ingevuld. Meer informatie over de samenstelling van deze groep is te vinden op de volgende slide.

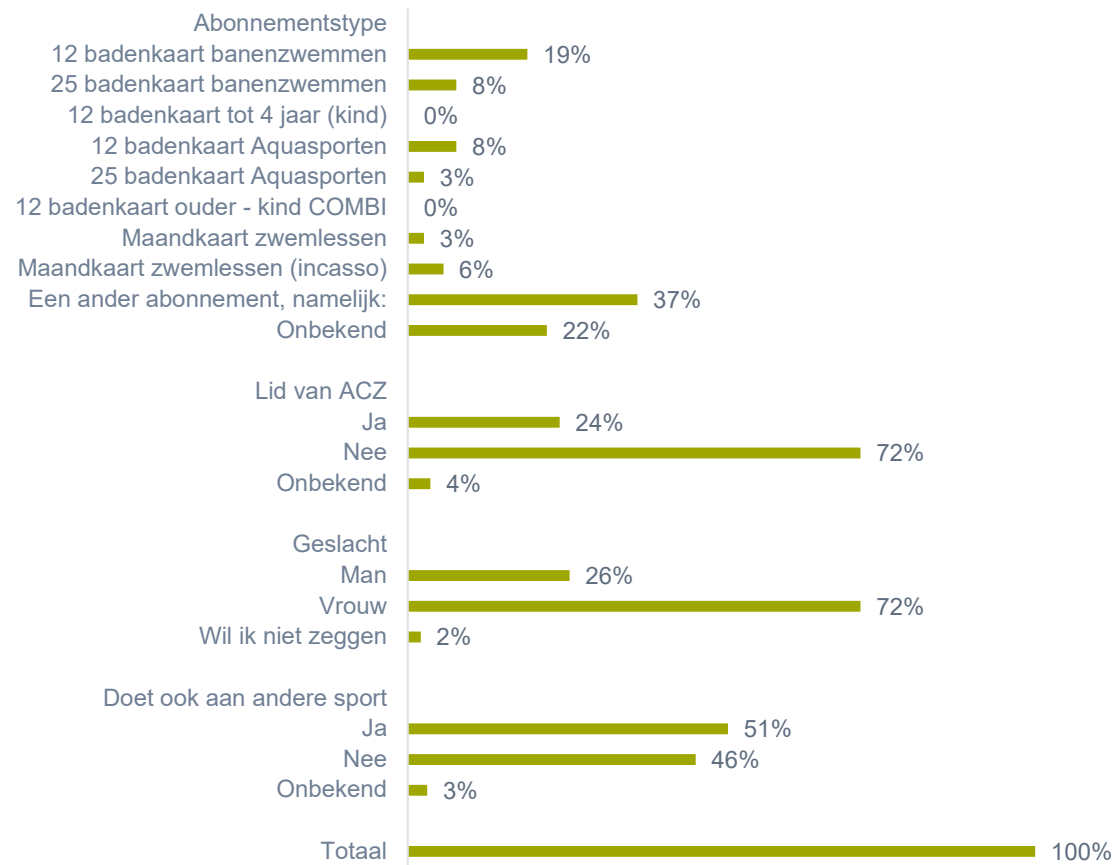
Om het perspectief van de verschillende groepen dieper uit te lichten zijn er ook groepsinterviews gehouden met de bezoekers van het zwembad. Medewerkers van het communicatieteam van Aquapelle zijn in April 2026 in gesprek gegaan met groepen zwembadbezoekers. In totaal zijn er negen verschillende groepen geïnterviewd. De verhalen van drie van de groepen komen terug in deze rapportage.

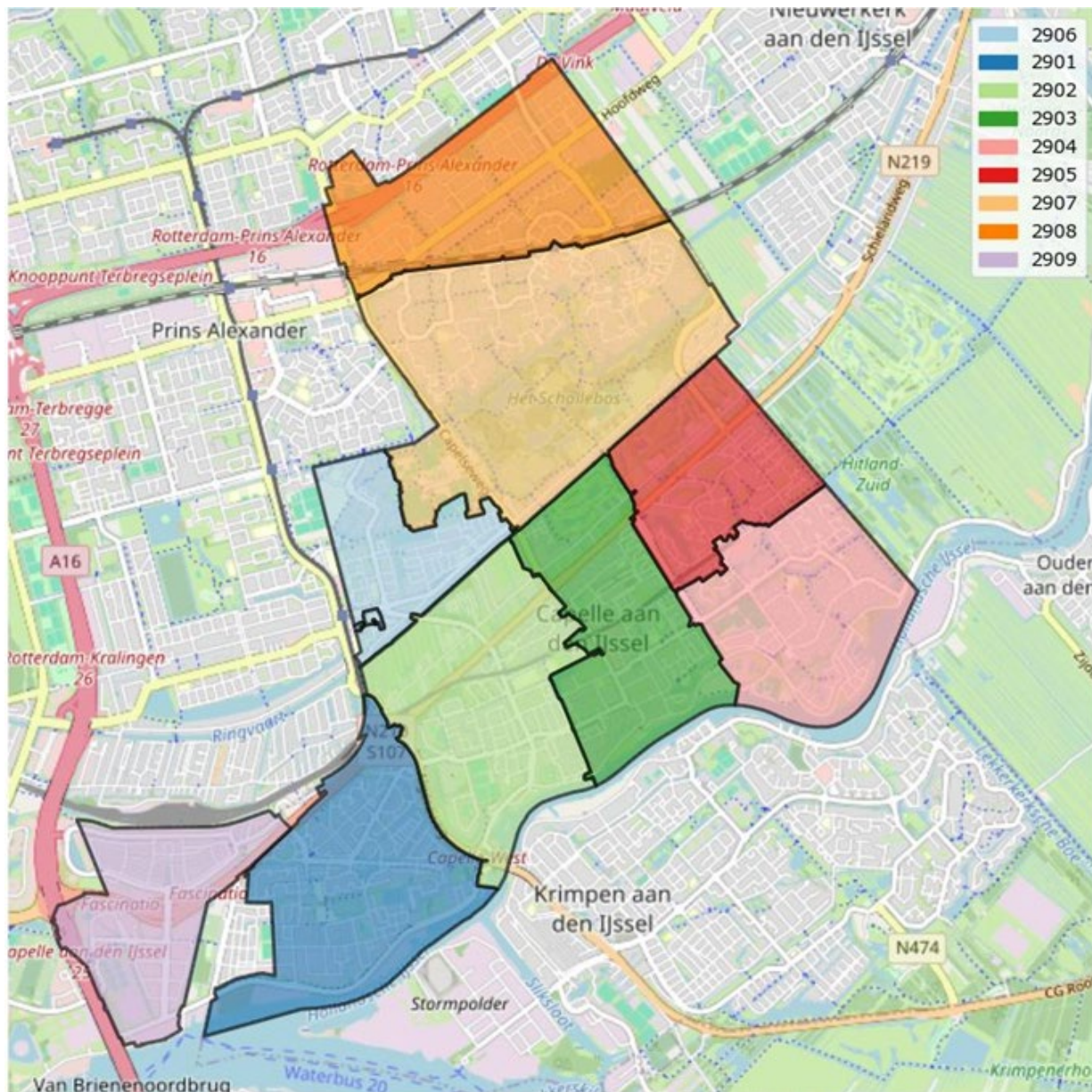
De opgehaalde data is gecombineerd met al beschikbare data over het totaal aantal bezoekers en de postcodes van deze bezoekers, via de IT-systemen van het zwembad. Daarnaast is gebruik gemaakt van nationale CBS-statistieken over sportparticipatie en sociaaleconomische status van de wijken waar bezoekers van het zwembad woonachtig zijn.

Respons

194 Gebruikers

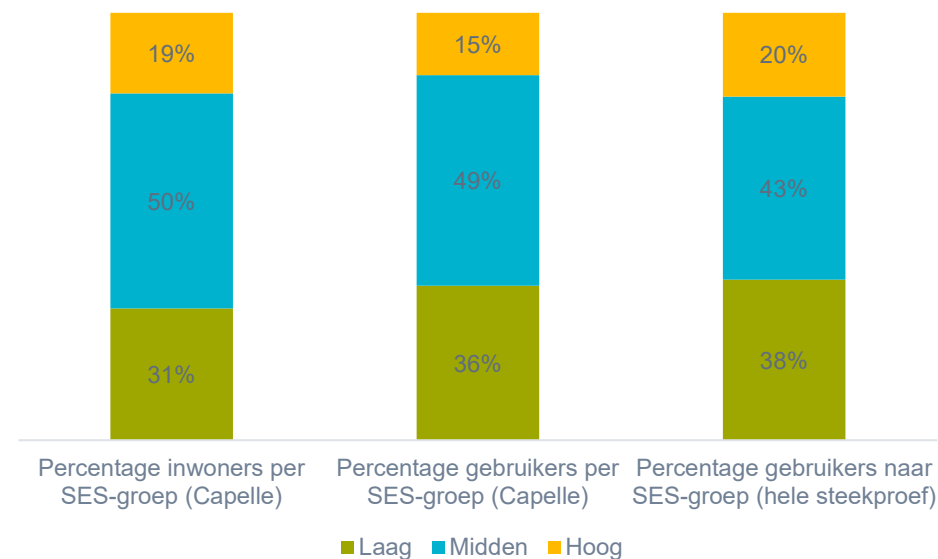
De bezoekers van Aquapelle die de vragenlijst hebben ingevuld zijn gevraagd om een aantal persoonskenmerken. Uit de resultaten blijkt dat er veel verschillende typen abonnementen zijn vertegenwoordigd in de steekproef, met de 12 badenkaart als meest voorkomende variant. De grote groep 'ander abonnement' heeft te maken met lidmaatschap van zwemvereniging ACZ. 24 procent van de groep geeft aan lid te zijn van deze vereniging. Verder bestaat de steekproef voor ongeveer driekwart (72%) uit vrouwen en doet ruim de helft (51%) ook aan andere sporten





Naast geslacht, abonnementstype en lidmaatschap van de zwemvereniging is ook gekeken naar de sociaaleconomische status op basis van de postcode waar mensen wonen. Uit de resultaten blijkt dat ten opzichte van de gemeente Capelle aan de IJssel, er relatief veel mensen uit een wijk met een lage SES naar het zwembad toe komen.

Gebruikers naar SES op postcodeniveau



Bezoekers uitgelicht: de brandweer



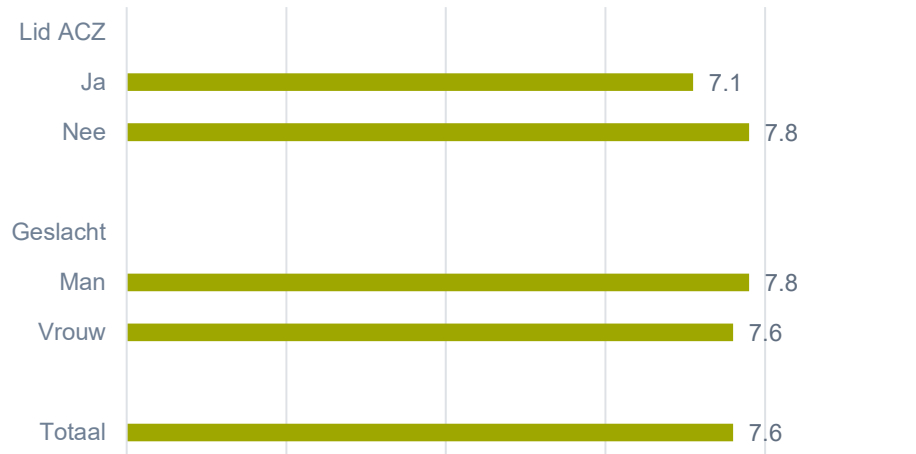
De brandweer oefent al een aantal jaar in zwembad Aquapelle. Dit doen ze iedere donderdagochtend. Ze zijn daar dan aanwezig met twee wagens om zowel te kunnen trainen als direct te kunnen uitrukken bij een noodmelding. Ze gebruiken het zwembad om hun zwemconditie en ademhalingstechnieken te trainen. Daarnaast is het heldere water van het zwembad veiliger voor specifieke duik oefeningen dan het troebele water van de Maas, omdat de duikploegleider in het zwembad goed kan zien of de procedures correct worden uitgevoerd.

De brandweerlieden hebben een pittige opleiding achter de rug en moeten jaarlijks minstens dertig duiken van tenminste een kwartier maken om hun vaardigheden en certificering als duiker te onderhouden.

De brandweer blijft nooit in de horeca, omdat ze tijdens de oefening altijd stand-by staan met een wagen die direct kan uitrukken voor brand of ongevallen. Het samen duiken en trainen versterkt de onderlinge band en het teamgevoel van de ploeg, en is dus naast sportief ook sociaal van waarde.

Tevredenheid

Gemiddelde beoordeling faciliteiten



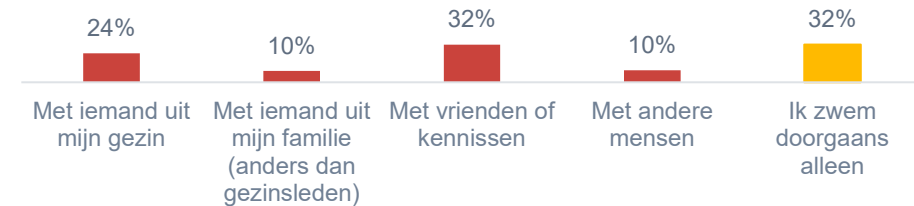
Bezoekers van het zwembad zijn over het algemeen positief over de faciliteiten van het bad, de gemiddelde score van respondenten van de enquête is een 7.6. Als positieve punten worden de vriendelijkheid van het personeel en de goede hygiëne in het bad genoemd. Als verbeterpunten worden de toegankelijkheid van het bad en de kwaliteit van de douches aangekaart.

Gebruik

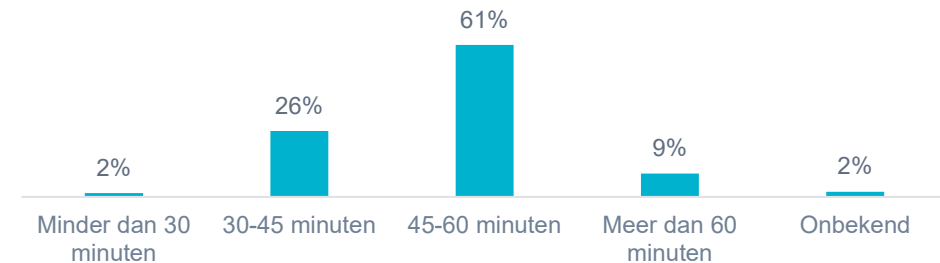
Bezoekers gebruiken het bad sociaal door af te spreken met vrienden of kennissen (32%) en gezinsleden (24%). Een derde van de bezoekers zwemt doorgaans alleen in het bad.

Bijna de helft van de bezoekers zijn gemiddeld één keer per week in het zwembad, en 27% gaat twee keer per week zwemmen. Voor de meeste mensen duurt een zwemsessie tussen de 45 en 60 minuten.

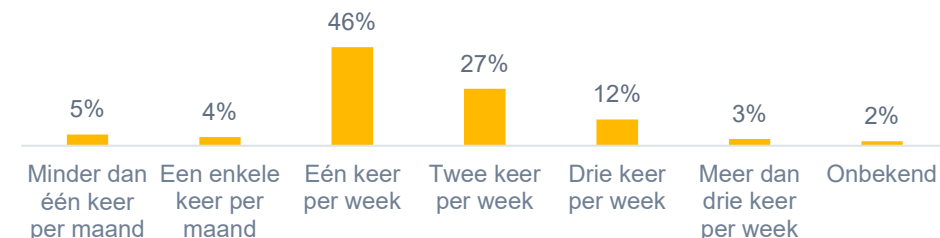
Met wie gaat u zwemmen?



Hoe lang gaat u zwemmen?



Hoe vaak gaat u zwemmen?



Bezoekers uitgelicht: Capelle Sport Gezond

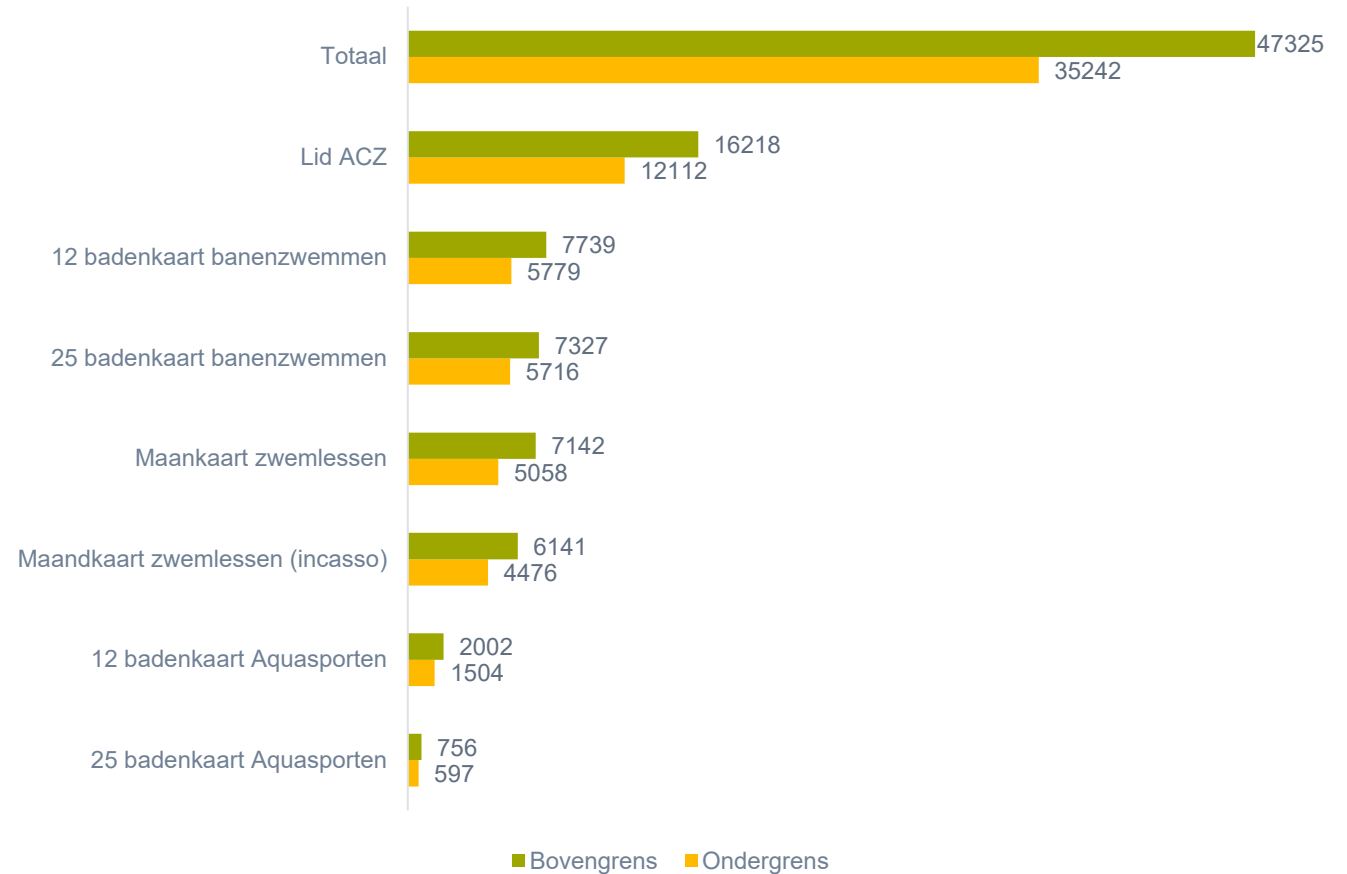


Capelle Sport Gezond is een sportvereniging die zich specifiek richt op hart- en vaatpatiënten uit Capelle aan den IJssel en omliggende gemeenten. Ze maken al sinds de opening van Aquapelle, in 2019, gebruik van het zwembad. Zij hebben hiervoor toen gekozen omdat ze hun sportprogramma uit wilden breiden naar Aquarobics.

De leden van CSG maken na afloop ook gebruik van de horeca. Ze blijven meestal ongeveer een uurtje na de les hangen. De deelnemers kennen elkaar meestal al, onder andere via de andere activiteiten die Capelle Sport Gezond organiseert. Door de mogelijkheid om na het sporten nog even samen te zijn is de Aquarobicsles één van de onderdelen binnen CSG waarin nieuwe vriendschappen gevormd worden.

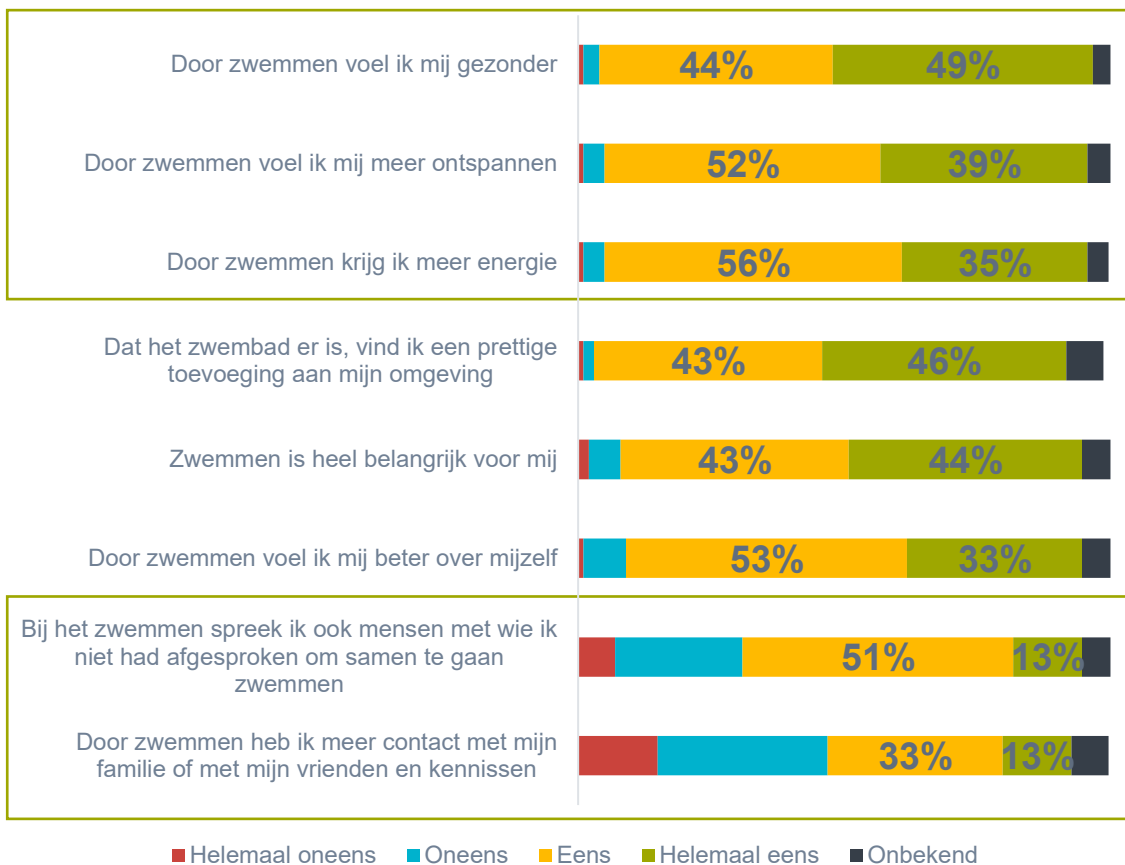
Beweeguren in 2024

Op basis van de antwoorden van respondenten, gecombineerd met de beschikbare data uit de IT-systemen van het zwembad, is een schatting gemaakt van de beweeguren die in het zwembad in 2024 hebben plaatsgevonden. Daaruit blijkt dat er tussen de 35.000 en 47.000 uren (4.5-5 beweegjaren) is gezwommen in dat jaar. Ongeveer een derde van die uren wordt gezwommen door leden van de zwemvereniging ACZ.



Impact

Ervaringen over zwemmen



Uit de resultaten van de enquête blijkt dat zwemmen een grote positieve impact op de gezondheid van bezoekers heeft. Zo geeft 93% van de bezoekers aan dat zij zich gezonder voelen en 92% dat zij meer ontspannen zijn.

Sociaal heeft het zwembad ook impact; 64 procent van de bezoekers spreekt andere bezoekers tijdens het zwemmen en 46% gebruikt het zwembad om meer contact te hebben met familie en vrienden.

De resultaten laten zien dat het zwembad belangrijk is voor het fysieke, mentale en sociale welzijn van bezoekers.

Bezoekers uitgelicht: Algemene Capelse Zwemvereniging



De leden van de vereniging komen over het algemeen ofwel sinds de opening, ofwel sinds ze lid zijn van ACZ in Aquapelle. De reden om in Aquapelle te zwemmen is dan ook omdat de zwemvereniging hier gebruik van maakt. Ze geven allemaal aan gekozen te hebben voor de zwemvereniging en niet voor het zwembad specifiek.

Ze zwemmen eigenlijk allemaal al heel hun leven en ze doen dit ook meermaals per week.

Ongeveer een kwart van de geïnterviewden geeft aan het zwemmen puur te zien als sportmoment en blijft daardoor zelden tot nooit in de horeca na afloop. Allemaal geven ze wel aan dat het lid zijn van de vereniging een groot onderdeel is van hun sociale contacten. Het gezamenlijk optrekken tijdens trainingen en wedstrijden bevordert de onderlinge band en het ontstaan van vriendschappen binnen de club.

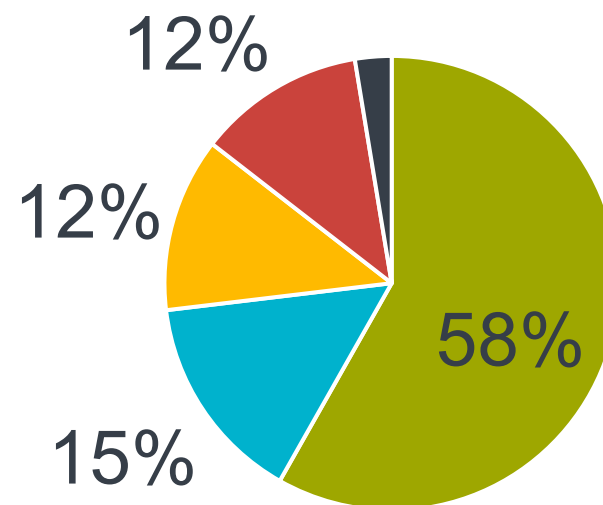
En wat als het zwembad sluit?

In een eerdere slide is berekend dat er in een jaar tijd tussen de 35.000 en 47.000 uren is bewogen in Aquapelle. Hoeveel van deze uren zouden wegvallen als het zwembad er niet zou zijn, of zou sluiten?

Resultaten van de enquête laten zien dat de meeste bezoekers van het zwembad hun zwemactiviteiten in een ander bad zouden vervolgen. Wellicht interessanter is dat 12 procent van de respondenten aangeeft volledig te stoppen bij sluiting van het bad, en nog eens 12 procent stelt het aantal beweeguren te minderen. Voor deze groepen geldt dat Aquapelle een enorme rol speelt in hun beweeggedrag.

Verdiepende analyse laat zien dat juist de mensen in wijken met een lage sociaaleconomische status, en dus mensen die al relatief vaak weinig bewegen, aangeven te stoppen of te minderen met sporten als het zwembad zou sluiten. Dit maakt het maatschappelijk belang van het zwembad alleen maar groter.

- Ik zou in een ander bad zwemmen
- Ik zou een andere sport doen en ik blijf even veel sporten
- Ik zou een andere sport doen, maar ga waarschijnlijk minder sporten
- Ik zou volledig stoppen met sporten
- Onbekend





Conclusies

Aquapelle genereert 35.000-47.000 beweeguren (4-5,5 beweegjaren) per jaar. Hierbij valt de oververtegenwoordiging van lage SES-groepen op. Dit is een groep die doorgaans relatief laag scoort als het gaat om sportparticipatie, wat de maatschappelijke meerwaarde van het zwembad goed laat zien. Door de activiteiten die in het zwembad plaatsvinden draagt het zwembad bij aan zowel sportparticipatie als maatschappelijke impact. Gebruikers voelen zich gezonder, beter over zichzelf, energiek en ontmoeten elkaar in het zwembad. Het verlies van het zwembad zou betekenen dat een groot deel van de beweeguren van bezoekers verloren zou gaan omdat zij niet overschakelen naar een ander zwembad of andere sport. De maatschappelijke waarde van het zwembad zou hiermee verloren gaan.

De groepsinterviews laten zien dat mensen samen komen in het zwembad en nieuwe contacten opdoen. Naast de gezondheidsvoordelen heeft het zwemmen dus ook een belangrijke sociale component voor deze mensen.



DE HAAGSE
HOGESCHOOL
SPORTKUNDE

