Gepubliceerd op *DUB* (http://www.dub.uu.nl)

.

Profclubs spenderen 3 miljoen voor beter imago

dinsdag 12 april 2011 - 11:04

Tessa Glijn [1]

.

Artikel [2]

Onderzoek [3]

Betaald voetbalclubs investeren gezamenlijk iets meer dan drie miljoen in maatschappelijke activiteiten. Hierdoor krijgen ze een beter imago, betere contacten en hebben ze ook een grotere kans dat clubs relatief goed wegkomen bij schandalen. Dit blijkt uit een onderzoek dat UU medewerker Frank van Eekeren heeft uitgevoerd.

Voetbalclubs die langdurig werklozen of drugsverslaafden bij hun re-integratie ondersteunen of buurtbattles waarbij kinderen voetbalwedstrijdjes spelen onder het toeziend oog van een bekende voetbalspeler of trainer. Dit zijn voorbeelden uit de praktijk, maar waarom doen de betaalde voetbalclubs dit en wat levert het ze op? Dit is de vraag die Frank van Eekeren in opdracht van de stichting Meer dan voetbal heeft onderzocht.

Veel gemeentegeld

?Er is steeds meer kritiek op voetbalclubs omdat daar zoveel geld in omgaat en in veel gevallen ook gemeentegeld?, vertelt Van Eekeren, onderzoeker en werkzaam bij USBO op de universiteit. ?Om die kritiek te pareren, moeten de voetbalclubs iets terug doen voor de maatschappij.?

Dit is volgens de onderzoeker de reden dat clubs een deel van hun geld in maatschappelijke projecten stoppen. In totaal wordt er 0.7 procent (3.302.461 euro) van de gehele voetbal omzet van de eredivisieclubs en eerste divisieclubs in maatschappelijke activiteiten geïnvesteerd. Er zijn wel grote onderlinge verschillen. PSV en NAC Breda investeren meer dan 200.000 euro in de maatschappij. Meer dan de helft van de betaalde profploegen (21 van de 36) investeren minder dan 10.000 euro. Van Eekeren heeft met dit onderzoek op een rijtje gezet wat de betaalde voetbalorganisaties allemaal doen in de maatschappij, waarom ze dit doen en wat ze er voor terugkrijgen.

In gesprek met verslaafden

Van Eekeren: ?Het lukt de voetbalclubs vaak om groepen te bereiken die door andere organisaties heel moeilijk benaderbaar zijn. Zoals ?drop-out?-scholieren bijvoorbeeld die fan zijn van de club. Voetbal kan in dat proces een belangrijke rol spelen.? Zo doet FC Utrecht het project Kicks United. Dit is een project waarbij spelers in gesprek gaan met mensen in een afkick kliniek. Er wordt gesproken over problemen en de verslaafden hebben in sommige gevallen echt iets om naar uit te kijken. ?Verslaafden die in gesprek gaan met hun helden kunnen worden gestimuleerd om door te gaan met afkicken?, vertelt Van Eekeren. ?Spelers komen op hun beurt in aanraking met een bijzondere kant van de maatschappij en dat terwijl ze eigenlijk redelijk geïsoleerd leven.?

Drop out scholieren

Een ander project is Playing for succes, waar onder andere de voetbalclubs PSV en ADO aan mee doen. Bij dit project krijgen ?drop out? scholieren een kans om onderwijs bij een voetbalclub te volgen. De voetbalclubs stellen onderwijsmateriaal beschikbaar. De scholieren worden in de gaten gehouden door professionele docenten. Zo nu en dan loopt er een speler binnen waarmee ze een praatje kunnen maken. ?Je ziet dat veel scholieren wel naar deze projecten gaan en op die manier toch onderwijs krijgen?, legt Van Eekeren uit. ?Clubs gebruiken het project op hun beurt ook om toekomstige sponsoren te laten zien hoe sociaal ze zijn.?

Betere integratie

Het investeren in de maatschappij levert voor de clubs zelf ook voordelen op. Zo integreren buitenlandse spelers makkelijker in Nederland door met Nederlanders in aanraking te komen. Ook voelen spelers en supporters zich door sociale activiteiten nog meer betrokken bij de club. De activiteiten kunnen ook voor een betere samenwerking met gemeente en andere instanties zorgen.

Socialer imago

?Clubs mogen er niet vanuit gaan dat de gemeente ze te hulp schiet wanneer ze in nood zitten?, stelt Van Eekeren. ?Maar het regelen van bijvoorbeeld politie-inzet gaat wel gemakkelijker wanneer de club maatschappelijk actief is.? De clubs krijgen ook positieve aandacht in het nieuws en dit kan indirect weer voor meer sponsoren zorgen. Dertig procent van de clubs is van mening dat ze meer sponsoren hebben aangetrokken hebben door een socialer imago. Dit is in het onderzoek wel onderzocht, maar dit is niet te vertalen naar een precies bedrag.

Enquête

Het onderzoek is gedaan door middel van case studies en enquêtes bij verschillende clubs en hun maatschappelijke partners. De cases bestonden uit twee eredivisieclubs die al een redelijke tijd actief zijn op het gebied van maatschappelijke activiteiten (PSV en NAC), één Jupiler league club die geruime tijd actief is (SC Cambuur Leeuwaarden) en een club die sinds kort actief is (FC Utrecht). De antwoorden uit de cases werden verwerkt in de enquêtes.

Er deden in totaal 31 clubs mee aan het onderzoek. De clubs nemen aan 195 projecten deel en werken samen met 136 maatschappelijke organisaties. Niet alleen investeren de clubs direct in projecten, ook stellen ze hun stadion en spelers beschikbaar. In veel contracten is daarom opgenomen dat de spelers ook buiten hun gewone taak, maatschappelijk actief moeten zijn.

Spelers geen welzijnwerkers

?Spelers zijn alleen zeker geen welzijnswerkers, maar ze kunnen wel iets bijdragen aan de samenleving?,

vertelt Van Eekeren. Spelers zijn volgens hem wel een rolmodel en moeten daarom juist meer op hun gedrag letten. ?Het blijven natuurlijk wel gewoon mensen, die ook fouten kunnen maken.? Een voorbeeld daarvan is ADO speler Lex Immers, die zich tijdens een overwinning op Ajax liet meeslepen door de feeststemming. Hij zong mee met beledigende teksten over de tegenpartij en werd daardoor geschorst door de KNVB. Ook kreeg hij nog een fikse boete van zijn club. Ondanks dat ADO negatief in beeld kwam is het niet alleen kommer en kwel die week, volgens Van Eekeren. ?ADO kwam eerder die week nog heel positief in het nieuws, omdat de selectie samen sporten met 500 kinderen voor de opening van ?Scoren voor Gezondheid?.? Daardoor is het algemene beeld van ADO niet geheel negatief.

Twente schorst Douglas

Ook de manier waarop de clubs om gaan speelt natuurlijk een belangrijke rol bij het beeld over de clubs en hun sociale rol. FC Twente schorste bijvoorbeeld de verdediger Douglas die na het krijgen van een rode kaart een kopstoot uitdeelde. ?Natuurlijk wist FC Twente ook dat de KNVB het uiteindelijk ook zou doen, maar door de KNVB voor te zijn laat je zien dat je ook de spelers van je eigen club streng aanpakt?, verklaart Van Eekeren. Ook de sociaal-maatschappelijke activiteit die hij wegens de kopstoot moet uitvoeren is een goede manier om aan de buitenwereld te laten zien dat je dit soort gedrag als club niet tolereert en dit zorgt voor een beter en socialer imago. ?Je ziet aan de andere kant ook dat clubs extra negatief in het nieuws komen, wanneer ze zelf niet ingrijpen bij spelers die grove overtredingen maken.?

De resultaten van het onderzoek tonen aan dat zowel de maatschappij als de voetbal club baat heeft bij de sociale activiteiten. Clubs mogen niet standaard van steun uitgaan, ?Maar het helpt wel, wanneer de maatschappij trots is op de club?, aldus Van Eekeren.

Tessa Glijn

voetbal [4]
bestuurskunde [5]

Source URL: http://www.dub.uu.nl/artikel/profclubs-spenderen-3-miljoen-voor-beter-imago.html

Links:
[1] http://www.dub.uu.nl/gebruiker/tessa-glijn
[2] http://www.dub.uu.nl/artikel
[3] http://www.dub.uu.nl/tabs/onderzoek
[4] http://www.dub.uu.nl/trefwoord/voetbal
[5] http://www.dub.uu.nl/trefwoord/bestuurskunde