

Naam: Koen van Dongen, 457467

Email: 457467kd@eur.nl

Inleverdatum: 01-10-2020

Studie: Media & Journalistiek

Begeleider: Jacco van Sterkenburg

De sociale functie van sport voor de Rotterdamse jeugd.

Hoe lokale organisaties in hun digitale communicatie
reflecteren op de rol van sport in Rotterdam.

Master Media Studies - Media & Journalistiek

Erasmus School of History, Culture and Communication

Erasmus Universiteit Rotterdam

Master's Thesis

June 2020

De sociale functie van sport voor Rotterdamse jeugd.

Hoe lokale organisaties in hun digitale communicatie reflecteren op de rol van sport in Rotterdam.

ABSTRACT

Deze studie onderzoekt de sociale functie van sport voor sociaal kwetsbare jeugd (4-18 jaar) in Rotterdam en de rol van communicatie in dit proces. In een multiculturele stad als Rotterdam zijn partijen uit verschillende sectoren betrokken bij de totstandkoming van initiatieven die ervoor zorgen dat sociaaleconomisch kwetsbare jeugd kan sporten. Deze initiatieven zijn essentieel voor de ontwikkeling van deze jongeren. Om te beginnen is een kwalitatieve inhoudsanalyse toegepast op de digitale communicatie van de betrokken organisaties. Dit betreft een tekstuele inhoudsanalyse van websites van de sleutelpartijen in het Rotterdamse sportbeleid waarin relevante thema's zullen worden geïdentificeerd. Tevens is een viertal expert-interviews afgenomen met deskundigen op het gebied van sport en jeugd in Rotterdam. Aan de hand van de combinatie van deze twee onderzoeksmethoden is duidelijk geworden hoe sportstad Rotterdam betekenis geeft aan de sociale rol van sport voor de kwetsbare jeugd en welke rol communicatie hierin speelt. Tenslotte zal dit onderzoek een adviserend doel hebben en wordt de toekomst van het Rotterdamse sportbeleid ten aanzien van de sociale rol van sport voor sociaal kwetsbare jeugd, met daarin mogelijk enkele aanbevelingen op grond van de onderzoeksresultaten. Na uitvoering van deze studie kan geconcludeerd worden dat de sociale functie van sport in Rotterdam op waarde wordt geschat. Zowel uit de inhoudsanalyse als uit de expert-interviews bleek dat de betrokken partijen over voldoende kennis beschikken wat betreft de positieve effecten van de sociale rol van sport in Rotterdam. Over de mogelijke nadelen van de sociale rol van sport is minder bekend. Deze worden in de digitale communicatie van de onderzochte partijen bijvoorbeeld geheel overgeslagen. Het grootste probleem om de positieve effecten van de sociale functie van sport maximaal te benutten zit hem in de communicatie. Vooral de communicatie met de doelgroep vormt voor sportorganisaties op dit moment nog het grootste struikelblok in een succesvol maatschappelijk sportbeleid in Rotterdam. De gebrekkige communicatie is het gevolg van vele verschillen tussen de sociaaleconomisch achtergestelde jongeren en medewerkers van de onderzochte partijen uit de keten. Om deze verschillen in omgang en cultuur te overbruggen zullen de sleutelpartijen meer initiatief moeten nemen in de tegemoetkoming van de doelgroep.

SLEUTELWOORDEN: sportparticipatie kwetsbare jeugd, rol van sportprogramma's, digitale communicatie.

Inhoudsopgave

1. Introductie & relevantie	4
1.1. Introductie	4
1.2. Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie	7
2. Theoretisch kader	9
2.1 Sport	9
2.2 Jeugd en sportprogramma's	10
2.3 Betekenis sport voor jeugd in de stad	11
2.4 Communicatie-strategieën	14
2.5 Kwetsbare jeugd	17
2.6 Sociaaleconomische problemen in Rotterdam-Zuid	18
3. Methodologie	21
3.1 Kwalitatieve onderzoeksmethoden	21
3.2 Kwalitatieve inhoudsanalyse	22
3.3 Expert-interviews	23
3.4 Topic-list voor in de expert-interviews	25
3.5 Data-analyse	26
3.6 Positie onderzoeker	28
3.7 Betrouwbaarheid en validiteit	29
4. Resultaten	31
4.1 Sport als essentieel middel in de opvoeding	31
4.2 Samenwerking als iets vanzelfsprekends	34
4.3 Welzijnspartijen nemen het voortouw in het actief betrekken van de doelgroep	37
4.4 Communicatie als het grote struikelblok	40
5. Discussie	43
5.1 Partijen schuldig aan problematisch communicatieproces	43
5.2 Bewustzijn bij sportorganisaties over de problematische aspecten van sportbeoefening voor jongeren	46
5.3 Samenwerkingsketen in uitvoering sportbeleid draait goed	48
6. Conclusie & aanbevelingen	50
6.1 Conclusie	50
6.2 Vervolgonderzoek	52
6.3 Aanbevelingen	53
Literatuurlijst	55
Appendix A.	59

1. Introductie en relevantie

1.1. Introductie

In de stad Rotterdam zijn diverse organisaties actief om de jeugd te laten sporten. Een mooi voorbeeld is een club als Feyenoord, de grootste betaald voetbalclub van Rotterdam. Over het aanzien van voetbalclub Feyenoord bestaat weinig twijfel. Mede dankzij de glansrijke historie is de club zowel nationaal als internationaal bepaald geen onbekende. De stadionclub heeft fans verspreid over de hele wereld, en een bezoekje aan een thuiswedstrijd van Feyenoord in stadion De Kuip staat bij veel voetballiefhebbers hoog op het verlanglijstje. Feyenoord is daarom zonder twijfel een goed aangeprezen merk, en fungeert als een waar pronkstuk voor Rotterdam-Zuid. Feyenoord probeert daarom op lokaal gebied de binding tussen de club en de bewoners van Zuid te bewaren of verstevigen, om zo de sociale cohesie in de buurt te versterken. De club is op verschillende maatschappelijke niveaus actief in Rotterdam-Zuid.

Het begint al op de basisscholen in Rotterdam-Zuid. Feyenoord gaat elk jaar langs bij alle kinderen op alle basisscholen. Elk kind komt ongeveer één uur per jaar in aanraking met het merk Feyenoord (F. Boer, persoonlijke communicatie, 19 december 2019). Tijdens deze ‘les’ maakt het kind kennis met de club Feyenoord en probeert de club de kinderen te enthousiasmeren voor hun maatschappelijke projecten. Een voorbeeld van zo’n activiteit is de Street League, een straatvoetbaltoernooi. De winnaar mag als kers op de taart tijdens de laatste thuiswedstrijd van het eerste elftal een ereronde over het veld lopen.

Na afloop van de Street League hoopt Feyenoord dat de kinderen, na kennisgemaakt te hebben met de sport, zich inschrijven bij een sportvereniging in de wijk. Welke sport is niet zo relevant, als ze maar structureel gaan bewegen. Feyenoord probeert op deze manier de stap naar definitief lidmaatschap bij een sportvereniging voor de jeugd in Rotterdam-Zuid zo klein mogelijk te maken. Die stap – doorstroom naar verenigingen - blijkt echter toch heel lastig te zijn. De deelnemers van de Street League worden een jaar lang in de watten gelegd. De organisatie rondom het toernooi is professioneel en alles wordt geregeld. Eenmaal aanbeld bij een amateurvereniging uit de buurt zijn de omstandigheden niet zelden totaal anders dan de kinderen gewend waren tijdens de Street League (F. Boer, persoonlijke communicatie, 19 december 2019). Onopgeleide trainers, onvoldoende vrijwilligers, gebrekkig materiaal zijn zomaar wat zaken waar de jeugdspelers bij de amateurclub mee te maken kunnen krijgen.

Zeker als zij buiten de selectie elftallen vallen zal er vaak veel van de ouders van de kinderen gevraagd worden. Die hebben over het algemeen geen tijd en soms ook geen zin om al te veel te doen bij de club. Deze situatie kan leiden tot ontevredenheid bij de kinderen en mogelijk de ouders. De ouders zeggen het lidmaatschap vervolgens mogelijk op, wat hun het betalen van de contributie bespaart. Zo zijn de kinderen dus weer terug bij af.

Feyenoord doet dus veel moeite om de lokale jeugd aan het sporten te krijgen. Maar Feyenoord is niet de enige organisatie in Rotterdam die zich hiervoor inzet. Een aanleiding voor Feyenoord in het opzetten van dit soort maatschappelijke projecten is bijvoorbeeld het benutten van het voetbaltalent onder jongeren uit de buurt. Maar ook de kinderen die niet het talent bezitten om het profvoetbal te halen hebben baat bij lidmaatschap bij een sportvereniging. Naast Feyenoord is er daarom nog een tiental andere organisaties in Rotterdam die de Rotterdamse jongeren aan het sporten proberen te krijgen, denk bijvoorbeeld aan Humanitas, Rotterdam Sportsupport of het Jeugdfonds Sport en Cultuur.

Rotterdam doet al jaren zijn best om de sportstad van Nederland te zijn. En zeker niet zonder succes. Zo werd de gemeente Rotterdam in 2006 en 2018 uitgeroepen tot de sportgemeente van Nederland. Reden hiervoor was voornamelijk het innovatieve karakter van het sportbeleid. De laatste titel kan worden gezien als het eerste succes van de Sportnota 2017-2020 (gemeente Rotterdam, 2017). De Sportnota is de opmaat naar de Sportvisie 2030. Het beleidsdocument beschrijft hoe in de toekomst nog meer Rotterdammers kunnen sporten en bewegen op een manier die hen het meest aanspreekt. De Sportnota is tot stand gekomen dankzij de inzet van een breed netwerk aan betrokken partners zoals sportverenigingen, sportbonden, organisatoren van sportevenementen, commerciële sportaanbieders, zorg- en welzijnsinstellingen, het onderwijs en bedrijven (gemeente Rotterdam, 2017).

Aan de mogelijkheden in de Maasstad zal het niet liggen. Nu al bezit Rotterdam enkele prachtige locaties en faciliteiten voor de sportliefhebber. Denk bijvoorbeeld aan de voetbalstadions van de drie betaald-voetbalclubs in de stad. Een prachtig hockeycomplex en een honkbalstadion. Bovendien heeft de stad met Ahoy een grote evenementenhal waar jaarlijks het ABN-AMRO tennistoernooi wordt gehouden. Tevens komt de realisering van het Plan Feyenoord-City steeds een stapje dichterbij. Dat plan moet ervoor zorgen dat alle bewoners van Rotterdam-Zuid wekelijks de gelegenheid krijgen om te sporten. Het fundament voor Rotterdam als de sportstad van Nederland ligt er dus al.

Aan de hand van de Sportnota 'Sport beweegt Rotterdam' stimuleert de gemeente Rotterdam zijn bewoners creatief om te gaan met de omstandigheden en met nieuwe ideeën te komen, bijvoorbeeld het multifunctionele gebruik van voorzieningen (gemeente Rotterdam, 2017). Het beleidsdocument nodigt zo uit tot innovatie en ondernemerschap. Leegstaande loodsen of terreinen zijn bijvoorbeeld prima locaties voor urban sports. De gemeente moedigt Rotterdammers aan om dit soort ideeën, experimenten en activiteiten in te dienen (gemeente Rotterdam, 2017). Tevens toont de gemeente aan serieuze ambities te hebben. Met dit uitgebreide beleidsdocument is voor iedereen helder welke koers de komende tien jaar in grote lijnen aangehouden zal worden. Rotterdam wil haar toonaangevende positie op het gebied van (multi)sportevenementen behouden en versterken, en zo een belangrijke sportstad van Nederland blijven.

Sport is namelijk heel belangrijk voor jeugd, zo weten we uit diverse studies (Cecchini et al., 2007; Elling, 2002). Het is dus van algemeen belang dat de Rotterdamse jeugd wekelijks aan sport doet. De rol van sport voor jeugd is de afgelopen decennia uitgebreid onderzocht. Uitkomst is dat sporten op allerlei vlakken heel veel voordelen met zich meebrengt. Door verbonden te zijn met een club legt het kind nieuwe sociale contacten en staat het midden in de maatschappij. We weten uit literatuur dat sport kan bijdragen aan sociale inclusie en contacten, en dat het ook de sociale cohesie in de buurt kan versterken (Gasparini and Vieille-Marchiset, 2008; Krouwel et al., 2006). Bovendien is het kind meerdere malen per week in beweging. Dit maakt de jeugd fysiek gezonder, maar ook mentaal (Bartko et al., 2003). Uiteindelijk leidt sporten tot een betere leefstijl die mensen gelukkiger maakt (Baumert et al., 1998). In het theoretisch kader zal het wetenschappelijke debat omtrent dit onderwerp uitgebreid aan bod komen.

Hoewel er diverse organisaties bezig zijn sport in te zetten voor kwetsbare jeugd in Rotterdam, is het niet vanzelfsprekend is dat ze die jeugd ook op een goede manier weten te bereiken. Hier gebruiken organisaties onder andere hun digitale communicatie voor, maar hoe ziet die digitale communicatie er precies uit en hoe betrekken die organisaties de jeugd hier zelf bij? Daarover is nog weinig bekend. Bovendien is het onhelder op welke manieren de toonaangevende partijen op dit gebied in Rotterdam precies denken over de sociale functie van sport voor jeugd, en welke overeenkomsten en verschillen daarin zijn tussen deze partijen zijn te onderscheiden.

De onderzoeksvraag die in dit onderzoek centraal zal staan luidt: welke sleutelpartijen zijn in Rotterdam te identificeren als het gaat om het gebruiken van de sociale functie van sport

voor kwetsbare jeugd (4-18 jaar), en welke dominante thema's ten aanzien van de sociale functie van sport voor jeugd hanteren zij in hun digitale communicatie?

Deze vraag zal worden beantwoord aan de hand van de volgende deelvragen:

- welke sleutelpartijen zijn in Rotterdam te identificeren als het gaat om het gebruiken van de sociale functie van sport voor kwetsbare jeugd?
- welke dominante thema's ten aanzien van de sociale functie van sport voor kwetsbare jeugd hanteren zij in hun digitale communicatie?
- hoe wordt de kwetsbare jeugd betrokken in de vormgeving van het beleid van de organisaties?

Allereerst zal onderzocht worden welke sleutelpartijen in Rotterdam zijn te identificeren als het gaat om de maatschappelijke kant van het sportbeleid dat zich richt op sociaaleconomisch kwetsbare jeugd (4-18 jaar). In het theoretisch kader zal dieper in worden gegaan op de afbakening van dit begrip. Wie zijn dit en hoe geven zij betekenis aan de sociale functie van sport? Welke dominante thema's hanteren zij? Hiervoor zal de relevante informatie in de digitale communicatie van deze partijen thematisch geanalyseerd worden. In aanvulling daarop zullen enkele expert-interviews afgenomen voor extra diepgang in de data. Daaruit zal onder andere blijken hoe jongeren betrokken worden in de vormgeving van het beleid van organisaties. Tenslotte zal dit onderzoek een adviserend doel hebben en wordt de toekomst van het Rotterdamse sportbeleid ten aanzien van de sociale rol van sport voor sociaal kwetsbare jeugd, met daarin mogelijk enkele aanbevelingen op grond van de onderzoeksresultaten.

1.2. Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie

Momenteel is er een leemte in de wetenschappelijke literatuur wat betreft dit onderwerp. Wel bestaat er veel onderzoek dat als fundament kan dienen voor dit onderzoek. Zo is al veel literatuur geschreven over het effect van sporten op jongeren uit achterstandswijken. Diverse onderzoeken tonen aan dat sport een positief effect heeft op de sociale cohesie, maatschappelijke participatie en zowel fysieke als mentale gezondheid. Spaaij (2009) heeft bovendien onderzoek gedaan naar deze effecten in de achterstandsbuurten van Rotterdam. Wat echter nog ontbreekt in het huidige wetenschappelijke debat is onderzoek naar 1) de rol van communicatie bij maatschappelijke sportprojecten, en 2) de meest

effectieve communicatiestrategieën richting de doelgroep sociaaleconomisch kwetsbare jeugd. De wetenschappelijke relevantie van dit onderzoek is dat deze studie daar wel op ingaat. Welke problemen ondervindt de doelgroep bij doorstroom vanuit de sportprojecten naar sportverenigingen, en hoe zijn zij het beste te bereiken? Dat soort vragen staan dit onderzoek centraal, en daarom zal dit onderzoek een meer dan welkome toevoeging zijn aan het huidige spectrum van wetenschappelijke literatuur.

De maatschappelijke relevantie van dit onderzoek is dat deze studie een eerste stap is in onderzoek naar wat er nodig is om een maatschappelijk sportproject in een multiculturele stad als Rotterdam tot een succes te laten uitgroeien. Hoe zorgt men ervoor dat de positieve effecten van de sociale rol van sport zo goed mogelijk tot uiting komen? Maar ook: wat zijn de nadelen van de sociale functie van sport op kwetsbare jeugd en wat moet er gebeuren om deze tot het minimum te beperken? Daar gaat deze studie over en zo bewijst dit onderzoek ook zijn maatschappelijke waarde.

2. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk zal ik de belangrijkste concepten van dit onderzoek omschrijven. Dat begint in eerste instantie heel breed, maar spitst zich steeds verder toe op de thematiek van dit onderzoek.

2.1. Sport

Sport is een centraal begrip in dit onderzoek. Alle organisaties betrokken bij dit onderzoek richten zich op sport. Hun doel is om zo veel mogelijk Rotterdammers op wekelijkse basis aan het sporten te krijgen bij een lokale sportvereniging. Uiteindelijk is het verhogen van de sportparticipatie in de wijk de motivatie van deze organisaties om deze initiatieven en projecten op te zetten. Daarom is sport een belangrijke term in dit onderzoek.

Sport zal worden gedefinieerd als een manier voor het verkrijgen of genereren van verschillende vormen van kapitaal als gevolg van fysieke inspanning (Bourdieu, 1986). Dit onderzoek zal zich voornamelijk richten op sociaal en cultureel kapitaal. Hieruit kunnen voordelen worden verkregen die de sociale positie van de persoon die sport bedrijft kan verstevigen. Het bedrijven van sport genereert volgens de literatuur op zowel individueel als maatschappelijk vlak verschillende voordelen (Brunelle, 2007).

Allereerst is sporten lichamelijk gezien heel gezond. Obesitas onder kinderen is een steeds groter wordend probleem, voornamelijk in de steden (Escobedo, 1993). Als gevolg van het computertijdperk waarin we leven is binnen spelen tegenwoordig misschien nog wel leuker dan buiten spelen. Volgens Amerikaanse dieet-richtlijnen zou elk kind minimaal een uur per week moeten sporten (Escobedo, 1993). De gezondheidsvoordelen van fysieke activiteit van jeugd zijn al jaren bekend. Sporten helpt mee aan het bouwen van gezonde spieren en botten, en vermindert de kans op chronische ziektes zoals diabetes of hart- en vaatziekten (Menestrel et al., 2007). Sporten vermindert de kans op overgewicht of obesitas en vermindert gevoelens als depressie, hopeloosheid en angst (Menestrel et al., 2007). Fysieke activiteit draagt dus ook bij aan de psychische toestand van de mens. Tevens is wetenschappelijk bewezen dat de kans groter is dat mensen op latere leeftijd sporten als zij dit op jongere leeftijd ook gedaan hebben (Menestrel et al., 2007). Wetenschappelijk onderzoek heeft bovendien aangetoond dat sportparticipatie zorgt voor een kleinere kans op gebruik van marihuana (Menestrel et al., 2007). Ook de kans op een rookverslaving is aanzienlijk kleiner

wanneer iemand wekelijks fysiek actief is (Escobedo et al., 1993). Jongeren die dankzij doorzettingsvermogen en talent doorgroeien tot een atleet houden er bovendien een gezond dieet op na, zo stellen Menestrel en collega's (2007). Dat houdt in dat zij dagelijks ontbijten, veel fruit en groente eten, en weinig zout aan hun maaltijd toevoegen.

Zo brengt sport op individueel niveau al ontzettend veel voordelen met zich mee. Sporten helpt jongeren in het ontwikkelen van sociale vaardigheden, persoonlijke waarden, doelgerichte vaardigheden en stimuleert de morele ontwikkeling (Anderson-Butcher et al., 2012, Brunelle et al., 2007, Cecchini et al., 2007, Papacharisis et al., 2005). Bovendien is bekend dat sportparticipatie onder jeugd zorgt voor een hogere mate van zelfkennis en het beter onder controle kunnen houden van emoties (Menestrel et al., 2007). De mentale weerbaarheid van de jeugd wordt gestimuleerd, waardoor zij beter in staat zijn om tegenslagen te verwerken (Menestrel et al., 2007).

Bovendien bestaat er veel literatuur waarin geconcludeerd wordt dat sporten een positieve invloed heeft op het ontwikkelen van het karakter van jongeren (Menestrel et al., 2007). De methodologie toegepast in deze literatuur, die zich voornamelijk richt op participatie in schoolsportteams in de Verenigde Staten, is echter tegelijk nogal problematisch op een aantal fronten (Menestrel et al., 2007). Zo wordt het begrip 'karakter' bijvoorbeeld niet helder gedefinieerd, en faalt de literatuur om contextuele factoren als het 'type sport' mee te nemen in het onderzoek.

2.2. Jeugd en sport programma's

Omdat sport een heel breed begrip is zal het theoretisch kader steeds specifieker toegespitst worden op de onderzoeksvraag. Daarom geef ik een opsomming van de relevante wetenschappelijke literatuur omtrent jeugd en sportprogramma's, mijn studie richt zich immers op de inzet van sport voor kwetsbare jeugd (4-18 jaar). Verderop in het theoretisch kader zal dieper in worden gegaan op de afbakening van dit begrip in deze studie.

De invloed van maatschappelijke sportprojecten op jeugd is eveneens al uitgebreid onderzocht. Een belangrijk resultaat van dat onderzoek is dat het aanbieden van sport tijdens deze programma's risicofactoren op meerdere vlakken doet afnemen. Anders verwoord, deelname aan maatschappelijke sportprojecten houdt de jeugd van de straat. Vooral de inwoners van achterstandswijken hebben daarom baat bij dit soort programma's (Lauer et al.,

2006). Hier leven over het algemeen mensen uit de lagere sociaaleconomische klassen. Ouders hebben het mede door hun economische situatie moeilijk met de opvoeding van hun kind. Zij hebben een zware baan of zijn door andere omstandigheden lang niet altijd in staat voor hun kinderen te zorgen. Zeker gedurende de vakantie periodes, wanneer kinderen veel vrije tijd hebben, wordt dit probleem duidelijk zichtbaar. Door de financiële situatie waarin het gezin verkeert kunnen zij zich geen buitenschoolse opvang veroorloven. De jeugd in deze achterstandswijken is dus op zichzelf aangewezen. Al decennia lang maken verschillende groepen als wetenschappers en politici zich zorgen over de negatieve effecten die het spenderen van vrije tijd op straat met zich mee kan brengen (Halpern, 2002). Het is daarom, zeker in de sociaaleconomisch achtergestelde buurten in de grote steden van belang om maatschappelijke programma's op te zetten die de vrije tijd van de lokale jeugd enigszins opvullen (Lauer et al., 2006).

Na de eeuwwisseling is daarom een duidelijke stijging waar te nemen van de zogeheten 'after-school-programs'. Aan deze ontwikkeling liggen volgens Kugler (2001) drie maatschappelijke veronderstellingen ten grondslag: het gebrek aan ouderlijke controle thuis, de hoge criminaliteitscijfers onder jeugd in achterstandswijken buiten schooltijd, en het geloof dat jeugd zich doorontwikkelt als zij daar de tijd en kansen voor krijgen (Kugler, 2001).

2.3. Betekenis sport voor lokale jeugd in de stad

In Europese landen wordt sport ingezet als middel om achtergestelde groepen mee te laten doen in de maatschappij. Sport, en dan voornamelijk teamsport, zorgt namelijk voor een versnelde integratie van bijvoorbeeld vluchtelingen of groepen immigranten (Gasparini and Vieille-Marchiset, 2008; Krouwel et al., 2006). Sportparticipatie is een manier om mensen sociale banden op te laten bouwen waar ze op kunnen terugvallen. Door een teamsport te beoefenen of in groepsverband te sporten komen de participanten wekelijks met elkaar in aanraking (Putnam, 2000). Dat is over het algemeen op hetzelfde moment in de week en op dezelfde plek. Hierdoor ontstaat een bepaalde sociale vastigheid in het leven van mensen, waar ze op kunnen terugvallen (Putnam, 2000). Vooral voor achtergestelde maatschappelijke groepen als vluchtelingen en immigranten kan dit de eerste stap zijn in het opbouwen van een sociaal netwerk. Bovendien versnelt de integratie van deze personen door kennis te maken met mensen die al wel volledig participeren in de maatschappij.

Vanuit de veronderstelling dat sportparticipatie bijdraagt aan het versterken van de sociale cohesie binnen gemeenschappen worden steeds vaker sport programma's ingezet. Zo proberen gemeenten antisociaal gedrag en culturele buitensluiting van minderheidsgroepen in de grote steden tegen te gaan (Coaffee, 2008). Deze minderheidsgroepen bevinden zich voornamelijk in de achterstandswijken, aangezien zij over het algemeen tot de lagere sociaaleconomische klassen behoren.

In beleidsplannen van steden met betrekking tot de sociale participatie van hun inwoners wordt dus steeds meer de nadruk gelegd op de importantie van sport, ook in Nederland (Krouwel et al., 2006). Ramon Spaaij onderzocht in 2009 de effecten van het Sport Steward programma in Rotterdam (Spaaij, 2009). Dit betreft een maatschappelijk sportproject voor de lokale, achtergestelde jeugd. Uit dit onderzoek bleek dat dit soort op sport gebaseerde interventie programma's nog meer voordelen met zich mee brengen dan men in eerste instantie dacht. Programma's als het Sport Steward Program zijn een vorm van sociale controle en regulatie, en dienen zo als een handig middel in het genereren van de sociale orde voor achterstandswijken in grote steden als Rotterdam (Spaaij, 2009).

Er bestaan echter ook enkele tegengeluiden in het wetenschappelijke debat over de positieve invloed van sport op sociale aspecten van een samenleving. Het beschikbare empirisch bewijs voor dit soort beweringen is namelijk relatief klein (Coalter, 2008). Krouwel en zijn collega's (2006) voegen daar nog aan toe dat bredere sociale problemen vaak een struikelblok vormen voor de positieve ontwikkeling van sport op sociale problemen. Problemen als discriminatie en racisme worden zo soms alleen maar versterkt via deze sportprogramma's (Krouwel et al., 2006).

Elling (2002) stelt dat veel sportclubs op het gebied van etniciteit over het algemeen heel homogeen zijn. De multiculturele clubs zijn dus een stuk minder gebruikelijk dan op dit moment verondersteld wordt. Het gevolg is dat er geen sprake is van integratie en overbruggen van culturele verschillen, integendeel zelfs. Minderheidsgroepen zoeken elkaar op en versterken de onderlinge verbondenheid, wat tevens inhoudt dat ze zich mogelijk afsluiten van de rest van de samenleving (Elling, 2002). Dit zou betekenen dat sport in plaats van integratie juist tot sociale segregatie leidt. Verweel en zijn collega's (2005) stellen echter na uitvoerig empirisch onderzoek dat de meeste etnische minderheden in een etnisch gemengde setting sporten. Echter bouwen ook de allochtonen in meer geïsoleerde verenigingen sociaal kapitaal op (Verweel et al., 2005). Uit onderzoek van Carrington (1998) is bovendien gebleken dat dit uiteindelijk zelfs tot conflicten kan leiden. Wanneer twee

etnisch homogene clubs met verschillende achtergronden elkaar treffen voor een wedstrijd kan de spanning hoog oplopen (Carrington, 1998). Fysiek geweld is hierbij geen uitzondering. Het Nederlandse amateurvoetbal kent hier helaas meer dan genoeg voorbeelden van. Het betekent dat sport niet altijd leidt tot sociale binding onder jeugd, maar ook kan leiden tot versterking van bestaand sociaal conflict.

De huidige populaire veronderstelling dat sport de ideale oplossing is voor alle sociale problemen is daarom wellicht iets te optimistisch. Vooral de grootstedelijke beleidsmakers hebben hier de neiging toe, en verwachten misschien te veel van de maatschappelijke sportprogramma's. Deze verwachtingen moeten waarschijnlijk wat getemperd worden, maar wel is bewezen dat sport wel degelijk kan bijdragen aan het oplossen van sociaaleconomische problemen in achterstandswijken als de Rotterdamse wijk Feijenoord. Het is alleen wel van belang om goed te onderzoeken waar en wanneer het inzetten van sportprogramma's tot succes kan leiden (Sugden, 1998). Dit is afhankelijk van meerdere contextuele factoren die voorheen nog wel eens over het hoofd gezien werden. Alleen als de omstandigheden zich ervoor lenen kan sport een effectieve manier zijn om de sociale cohesie van de buurt te versterken (Sugden, 1998). Schulenkorf (2010) stelt daarom terecht dat er meer nodig is dan het inzetten van sportprogramma's. De politiek zal met behulp van particuliere sociale initiatieven en fondsen een breed scala aan hulp moeten bieden voor de sociaaleconomisch gedupeerden in een grote stad als Rotterdam. Sport is slechts een verbindingsmiddel. Voor een succesvol proces moet sport deel uit maken van een veel bredere opzet aan sociale hulp voor achtergestelde gezinnen en jeugd.

Het is van groot belang dat mensen een band opbouwen met het sportproject. Zij moeten zich er helemaal thuis voelen en bereid zijn zich in hoge mate te committeren aan het project. Alleen als deze beleving aanwezig is kan het project succes hebben (Schulenkorf, 2010). Het is daarom belangrijk om de mensen actief bij de organisatie van het sportprogramma te betrekken. Ook de relatie met de medewerkers van het sportproject moet goed zijn. Zij moeten een hechte band hebben met de deelnemende gezinnen (of kwetsbare jeugd die deelneemt) zodat er sprake is van wederzijds vertrouwen.

Bovendien is het van belang om partners aan te trekken die op landelijk of internationaal niveau actief zijn (Schulenkorf, 2010). Bijvoorbeeld op het gebied van sociaal-maatschappelijke hulp. Zij beschikken over een breed netwerk met veel kennis en ervaring. Zo kunnen achtergestelde gezinnen of jeugdige deelnemers aan sportprogramma's naast sport ook op andere vlakken van het leven geholpen worden, bijvoorbeeld bij het vinden van een

baan. Tevens moet sprake zijn van een nauwe samenwerking met de overheid (Schulenkorf, 2010). Zo kan op nationaal niveau lering getrokken worden uit het project, en kan deze kennis worden verwerkt in het nationale beleid. Zo voorkom je dat bij het maatschappelijke sportproject van de gemeente Groningen dezelfde fouten worden gemaakt als in Rotterdam.

De doelgroep van het project moet het gevoel hebben dat zij gehoord en begrepen wordt. Dat kan een organisatie bereiken door bijvoorbeeld mensen met dezelfde achtergrond of ervaringen als de doelgroep erbij te betrekken (Spaaij, 2009). Deze mensen weten wat de deelnemers (niet zelden uit achtergestelde gezinnen afkomstig) doormaken en zullen daarom sneller als vertrouwenspersoon worden gezien door de doelgroep. De doelgroep zal eerder naar hen toe stappen met waardevolle informatie voor de organisatie. Zo kan een organisatie deze moeilijke stap iets draagbaarder maken.

2.4. Communicatie strategieën

Communicatie is een belangrijke term in dit onderzoek. Dit houdt bijvoorbeeld in communicatie van de sportaanbieder met de doelgroep, en digitale communicatie via websites van betrokken organisaties over hun sportprojecten. Het begrip stamt af van het Latijnse woord '*communicare*', wat betekent 'het delen van' of 'het delen met'. Communiceren gaat echter nog veel verder dan het simpelweg delen van informatie met elkaar. Rosengren (2000) stelt dat communicatie een proces is van het creëren van betekenis. Hoe interpreteren mensen informatie als gevolg van sociale, psychologische en culturele aspecten? Welke rol speelt het intellect hierin en hoe kan het dat er zoiets bestaat als miscommunicatie (Rosengren, 2000)? Zomaar enkele ingewikkelde vraagstukken rondom het begrip communicatie. Communicatie is er in allerlei vormen, en heeft de laatste decennia een enorme ontwikkeling doorgemaakt als gevolg van innovaties in de technologische sector.

Strategische communicatie is een onderzoeksveld binnen de communicatie dat zich richt op de vraag hoe organisaties zo effectief mogelijk kunnen communiceren om hun doelen te bereiken (Hallahan, Holtzhausen, Van Ruler, Vercic & Sriramesh, 2007; Holtzhausen & Zerfass, 2015). Dat is ook het onderzoeksveld dat centraal zal staan in dit onderzoek. Het traditionele beeld in het onderzoeksveld van strategische communicatie, dat dit een eenzijdig proces is van de organisatie richting de doelgroep, moet volgens Van Ruler (2018) verworpen worden. Het idee dat dit een eenrichtingsweg is van de organisatie naar zijn publiek is volgens hem al jaren achterhaald. Het wordt tijd dat men het idee omarmt dat communicatie van

nature een interactief proces is met verschillende deelnemers (Van Ruler, 2018). Deelnemers moeten dus in staat kunnen zijn om terug te communiceren richting de organisatie, en hier tot worden aangemoedigd. Dat zou strategische communicatie naar een hoger niveau tillen, waarin de doelstellingen van de organisatie soepeler bereikt worden.

Strategisch communiceren is dus een complex, non-linear proces dat over en weer gaat. Het is een proces van maken, presenteren, realiseren en aanpassen tussen zender en ontvanger. Deze interactie zal de uiteindelijke effectiviteit van de strategische communicatie alleen maar ten goede komen. Diverse literatuur die meer praktijkgericht is bevestigt deze veronderstelling. Bijvoorbeeld een rapport van het Children Cross Border Project, een onderzoek naar de communicatie tussen allochtone ouders en de ECEC, organisator van sociaal-maatschappelijke programma's (Tobin, Arzubiaga & Mantovani, 2007) concludeerde dat het van groot belang is om de dialoog aan te gaan met deze ouders, en ze deze kans te bieden. De allochtone ouders moeten het gevoel hebben dat ze gehoord worden, en dat naar hen geluisterd wordt. De organisatie moet op zijn beurt vooral een duidelijke boodschap hebben en deze helder formuleren richting de ouders.

Diverse literatuur richt zich op communicatie richting kinderen. De jeugddienst van Antwerpen vroeg de lokale jeugd naar hun mening over hoe de overheidssdienst met hun zou moeten communiceren (Mortelmans & De Reyt, 2003). Hieruit kwamen uiteindelijk drie haalbare opties voor de jeugddienst: folders, affiches en via een website. Voor alle drie de gevallen blijkt vormgeving van opvallend groot belang te zijn (Mortelmans & De Reyt, 2003). Zo moet het affiche vooral uit felle kleuren bestaan om de aandacht van de jongeren te trekken. Alleen dan zullen zij de informatie tot zich nemen. Ook de website moet mooi vormgegeven zijn om als aantrekkelijk communicatiemiddel te dienen voor de Antwerpse jeugd. Uit het onderzoek bleek bovendien dat jongeren graag een persoonlijk sms-bericht zouden ontvangen met informatie. Dit is om privacy-redenen echter lastig te realiseren (Mortelmans & De Reyt, 2003).

De Gruijter en zijn collega's deden onderzoek naar de relatie tussen ouders van allochtone kinderen en de middelbare school waar zij zich bij hebben aangesloten (De Gruijter, Bijvoets, Naber, 2011). Dit onderzoek naar de communicatie van scholen richting ouders en jeugd kan ook relevante inzichten opleveren voor de sportwereld. Hieruit bleek dat ouders vaak met vragen zitten zonder hulp te vragen om hier antwoord op te krijgen. Bijvoorbeeld omtrent het pedagogisch partnerschap – de samenwerking tussen ouders en school rondom het welzijn en de opvoeding van het kind. Uit diepte-interviews met de ouders

bleek dat zij van mening zijn dat de school een belangrijke rol vervult in de opvoeding van hun kind. Ook komt naar voren dat de meeste ouders contact zouden zoeken met school wanneer zich problemen met hun kind voordoen, maar dat zij de school niet zozeer zien als een partner als zij opvoedvragen hebben of als bron van informatie voor opvoedkwesties. Ouders zullen de school dus niet om hulp vragen. Ook met anderen in hun omgeving zoals familieleden, vrienden en andere ouders praten de ouders doorgaans niet over de opvoeding van hun pubers, terwijl ze wel met vragen zitten. Deze bevindingen kunnen mogelijk nauw overeenkomen met de problematiek die in dit onderzoek centraal staat. Ouders zitten wellicht met vragen omtrent het lidmaatschap van hun kind bij een amateurvereniging, maar durven organisaties als Feyenoord of de amateurclub zelf niet om hulp te vragen. Uiteindelijk is het kind hiervan de dupe. De conclusie van het Antwerpse onderzoek luidde dat de ouderraad progressie zal moeten maken in het vervullen van de schakelrol tussen school en kind (De Gruijter et al., 2011). Mogelijk hebben sleutelpartijen in het Rotterdamse sportbeleid baat bij een partij die deze schakelrol kan vervullen tussen sportorganisatie en de jeugd in Rotterdam.

Uit ander onderzoek blijkt dat scholen met allochtone kinderen anders met ouders communiceren dan scholen met autochtone leerlingen (Smit, Driessen, Sluiter, Brus, 2007). Scholen met veel leerlingen met een minderheidsachtergrond proberen bijvoorbeeld groepen ouders een plek te geven binnen de school waar zij in alle rust met elkaar en met het personeel van gedachten kunnen wisselen. Bovendien zijn er relatief veel huisbezoeken bij allochtone leerlingen. Dat houdt in dat het schoolbestuur het belangrijk vindt om ouders binnen hun vertrouwde setting te ontmoeten en daarbinnen te communiceren. Scholen geven zo het signaal af dat zij de ouders serieus nemen en de relatie tussen ouders en school van belang vinden. Huisbezoeken zijn bovendien een goed alternatief voor ouders die zelf niet het initiatief nemen om op de school af te stappen en toenadering te zoeken. De personen die op bezoek komen hebben tevens het voordeel om met eigen ogen de thuissituatie van het kind te kunnen aanschouwen. Hierdoor kunnen zij een betere inschatting maken van de opvoedsituatie van het kind en de hulp die ouders hierbij mogelijk moeten krijgen (vgl. Ghysens & Van Braak, 2007).

Deze scholen proberen de ouders van hun leerlingen zoveel mogelijk tegemoet te komen wat betreft communicatie. Scholen communiceren bijvoorbeeld vaak in verschillende talen. Ook wordt rekening gehouden met culturele verschillen door aparte bijeenkomsten voor vaders en moeders te organiseren. Andere tegemoetkomingen zijn het inschakelen van een tolk of familielid, inzet van een ouderconsulent, de Nederlandse taal zo eenvoudig mogelijk

houden in schriftelijke communicatie, ouders extra aandacht geven, en zoveel mogelijk mondelinge uitleg geven (Smit et al., 2007).

Uit opsomming van het huidige wetenschappelijke debat over communicatie met kinderen en hun ouders met een sociaaleconomisch achtergestelde achtergrond valt één zaak in het bijzonder op. De algemene veronderstelling is dat ouders wel degelijk bereid zijn om actiever te participeren in de maatschappij, maar dat zij hierbij enige hulp nodig hebben. Organisaties als scholen en verenigingen zullen hiervoor initiatief moeten nemen en hen de helpende hand moeten bieden, aangezien de ouders hier zelf niet om durven te vragen. Het is dus van groot belang dat er voldoende interactie is gedurende communicatie tussen zender en ontvanger. Alleen als de ontvanger in staat is om te reageren kan de dialoog ontstaan, wat volgens huidig onderzoek de enige weg is naar succesvolle communicatie.

Ondanks dat er veel literatuur beschikbaar is over communicatie met kinderen en hun ouders op scholen, communicatietheorieën, en het definiëren van strategische communicatie als onderzoeksveld, hebben maar weinig onderzoekers zich gericht op communicatie vanuit sportverenigingen richting sociaaleconomisch achtergestelde mensen of jeugd. Mijn onderzoek, dat zich daar wel specifiek op zal richten, zal daarom een welkome toevoeging zijn aan het wetenschappelijke debat. Bovendien blijkt uit het huidige debat dat succesvolle communicatie geen eenzijdig, maar een interactief proces is tussen zender en ontvanger. Ook de ontvanger moet in staat kunnen zijn om te reageren op de informatie van de zender. De digitale communicatie is dus van groot belang in de totstandkoming van interactie tussen enerzijds de sportorganisatie en anderzijds de achtergestelde jongeren die men wil bereiken. Als de communicatie inhoudelijk niet duidelijk en uitnodigend genoeg is, is het initiatief gedoemd te mislukken.

2.5. Kwetsbare jeugd

De rol van sport voor achtergestelde jongeren in de stad Rotterdam staat in dit onderzoek centraal. Het is daarom van belang helderheid te scheppen over de afbakening van deze groep van 'kwetsbare jongeren'. Onder jeugd of jongeren wordt iedereen tussen de 4 en 18 jaar oud verstaan. In Nederland ben je vanaf je achttiende levensjaar wetmatig gezien volwassen. Bovendien is dit over het algemeen de leeftijd waarop je het middelbaar onderwijs hebt afgerond. De basis van die schoolcarrière begint op je vierde levensjaar. Dit is volgens een projectleider van voetbalclub Feyenoord Rotterdam bovendien de minimale leeftijd

waarop iemand in staat wordt geacht deel te kunnen nemen aan sportieve activiteiten. Zij houden zich daarom aan dezelfde definiëring, al maken ze tevens nog onderscheid tussen basisonderwijs (4-12 jaar) en middelbaar onderwijs (13-18 jaar). Met ‘kwetsbaar’ of ‘achtergesteld’ wordt bedoeld op de sociaaleconomische situatie van de jongeren. Hier bestaan verschillende definities voor. Dit kan worden gezien als de status van een individu, gezin of groep binnen een hiërarchische sociale structuur, die is gebaseerd op toegang tot of controle over rijkdom, macht en prestige (Mueller & Parcel, 1981). Een andere definitie is dat sociaaleconomische status de mate aangeeft waarin iemand de mogelijkheid heeft om maatschappelijke goederen te creëren of consumeren (Miech & Hauser, 2001). Om deze status te meten wordt vaak gekeken naar het percentage personen dat leeft beneden de armoedegrens, beroepsniveau, het percentage eenoudergezinnen, het aandeel werklozen of het gemiddelde inkomen (Shavers, 2007). De definitie van een sociaaleconomisch kwetsbaar persoon die deze studie wordt aangehouden is iemands wiens financiële positie het niet toelaat om deel te kunnen nemen aan sociale activiteiten, of hen daar flink in beperkt. Deze persoon kan daarom niet actief participeren in de maatschappij, wat de sociale ontwikkeling van deze persoon afremt.

2.6. Sociaaleconomische problemen in Rotterdam-Zuid

De maatschappelijke projecten van sportorganisaties in Rotterdam zoals Feyenoord richten zich niet zelden op Rotterdam-Zuid. Andere delen van Rotterdam worden ook meegenomen in het onderzoek, maar zullen naar verwachting minder expliciet aan bod komen omdat de meeste achtergestelde jongeren in Rotterdam in het zuidelijke deel van de stad wonen (gemeente Rotterdam, 2019). De focus van de studie is vooral het in kaart brengen van de dominante perspectieven (van experts en op websites van sportorganisaties) op de rol van sport voor de achtergestelde jeugd in Rotterdam. Boven de Maas ligt het gemiddelde inkomen een stuk hoger, zo blijkt uit de cijfers van het rapport ‘Rotterdams palet van inclusiviteit’ (gemeente Rotterdam, 2019), een rapport dat onlangs verscheen. Gezien de focus van dit onderzoek is het van belang om enige context van de huidige situatie in Rotterdam-Zuid te geven. Een schets van de omstandigheden.

Rotterdam-Zuid ontstond halverwege de negentiende eeuw toen de haven van Rotterdam tot de grootste van de wereld behoorde. De vraag naar havenarbeiders steeg in deze periode enorm, en dus trokken velen richting Rotterdam. Als gevolg van deze forse

toename in werkgelegenheid moest snel voor huisvesting worden gezorgd (ww.ziezuid.nl). De arbeidersklasse had in deze periode weinig vermogen, wat betekende dat Rotterdam-Zuid toen al een buurt was waar onder andere problemen rond hygiëne een rol speelden. Na de Tweede Wereldoorlog moest als eerst de haven weer op gang komen om de rest van de economie weer draaiende te krijgen. Opnieuw was er een dringende behoefte aan woningen voor havenarbeiders, wat het ontstaan van buurten als Pendrecht en Lombardijen inluidde (ww.ziezuid.nl). Deze woningen waren een verbetering ten opzichte van de woningen uit de negentiende eeuw, maar huisvesting was nog steeds relatief slecht. De jaren hierop werden deze bewoond door de vele gastarbeiders die naar Nederland trokken voor werk. Wie door carrière te maken meer ging verdienen vertrok vaak uit Rotterdam-Zuid. Bijvoorbeeld naar de nabijgelegen VINEX-wijken, of naar een gemeente die door de overheid was aangewezen als groeikern. De goedkope woningvoorraad heeft een aanzuigende werking op mensen met een laag inkomen (ww.ziezuid.nl). Om het tij te keren, en Rotterdam-Zuid op te waarderen en aantrekkelijk te maken voor diverse groepen bewoners is duidelijk meer nodig dan alleen de tijd.

Regio Rotterdam-Zuid is dus, mede vanuit de historie, een buurt met relatief veel sociaaleconomische problemen. Feijenoord is anno 2020 de wijk met het grootste aandeel laagopgeleiden in Rotterdam (gemeente Rotterdam, 2019). Maar liefst 44% van de bewoners van de wijk is laagopgeleid (gemeente Rotterdam, 2019). In heel Rotterdam-Zuid is één buurt waar meer dan de helft van de inwoners hoogopgeleid is. Dat is op de Kop van Zuid. In de overige buurten ligt het educatieniveau dus onder het gemiddelde van de stad, zo blijkt uit de cijfers van het Rotterdams palet van inclusiviteit (gemeente Rotterdam, 2019).

De initiatieven van maatschappelijke organisaties in de wijk zijn daarom een welkome bijkomstigheid voor zowel de gemeente Rotterdam als de inwoners. De gemeente Rotterdam heeft desondanks op dit moment al verschillende initiatieven lopen die tot een toename van de sociale inclusie van de Rotterdammers moet leiden. Bijvoorbeeld via het Onderwijsbeleid 2019 – 2022 ('Gelijke kansen voor elk talent' Gemeente Rotterdam, 2019C), het beleidskader Taal 2019 – 2022 ('De Taalspiraal' Gemeente Rotterdam, 2019A), het Beleidskader Participatiewet 2019 – 2022 ('Mensenwerk. Duurzaam aan de slag' Gemeente Rotterdam, 2019D) en via 'Rotterdam Onbeperkt', waarin wordt ingezet op een toegankelijke stad voor iedereen, dus ook voor mensen met een handicap en/of een chronische ziekte. Voor regio Rotterdam-Zuid blijkt dit echter nog onvoldoende. De buurt blijft vooralsnog voor te veel mensen een onaantrekkelijke plek om te wonen, zo blijkt uit de migratiecijfers die aangeven

dat veel mensen verhuizen zodra ze daar de middelen voor hebben. Bewoners met een hoger inkomen vertrekken vaak naar de nabijgelegen VINEX-wijken, wat leidt tot selectieve migratie (Programmabureau Nationaal Programma Rotterdam Zuid, 2019).

En dan is er nog het NPRZ-plan (Nationaal Plan Rotterdam-Zuid). Het NPRZ plan is een sociaal programma dat zich richt op de bewoners van Rotterdam-Zuid (Programmabureau Nationaal Programma Rotterdam Zuid, 2019). Het doel is om de buurt op te waarderen, waardoor het aantrekkelijker wordt om hier te blijven wonen (Programmabureau Nationaal Programma Rotterdam Zuid, 2019). De veiligheid en de leefbaarheid moeten zo een impuls krijgen. Het plan is uitgesmeerd over 7 jaar, en is in 2015 van start gegaan. De eerste resultaten zijn al zichtbaar, zo stelt het document dat werd uitgegeven aan het begin van de derde en laatste fase van het plan. Die fase begon in 2019, en loopt tot en met 2022. De eerste stappen zijn gezet, maar er valt nog een hoop werk te verrichten.

Alles op een rij zettend kan uit de opgesomde literatuur gesteld worden dat sport voor achtergestelde jeugd goede resultaten kan opleveren ten aanzien van welzijn, binding, persoonlijke ontwikkeling etc., mits sportorganisaties sport op de juiste manier inzetten en hier op de juiste manier over communiceren. Met name in een stadsdeel als Rotterdam-Zuid is dat bijvoorbeeld belangrijk, zo blijkt uit het theoretisch kader. Deze studie neemt onder de loep hoe experts en sportorganisaties in Rotterdam aankijken tegen deze rol van sport, en hoe ze communiceren richting sociaal kwetsbare jeugd. Het structureel aanbieden van sport kan met behulp van effectieve communicatie richting de doelgroep bijdragen aan de ontwikkeling van sociale vaardigheden van de sociaal kwetsbare Rotterdamse jeugd.

3. Methodologie

In dit hoofdstuk wordt de toegepaste methodologie in deze studie toegelicht. Voor dit onderzoek zijn twee verschillende methoden van kwalitatief onderzoek toegepast. Bovendien reflecteer ik op mijn eigen positie als onderzoeker en tenslotte komen de validiteit en betrouwbaarheid van het onderzoek aan bod.

3.1. Kwalitatieve onderzoeksmethoden

Zoals al eerder gesteld is luidt de hoofdvraag van dit onderzoek als volgt: welke sleutelpartijen zijn in Rotterdam te identificeren als het gaat om het gebruiken van de sociale functie van sport voor kwetsbare jeugd (4-18 jaar), en welke dominante thema's ten aanzien van de sociale functie van sport voor jeugd hanteren zij in hun digitale communicatie? Om die vraag zo accuraat mogelijk te beantwoorden richt ik mij eerst op enkele deelvragen als: welke sleutelpartijen zijn in Rotterdam te identificeren als het gaat om het gebruiken van de sociale functie van sport, hoe worden jongeren betrokken in de vormgeving van het beleid van de organisaties, en welke dominante thema's ten aanzien van de sociale functie van sport hanteren zij in hun digitale communicatie? Om deze vragen zo volledig en helder mogelijk te kunnen beantwoorden maak ik gebruik van kwalitatieve onderzoeksmethoden. De data zijn enerzijds verkregen door expert-interviews en anderzijds aan de hand van een kwalitatieve inhoudsanalyse van websites van sportorganisaties. De keuze voor kwalitatieve methoden heeft twee oorzaken. Allereerst leent kwalitatief onderzoek zich uitstekend voor het onderzoeken van hoe mensen of organisaties betekenis geven aan bepaalde zaken (Hermanowicz, 2002). In dit onderzoek ga ik op zoek naar hoe organisaties de rol van sport voor jeugd zien in een multi-etnische stad als Rotterdam, en dus hoe zij hier betekenis aan geven. Bovendien is kwalitatief onderzoek explorierend van aard. Niet alleen de maatschappelijke, maar ook de wetenschappelijke relevantie van dit onderzoek is relatief hoog, aangezien ik mij vanuit wetenschappelijk oogpunt op grotendeels onbekend terrein begeef. Om deze leemte in de huidige literatuur op te vullen zullen de kwalitatieve onderzoeksmethoden goed van pas komen. Door beide kwalitatieve technieken dit in onderzoek toe te passen, dus een kwalitatieve thematische inhoudsanalyse en afname van enkele expert-interviews, samen met een uitgebreide literatuurstudie, zal een relevante en diverse hoeveelheid data worden verzameld die antwoord zal geven op de vragen die dit

onderzoek gesteld worden.

Het is tot slot van deze inleidende paragraaf nog goed te zeggen dat de opzet van de studie behoorlijk is veranderd door de coronacrisis. Daar waar de focus eerst zou liggen op een samenwerking met Feyenoord in het onderzoeken van een van hun projecten voor de jeugd (de Street League), kon dit na maart 2020 niet meer doorgaan. Feyenoord kon de samenwerking niet bolwerken, en bepaalde aspecten van het onderzoek, zoals observeren van wedstrijden, werden onmogelijk gemaakt. De focus is toen verschoven naar onderzoek naar de sociale functie van sport en de rol van communicatie erin, zoals beschreven in de introductie en het theoretisch kader. Wel kon Feyenoord nog meewerken aan enkele expert-interviews, en bij het in kaart brengen van relevante organisaties in het Rotterdams sportbeleid.

3.2. Kwalitatieve inhoudsanalyse

Om te beginnen is een kwalitatieve inhoudsanalyse toegepast op de digitale communicatie van de betrokken organisaties. Dit betreft een tekstuele inhoudsanalyse van websites van de sleutelpartijen in het Rotterdams sportbeleid waarin relevante thema's zullen worden geïdentificeerd.

In Rotterdam zijn veel verschillende organisaties betrokken bij hetgeen Rotterdam een sportstad maakt. Onder coördinatie van de gemeente heeft elke organisatie zijn eigen taak. Sommige organisaties zijn er voor ondernemers in de sport die een idee willen uitwerken, andere zijn er juist voor topsporters of de 'gewone' hobbyisten. Sommige organisaties richten zich op de hele stad, andere slechts op één wijk of buurt. Samen vormen zij de hartslag van Rotterdam op het gebied van sport. De kwaliteit van de onderlinge samenwerking bepaalt uiteindelijk of Rotterdam erin slaagt de sportstad van Nederland te blijven. Want dat is het naar eigen zeggen, zo staat in de sportnota vermeld (Sportnota 2017+, geraadpleegd op 28-04-2020), een beleidsdocument opgesteld door de gemeente Rotterdam.

Onderdeel van de dataverzameling van dit onderzoek is het toepassen van een kwalitatieve inhoudsanalyse op de digitale communicatie van de sleutelpartijen die Rotterdam de sportstad van Nederland maken. Deze lijst is mede samengesteld op advies en kennis van Feyenoordmedewerker Frank Boer. Hij heeft als coördinator kennis en onderzoek bij Feyenoord goed zicht op de sociale rol van sport voor de jeugd. Bij een verkennend gesprek

in december 2019 kwamen al enkele partijen naar voren. Via een web search is een lijstje is opgesteld met mogelijk relevante organisaties. De interviews met de experts zijn via de ‘sneeuwbalmethode’ tot stand gekomen, en via contacten van Jacco van Sterkenburg, mijn scriptiebegeleider. Frank Boer van Feyenoord heeft zelf vervolgens ook nog andere partijen aangedragen. Tevens ben ik zelf op onderzoek uitgegaan, door rond te vragen in mijn eigen sociale kringen als wel een uitvoerig digitaal onderzoek. Aan de hand van die informatie is een lijst opgesteld van de relevante organisaties die in dit onderzoek centraal zullen staan. Deze organisaties hebben enkele eigenschappen gemeen. Zo richten zij zich allemaal richten op het helpen van achtergestelde jongeren met het aanbieden van sportieve activiteiten. Tevens zijn alle organisaties actief in Rotterdam-Zuid, het epicentrum van de maatschappelijke problemen in Rotterdam.

Een lijst van de relevante organisaties die in dit onderzoek centraal staan.

- DOCK (Charlois)
- Feyenoord Rotterdam
- Humanitas (Feijenoord)
- Jeugdfonds sport en cultuur
- JVO – Jeugdgroep van Oranje
- PIT010 (IJsselmonde)
- Sparta Rotterdam
- Sportbedrijf Rotterdam
- Sportsupport Rotterdam
- TOS

3.3. Expert-interviews

Wat betreft de expert-interviews richt ik mij op 4 respondenten. De sample die ik hiervoor heb samengesteld bestaat volledig uit deskundigen met veel kennis op het gebied van jongeren en sport in Rotterdam.

Een expert-interview lijkt op een diepte-interview, maar is niet geheel hetzelfde. Bij een expert-interview moet de geïnterviewde veel zorgvuldiger worden uitgekozen. Het gaat namelijk niet alleen om de beleving en de betekenisgeving van deze persoon, maar ook om een specifieke kennis, expertise of achtergrond die de geïnterviewde heeft (Dorussen, Lenz, Blavoukos, 2005). Aan de hand van de probleemstelling van het onderzoek moet zorgvuldig worden bekeken welke kandidaten in aanmerking komen voor een expert-interview. Dit zijn personen die nauw bij het relevante proces betrokken zijn en een rol spelen in de

besluitvorming over het sportbeleid in Rotterdam anno 2020. Aan de hand van expert-interviews kan zo worden onderzocht hoe zij tegen de sociale functie van sport voor achtergestelde jeugd aankijken, hoe zij tot bepaalde besluiten komen en welke afwegingen zij maken. Er is bij de geïnterviewde dus diepgaande kennis nodig over een specifiek onderwerp wil deze in aanmerking komen voor een expert-interview. Echter zijn er twee zaken waar rekening mee moet worden gehouden bij het afnemen van expert-interviews. Allereerst wordt de geloofwaardigheid van de verkregen informatie in hoge mate beïnvloed door de rol of functie van de geïnterviewde in het proces (Dorussen, Lenz, Blavoukos, 2005). Hiervoor geldt de simpele regel: hoe hoger deze persoon in de hiërarchie staat, des te geloofwaardiger de informatie zal zijn. Het vinden van de juiste kandidaten is daarom van essentieel belang voor het onderzoek. Bij expert-interviews gaat de onderzoeker op zoek naar data die op geen enkele andere manier verkregen kan worden. Het is daarom van groot belang dat deze data betrouwbaar zijn (Dorussen, Lenz, Blavoukos, 2005). Ten tweede moet de onderzoeker zich ervan bewust zijn dat niet alle ondervraagde experts over dezelfde kennis beschikken en dus ongelijk geïnformeerd kunnen zijn. Hierdoor kunnen tegenstellingen ontstaan in data van verschillende experts, zonder dat één van hen de waarheid verdraait (Dorussen, Lenz, Blavoukos, 2005).

Twee van de respondenten zijn werknemer van Feyenoord, een toonaangevende organisatie als het gaat om het stimuleren van de sportparticipatie onder de Rotterdamse jeugd, met name in Rotterdam Zuid. De derde respondent werkt bij Rotterdam Sportsupport, een uitvoeringsorganisatie van de gemeente die sportverenigingen ondersteunt. Vanzelfsprekend ook een belangrijke factor in het proces. De vierde respondent heeft een functie als beleidsmedewerker bij de gemeente Rotterdam, de eindverantwoordelijke in het Rotterdamse sportbeleid. Met deze sample heb ik een helder overzicht gekregen van de verschillende invalshoeken en perspectieven omtrent de onderzoeksvraag. Ook is gebleken dat deze expert-interviews naast de kwalitatieve inhoudsanalyse extra verdieping geven in het beantwoorden van de onderzoeksvraag.

De gesprekken met de experts zijn in eerste instantie explorierend van aard. Ze zijn daarom vergelijkbaar met diepte-interviews (Hermanowicz, 2002). Vanwege de huidige Corona-crisis zijn de interviews online afgenomen. Dit is via Skype of via de telefoon gegaan. De interviews hebben gemiddeld ongeveer 40 minuten in beslag genomen. Voorafgaand aan de expert-interviews hebben alle respondenten mondeling ingestemd met de voorwaarden die aan de deelname van het onderzoek verbonden zijn. Zij hebben toegestemd dat het interview

is opgenomen en dat het interview is afgenomen in het kader van dit onderzoek. Als dank voor hun medewerking en flexibiliteit zullen de resultaten van het onderzoek onder de respondenten worden verspreid.

In de interviews zal ik onder andere de resultaten van de kwalitatieve inhoudsanalyse van de websites spiegelen aan de kennis van de respondenten. Ik toets zo als het ware hoe zij aan bepaalde aspecten invulling aan zouden geven die ik vond in de inhoudsanalyse, bijvoorbeeld hoe ze de doelgroep idealiter benaderen met sportinitiatieven.

3.4. Topic list in de expert-interviews

Om enige structuur aan te brengen in het verloop van de expert-interviews is van tevoren een topiclijst samengesteld (Milena et al., 2008). Dit is een lijst met relevante onderwerpen voor het interview, mogelijk nog verder uitgewerkt tot specifieke vragen. Een topiclijst dient zo als middel waar de interviewer zich aan vast kan houden om niet te ver af te dwalen. In eerste instantie heeft de interviewer geëxploreerd waar de experts zelf mee kwamen ten aanzien van de sociale rol van sport voor kwetsbare jeugd. Daarom begint het interview met enkele heel algemene open vragen over de sociale rol van sport. De experts worden zo geen thema's of onderwerpen in de mond gelegd en ze krijgen alle ruimte om vrij te vertellen hoe zij daarover denken. De interviewer zal hier vervolgens uitgebreid op doorvragen.

Later in het interview zal de interviewer iets gerichtere vragen stellen om te kijken hoe de experts reageren op enkele thema's die naar voren kwamen uit de verkennende studie naar de websites, via de kwalitatieve inhoudsanalyse, en uit de wetenschappelijke literatuur.

Centraal in de vormgeving van de topiclijst staan enkele 'sensitizing concepts'. Deze begrippen zijn beginpunten om van daaruit een analyse te starten. Ze bieden een perspectief van waaruit de onderzoeker in eerste instantie moet kijken (Bowen, 2006). Gedurende het verloop van het onderzoek blijkt of de voorlopige kernbegrippen zich ontwikkelen tot definitieve concepten. Het zijn concepten die wat betreft referentiekader niet heel duidelijk zijn afgebakend en ze zijn verkozen op een algemeen besef van wat relevant is (Bowen, 2006). Voorbeelden van 'sensitizing concepts' van dit onderzoek zijn 'samenwerking' en 'communicatie'. Aan de hand van deze concepten zal het expert-interview worden vormgegeven. Uit de reactie van de respondenten zal vervolgens blijken hoe zij betekenis geven aan deze kernbegrippen.

Op die manier kunnen eerdere bevindingen en de wetenschappelijke kennis over de betreffende onderwerpen tegen de meer praktijkgerichte kennis van de experts worden afgezet. Desondanks ligt in de expertinterviews de nadruk op het explorerende karakter van de onderzoeksmethode. Voorbeelden van enkele onderwerpen uit de topiclijst voor de expertinterviews zijn als volgt: (de volledige topiclijst is terug te vinden in de appendix).

Sociale rol van sport voor achtergestelde jongeren in Rotterdams beleid

- Wat is de rol van uw organisatie in dit proces? Wat doen jullie zoal?
- Wat is uw rol binnen de organisatie?
- Hoe zie je jullie rol in het stimuleren van sport onder jeugd? Hoe vertalen jullie dit naar de praktijk?
- Hoe denkt u daar persoonlijk over?
- Hoe verloopt het proces nu? Zijn er pijnpunten?
- Hoe zou dit proces idealerwijs moeten verlopen volgens u?

Sociale rol van sport voor achtergestelde jongeren in algemeen

- Hoe ziet u de rol van sport voor de achtergestelde jeugd?
- Wat zijn de voordelen van inzetten van sport? Zijn er ook nadelen?

Samenwerking

- Wat betekent samenwerking voor jullie in het gebruiken van de sociale functie van sport ?
- Wat is het belang van samenwerking?
- Hoe verloopt deze samenwerking?

3.5. Data-analyse

Nadat ik de data heb verzameld heb ik deze uitgewerkt in de vorm van transcripten (bij de expert-interviews) en in tekstuele verslagen van de websites van geïdentificeerde organisaties (specifiek de delen waar het gaat over de sociale rol van sport voor de jeugd). Op deze grote hoeveelheid tekst heb ik vervolgens een thematische analyse toegepast. De opzet van de analyse is verkregen aan de hand van de methode van Boeije (2002). Deze methode deelt de analyse van het materiaal op in drie delen. Te beginnen met open coderen, vervolgens

axiaal coderen en tenslotte het opstellen van selectieve codes (Boeije, 2002). De selectieve codes zullen uit enkele belangrijk terugkerende thema's bestaan, die allen relevant zijn in het beantwoorden van de onderzoeksvraag.

Het open coderen heeft plaatsgevonden op twee momenten. Allereerst na de uitvoering van de inhoudsanalyse van de digitale communicatie van de organisaties. Zo kreeg ik een idee welke thema's mogelijk al dominant zijn in de communicatie van de organisaties naar buiten toe, via de website. Die kennis kon ik goed gebruiken tijdens het afnemen van de expert-interviews. Na doen van de expert-interviews heb ik ook die transcripten open gecodeerd. Zo is het open coderen verspreid over twee fasen (eerst de digitale communicatie en dan de interviews), waardoor ik gedurende het onderzoek bij kan sturen. Dat is de volgorde die ik heb aangehouden in het analyseren van de verzamelde data voor dit onderzoek. Tijdens het open coderen heb ik alle tekstfragmenten uitgelicht die mogelijk relevant zijn voor het onderzoek (Boeije, 2002). Bovendien zijn deze fragmenten continu met elkaar vergeleken om mogelijke verbanden, verschillen of overeenkomsten te ontdekken. Na afloop van het open coderen heb ik alle codes nogmaals nagekeken om te controleren of deze nog steeds relevant zijn. Vervolgens kom ik tot het proces van axiaal coderen. Open codes uit zowel de digitale communicatie als de interviews zijn waar mogelijk samengevoegd, wat heeft geleid tot een gereduceerd aantal codes. Ook tijdens dit proces bleef ik nadenken over de formulering van de codes en de relevantie ervan (Boeije, 2002). Door de codes te groeperen ontstaat een helder overzicht van het onderzoeksveld. Dat is van belang bij de laatste fase van de thematische analyse, het selectief coderen. Deze fase heeft als doel om verdere structuur aan te brengen in de codering van de data. Theoretische sensitiviteit is van belang, wat inhoudt dat de onderzoeker rekening houdt met details en nuances. Door kennis van de theorie kan de onderzoeker sensitiever analyseren (Boeije, 2002). De selectieve codes vormen de dominante thema's uit het onderzoek en staan in nauw verband met de beantwoording van de onderzoeksvraag.

Na het uitvoeren van deze inhoudsanalyse van websites en interviews is langzaam maar zeker een beeld ontstaan van hoe sportorganisaties betekenis geven aan de sociale functie van sport. Hieruit is ook gebleken welke thema's, die volgens de literatuur belangrijk zijn in bv digitale communicatie of de inzet van sport voor jeugd, wel benoemd worden, en welke nog ontbreken. Zo zullen vanuit het opgestelde theoretisch kader bepaalde thema's naar voren komen die van belang zijn in de digitale communicatie van de organisaties. Vervolgens kan worden gekeken of deze thema's ook daadwerkelijk aanwezig zijn op de websites. De

inhoudsanalyse van websites is daarom van origine concept-driven dat wordt geanalyseerd vanuit een van tevoren opgesteld frame bestaand uit concepten (Stolterman & Wiberg, 2010). Als onderzoeker ga ik dus, met de theoretische kennis, goed voorbereid het onderzoek in. De uitgebreide literatuurstudie is een goede solide basis van relevante kennis omtrent dit onderzoek. Zoals gebruikelijk bij het uitvoeren van kwalitatief onderzoek en thematische inhoudsanalyses blijft het onderzoek zich ontwikkelen, en kan het zijn dat gedurende het onderzoek de nodige aanpassingen gemaakt worden. Zo kunnen de verzamelde data uit de inhoudsanalyses of de expertinterviews mogelijk dusdanig afwijken van het theoretisch kader dat hier goed over nagedacht moet worden. Het onderzoek is daarom in zekere zin ook data-driven, wat betekent wordt geanalyseerd vanuit de data die gedurende de analyse wordt verkregen (Braun & Clarke, 2006).

Het doel van de data-analyse van dit onderzoek is dus om de dominante thema's te identificeren waar het gaat om de sociale functie van sport. Deze analyse pas ik toe op alle verzamelde data, dus zowel op de transcripten van de expert-interviews als op de thematische inhoudsanalyse van websites van sportorganisaties. Door de zojuist beschreven codeerfases toe te passen ben ik in staat om te kijken welke patronen en thema's structureel terugkomen. Door deze thema's met elkaar te verbinden en in context te plaatsen ben ik in staat een helder beeld van de huidige situatie te schetsen. Vervolgens kan ik de resultaten bediscussiëren in het licht van de literatuur en een antwoord formuleren op de onderzoeksvraag. Bovendien biedt het mij als onderzoeker de gelegenheid om tot slot van de studie enkele concrete adviezen te geven die tot verbetering van de situatie kunnen leiden en ook aangeven waar verbeterpunten zijn, bijvoorbeeld dat de communicatie richting de doelgroep, die uit de literatuur naar voren kwam als belangrijk, beter kan.

3.6. Positie onderzoeker

Tot slot van deze methode paragraaf is het belangrijk iets te zeggen over mijn rol als onderzoeker. Bij het verzamelen en analyseren van data is de positie van de onderzoeker van groot belang op de uiteindelijke resultaten van het onderzoek (Silverman, 2011). Als gevolg van mijn opvoeding en mijn positie in de maatschappij maak ik bepaalde aannames. Deze bias zorgt ervoor dat een andere onderzoeker met een andere bias mogelijk een ander onderzoeksresultaat kan krijgen uit hetzelfde onderzoek. Daarom begrijp ik dat mijn persoonlijke achtergrond van invloed kan zijn op de analyses en interpretaties van dit onderzoek.

Ik ben ervan overtuigd dat ik gezien mijn eigen positie en achtergrond geschikt ben om dit onderzoek succesvol uit te voeren. Ik ben een blanke man uit de middenklasse, met de leeftijd van 21 jaar. Inmiddels ben ik al ruim 15 jaar lid van de Vlaardingse voetbalclub sv CWO. Dit is een club met een multicultureel ledenbestand. Ik ben daarom veelvuldig in aanraking gekomen met andere culturen, en met gezinnen die sociaaleconomisch gezien een steuntje in de rug kunnen gebruiken. Als jeugdtrainer heb ik bovendien 2 jaar gewerkt met de leeftijdscategorie 9-12 jaar. Ik bezit daardoor over de ervaring van het werken en omgaan met jeugd afkomstig uit sociaaleconomisch kwetsbare gezinnen. Hierdoor beschik ik over kennis over de groep die in dit onderzoek centraal staat, en kan ik op voorhand al een verwachting hebben van wat sport voor deze groep kan betekenen. De ervaring die ik in het verleden heb opgedaan verwacht ik goed te kunnen gebruiken in dit onderzoek. Daarom acht ik mijzelf geschikt voor dit onderzoek.

3.7. Betrouwbaarheid en validiteit

De betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek zijn van groot belang voor de uiteindelijke relevantie van de resultaten. Betrouwbaarheid waarborgen bij kwalitatief sociaal onderzoek is echter niet gemakkelijk, aangezien het onderzoek berust op de waarnemingen en interpretaties van de onderzoeker. Wel streef ik naar maximale betrouwbaarheid. Dat doe ik door gedurende het hele onderzoek de stappen die ik zet duidelijk te beschrijven. Ook ben ik transparant in de verkregen data. Zo zijn de expert-interviews opgenomen en uitgewerkt in de vorm van een transcript. Bovendien heb ik tijdens zowel het verzamelen als het analyseren van de data vastgehouden aan reeds bestaande wetenschappelijke onderzoeksmethoden, die ik uitgebreid beschrijf. Zo bespreek ik bijvoorbeeld de topiclijst van de interviews. Bovendien heb ik tijdens het analyseren en interpreteren van de data continu gereflecteerd op mijn eigen positie als onderzoeker. Door deze uitgebreid te beschrijven kan hier ook in mogelijk vervolgonderzoek rekening mee gehouden worden.

Om de validiteit van het onderzoek te waarborgen heb ik een werkwijze gehanteerd die mij hiervan verzekert. Zo is bijvoorbeeld analytische inductie toegepast, en ben ik op zoek gegaan naar het theoretische kader dat het best aansluit op de structuur van het onderzoek (Silverman, 2011). Dat heeft zich geuit in het opstellen van een frame. Dit frame is vooraf getest op een kleinere hoeveelheid data en bleek goed aan te sluiten op de doeleinden van het onderzoek. Aan de hand van dit frame is de thematische analyse toegepast op de verkregen

data. Dit was een proces waarin nieuwe resultaten continu werden vergeleken met eerdere resultaten met als doel om inzicht te vergaren in de variatie van de onderzoeksresultaten (Boeije, 2010).

Door theoretische transparantie te geven in de introductie van dit onderzoek, is het onderzoek repliceerbaar. De literatuur waarop het theoretisch kader, en dus mijn toonaangevende concepten voor de analyse, zijn gebaseerd, is publiekelijk beschikbaar. Ook de methodologie die in dit onderzoek is toegepast, is heel transparant gerapporteerd. Ik kan daarom concluderen dat het gehele onderzoeksproces helder is toegelicht. Soortgelijk toekomstig onderzoek kan als vanzelfsprekend dan ook op mijn volledige steun rekenen.

4. Resultaten

De vraag die in dit onderzoek centraal staat luidt: Welke betekenissen geven sleutelpartijen op het gebied van sport in Rotterdam aan de sociale rol van sport voor jongeren en welke rol speelt communicatie hierin? Na het grondig analyseren van de verzamelde data aan de hand van de methode van Boeije (2002) zijn een viertal terugkerende thema's geconstateerd die helpen antwoord te geven op de onderzoeksvraag: sport als essentieel middel in de opvoeding, samenwerking als iets vanzelfsprekends, welzijnspartijen nemen het voortouw in actief betrekken doelgroep en communicatie als groot struikelblok. Deze thema's schetsen een beeld van hoe sleutelpartijen in Rotterdam op het gebied van sport betekenis geven aan de sociale rol van sport voor sociaaleconomisch achtergestelde jongeren. Tevens gaat het onderzoek in op de rol van communicatie in dit proces, een belangrijke component in de uitvoering van het gemeentelijke sportbeleid volgens Schulkorf (2010) en Spaaij (2009). In de thema's komen enkele concepten naar voren die van tevoren zijn vastgesteld in de topiclist. Tevens worden de resultaten van de kwalitatieve inhoudsanalyse van de digitale communicatie van sleutelpartijen besproken en afgezet tegen de data verkregen uit de expert-interviews. De resultaten van beide onderzoeksmethoden zijn in dit hoofdstuk samengevoegd en thematisch ingedeeld. In het hierop volgende hoofdstuk (de discussie) worden de bevindingen diepgaander besproken aan de hand van de literatuur.

4.1 Sport als essentieel middel in de opvoeding

Alle sleutelpartijen op het gebied van sport in Rotterdam zijn van mening dat sporten op alle vlakken, maar dus ook zeker op het sociale vlak, voordelen heeft voor een ieder. Dat kwam duidelijk naar voren in de digitale communicatie dan wel de expert-interviews. Alle partijen proberen daarom sport te stimuleren onder Rotterdammers, en dus ook de sociaal kwetsbare Rotterdammers in kansarme situaties. Een projectleider bij voetbalvereniging Feyenoord Rotterdam benoemt enkele voordelen van sport.

Allereerst gezond. Als je op regelmatige basis sport houdt dat in dat je je lichaam onderhoudt. Ik denk ook gezond voor de geest. Als je sport kan je je zinnen verzetten en sta je vrolijker in het leven. Er zit denk ik ook een stukje perspectief aan vast. Op Rotterdam-Zuid hebben we het over kwetsbare jongeren, dat is in ieder geval de groep die wij opzoeken. Als iemand van zo'n groep onderdeel mag zijn van Feyenoord of

van het team en begeleid wordt door professionele trainers, nou ja, dan wordt perspectief geboden aan die deelnemers. Dan krijg je zelfvertrouwen, wordt er eventueel gekeken naar sociaal-emotionele ontwikkeling, en zo wordt er dus perspectief geboden. En verder zijn er waarschijnlijk nog wel een hoop voordelen. Je kan ook kijken naar weerbaarheid. Hoe ga je om met winst en verlies, of situaties in een groep waarin je het oneens bent maar er samen uit moet komen.”

TOS onderscheidt zich van andere welzijnsorganisaties actief in Rotterdam door zich veel duidelijker op jongeren en sport te richten. Uit de digitale communicatie blijkt bovendien dat TOS de sociale waarde van sport erkent, en zo sport gebruikt als middel om de sociale ontwikkeling van jongeren aan te sterken. Dat blijkt onder andere uit het volgende citaat op hun website:

De jeugd doet vooral mee met de dagelijkse sport- en spelactiviteiten van TOS. Kinderen, tieners en jongeren spelen en sporten met anderen en ontwikkelen binnen die groep sociale vaardigheden. Ze leren hoe ze zich staande houden in een groep en hoe ze moeten communiceren met elkaar. Niet schelden maar respect tonen naar andere jeugdigen en naar volwassenen.”

De respondenten in de expert-interviews weten ook enkele nadelen van sporten op te noemen. Dit kostte soms echter wel enige moeite, waaruit blijkt dat deze soms nog wel eens worden vergeten. Een projectleider bij Feyenoord stelt dat het gat tussen het professioneel opgezette sportproject van Feyenoord en de trainingen bij een amateurclub uit de buurt misschien te groot is, wat tot teleurstelling kan leiden bij de deelnemers zodra ze bij een amateurclub gaan meetrainen en uiteindelijk lid worden. Een medewerker van Feyenoord stelt dat door heel erg actief in te zetten op gratis maatschappelijke sportactiviteiten in wijken de stimulans minder zou kunnen zijn om uiteindelijk lid te worden van een vereniging. Kinderen kunnen gratis sporten, en dus daalt de bereidheid om contributie te betalen aan een vereniging. Een ander nadeel dat een medewerker van Sportsupport noemt is dat leden van een vereniging zich in sociaal opzicht af kunnen scheiden van alles buiten de vereniging. Een zekere vorm van rivaliteit, die in het ergste geval tot veel agressie kan leiden.

De nadelen wegen echter volgens de geïnterviewden lang niet op tegen de mogelijke voordelen van sporten. Alle partijen proberen daarom sport te stimuleren onder Rotterdammers, en dus ook de achtergestelde Rotterdammers in kansarme situaties. Dat doen zij op veel verschillende manieren, elk vanuit hun eigen perspectief en mogelijkheden.

Gevolg hiervan is dat de afgelopen jaren talloze initiatieven zijn opgezet met als doel het stimuleren van sport, of zoals in de data alsmear gezegd wordt: zoveel mogelijk Rotterdammers in beweging krijgen. Neem bijvoorbeeld de schoolsportvereniging, een initiatief waar in principe iedereen van kan profiteren, maar waarin de sociaaleconomisch achtergestelde jeugd toch een streepje voor heeft bij de gemeente.

Dat is een soort instrument waarbij een aantal verenigingen betrokken wordt om op een school trainingen te gaan verzorgen. Vier of vijf verenigingen gaan op school aan de slag om kinderen structureel aan het sporten te krijgen, en bij keuzes voor welke scholen je kiest, daar spelen wel zaken als kansrijkheid een rol. Het is niet zo dat we daarin de doelgroep in het bijzonder nemen. Alle kinderen van zo'n school geldt dat aanbod voor, maar op het moment dat we een school kiezen kijken we wel, want het vraagt een financiering vanuit de gemeente, dan prioriteren we wel de scholen waarvan we verwachten die doelgroep van kansarme kinderen het meeste te raken.” (beleidsadviseur sport, gemeente Rotterdam).

Naast dit soort specifieke tastbare initiatieven worden ook de randvoorwaarden van sportbeoefening aangepakt volgens de respondenten. Zo werkt de gemeente Rotterdam intensief aan een veilig sportklimaat bij de Rotterdamse sportverenigingen. Zo moeten homoseksuele kinderen zich bijvoorbeeld ook veilig voelen op de sportclub. De gemeente ondersteunt daarom samen met Sportsupport de besturen van sportclubs en kijkt aan de hand van een gezamenlijk overleg per geval wat nodig is voor een veilig sportklimaat.

Dan wordt er een plan opgeschreven en tips gegeven. Handen schudden, borden langs de zijkant met respectregels, je kan een opleidingsplan opzetten. Wat we ook heel nadrukkelijk zien is dat die vereniging, die wat wij zeggen vitaal is, dat heeft financiële aspecten, of voldoende vrijwilligers of capabel bestuur. Op het moment dat die basiswaarden op orde zijn, dan zie je vaak dat dat de verenigingen zijn die ook in staat zijn om een volgende stap te maken, namelijk bezig zijn met deze thema's.”

Geconcludeerd kan worden dat het Rotterdamse sportbeleid springlevend is. Het scala aan initiatieven is breed en vanuit verschillende invalshoeken opgezet. Ook de sociaaleconomisch achtergestelde jongeren zijn ze niet vergeten, gezien de vele initiatieven voor deze doelgroep. Al deze initiatieven, hoe verschillend ze soms ook zijn, delen bepaalde thema's in de organisatie en structuur ervan om ervoor te zorgen dat ze een succes zijn. Denk bijvoorbeeld aan het belang van samenwerking of de rol van communicatie; dit zijn twee

thema's die een belangrijke rol spelen binnen de structurering en organisatie van maatschappelijke sportactiviteiten en daardoor ook in de betekenisgeving van de sleutelpartijen ten aanzien van de sociale rol van sport in Rotterdam. Deze thema's kwamen tijdens de analyse nadrukkelijk naar voren en zullen in het vervolg van dit hoofdstuk nog uitgebreider aan bod komen in. Aan de hand van deze thema's blijkt hoe sleutelpartijen betekenis geven aan de sociale rol van sport en waar dat uiteindelijk in de praktische uitvoering van het Rotterdamse sportbeleid toe leidt.

4.2 Samenwerking als iets vanzelfsprekends

Samenwerking is de sleutel tot succes, zo zijn alle respondenten unaniem van mening. Profiteren van de voordelen van andere partijen is een kans die niemand zal laten liggen. Of het nou gaat om expertise, ervaring, of imago. Toch maakt dat samenwerken niet vanzelfsprekend. Alle partijen moeten namelijk wel hetzelfde doel nastreven en hier volledig achter staan. Volgens een projectleider bij voetbalvereniging Feyenoord Rotterdam is samenwerken iets waar je niet onderuit komt. Hij bespreekt de keten van betrokkenen in het Rotterdamse maatschappelijke breedtesportbeleid.

We werken in een keten, waarin je verschillende partijen hebt die eigenlijk allemaal hun eigen expertise hebben, die eigenlijk wel met z'n allen hetzelfde doel nastreven. Dan kom je snel uit bij de grote gemeentelijke bedrijven. Sportsupport en Sportbedrijf zijn dat. Daar werken we intensief mee samen, waarin Feyenoord echt de motivator is die enthousiasmeert en stimuleert, waarin Sportbedrijf met name voor de faciliteiten verantwoordelijk is en daar programmering in verzorgd. Sportsupport is verantwoordelijk voor het kader en de toeleiding richting verenigingen. Zo heeft iedereen zijn eigen specialisme, en daar proberen we elkaar ook in terug te vinden. Dus ja, daar werken we nauw mee samen. Verder werken we samen met welzijnspartijen op Zuid. Dat zijn Humanitas, DOCK met onderaannemer TOS en dat is PIT010. Daarmee hebben we eigenlijk een soort van rolverdeling afgesproken waarin Feyenoord met name verantwoordelijk is voor de sportafdeling en de welzijnspartijen voor de randvoorwaarden. Dus dat een plein veilig is, dat de sfeer in orde is en dat soort zaken. En we werken ook samen met Jeugdfonds Sport, waarin we met name de toeleiding graag willen gaan faciliteren. Dat zijn op sportgebied de voornaamste samenwerkingspartijen.

Toch spelen er verschillende belangen in de keten. Elke partij heeft zijn eigen doelstellingen en expertise. Bovendien hebben de betrokken organisaties verschillende structuren. Zo zijn Sportbedrijf en Sportsupport uitvoeringsorganisaties van de gemeente Rotterdam, terwijl Feyenoord een bedrijf is waarin uiteindelijk de prestaties van het eerste elftal de hoogste prioriteit hebben. Hierdoor ontstaan binnen die keten verschillende relaties tussen partijen, die door een beleidsadviseur van gemeente Rotterdam op het gebied van sport als volgt beschreven worden.

Sportbedrijf en Sportsupport krijgen opdrachten van ons. Ze krijgen van ons geld en dan moeten ze doen wat wij vinden dat ze ermee moeten doen. Daarmee bedoel ik ook de politiek. Aan de andere kant doen ze inzichten op, hebben ze expertise die wij minder hebben. Daar maken we heel graag gebruik van om gezamenlijk tot een beter resultaat te komen. En ja, Feyenoord, als je het over de profclub hebt, dat is een bedrijf. Op het moment dat zij.. ze hebben ook maatschappelijke motieven, dat zit dan weer in een stichting vaak. Daar werken we dan mee samen. Ze hebben maatschappelijke doelstellingen. Ze kunnen bijvoorbeeld doelgroepen aanspreken die veel eerder komen op het moment dat het Feyenoord logo er staat in plaats van de gemeente. Op die manier proberen we elkaar daarbij te vinden. Maar dat is een totaal andere relatie dan die we met Sportbedrijf en Sportsupport hebben.

Door de onderliggende belangen van de partijen is het nog niet zo gemakkelijk om het Rotterdamse sportbeleid tot een gezamenlijk succes te maken. Uiteindelijk zal toch elke partij zijn eigen doelstellingen nastreven. Toch zijn er op dit moment veel raakvlakken. Feyenoord wil een nieuw stadion, waar de gemeente de voorwaarde aan verbindt dat de club maatschappelijk aantoonbaar zijn steentje bij moet dragen. De sportparticipatie onder jongeren op Rotterdam-Zuid moet omhoog. De gemeente ziet op zijn beurt in dat Feyenoord een ideale partner is in het stimuleren van sport onder jongeren. Het merk heeft internationale allure en spreekt bij iedereen tot de verbeelding. Zo hebben beide partijen verschillende belangen in de samenwerking, maar leidt dat uiteindelijk tot een samenwerkingsverband dat voordelig uitpakt voor de sportstad Rotterdam.

Naast verschillende belangen zijn er ook verschillende niveaus waarop wordt samengewerkt. Een medewerker van Sportsupport legt uit dat Sportsupport nooit op de stoel van de vereniging zit, maar per geval vanuit hun perspectief bekijkt welke hulp het best kan worden aangeboden. Om elke vereniging van de juiste hulp te kunnen voorzien moet de

organisatie over een groot netwerk van partners beschikken. Een medewerker van Sportsupport legt uit hoe dat gaat.

Wij van Sportsupport proberen gebiedsgericht te werken, maar je hebt gewoon contact met je sportpartners in de stad, dus we hebben op stedelijk niveau, maar ook op gebiedsniveau contact. Daar organiseren we met gemeente en gebiedsadviseurs Sport van de gemeente een sporttafel, en daar hebben we met de grote partijen een overleg over ontwikkelingen die gaande zijn, vragen die binnen komen, dingen die met elkaar gedeeld moeten worden. En zo werken we samen met eigenlijk de organisaties die iets voor sporten kunnen betekenen, en samenwerken doen we ook met allerlei andere instanties die iets willen of iets te bieden hebben van het organiseren van sport. Daar ontkom je eigenlijk niet aan in het dagelijks werk.

Toch is het onverstandig om zomaar met elke partij samen te werken, zo is bijvoorbeeld een medewerker afdeling multisportclub bij Feyenoord Rotterdam van mening. Een samenwerkingsverband schept namelijk bepaalde verwachtingen bij het publiek. Zodra blijkt dat deze verwachtingen niet worden waargemaakt schaadt dat het imago van beide organisaties. Het aangaan van een samenwerkingsverband is daarom een zorgvuldige overweging, zo blijkt uit het volgende citaat.

Kijk, uiteindelijk gaat het niet zozeer alleen op het plakken van een naam [zoals de naam Feyenoord] op een logo van een bepaalde vereniging. Het zou ook moeten gaan om: hoe functioneert de vereniging? Hoe hoog spelen ze? Hoe is het kader? Wat zijn de financiële mogelijkheden? Dat zijn allemaal aspecten die bijdragen aan het functioneren van die vereniging. Hoe vitaal zo'n vereniging is. en ja dat naampje of logo zou kunnen werken, maar op het moment dat de club niet goed georganiseerd is dan maakt het niet uit wat de naam is. Als je daar niet happy bent zal je alsnog vertrekken.

Samenwerking is een waardevol maar tegelijkertijd een complex proces waarin veel wordt geëist van de betrokken partijen. In Rotterdam is zeker de intentie aanwezig om op grote schaal samen te werken. Allerlei partijen vanuit verschillende sectoren worden betrokken in de uitvoering van het sportbeleid. Zo maakt de gemeente een afspraak met Feyenoord, houdt Feyenoord contact met een welzijnsorganisatie die op hun beurt weer contact hebben met de wijkagent. Zo ontstaat een breed netwerk aan partners wat gunstig uitpakt voor de aanwezig expertise en sociale controle. In de praktijk is er echter nog veel

ruimte voor verbetering, zo geven ook de experts te kennen. Samenwerken, zeker op deze schaal, is een complex proces dat een strakke communicatie en veel eensgezindheid van de sleutelpartijen vergt.

4.3 Welzijnspartijen nemen het voortouw in het actief betrekken van de doelgroep

Een thema dat gedurende de expert-interviews een beetje ondergesneeuwd raakte ten opzichte van het thema samenwerking is het actief betrekken van de doelgroep in de organisatie. Uit de literatuur blijkt dat dit een belangrijk aspect is (Schulenkorf, 2010; Spaaij, 2009). Al snel werd duidelijk dat dit proces voor de sleutelpartijen lang niet altijd even aantrekkelijk blijkt als het in eerste instantie misschien klinkt. Hulp vragen van de doelgroep voor wie de activiteit is bestemd heeft voordelen, maar ook nadelen, zo legt een medewerker van een sportaanbieder uit. Een dilemma waar ongetwijfeld meerdere partijen tegen aan lopen.

Dus dat is wel een beetje de vraag... als je nieuwe projecten start moet je dan gelijk heel veel input vragen waardoor je een heel democratisch proces krijgt wat wel gelijk lang duurt en heel intensief is, of moet je gewoon gelijk aan de gang gaan en op basis daarvan aanpassingen maken? Dat is wel een beetje een strijd.

Het op de juiste manier betrekken van de doelgroep in de organisatie is natuurlijk maatwerk. Het ene geval leent zich er beter voor dan het andere. Waar partijen als Feyenoord en de gemeente hier meer moeite mee zullen hebben in de praktijk, geldt dat niet voor de welzijnspartijen. Zij zetten vol in op het actief betrekken van de doelgroep in het opzetten van initiatieven. Dat blijkt uit de digitale communicatie van bijvoorbeeld stichting Humanitas. Zij hebben sinds kort de leiding gekregen over het welzijnswerk in de wijk Feijenoord, en zetten hun beleid op de website als volgt uiteen:

Nu het welzijn in het gebied Feijenoord in toenemende mate onder druk staat, is het tijd om op een effectieve manier het tij te keren. De traditionele, voornamelijk aanbodgerichte, aanpak wordt overboord gegooid. Er moet een beweging op gang komen van bewoners, ondernemers, clubs, verenigingen en organisaties in de wijk. Van het Albeda College, tot de moskee, kerk en marktkraamhouders op het Afrikaanderplein: deze partijen worden actief betrokken bij initiatieven die de

leefbaarheid van de wijk en het welzijn van de bewoners vergroten. Humanitas wil hierbij zo ‘onzichtbaar’ mogelijk zijn, maar, als ondersteuner, des te meer aanwezig.

Dit is een belangrijk statement van de stichting, omdat het laat zien aan twee kenmerken van succesvol beleid te voldoen (Schulenkorf, 2010; Spaaij, 2009). Allereerst meldt Humanitas dat bewoners actief zullen worden betrokken bij de initiatieven in de wijk. Door de mensen te betrekken bij de activiteiten voelen zij zich serieus genomen en voelen zij zich in hogere mate verbonden met de initiatieven, zo is de gedachtegang van Humanitas. Tevens toont de stichting graag te willen samenwerken met andere ondernemers, clubs, verenigingen en organisaties in de wijk. Humanitas is niet alleen bereid tot samenwerking, de stichting gaat hier zelfs actief naar op zoek, zo geven ze aan in hun digitale communicatie (BRON). Ook maakt Humanitas even verderop duidelijk dat sport zal worden ingezet om het welzijn van de sociaal kwetsbare bewoners van Feijenoord te doen toenemen. Ook PIT 010, een andere welzijnsorganisatie die waarde hecht aan de sportparticipatie onder jongeren actief in Rotterdam-Zuid, toont aan op hun website de doelgroep serieus te betrekken in de organisatie:

Juist de wens van bewoners zelf, mensen die de wijken waar wij werken op hun duimpje kennen omdat het hun thuis is, staat voor ons centraal in wat we doen en hoe we dat doen. Wij verzinnen niet aan de tekentafel wat goed zou zijn voor mensen, maar kijken mee terwijl die mensen zelf tekenen

Ook Sportsupport Rotterdam spoort verenigingen aan de doelgroep actief te betrekken in de organisatie en besluitvorming van zaken die spelen. Het bestuur moet in actieve houding te rade gaan bij de leden hoe zij over bepaalde zaken denken, zo geeft de organisatie aan bij het geven van trainingen aan bestuursleden van amateurverenigingen. Een projectleider van de organisatie zegt hier het volgende over in een van de expert-interviews:

Als er een bestuurslid is die wat wil met zijn leden adviseren we altijd van joh, probeer het wiel nou niet zelf uit te vinden maar ga eens met de doelgroep praten over hoe zij dingen zien. Kijk hoe je die kunt interesseren om zo ook mee te denken over wat je zou kunnen aanbieden en hoe je het zou kunnen doen. En een overtreffende trap zou kunnen zijn, naast het meedenken zou je kunnen meehelpen. Als er jongeren zijn die qua organisatie mee willen helpen heel graag! Dat sporen we ook aan. Als er jongeren zijn die trainingen willen verzorgen, dan kan dat en dan zouden verenigingen dat zeker moeten faciliteren. En probeer ook zelf als bestuur mee te denken, want de ideeën van

bestuursleden gaan vaak van andere dingen uit dan waar deze generatie behoefte aan heeft. Dat nemen we ook echt wel in de trainingen mee.

Het betrekken van de doelgroep is echter lang niet altijd even gemakkelijk. De bereidheid onder de doelgroep om een stapje extra te zetten op vrijwillige basis voor een vereniging is over het algemeen vaak afwezig. Zeker is dit het geval bij de clubs met veel sociaaleconomisch achtergestelde leden, waar dit juist het hardst nodig is. Soms hebben partijen dus wel degelijk de intentie om de doelgroep actief te betrekken maar werken de sociaaleconomische omstandigheden niet mee, zo stelt een medewerker van Feyenoord:

Uiteindelijk wordt wel altijd getracht natuurlijk om ouders erbij te betrekken, maar het is een gegeven dat de situatie in Rotterdam-Zuid nou eenmaal is dat de gezinssamenstellingen zo zijn dat er of teveel kinderen in één gezin zijn, of dat het een éénouder-gezin is, of dat het inkomen gewoon te laag is, dat ouders beide moeten werken. Er zijn verschillende redenen voor dat het soms moeilijk is om ouders erbij te betrekken. Dus dat is een probleem, laat ik dat voorop stellen.

Een organisatie die achterloopt ten opzichte van de rest van de organisaties in het betrekken van de doelgroep bij initiatieven is het Jeugdfonds Sport en Cultuur, een goed doelen organisatie die het mogelijk maakt om jongeren met weinig financiële middelen aan het sporten te krijgen. Het actief betrekken van sociaaleconomisch achtergestelde jongeren in de organisatie lijkt echter niet aan de orde bij het Jeugdfonds Sport en Cultuur. In de digitale communicatie komt het onderwerp niet aan bod. Wel is het goede doel actief opzoek naar nieuwe intermediairs. Dit zijn mensen die armoede moeten herkennen en de dialoog aan kunnen gaan met deze doelgroep. Zij selecteren en beoordelen zo de personen die in aanmerking komen voor een financiële tegemoetkoming van het Jeugdfonds, zodat deze personen wel hun contributie kunnen betalen en dus wel kunnen sporten. Dit is een belangrijke taak in het ondersteunen van de sportparticipatie van sociaaleconomisch achtergestelde jongeren in Rotterdam. Jongvolwassenen die vroeger in deze situatie zaten en in aanraking zijn geweest met het fonds zouden bij uitstek geschikt zijn voor deze functie als intermediairs. In de digitale communicatie wordt echter niet duidelijk of het fonds contact houdt of zoekt met deze mensen, die voorheen dus deel uitmaakten van de doelgroep. Een gemiste kans, zo lijkt het, om deze personen actief bij de organisatie te betrekken als intermediairs. De constatering op de website van Jeugdfonds Sport en Cultuur dat er op dit moment te weinig intermediairs rondlopen in Rotterdam geeft de problemen weer op dit

gebied, maar de bevinding dat het Jeugdfonds de optie om mensen uit de doelgroep aan te trekken om dit probleem op te lossen niet lijkt aan te grijpen is zorgelijk.

4.4 Communicatie als het grote struikelblok

Een laatste thema dat prominent besproken is in de interviews en ook terugkomt op sommige van de onderzochte websites is communicatie. Interactieve communicatie dient hoge prioriteit te hebben in berekenen van een doelgroep (Van Ruler, 2018; De Gruijter et al., 2011). Hier lijkt op het eerste gezicht nog de meeste winst te behalen. Wat is de ideale manier van communiceren? Dat vraagt iedereen in de interviews zich af en een duidelijk antwoord is er niet uit te distilleren. De experts moesten één voor één te kennen geven geen expert te zijn op het gebied van communicatiestrategieën. Ook geven ze toe dat de communicatie op korte termijn beter zal moeten, voornamelijk met de doelgroep. Organisaties vinden het nu nog lastig om de doelgroep, sociaaleconomisch achtergestelde jongeren, te bereiken. Een projectleider van Feyenoord zegt hier het volgende over.

Maar ja, voor ons is er nog veel te winnen om de communicatie met die doelgroep te organiseren. Want nu communiceren we vooral via de scholen met de kwetsbare jongeren. Enerzijds dus veel via die scholen, met name voor schoolsport en wijk sport en dat soort activiteiten. In de Street League hebben we direct contact met de deelnemers. In een team zitten ze in een appgroep en daar hebben we direct contact mee. Maar daarnaast is voor die doelgroep Instagram of sociale media heel interessant. Daar liggen zeker kansen voor ons.

Het is volgens hem ook zaak om wildgroei te voorkomen en de communicatie met deze doelgroep op een centrale wijze te reguleren. Hij wil zo voorkomen dat via verschillende accounts of telefoonnummers het contact wordt onderhouden en het overzicht verdwijnt.

Uit de inhoudsanalyse van de digitale communicatie van sleutelpartijen op websites bleek dat veel partijen waarde hechten aan een interactief communicatieproces. Dat houdt in dat de bezoeker van een website de mogelijkheid moet hebben om te reageren op de informatie die via de website wordt verspreid. Alle organisaties bieden verschillende mogelijkheden aan op hun websites om te reageren of vragen te stellen. Enkele partijen gaan nog een stapje verder. Welzijnsorganisatie DOCK roept de bewoners via de website op om ten tijde van het Corona-virus in contact te blijven met de medewerkers. Dat kan per telefoon,

per mail en zelfs per videochat. Ook bij Sportsupport is de interactieve communicatie goed op orde. Voor vragen kan je direct in contact komen met iemand van de klantenservice die aan de hand van een pasfoto wordt voorgesteld. Ook staat er een telefoonnummer en bezoekadres met routebeschrijving vermeld. PIT010 gaat nog iets verder en heeft constant een 'ik heb een vraag' pop-up in beeld. De link is een doorverwijzing naar een digitaal invulformulier. De organisatie toont hiermee aan tot op zekere hoogte initiatief te nemen naar een proces van interactieve communicatie met de lezer. Het digitale invulformulier is bovendien slechts één van de vele opties om contact op te nemen met de organisatie. Ook zijn onderaan de pagina hyperlinks toegevoegd naar sociale media als *Facebook*, *Twitter*, *Linkdin* en *Instagram*. Bovendien vraagt PIT010 actief om feedback via het kopje 'idee, compliment of klacht'. De lezer wordt zo op actieve wijze aangespoord interactief deel te nemen aan het communicatieproces, al ligt de keuze nog steeds bij de websitebezoeker zelf.

Het is duidelijk dat er op dit moment nog geen 'ideale' centrale manier van communiceren lijkt gevonden. Iedereen trekt een eigen plan. Nu verloopt de communicatie met sociaaleconomisch achtergestelde jongeren vooral via scholen, soms al via sociale media, maar bijvoorbeeld ook via het verspreiden van flyers met daarop informatie over aankomende sportprojecten (door Feyenoord in Rotterdam-Zuid). Er wordt duidelijk ingezet op verschillende manieren van communiceren, wat op zichzelf natuurlijk ook een strategie kan zijn. Toch komt deze aanpak over als wat onoverzichtelijk en chaotische aanpak. Een medewerker van Sportsupport is bekend met de oorzaak van de problematiek omtrent communiceren met de doelgroep. Er is sprake van een hevige kloof in zowel generatie als cultuur tussen de medewerkers van sport- en welzijnsorganisaties in Rotterdam en de sociaaleconomisch achtergestelde jongeren. Millenials hebben volgens hem simpelweg een andere manier van communiceren.

Zij vinden het bijvoorbeeld moeilijk om elkaar te bellen. Dat willen ze gewoon niet. Ze zijn eerder geneigd om te appen. Er komt een generatie aan die niet eens meer weet dat email een eerste communicatie-instrument is. Zij doen het soms via Instagram, soms via Twitter, soms via andere kanalen. Mijn neef en nichtje hebben bijvoorbeeld geen email account of zijn hun password verloren. Zij hebben dus andere wegen voor hun communicatie wat op zich, nouja, geen waardeoordeel, maar het is gewoon anders. Daar moeten verenigingen zich bewust van zijn en mee kunnen omgaan.

Tevens is er sprake van een cultuurkloof.

Mensen hebben ook andere gebruiken, zijn vaak wat minder thuis met een sportvereniging, hebben gewoon meer tijd nodig om informatie te verstrekken van ‘wat is nou een vereniging? Hoe ziet dat er uit van binnen? Wat wordt van de vereniging verwacht? Welke rechten heb je, maar ook welke plichten heb je?’ Een vereniging draag je samen, maar dat is iets best wel West-Europees. Het vergt nogal wat inzet en begeleiding om dat idee goed over te dragen aan je leden.

Bovendien heb je in de keten van partners die samenwerken aan het Rotterdamse sportbeleid verschillende sectoren die met elkaar in aanraking komen. Ook dat zorgt voor de nodige hindernissen wat betreft een vlotte communicatie, zo is een medewerker van Sportsupport van mening. Zijn organisatie probeert volgens hem te zorgen dat verenigingen en hun belangen zo goed mogelijk worden verdedigd. Alle sectoren hebben hun eigen taal en cultuur, wat ertoe leidt dat ze soms nog wel eens langs elkaar heen praten. Een welzijnsorganisatie steekt anders in elkaar dan een uitvoeringsorganisatie van de gemeente. Onderlinge communicatie kan daarom in sommige gevallen voor problemen zorgen omdat partijen elkaar niet of verkeerd begrijpen. Rotterdam Sportsupport is ervoor om te zorgen dat er wederzijds begrip is en de partijen zich verbonden blijven voelen. Ze waken ervoor dat de onderlinge relaties in de samenwerkingsketen gezond blijven, zo stelt een medewerker van de organisatie.

5. Discussie

In dit hoofdstuk worden de meest relevante bevindingen uit het resultatenhoofdstuk afgezet tegen het theoretisch kader van dit onderzoek. Door resultaten met de inzichten uit het theoretisch kader te vergelijken kunnen de resultaten van dit onderzoek in perspectief worden geplaatst in het wetenschappelijke debat en kunnen heldere conclusies worden getrokken over wat de maatschappelijke en wetenschappelijke meerwaarde is van deze studie. Niet alle resultaten kunnen hier worden bespreken. Daarom focus ik op de meest interessante en opvallendste bevindingen, wat resulteert in de bespreking van drie thema's: 'partijen schuldig aan problematisch communicatieproces', 'bewustzijn bij sportorganisaties over de problematische aspecten van sportbeoefening voor jongeren' en 'samenwerkingsketen in uitvoering sportbeleid draait goed'. Dat ik me beperk tot de drie belangrijkste thema's is een bewuste keuze om ervoor te zorgen dat deze belangrijkste bevindingen uitgebreid kunnen worden besproken. Er komen zowel positieve als kritieke noten aan bod.

5.1 Partijen schuldig aan problematisch communicatieproces

Communicatie is van nature een interactief proces met verschillende deelnemers (Van Ruler, 2018). De deelnemers zijn in dit geval enerzijds de partijen betrokken bij het aanbieden van maatschappelijke sportprojecten in Rotterdam, en anderzijds de sociaaleconomisch achtergestelde jongeren die deelnemen aan deze projecten. Jongeren die de website van sportgerelateerde organisaties bezoeken om informatie over sportprojecten te vinden moeten zich dus uitgenodigd voelen om te reageren. Uit de literatuur is gebleken dat jongeren of ouders in sociaaleconomisch achtergestelde toestand vaak met vragen zitten, maar zelf niet het initiatief nemen om deze te stellen (De Gruijter, Bijvoets, Naber, 2011). De zender in het communicatieproces, in dit geval de sport- of welzijnsorganisaties, moeten daarom het voortouw nemen in het opzetten van de dialoog. Deze lezer moet zich op zijn gemak voelen door te worden aangespoord om bij vragen te bellen of te mailen. Dit moet bij voorkeur expliciet worden vermeld in de digitale communicatie. De algemene veronderstelling is dat deze ouders wel degelijk bereid zijn om actiever te participeren in de maatschappij, maar dat zij hierbij enige hulp nodig hebben. Organisaties als scholen en verenigingen zullen hiertoe het initiatief moeten nemen en hen de helpende hand moeten bieden, aangezien de ouders hier zelf niet om durven te vragen (De Gruijter et al., 2011).

De verantwoordelijkheid voor een interactieve communicatie ligt dus bij de sleutelpartijen. Zij moeten er alles aan doen om ervoor te zorgen dat jongeren zich op hun gemak voelen om te reageren op de informatie die zij tot zich krijgen. Actief de toenadering zoeken, verschillende opties bieden tot reactie, tegemoet komen in diversiteit van taal en cultuur of zelfs het oprichten van een schakelpartij tussen zender en ontvanger, dit zijn allemaal manieren volgens de literatuur om de verantwoordelijkheid te pakken in het opzetten van een interactief communicatieproces tussen jongeren en sportaanbieders (De Gruijter et al., 2011) (Smit et al., 2007) (vgl. Ghysens & Van Braak, 2007).

De digitale interactieve communicatie van de sleutelpartijen voldoet aan de eisen in het theoretisch kader gesteld zijn. De partijen laten merken de doelgroep actief in de organisatie te willen betrekken, bieden voldoende mogelijkheden om te reageren en zijn zich bewust van de sociale rol van sport voor sociaaleconomisch achtergestelde jongeren. De digitale communicatie is een eerste stap in de goede richting. Alle onderzochte partijen bieden meerdere opties aan de gebruikers aan om te reageren op de online content. Allen vermelden ze zowel een emailadres als een telefoonnummer, en meer dan de helft van de sleutelpartijen is ook bereikbaar via sociale media. Twee partijen zoeken actieve toenadering tot de bezoekers van de website door middel van een pop-up die continu in beeld is. De vraag blijft echter of dit voldoende is. Op dit moment ligt het initiatief om het communicatieproces te starten nog steeds bij de bezoeker van de website. Wellicht zouden partijen nog dringender aan moeten sturen op een interactief communicatieproces als blijkt dat websitebezoekers te weinig gebruik maken van de geboden opties. Te denken valt aan pro-actiever te zijn, wellicht naar de mensen in wijken toegaan om vragen op te halen en die dan online zetten en beantwoorden) Hiervoor is verder onderzoek vereist.

In de communicatie die volledig via de website verloopt is er dus nog enige ruimte voor verbetering in de manier van communiceren met de doelgroep, maar in de communicatie die volledig of deels offline (in de wijken en in het direct contact met de doelgroep) wordt gevoerd hebben veel van de onderzochte organisaties de zaken nog lang niet op orde. Zelden wordt de doelgroep sociaaleconomisch achtergestelde jongeren direct door de organisaties aangesproken. Zo verloopt de communicatie vaak via scholen. De scholen fungeren zo als schakelpersoon tussen de sportaanbieder en de jongeren. De partijen proberen wel direct in contact te komen met de doelgroep, maar dat is niet gemakkelijk. Dit komt volgens de respondenten door grote verschillen op het gebied van leeftijd en cultuur.

Voor de obstakels in communicatie worden verschillende oorzaken genoemd in de interviews en literatuur. Allereerst is in de communicatie met sociaaleconomisch achtergestelde jongeren sprake van een grote generatiekloof. Communicatie en technologie ontwikkelen zich sneller dan ooit - wat ertoe heeft geleid dat jongeren van nu er heel andere gebruiken op nahouden wat betreft communiceren dan bijvoorbeeld aanbieders van maatschappelijke sportprojecten (Henderson et al., 2002; Kasesniemi, 2003). Email is ouderwets en bellen is “eng”, zo vinden jongeren volgens een medewerker van Sportsupport. Een problematische ontwikkeling aangezien de meeste organisaties in de communicatie toch voornamelijk van deze twee wegen (bellen en email) gebruik maken. Appen wordt door jongeren als de ideale optie beschouwd, maar dit is volgens een respondent voor organisaties lastig centraal te reguleren. Wel kan op sommige websites gebruik worden gemaakt van een chatfunctie of verschijnen pop-ups in beeld, maar dat is nog lang niet altijd het geval. Ook de diversiteit aan sectoren die communiceert en contact heeft met de jongeren wordt genoemd als hindernis in de communicatie. Zo houdt een welzijnsorganisatie draaiende op vrijwilligers er andere gebruiken op na wat betreft communicatie dan een organisatie als Feyenoord of de gemeente. Diverse organisaties praten soms langs elkaar heen, zo stelt een medewerker van Sportsupport. Verder blijkt de vooraf besproken cultuurkloof tussen de jongeren en de medewerkers van de onderzochte organisaties in de praktijk nog groter dan gedacht. Zo benoemde Smit en collega's (2007) al de taalbarrière waardoor allochtone ouders moeite hebben met communiceren. Dit probleem kan worden bestreden door inzet van een tolk of familielid en het zo eenvoudig mogelijk opschrijven van de Nederlandse taal (Smit et al., 2007).

Verder is er ook sprake van een cultuurkloof. Rotterdam is een multiculturele stad met talloze nationaliteiten. Sociaaleconomisch achtergestelde jongeren in Rotterdam hebben grotendeels een allochtone achtergrond (Rotterdams palet van inclusiviteit 2019). Regelmatig komt het voor de culturele gewoontes met elkaar botsen, wat de communicatie tussen de jongeren en de organisaties belemmert. Bijvoorbeeld door het feit dat voor sommigen wegens cultureel gebruik mannen en vrouwen niet tegelijk in één ruimte aanwezig mogen zijn (Smit et al., 2007). Daarbij is nog gebleken dat de westerse/Nederlandse opzet van het verenigingsleven volledig onbekend is bij veel mensen van andere culturele achtergrond. Ze moeten uitvoerig worden voorgelicht over verschillende gewoonten; contributie betalen zijn zij bijvoorbeeld niet gewend op deze manier, zo stelt een respondent. Organisaties doen op dit moment nog te weinig om deze mensen hierin tegemoet te komen. Zij worden volgens hem

nu teveel aan hun lot overgelaten. Eerder onderzoek in Rotterdam heeft bevestigd dat allochtonen minder vrijwilligerswerk doen en niet bekend zijn met het fenomeen (Klaver, 2004). Hieruit volgden de volgende aanbevelingen. Deze hebben te maken met het vergroten van de bekendheid van het vrijwilligerswerk bij allochtonen, het opzetten van betere begeleidingsmethoden in het kader van diversiteitsbeleid en een nauwere samenwerking tussen algemene organisaties en allochtone zelforganisaties (Klaver, 2004). Een medewerker van Sportsupport stelt dat er meer bewustwording bij de betrokken organisaties dient te komen over deze problematiek. Sportaanbieders staan hier lang niet altijd bij stil. Vervolgens is een vastberaden aanpak van het probleem vereist waarin een partij als Sportsupport een belangrijke rol speelt. Deze organisatie biedt clubs al hulp in de vorm van trainingen, adviezen, en soms zelfs mankracht. Echter zouden zij hierin nog verder kunnen gaan en deze werkzaamheden uitbreiden en meer diepgang geven. Zij kunnen dit echter niet alleen en zullen voornamelijk financiële hulp moeten krijgen van bijvoorbeeld het bedrijfsleven, zo stelt een respondent. Geconcludeerd kan worden dat op dit moment veel te weinig mensen die betrokken zijn bij het aanbieden van maatschappelijke sportprojecten zich bewust zijn van de problematische communicatie met sociaaleconomisch achtergestelde jongeren in Rotterdam. Er is daarom snel actie vereist.

Op het vlak van communicatie tussen aanbieders van maatschappelijke projecten, verenigingen en sociaaleconomisch achtergestelde jongeren is ook nog maar weinig onderzoek gedaan. De bevindingen uit dit onderzoek zullen op dit gebied dus niet geheel in perspectief kunnen worden geplaatst ten opzichte van eerder opgedane kennis. Wel benadrukt dit des te meer de academische meerwaarde van deze studie. De bevindingen in dit onderzoek kunnen van grote meerwaarde zijn in het wetenschappelijke debat omtrent moeilijkheden in communicatie tussen partijen.

5.2 Bewustzijn bij sportorganisaties over de problematische aspecten van sportbeoefening voor jongeren

De sociale functie van sporten wordt volgens een van de respondenten vooral benadrukt in de politiek en bij het grote publiek. Die sociale functie bestaat uit het leggen en onderhouden van sociale contacten en het leren omgaan en rekening houden met anderen. Voor de nadelen van sport is echter vaak minder aandacht. Uit de literatuur blijkt dat sport ook juist voor sociale isolatie kan zorgen en dat rivaliteit tussen clubs soms veel agressiviteit

oplevert (Verweel et al., 2005; Carrington, 1998; Krouwel et al., 2006; Elling, 2002). Sommige sportclubs kunnen op het gebied van etniciteit heel homogeen zijn (Klaver, 2004). Minderheidsgroepen zoeken elkaar op en sluiten zich, in het slechtste geval, zo mogelijk af van de rest van de samenleving (Elling, 2002). Wedstrijden tussen etnisch homogene clubs kunnen daarom extra lading krijgen, wat soms escaleert tot agressie. De geïnterviewde experts zijn goed op de hoogte van dergelijke nadelen van sportbeoefening. Sterker nog, zij wisten zelfs nog enkele nadelen toe te voegen die de literatuur niet heeft genoemd.

Een respondent wist bijvoorbeeld te melden dat het verval in professionaliteit tussen maatschappelijke projecten waar jongeren aan meedoen en het verenigingsleven waar ze vaak naar toegeleid worden niet te groot mag zijn. De ervaringen die jongeren opdoen tijdens hun deelname aan maatschappelijke projecten, scheppen bepaalde verwachtingen. Wanneer zij door Feyenoord bijvoorbeeld worden voorzien van trainingskleding en les krijgen van professionele trainers (in een door Feyenoord georganiseerd programma), wordt van een lokale amateurclub al snel hetzelfde verwacht. Als de amateurverenigingen vervolgens niet aan deze verwachtingen kunnen voldoen, leidt dat tot teleurstelling onder deelnemers. Het gevolg van deze teleurstelling kan zijn dat het kind zijn lidmaatschap opzegt en stopt met structureel sporten. In dit geval wordt het doel van de maatschappelijke projecten dan volledig voorbijgestreefd, en hebben dergelijke projecten mogelijk zelfs een negatief effect op de structurele sportparticipatie van jongeren. Het is daarom van groot belang dat de kloof tussen sportproject vanuit bijvoorbeeld een club of gemeente en sportvereniging niet te groot is.

Een ander nadeel dat uit deze studie naar voren komt, heeft ook te maken met de overgang van sportproject naar sportvereniging. Waar deelname aan maatschappelijke projecten gratis is, worden jongeren, eenmaal aangesloten bij een vereniging, plotseling geacht contributie te betalen. Met name voor sociaaleconomisch achtergestelde gezinnen is dit een vervelende bijkomstigheid. Ouders die het niet breed hebben en niet weten of ze in aanmerking komen voor een compensatie van het Jeugdfonds Sport en Cultuur, zijn al snel geneigd geen lidmaatschap aan te vragen, en wachten af tot het volgende maatschappelijke project van start gaat. Bovendien zit het Nederlandse verenigingsleven zo in elkaar dat leden op vrijwillige basis moeten bijdragen aan het onderhouden van hun vereniging. Zoals eerder gezegd voelen sociaaleconomisch achtergestelde gezinnen over het algemeen niet de behoefte zich aan te melden als vrijwilliger, zeker niet aangezien bij de maatschappelijke sportprojecten alles wordt geregeld. Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dus dat de overgang van sportproject naar sportvereniging voor sociaaleconomisch achtergestelde

jongeren nog groter is dan aanvankelijk op basis van de literatuur werd gedacht. Met alle gevolgen van dien voor de structurele sportparticipatie van deze doelgroep.

5.3 Samenwerkingsketen in uitvoering sportbeleid draait goed

Uit de literatuur blijkt dat samenwerking van essentieel belang is voor een succesvol sportbeleid op sociaal-maatschappelijk vlak van een stad als Rotterdam (Schulenkorf, 2010; (Spaaij, 2009; Sugden, 1998). Partijen uit verschillende sectoren die actief zijn op verschillende schaalniveaus, moeten de handen ineen slaan. Zo kan een sportorganisatie bijvoorbeeld inzicht krijgen in de thuissituatie van een kind en daarop inspelen. Door een zo volledig mogelijk beeld te creëren van de sociaaleconomisch achtergestelde jongeren, kan de juiste hulp worden geboden en is de kans op vooruitgang ten aanzien van de structurele sportparticipatie van deze doelgroep het aannemelijkst (Schulenkorf, 2010) (Spaaij, 2009) (Sugden, 1998). Succesvol samenwerken is echter alles behalve gemakkelijk. Partijen hebben vaak verschillende belangen bij projecten, zo blijkt uit de interviews. Bovendien verschillen sectoren onderling in hun manier van werken en communiceren. Dat zorgt voor knelpunten in het samenwerkingsproces.

Gesteld kan echter worden dat de samenwerking tussen de betrokken organisaties in Rotterdam redelijk goed verloopt. De samenwerkingsketen van het Rotterdamse sportbeleid is heel divers van aard. Gemeente Rotterdam heeft de regie. Zij heeft enkele uitvoerende partijen in het leven geroepen als Sportsupport en Sportbedrijf Rotterdam. Elk met een specifieke expertise. Verder zijn er professionele voetbalclubs als Feyenoord en Sparta Rotterdam. Aan de hand van hun imago in de wijk bevorderen zij de sportparticipatie van jongeren door het opzetten van projecten. Daarin wordt tevens samengewerkt met de welzijnsorganisaties uit de buurt. Zij hebben expertise over de sociaaleconomische situaties van jongeren en kunnen hulp bieden op andere vlakken; denk aan voedingspatronen. De welzijnsorganisaties onderhouden bovendien nauw contact met de wijkagenten, wat ons weer terugbrengt bij de eindverantwoordelijke van de keten, Gemeente Rotterdam. Een keten waarin verschillende sectoren actief zijn en nauwe contacten met de overheid hebben. Natuurlijk is er ook voldoende ruimte voor verbetering, zo geeft ook een respondent te kennen. Hij stelt dat sommige organisaties soms het eigen belang boven het gezamenlijk belang stellen, en dat de gemeente het soms nalaat om de leidersrol te pakken en deze organisaties terecht te wijzen. Wel voegt de respondent hier aan toe dat dit vooral een beeld uit het verleden is en

tegenwoordig al een duidelijk verbetering zichtbaar is. De gemeente doet dus zijn best en Rotterdam is daarom zeker op de goede weg.

6. Conclusie & aanbevelingen

6.1 Conclusie

In dit hoofdstuk worden de onderzoeksvragen beantwoord. Na het beantwoorden van deze vragen volgt een reflectie op het volledige onderzoek waarna wordt afgesloten met enkele aanbevelingen voor de sleutelpartijen en het Rotterdamse sportbeleid in zijn algemeen.

Deze studie deed onderzoek naar hoe sleutelpartijen betekenis geven aan de sociale rol van sport op sociaaleconomisch achtergestelde jongeren in Rotterdam, en welke rol communicatie in dat proces speelt. De data is verzameld via een kwalitatieve inhoudsanalyse van de digitale communicatie van deze sleutelpartijen. Voor extra diepgang is bovendien een viertal expert-interviews afgenomen.

Wat betreft de hoofdvraag van dit onderzoek kan geconcludeerd worden dat de sociale functie van sport in Rotterdam op waarde wordt geschat. Zowel uit de inhoudsanalyse als uit de expert-interviews bleek dat de betrokken partijen over voldoende kennis beschikken wat betreft de positieve effecten van de sociale rol van sport in Rotterdam. Over de mogelijke nadelen van de sociale rol van sport is minder bekend. Deze worden in de digitale communicatie van de onderzochte partijen bijvoorbeeld geheel overgeslagen.

De onderzochte partijen geven vervolgens verdere betekenis aan de sociale rol van sport in Rotterdam. De onderlinge samenwerking tussen de partijen loopt redelijk goed. In de zogenaamde keten zitten partijen uit verschillende sectoren zoals de welzijnssector, sportsector, en uitvoerende organisaties van de gemeente die allen een gezamenlijk belang nastreven: meer Rotterdammers aan het sporten krijgen. Vooral sociaaleconomisch achtergestelde jongeren hebben belang bij een nauwe samenwerking tussen deze partijen om hen structureel te laten sporten. Zij zijn vaak de doelgroep van de sportprojecten. Deze jongeren zijn gezien hun financiële mogelijkheden erg afhankelijk van dit soort maatschappelijke sportprojecten, zo komt in het theoretisch kader naar voren (Spaaij, 2009).

Het actief betrekken van de doelgroep kan op sommige vlakken nog wel beter. De welzijnsorganisaties uit de keten zijn hier al verder in dan organisaties als Feyenoord of het Jeugdfonds Sport en Cultuur. Een nauwere samenwerking tussen welzijnspartijen en partijen uit de sportwereld en het delen van expertise kan er wellicht toe leiden dat alle partijen uit de keten handiger worden in het actief betrekken van de doelgroep bij de totstandkoming van maatschappelijke initiatieven op het gebied van sport. Het betrekken van de doelgroep bij de

projecten is een essentieel element voor het slagen van de sportprojecten volgens de literatuur (Schulenkorf, 2010).

Het grootste probleem om de positieve effecten van de sociale functie van sport maximaal te benutten zit hem in de communicatie. Vooral de communicatie met de doelgroep vormt voor sportorganisaties op dit moment nog het grootste struikelblok in een succesvol maatschappelijk sportbeleid in Rotterdam. De gebrekkige communicatie is het gevolg van vele verschillen tussen de sociaaleconomisch achtergestelde jongeren en medewerkers van de onderzochte partijen uit de keten. Om deze verschillen in omgang en cultuur te overbruggen zullen de sleutelpartijen meer initiatief moeten nemen in de tegemoetkoming van de doelgroep. De jongeren moeten zich begrepen voelen en dusdanig op hun gemak zijn om vrij te kunnen praten over eventuele problemen en deel te blijven nemen aan de projecten. Ook de ouders moeten zich begrepen voelen. Deze eventuele problemen, en de manier waarop ermee wordt omgegaan, kunnen namelijk cruciaal zijn in het verhogen van de sportparticipatie van deze groep. Om de sociale rol van sport beter tot zijn recht te laten komen moeten betrokken partijen zich kunnen inleven in deze jongeren en zoveel mogelijk informatie hebben, bijvoorbeeld over hun thuissituatie of verleden. Daarom is nauwe samenwerking en vlotte communicatie tussen de betrokken partijen uit verschillende sectoren vereist. Door over meer informatie te beschikken kunnen organisaties zich beter inleven en de jongeren helpen hun problemen aan te pakken. Alleen zo kan de structurele sportparticipatiegraad van sociaaleconomisch achtergestelde jongeren de weg omhoog vinden.

Het theoretisch kader is een goed startpunt gebleken voor dit onderzoek. Zoals vooraf al werd verwacht schiet het theoretisch kader ook op enkele vlakken tekort, simpelweg omdat de wetenschappelijke kennis hiervoor vooralsnog ontbreekt. Dit onderzoek heeft zeker een bijdrage geleverd aan de opvulling van die leegte. In de besproken resultaten worden een aantal voorheen nog onbekende zaken en ontwikkelingen aangeduid die een welkome aanvulling zijn in het wetenschappelijk debat.

Zo was er tot voorheen geen wetenschappelijk onderzoek naar de rol van communicatie bij maatschappelijke sportprojecten. Over de communicatie met sociaaleconomisch achtergestelde jongeren in relatie tot sportprojecten in de stad was tevens weinig kennis beschikbaar. Deze studie geeft een eerste inkijkje in wat er nodig is om een maatschappelijk sportproject in een multiculturele stad als Rotterdam tot slagen te brengen. Hoe zorgt men ervoor dat de positieve effecten van de sociale rol van sport zo goed mogelijk tot uiting komen? Maar ook: wat zijn de nadelen van de sociale rol van sport en wat is ervoor

nodig om deze te ontwijken of reduceren? Daar gaat deze studie over en zo bewijst dit onderzoek zijn maatschappelijke en academische waarde.

Noodgedwongen heeft deze studie wel enkele beperkingen ondervonden. Vanwege de getroffen maatregelen na het uitbreken van het corona-virus in Nederland was het niet mogelijk om naar buiten te gaan. Interviews moesten daarom telefonisch worden afgenomen en onderzoeksmethoden als diepte-interviews of observaties, die gepland waren in de oorspronkelijke plannen, waren niet of nauwelijks mogelijk. Dat heeft een zeer beperkende werking gehad op deze studie. Tevens waren sommige experts door de enorme drukte op het werk in deze periode niet in staat om een interview te geven. Ik moest dus flexibel zijn. Vervolgens heb ik besloten om de onderzoeksopzet deels om te gooien en de onderzoeksvraag wat breder te trekken. In plaats van specifiek naar Feyenoord te kijken (het oorspronkelijke plan) heb ik alle aanbieders van maatschappelijke sportprojecten in Rotterdam onder de loep genomen door te kijken naar hun digitale communicatie. In plaats van observaties en diepte-interviews heb ik informatie verkregen uit enkele verdiepende expert-interviews met mensen die sleutelrollen vervullen in de totstandkoming en uitvoering van het Rotterdamse maatschappelijke sportbeleid. Tevens heb ik een inhoudsanalyse van digitale communicatie van de betrokken partijen bij dit maatschappelijke sportbeleid afgenomen. Het eindresultaat is een onderzoek met zowel maatschappelijke als academische meerwaarde waar ik zeer content mee ben.

6.2 Vervolgonderzoek

In dit onderzoek zijn een viertal experts geïnterviewd die nauw betrokken zijn bij de invulling van de sociale rol van sport in Rotterdam. Toekomstig onderzoek kan voortborduren op deze studie door data te verzamelen die direct van de doelgroep afkomstig is. Informele gesprekken met jongeren en diepte-interviews met hun ouders kunnen nieuwe informatie verschaffen die de sportparticipatie van deze doelgroep mogelijk positief zal beïnvloeden. In een eventueel uitgebreider vervolgonderzoek zou de situatie in Rotterdam kunnen worden vergeleken met die van een andere grote stad als Den Haag of Amsterdam. In plaats van uitzoemen zou toekomstig onderzoek ook juist binnen Rotterdam zich verder kunnen specificeren. Bijvoorbeeld op de maatschappelijke projecten die Feyenoord aanbiedt, of het functioneren van een zelfstandige uitvoeringsorganisatie als Sportsupport. Hoe is de relatie en communicatie tussen hen en de amateurvereniging? Hoe kan Feyenoord de sportparticipatie

onder deelnemende jeugd aan de maatschappelijke projecten verhogen? Allemaal vragen die dit onderzoek wel aan bod zijn gekomen, maar waar nog geen helder uitgewerkt antwoord op gegeven kan worden.

6.3 Aanbevelingen

Uit dit onderzoek is gebleken dat het Rotterdamse sportbeleid op sociaal gebied nog niet is waar het moet zijn. Wel is duidelijk geworden dat Rotterdam de sociale functie van sport voor jongeren probeert te benutten. Hierin gaan een aantal zaken goed, zoals bijvoorbeeld de samenwerking tussen betrokken partijen uit verschillende sectoren. Wat betreft andere zaken is nog ruimte voor verbetering. Denk bijvoorbeeld aan het actief betrekken van jongeren in de totstandkoming van maatschappelijke sportprojecten, of de communicatie tussen organisaties en de jongeren. Tot slot zal ik daarom enkele aanbevelingen doen voor de betrokken partijen naar de toekomst toe, om de positieve effecten van de sociale rol van sport verder te benutten.

Om een interactief communicatieproces met de jongeren op gang te brengen zouden aanbieders van sportprojecten nog meer initiatief kunnen nemen. Met name bij een club als Feyenoord of het Jeugdfonds Sport en Cultuur is hierin nog een slag te maken. Nu ligt het initiatief uiteindelijk nog steeds bij de jongeren zelf. Een pop-up bericht op de website is nu de meest vergaande manier om jongeren over te halen tot communicatie. Misschien dat een korte enquête die anoniem is en snel en makkelijk is in te vullen meer effect heeft. Daarmee zou bereikt worden dat jongeren bereid zijn een inkijkje te geven in hun belevingswereld, waar organisaties in hun communicatie dan vervolgens weer op in zouden kunnen spelen, met als doel het communicatieproces te versoepelen. Tevens zouden organisaties de wijk in kunnen gaan om jongeren direct te confronteren met vragen. Zo'n 'offline' gesprek zal de dialoog bovendien zeer ten goede komen ten opzichte van een online enquête, waardoor gemakkelijker nuttige informatie zal worden verkregen over hoe organisaties een interactief communicatieproces met jongeren op kunnen zetten op een manier die door beiden als prettig zal worden ervaren.

Buiten een meer interactief communicatieproces hebben amateurverenigingen meer hulp nodig, zo stelt een medewerker van Sportsupport. Hij is van mening dat er op dit moment teveel druk ligt op het verenigingsleven wat betreft de sociale rol van sport in Rotterdam. Zo is een onrealistisch verwachtingspatroon ontstaan ten aanzien van waar

verenigingen toe in staat zijn. De betreffende medewerker van Sportsupport legt dit als volgt uit.

Het kost in principe nog best veel qua coördinatie om die groepen aan het sporten te krijgen, en we moeten ons als maatschappij denk ik realiseren dat daar wel wat tegenover moet staan. Dat er een partij moet zijn die dat financiert en bekostigt. Vanuit alleen de verenigingen is dat een moeilijk punt.

Verenigingen zouden daarom meer hulp moeten krijgen van buitenaf. Een mooi voorbeeld is Sportsupport die verenigingen bijstaat om de sociale rol van sport beter te benutten. Dat is een eerste stap in de goede richting. Om de volgende stap te zetten zal meer geld beschikbaar moeten komen om nieuwe hulp en initiatieven te bekostigen. Rotterdam is kortom op de goede weg, maar nog niet waar het zijn wilt.

Literatuurlijst

- Baumert, P. W., Henderson, J. M., & Thompson, N. J. (1998). Health risk behaviors of adolescent participants in organized sports. *Journal of Adolescent Health, 22*, 460–465.
- Bartko, W. T., & Eccles, J. S. (2003). Adolescent participation in structured and unstructured activities: A person-oriented analysis. *Journal of Youth and Adolescence, 32*(4), 233–241.
- Boeije, H. (2002). A purposeful approach to the constant comparative method in the analyses of qualitative interviews. *Quantity and Quality 36*, 391-409.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital, in J. Richardson (ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, pp. 241–58. New York: Greenwood.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology, 3*(2), 77-101.
- Brunelle, J., Danish, S.J., Forneris, T. (2007). The impact of a sport-based life skill program on adolescent prosocial values. *Applied Developmental Science, 11*(1), 43-55.
- Carrington, B. (1998). Sport, masculinity and black cultural resistance. *Journal of Sport and Social Issues, 22*, 275-298.
- Cecchini, J.A., Montero, J., Alonso, A., Izquierdo, M., Contreras, O. (2007). Effects of personal and social responsibility on fair play in sports and self-control in school-aged youths. *European Journal of Sport Science, 7*(4), 203-211.
- Coaffee, J. (2008). Sport, culture and the modern state: emerging themes in stimulating urban regeneration in the UK. *International Journal of Cultural Policy, 14*, 377–97.
- Dollman, J., Lewis, N.R. (2010). The impact of socioeconomic position on sport participation among South Australian youth. *Journal of Science and Medicine in Sport, 13*(3), 318-322.
- Dorussen, H., Lenz, H., Blavoukos, S. (2005). Assessing the Reliability and Validity of Expert Interviews. *European Union Politics 6* (3): 315–337.
- Eijja-Liisa, K. (2003). *Mobile messages: Young people and a new communication culture*. University of Tampere.

- Elling, A. (2002). Ze zijn er (niet) voor gebouwd: In- en uitsluiting in de sport naar sekse en etniciteit [They are (Not) Built for it: Gender and Ethnic Inclusionary and Exclusionary Practices in Sport]. Nieuwegein: Arko Sports Media.
- Escobedo, L. G., Marcus, S. E., Holtzman, D., & Giovino, G. A. (1993). Sports participation, age at smoking initiation, and the risk of smoking among U.S. high school students. *Journal of the American Medical Association*, 269, 1391–1395.
- Gemeente Rotterdam (2019). *Rotterdams palet van inclusiviteit*.
- Gemeente Rotterdam (2017). *Sport beweegt Rotterdam: sportnota Rotterdam 2017-2020*.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D. R., van Ruler, B., Vercic, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35.
- Halpern, R. (2002). A different kind of child development institution: The history of after-school programs for low-income children. *Teachers College Record*, 104 (2), 178-211.
- Hansen, D. M., Larson, R. W., & Dworkin, J. B. (2003). What adolescents learn in organized youth activities: A survey of self-reported developmental experiences. *Journal of Research on Adolescence*, 13(1), 25–55.
- Henderson, S., Taylor, R. & Thomson, R. (2002). In touch: Young people, communication and technologies. *Information, Communication & Society*, 5(4), 494-512.
- Hermanowicz, J. C. (2002). The great interview: 25 strategies for studying people in bed. *Qualitative Sociology*, 25, 479–499.
- Holtzhausen, D. R., & Zerfass, A. (2015). Strategic communication: opportunities and challenges of the research area. In D. R. Holtzhausen & A. Zerfass (Eds.), *The Routledge handbook of strategic communication* (pp. 3–17). New York, NY: Routledge.
- Kawulich, B.B. (2005). Participant Observation as a Data Collection Method. *Forum: Qualitative Social Research*, 6(2), 1-29.
- Kay, T., Spaaij, R. (2011). The mediating effects of family on sport in international development contexts. *International Review for the Sociology of Sport*, 47(1), 77-94.
- Kirk, S. (2007). Methodological and ethical issues in conducting qualitative research with children and young people: A literature review. *International journal of nursing studies*, 1250-1260.

Klaver, J. (2004). Kleurrijke participatie: allochtonen en vrijwillige inzet. Vrijwillige inzet onderzocht. *Wetenschappelijk tijdschrift voor onderzoek naar vrijwilligerswerk*, 7-15.

Krouwel, A., Boonstra, N., Duyvendak, J.W. and Veldboer, L. (2006). A good port? Research into the capacity of recreational sport to integrate Dutch minorities. *International Review for the Sociology of Sport*, 41, 165–80.

Kugler, M. R. (2001). After-school programs are making a difference. *NASSP Bulletin*, 85(626), 3–11.

Menestrel, S., Perkins, D.F. (2007). An overview of how sports, out-of-school time, and youth well-being can and do intersect. *New Directions for Youth Development*, 115, 13-25.

Miech RA, Hauser RM. (2001). Socioeconomic status and health at midlife. A comparison of educational attainment with occupation-based indicators. *Ann Epidemiol*, 11(2), 75-84.

Milena, Z.R., Dainora, G., Alin, S. (2008). Qualitative research methods: A comparison between focus-group and in-depth interview. *Annals of the University*.

Mortelmans, D., de Reyt, N., & Jeugdendienst, S. (2003). *Communiceren met jongeren: jongeren en communicatie met de stedelijke overheid in Antwerpen*. Universiteit Antwerpen.

Mueller C.W., Parcel T.L. (1981). Measures of socioeconomic status: Alternatives and recommendations. *Child Development*, 52, 13-30.

Perkins, D. F., Jacobs, J. E., Barber, B. L., & Eccles, J. S. (2004). Childhood and adolescent sports participation as predictors of participation in sports and physical fitness activities during young adulthood. *Youth and Society*, 35(4), 495–520.

Programmabureau Nationaal Programma Rotterdam Zuid (2019). *Nationaal Programma Rotterdam Zuid uitvoeringsplan 2019-2022*.

Putnam, R. (2000) *Bowling Alone*. New York: Simon & Schuster.

Lauer, P.A., Akiba, M.S., Wilderson, S.B., Apthorp, H.S., Snow, D., Martin-Glenn, M.L. (2006). Out-of-school-time programs: a meta-analysis of effects for at-risk students. *Review of Educational Research*, 76, 275-312.

Papacharisis, V.P., Goudas, M., Danish, S.J., Theodorakis, Y. (2005). The effectiveness of teaching a life skills program in a sport context. *Journal of Applied Sport Psychology*, 17(3), 247-254.

- Riley, A., Anderson-Butcher, D. (2012). Participation in a summer sport-based youth development program for disadvantaged youth: Getting the parent perspective. *Children and Youth Services Review, 34*(7), 1367-1377.
- Rosengren, K. E. (2000). *Communication, an introduction*. London, UK: Sage.
- Schulenkorf, N. (2010). Sport events and ethnic reconciliation: attempting to create social change between Sinhalese, Tamil and Muslim sportspeople in war-torn Sri Lanka. *International Review for the Sociology of Sport, 45*, 273-294.
- Shavers VL. (2007). Measurement of socioeconomic status in health disparities research. *J Natl Med Assoc, 99*(9), 1013-23.
- Smit, F., Driessen, G., Sluiter, R., & Brus, M. (2007). Ouders, scholen en diversiteit. Ouderbetrokkenheid en-participatie op scholen met veel en weinig achterstandsleerlingen.
- Spaaij, R. (2009). Sport as a vehicle for social mobility and regulation of disadvantaged urban youth: Lessons from Rotterdam. *International review for the sociology of sport, 44*(2), 247-264.
- Stolterman, E., & Wiberg, M. (2010). Concept-driven interaction design research. *Human-Computer Interaction, 25*(2), 95-118.
- Sugden, J. (2010). Critical left-realism and sport interventions in divided societies. *International Review for the Sociology of Sport, 45*, 258-272.
- Tobin, J., Arzubiaga, A., & Mantovani, S. (2007). Entering into dialogue with immigrant parents. *Early Childhood Matters, 108*, 34-38.
- Van Ruler, B. (2018) Communication theory: an underrated pillar on which strategic communication rests. *International Journal of Strategic Communication, 12*(4), 367-381.

Appendix A; korte omschrijving van onderzochte organisaties

Feyenoord Rotterdam

Feyenoord is misschien wel de bekendste organisatie actief in Rotterdam. Het merk met internationale allure voelt zich niet te groot om zijn steentje bij te dragen, vooral voor de jeugd in Rotterdam-Zuid. In de wijken IJselmonde, Charlois en Feijenoord wonen veel Rotterdammers die in een sociaaleconomisch achtergestelde situatie verkeren. Feyenoord probeert met het inzetten van maatschappelijke sportprojecten zoals de Feyenoord Street League, een straatvoetbaltoernooi voor jongeren van 9-12 jaar oud, de jeugd van de straat te houden. Tevens probeert de club de jongeren te enthousiasmeren voor een lidmaatschap bij een amateurclub zodat zij ook na afloop van de maatschappelijke projecten structureel aan het sporten blijven.

Sportsupport Rotterdam

Sportsupport Rotterdam is een organisatie die zich inzet voor de Rotterdammers met een sociaaleconomisch achtergestelde achtergrond. Sportsupport Rotterdam komt met twee speerpunten heel dichtbij de thema's die dit onderzoek centraal staan. Allereerst wilt de organisatie de toestroming van jeugd naar sportverenigingen bevorderen. Bovendien vinden ze het belangrijk dat kwetsbare Rotterdammers in beweging komen. waar het bijvoeglijk naamwoord 'kwetsbaar' nog wat ruimte laat voor interpretatie wordt later in de digitale communicatie duidelijk dat het gaat om jongeren uit sociaaleconomisch achtergestelde gezinnen. Net als Sportbedrijf Rotterdam is Sportsupport Rotterdam een zelfstandige organisatie, ontstaan in opdracht van de gemeente. Beide organisaties werken nauw met elkaar samen.

Sportbedrijf Rotterdam

Sportbedrijf Rotterdam is een zelfstandige organisatie die de sportlocaties in Rotterdam beheert. Het is hun missie om heel Rotterdam aan het sporten te krijgen, zo staat op de website vermeld. Sportbedrijf Rotterdam is een organisatie waar zowel sporters als sportaanbieders terecht kunnen voor hulp. Zij worden geholpen bij het vinden van de juiste locatie of vereniging, of bij het organiseren van een evenement. Sportbedrijf Rotterdam is naar

eigen zeggen het thuis voor alle sportieve ambities in Rotterdam. Sportbedrijf Rotterdam is vooral een organisatie die verschillende partijen met elkaar in contact brengt. Ze fungeren als tussenpersoon in het circuit van vraag en aanbod. Met de verzelfstandiging neemt Sportbedrijf Rotterdam het beheer en de exploitatie van gemeentelijke Rotterdamse sportlocaties over. Sportbedrijf Rotterdam zorgt ervoor dat sportaanbieders en sporters eenvoudig de juiste sportlocaties vinden in de stad om hun sport aan te bieden of om zelf te sporten. Bovendien geeft de organisatie invulling aan de sportprogrammering en ondersteunen ze sportaanbieders. De gemeente Rotterdam is aandeelhouder en opdrachtgever van Sportbedrijf Rotterdam.

Humanitas

Humanitas is een maatschappelijke vrijwilligersorganisatie die mensen helpt bij het leven van hun eigen leven. Vrijwilligers zetten zich in om te helpen bij zaken als ouderschap en opvoeding, of proberen maatschappelijke problemen zoals eenzaamheid of criminaliteit tegen te gaan. De stichting is verspreid over heel Nederland al bestaat inmiddels al ruim 75 jaar.

Ook in Rotterdam is Humanitas goed vertegenwoordigt. Stichting Humanitas Feijenoord is sinds begin 2018 verantwoordelijk voor de uitvoering van de welzijnsopdracht in de buurt Feijenoord. Hieronder vallen de wijken Afrikaanderwijk, Bloemhof, Feijenoord, Hillesluis, Katendrecht, Kop van Zuid, Noordereiland, en de Vreewijk. Dat is besloten in overeenstemming met de afgesproken doelstellingen van het Nationaal Programma Rotterdam Zuid (NPRZ), een beleidsplan voor het opwaarderen van Rotterdam-Zuid, opgezet in 2010 door toenmalig minister Van der Laan.

DOCK

DOCK is een nationale welzijnsorganisatie. In Rotterdam is DOCK actief in Kralingen-Crooswijk, Charlois, Hillegersberg-Schiebroek, Hoogvliet, Pernis, Noord (SOL), Prins Alexander. In alle buurten kunnen bewoners in het Huis van de Wijk terecht voor hulp. In tijden van het coronavirus heeft DOCK een belteam opgericht, om telefonisch contact te houden met de buurtbewoners. DOCK gelooft dat ieder mens zijn eigen talenten en kwaliteiten heeft. Het is dan ook het doel van de organisatie om te helpen deze talenten zoveel mogelijk tot uiting te laten komen. Achtergestelde gezinnen die in een lastige situatie zijn

verwikkeld kunnen soms het toekomstperspectief verliezen. DOCK probeert dit te voorkomen.

PIT010 (IJsselmonde)

PIT 010 staat voor welzijnswerk voor en door bewoners in Rotterdam IJsselmonde. Actieve bewoners, talloze vrijwilligers, talentvolle stagiair(e)s en professionals werken hier samen aan een sterker IJsselmonde. PIT 010 is voor en door bewoners. Iemand die hulp krijgt is gelijk aan iemand die hulp geeft, en de mensen die hulp krijgen worden actief betrokken bij de initiatieven van de organisatie. PIT 010 wordt uitgevoerd door de B&A Groep. De B&A Groep: doeners en denkers in het sociaal domein, is een landelijke welzijnsorganisatie.

TOS

Thuis op straat is een organisatie die al ruim 25 jaar welzijnswerkzaamheden verricht in Rotterdam. TOS is actief in de gebieden Centrum, Charlois, Delfshaven, Hillegersberg-Schiebroek, Kralingen-Crooswijk en Noord. Alle Rotterdamse TOS-praktijken (inclusief Sportplaza Zuiderpark) vallen, samen met de JongerenBijdrageRegeling, onder de stichting Thuis Op Straat Rotterdam. In 1996 ging TOS van start in de Rotterdamse wijken Hillesluis en het Nieuwe Westen. Daarna volgden meer wijken in Rotterdam en meer steden. In de beginfase werd het TOS-werk vooral uitgevoerd door ID-medewerkers. Nu bestaan de teams uit een aantal vaste medewerkers aangevuld met vrijwilligers, stagiairs en jongeren met een bijbaan. Dagelijks organiseert TOS activiteiten voor de jeugd van 4 tot en met 23 jaar met als doel hun talenten te ontdekken en zich te ontwikkelen tot volwaardige burgers.

JVO - Jeugdgroep van Oranje

Dit is een organisatie die over het hele land actief is. Het hoofdkantoor zit in Den Haag, maar ze hebben ook een vestiging in Rotterdam centrum, aan de Westersingel. De JVO is een jeugdgroep die achtergestelde jongeren probeert te helpen, onder andere aan de hand van het organiseren van sportprojecten. Denk hierbij bijvoorbeeld aan basketbal of voetbaltoernooien, zowel binnen als buiten. Doel hiervan is om de kwetsbare jongeren te laten integreren in de samenleving.

Jeugdfonds sport en Cultuur

Jeugdfonds Sport en Cultuur is een goed doel dat het mogelijk maakt om jongeren met weinig financiële middelen aan het sporten te krijgen. In Nederland moet één op de elf kinderen rondkomen van een bestaansminimum, dat zijn ruim 270.000 kinderen. Zij kunnen de contributie die bij een lidmaatschap van een sportclub komt kijken niet betalen. Daarin kunnen zij in worden ondersteunt door het Jeugdfonds Sport en Cultuur. In sommige gevallen zorgt het fonds ook voor de aanschaf van de benodigde attributen, zoals voetbalschoenen of een hockeystick. Ouders kunnen zelf geen aanvraag doen voor de financiële impuls. Dat wordt gedaan door een intermediair, bijvoorbeeld een leerkracht, buurtsportcoach, sociaal wijkteam of schuldhulpverlener. Aanvragen kunnen worden ingediend voor jongeren tot en met 17 jaar oud. Zo maakt dit fonds het mogelijk dat kinderen en jongeren uit gezinnen met weinig geld, toch mee kunnen doen met voetbal, muziekles, turnen, streetdance, judo, theaterles of een andere sportieve of creatieve activiteit. Het Jeugdfonds Sport en Cultuur richt zich dus niet alleen op sport. Ook muziekles en theater staat op het programma. Toch ligt de nadruk wel op sportieve activiteiten. De jongeren zullen in de meeste gevallen veel in beweging zijn. Bovendien maken zij kennis met een nieuwe sociale omgeving met nieuwe sociale contacten.

Sparta Rotterdam

Sparta is naast Feyenoord de tweede Rotterdamse betaald voetbal vereniging die zich inzet voor achtergestelde jongeren in de buurt. Het stadion van Sparta, genaamd 'Het Kasteel', ligt in Rotterdam-West. Dat is dan ook de buurt waar de club op maatschappelijk gebied actief is. Sparta heeft verschillende programma's opgezet waarin het probeert achtergestelde, kansarme jongeren uit de buurt perspectief te bieden. Zo loopt er wekelijks een sportcoach door de buurt om kinderen gratis trainingen en tips te geven. Tevens biedt de club enkele programma's aan waardoor jongeren een opleiding tot steward kunnen volgen. Zo draagt Sparta ook op maatschappelijk gebied zijn steentje bij in Rotterdam-West.
