



Maatschappelijk actief in stadsdeel Amsterdam Zuid

Vruchtbare samenwerking sport en stadsdeel

Afgelopen voorjaar vond in Amsterdam een herindeling van de stadsdelen plaats. Voorafgaand aan de fusie wilde het nieuwe stadsdeel Amsterdam Zuid weten hoe het gesteld was met de maatschappelijke rol van de sportaanbieders in hun stadsdeel en welke ambities ze op dit terrein hadden. Op deze manier kon het stadsdeel erachter komen of de sportaanbieders de juiste partners zijn om de ambitie 'Een leven lang actief voor alle bewoners' waar te maken. Onderzoeksbureau DSP-groep maakte de inventarisatie en kwam met positieve resultaten.

Het idee voor de inventarisatie kwam niet zomaar uit de lucht vallen. In 2008 bracht DSP-groep voor heel Amsterdam de maatschappelijke activiteiten van sportaanbieders in kaart. Een van de aanbevelingen was het uitvoeren van een inventarisatie onder alle sportaanbieders (verenigingen en commerciële aanbieders), wat betreft hun maatschappelijke activiteiten en ambities. Hierdoor ontstaat een goed beeld van de maatschappelijke activiteiten die de sportaanbieders uitvoeren en waar er kansen liggen om het maatschappelijk potentieel van de sportaanbieders te vergroten. Stadsdeel Zuid volgde deze aanbeveling op en op 23 september 2010 werd het onderzoek *Maatschappelijk actief in stadsdeel Zuid* gepresenteerd.

Wat is maatschappelijk actief?

Wat is een maatschappelijk actieve sportaanbieder? Bij de inventarisatie in Amsterdam Zuid werd de volgende definitie gebruikt: "Een sportaanbieder die een actieve bijdrage levert aan de oplossing van maatschappelijke (lokale) vraagstukken." Vervolgens werden de maatschappelijke activiteiten opgesplitst in een aantal onderdelen, zoals het opzetten van dependances van sportverenigingen in wijken, samenwerking met een goed doel of het opzetten van een gezonde kantine. Er zijn 121 sportaanbieders ondervraagd (98 sportverenigingen en 23 commerciële sportaanbieders). De respons was tachtig procent.

Uitkomsten

Tachtig procent van de sportaanbieders is maatschappelijk actief, variërend van incidenteel tot structureel. Vaak nemen ze een afwachtende houding aan: ze kijken wat er op hun pad komt. Gebrek aan tijd, vrijwilligers en kennis, is meestal de reden van deze afwachtende houding. Daar staat tegenover dat bijna een kwart van de sportaanbieders wekelijks maatschappelijk actief is. Het gaat hierbij voornamelijk om grote sportaanbieders die zich vooral richten op jeugd, naar buiten gericht zijn en samenwerking zoeken. Ook zijn deze sportaanbieders op zoek naar meer accommodatieruimte om nog meer activiteiten te ontplooiën.

De meest genoemde maatschappelijke activiteiten richten zich op specifieke doelgroepen zoals ouderen, gehandicapten en kinderen met speciale problemen als ADHD en autisme. Ook doen sportverenigingen vaak mee aan sportstimuleringsprojecten en schoolsportactiviteiten en organiseren zij activiteiten voor niet-leden. Commerciële sportaanbieders en sportverenigingen zijn in dezelfde mate maatschappelijk actief en ontplooiën dezelfde activiteiten.

Wat levert maatschappelijk actief zijn op?

Op de korte termijn valt de directe opbrengst van alle tijd en energie vaak tegen. Het levert weliswaar goodwill op en veel plezier, maar over het algemeen weinig tot geen nieuwe leden. En dat is juist iets wat veel sportaan-



FOTO: MANUELA DI MAIO

Naschoolse sportactiviteiten bij voetbalvereniging SC Buitenveldert

bieders hopen te bewerkstelligen. Sportaanbieders die zich structureel maatschappelijk inzetten, leggen de nadruk op de opbrengsten op lange termijn: maatschappelijke inzet maakt sportaanbieders uiteindelijk sterker en betaalt zich wel degelijk terug. Zo kan het op de lange termijn extra leden opleveren, of worden sportaanbieders dankzij maatschappelijke inzet interessant voor (lokale) sponsors. Belangrijker is echter dat verenigingen door maatschappelijke inzet naar buiten treden en zo de drempel voor buurtbewoners wordt verlaagd om lid en/of actief te worden. Wanneer het ledenbestand een afspiegeling vormt van de buurt waarin de vereniging is gehuisvest, creëert de vereniging binding en dat is het bestaansrecht voor de toekomst. Bovendien zijn sportaanbieders die langdurig investeren in maatschappelijke activiteiten een belangrijke partner voor de gemeente en hebben ze betere toegang tot beschikbare subsidiegelden.

Contact met sportaanbieders

Ook het uitvoeren van het onderzoek leverde de nodige voordelen. De onderzoeksmethode

bestond uit telefonische interviews met de sportaanbieders, zodat respons gegarandeerd is en onduidelijkheden bij respondenten weg konden worden genomen. Dit bracht met zich mee dat er een actueel NAW-bestand van alle sportaanbieders kon worden opgebouwd en dat er een digitaal werkbestand beschikbaar is met daarin per sportaanbieder informatie over hun vitaliteit, maatschappelijke activiteiten en ambities.

Aansluitend aan het onderzoek werd een bijeenkomst georganiseerd met als motto: 'Aan de slag!'. Daar werden de onderzoeksresultaten gepresenteerd en gingen de sportaanbieders samen met het stadsdeel en professionals aan de slag om hun maatschappelijke ambities waar te maken. Hierdoor ontstonden mooie maatschappelijke projecten. Zo werd een re-integratieproject bij een voetbalvereniging gestart en geven diverse professionals voorlichting aan sportaanbieders over het aanbieden van aangepast sporten. Er zijn contacten gelegd tussen sportaanbieders onderling, maar ook met de gemeente en professionals. Bovendien is er duidelijkheid over waar partners en informatie te vinden zijn.

Tips voor gemeenten

- Neem als gemeente initiatief om het maatschappelijk potentieel van sportaanbieders te vergroten. Bij de sportaanbieders is de wil wel aanwezig, alleen is de stap om zelf aan de slag te gaan vaak (te) groot vanwege gebrek aan tijd, geld en/of kennis.
- Definieer en operationaliseer wat je als gemeente onder maatschappelijk actief verstaat. Door duidelijkheid te scheppen, weten de sportaanbieders waar ze aan toe zijn en kunnen ze bepalen of ze op die manier actief willen zijn/worden.
- Laat je niet verleiden om je te richten op een deel van de sportaanbieders (bijvoorbeeld de sportaanbieders die zich richten op jeugdsport of de grote sportaanbieders). Daarmee zie je veel over het hoofd. Iedere sportaanbieder kan op zijn eigen manier voor een bepaalde doelgroep zijn maatschappelijke waarde vergroten.

Een leven lang actief voor alle bewoners
Sportaanbieders in stadsdeel Amsterdam Zuid geven aan een brede maatschappelijke rol te willen spelen. Vooral de sportaanbieders die zich nu incidenteel inzetten, willen hun maatschappelijke activiteiten uitbreiden. Ook willen de sportaanbieders maatschappelijk actief zijn, dit voortzetten. Dit biedt mogelijkheden voor stadsdeel Amsterdam Zuid om samen met sportaanbieders invulling te geven aan de ambitie 'een leven lang actief voor alle bewoners', wat nu gebeurt met de inzet van verenigingsadvies, thema-bijeenkomsten en gerichte subsidies voor sportaanbieders.

Marieke de Groot is onderzoeker bij DSP-groep, voornamelijk op het gebied van sport. Contact via mdegrooot@dsp-groep.nl of 020 625 75 37. Op www.dsp-groep.nl zijn de onderzoeken te downloaden.

Jeroen Hofman is beleidsmedewerker sport bij stadsdeel Amsterdam Zuid. Contact via j.hofman@zuid.amsterdam.nl of 020 252 13 47.