



Universiteit  
Utrecht

# IMPACT RAPPORT

Maatschappelijke cijfers en verhalen

**2023/'24**

<b>H1</b>	<b>06</b>
-----------	-----------

---

# VOORWOORD

<b>H2</b>	<b>10</b>
-----------	-----------

---

# ONS SPEELVELD

<b>H3</b>	<b>16</b>
-----------	-----------

---

# ONZE UITDAGING

<b>H4</b>	<b>24</b>
-----------	-----------

---

# ONS BELEID

<b>H5</b>	<b>32</b>
-----------	-----------

---

# ONZE IMPACT

<b>5.1</b>	<b>VITALITEIT</b>	<b>34</b>
<b>5.2</b>	<b>PERSPECTIEF</b>	<b>38</b>
<b>5.3</b>	<b>LEVENSVAARDIGHEDEN</b>	<b>40</b>
<b>5.4</b>	<b>LEEFBAARHEID &amp; TROTS</b>	<b>44</b>
<b>5.5</b>	<b>SUPPORT</b>	<b>50</b>
<b>5.6</b>	<b>CAMPAGNES</b>	<b>54</b>

## H6 56

---

# ONZE INZET

6.1	FINANCIËEL	58
6.2	PERSONEEL	60
6.3	SPELERS	62

## H7 66

---

# VERANTWOORDING



VEEL LE

SPLEZIER



2023/'24

# INFOGRAPHIC

Aantal clubs

# 18<sup>①</sup>



Aantal projecten / programma's

# 162



2022/'23

## 165

2021/'22

## 153

Aantal unieke deelnemers

# 89.953



2022/'23

## 109.447

2021/'22

## 91.371

Investering in maatschappelijke projecten

# 5,9M



2022/'23

## 5,5M

2021/'22

## 4,6M

FTE

# 109



2022/'23

## 109

2021/'22

## 82

Spelersinzet

# 1.333<sub>u</sub>



2022/'23

## 1.272<sub>u</sub>

2021/'22

## 1.072<sub>u</sub>

① Ten opzichte van 2022/'23 degradeerden SC Cambuur, FC Emmen en FC Groningen. Zij maken dus geen onderdeel meer uit van de rapportage. Almere City, Heracles Almelo en PEC Zwolle promoveerden en zijn dus wel terug te vinden in dit impactrapport.



# H1

VOORWOORD

## H.1

# VOORWOORD

Beste Vincent, of beter geachte staatssecretaris,

Ik richt dit openingswoord aan u. Speciaal aan u. Omdat de hoop van ons gevestigd is op u. En dat is niet uit luxe. Wij kennen elkaar al wat langer dus ik durf het richting u ook hardop uit te spreken: het lijkt erop dat sport in Nederland en in het bijzonder het betaald voetbal, in al haar schoonheid, een liefdesbaby is van zo velen maar helaas zonder politieke ouders. Adopteer ons. Hou van ons! Ook al zijn wij natuurlijk niet alleen een verzameling van ideale schoonzonen en -dochters. Wij zijn niet feilloos, foutloos of uitsluitend lief. Dat begrijpen we zelf echt wel.

We zijn de grootste amusementsindustrie van Nederland, dragen serieus bij aan het BNP, 9 miljoen mensen uit alle lagen van de samenleving beleven er 11 uur (!) per week plezier aan, de stadions zitten met 92% bezettingsgraad bomvol en het Nederlands voetbal zorgt voor maatschappelijke cohesie en nation building. Daarnaast en daarbovenop verbinden we jaarlijks duizenden mensen, brengen we hen letterlijk en figuurlijk in beweging en helpen we kwetsbare jongeren bij hun persoonlijke ontwikkeling. Voor ons volstrekt normaal, voor de buitenwereld kennelijk nog niet. Onbekend maakt ook hier onbemind. Be good and tell them. Dat doen we bij deze!

Dus Vincent, lees dit rapport een keer heel rustig door. En nu ga ik tutoyeren.

Verbaas je, verwonder je, verrijk je met de cijfers en zie dat het voetbal heel vaak de oplossing is of kan zijn voor grote maatschappelijke thema's. Omarm ons, knuffel ons, en ben de politieke vader die wij zo node gemist hebben. Dan zullen wij je als kind niet teleurstellen maar elke keer weer positief verrassen!

Jan de Jong

Directeur Eredivisie CV

# H.1

## PROLOOG UNIVERSITEIT UTRECHT

---

De achttien eredivisieclubs bieden meer dan (betaald) voetbal. Zij hebben diepe betekenis voor de miljoenen mensen die het eredivisievoetbal volgen en zetten zich in voor de aanpak van maatschappelijke vraagstukken in hun regio. Het impactrapport laat zien hoe de eredivisieclubs dat doen en wat daarvan de opbrengsten zijn.

De cijfers zijn indrukwekkend. De achttien eredivisieclubs voerden in 2023/'24 meer dan 150 maatschappelijke projecten uit met bijna negentigduizend unieke deelnemers. Dat varieerde van het project FC Twente FIT, waarin supporters langdurig bij de club werkten aan hun gezondheid, tot het leerwerkproject Rugdekking van Go Ahead Eagles, dat jongeren begeleidt naar werk of opleiding. Ook toonden de eredivisieclubs hun maatschappelijke betrokkenheid via 23 publiekscampagnes, met als absoluut hoogtepunt de bekroonde Silence Social Hate-video van Ajax. Deze bereikte maar liefst 250 miljoen mensen.

Maar belangrijker dan deze cijfers zijn de opbrengsten: vitaliteit, perspectief, levensvaardigheden, leefbaarheid, trots. Onder de supporters, in de regio. Daar is het de eredivisieclubs uiteindelijk om te doen.

U leest er alles over in dit rapport.

Deze maatschappelijke opbrengsten komen niet zomaar tot stand. Alle eredivisieclubs investeren in de maatschappelijke bijdrage die zij willen leveren. Zij zetten hun stadions, trainingscomplexen, clublogo's en spelers in als betekenisvolle symbolen voor hun supporters en de regio.

De sportieve waarden staan voorop, maar die worden niet los gezien van de zakelijke, culturele en publieke waarden die de clubs eveneens nastreven. Het is mooi om te zien hoe de aandacht voor die publieke waarde steeds inhoudelijker van aard wordt en steeds meer geïntegreerd raakt in de bredere clubstrategie.

Tegelijkertijd constateert het impactrapport dat er nog veel te winnen is. Bijvoorbeeld op het gebied van verbinding, inclusie en duurzaamheid. Ondersteund door onderzoek, opleiding en training door de Universiteit Utrecht zetten de eredivisieclubs de professionalisering van de maatschappelijke betrokkenheid dan ook met kracht voort. Tot minimaal 2030 zullen we jaarlijks gezamenlijk over de opbrengsten hiervan rapporteren.

Maarten van Bottenburg

Hoogleraar Bestuurs- en Organisatiewetenschap aan de Universiteit Utrecht







# H<sub>2</sub>

**ONS SPEELVELD**

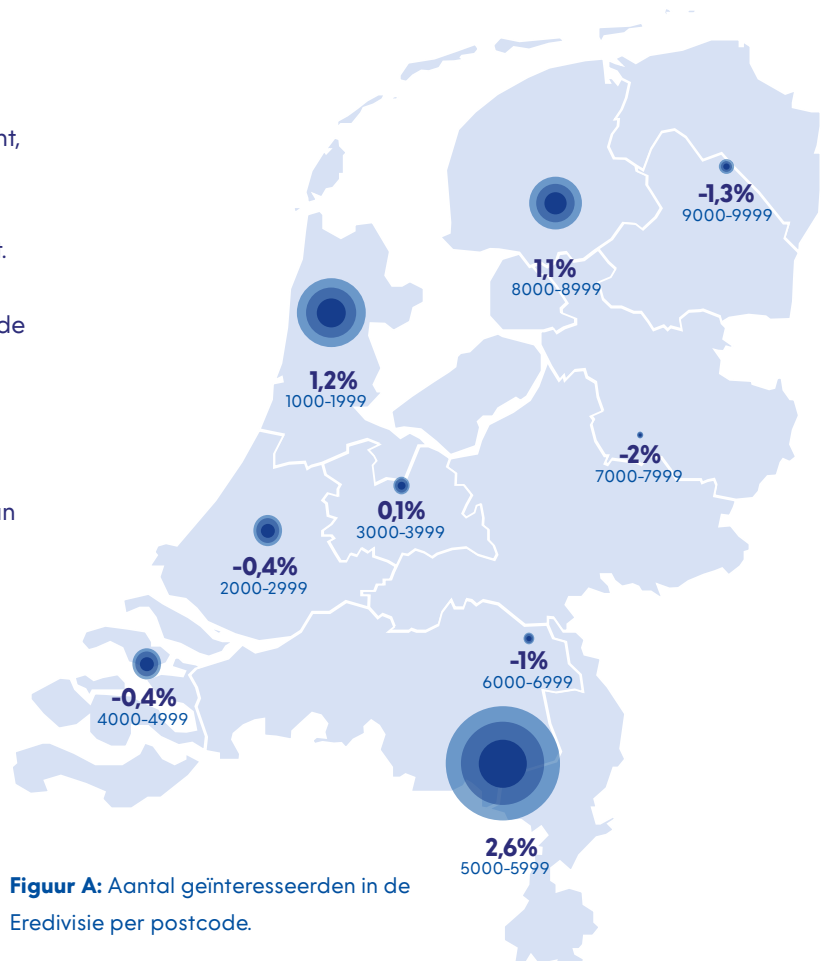
## H.2

# ONS SPEELVELD

De maatschappelijke initiatieven die in dit rapport worden belicht, laten zien hoe eredivisieclubs bijdragen aan de maatschappij. Maar de impact van de Eredivisie gaat verder dan de initiatieven die benoemd worden in dit rapport. Uit onderzoek van KNVB Expertise & Markteffect (2024) blijkt namelijk hoe groot de interesse in betaald voetbal onder Nederlanders is. Volgens dit onderzoek heeft de helft van alle Nederlanders, 9 miljoen mensen, interesse in de Eredivisie.

Deze voetballiefhebbers zijn echter niet gelijkmatig over het land verdeeld, zoals te zien is in Figuur A. Relatief veel voetballiefhebbers wonen in Oost-Brabant, Noord-Holland, Almere en de omgeving van Zwolle en Heerenveen. In het oosten en noordoosten van Nederland is de interesse in de Eredivisie minder groot.

Het wekelijkse volgen van de Eredivisie brengt bepaalde vormen van maatschappelijke waarde met zich mee, zoals gevoelens van geluk, plezier en passie. Uit een onderzoek onder 1.500 Nederlanders blijkt dat het volgen van topsport vooral gevoelens van plezier, passie en enthousiasme opwekt. Het draagt ook bij aan identiteitsvorming en trots (Van der Roest et al., 2022).



**Figuur A:** Aantal geïnteresseerden in de Eredivisie per postcode.

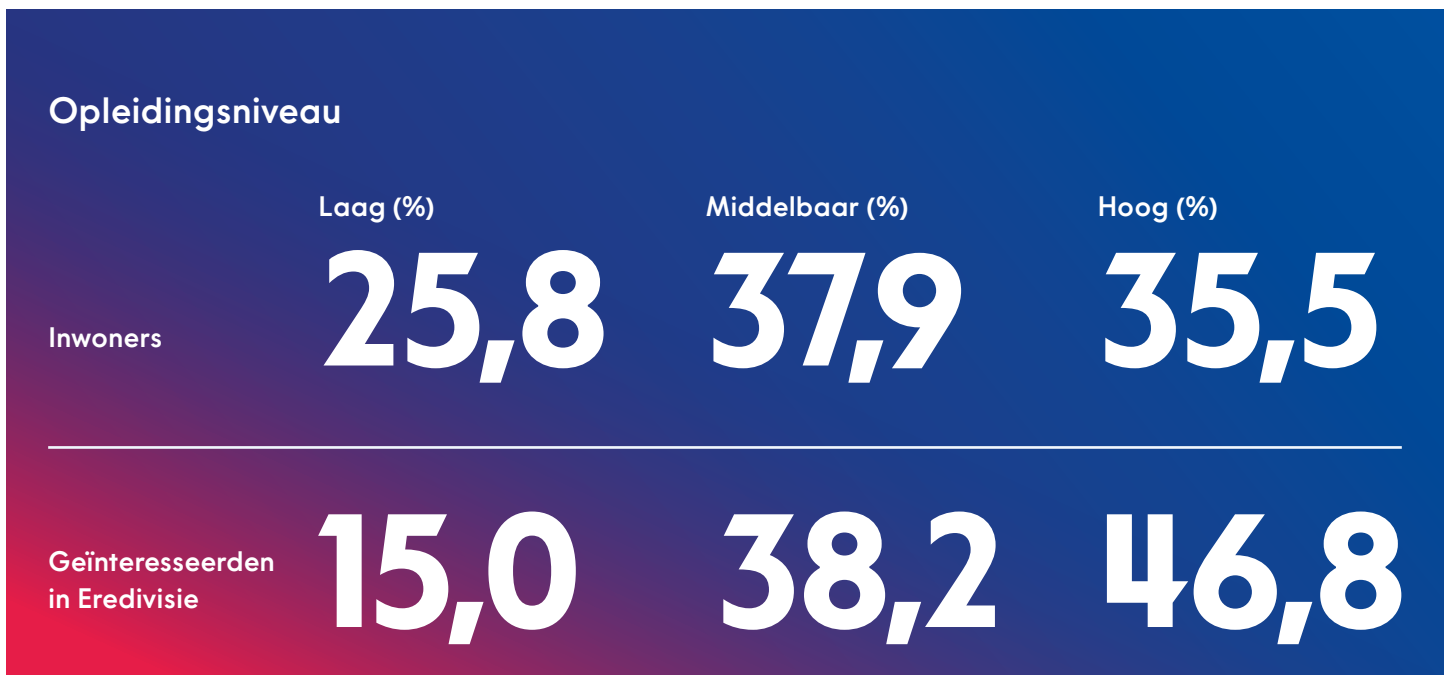
Bron: Markteffect (2023). Onderzoek maatschappelijke impact betaald voetbal 2023; CBS Statline (2023). Kerncijfers per postcode. Gegevens laten zien hoe groot het aantal voetballiefhebbers is ten opzichte van de verdeling van de bevolking over deze gebieden. Dus: in 1000-1999 zijn 1,2% meer voetballiefhebbers dan je op basis van het aantal inwoners zou verwachten (bij perfecte verdeling was alles '0').



Bron: Markteffect (2023). Onderzoek maatschappelijke impact betaald voetbal 2023; CBS Statline (2024). Kerncijfers per postcode

Het stadion speelt daarnaast een belangrijke rol als ontmoetingsplaats voor diverse groepen binnen de samenleving. In het seizoen 2023/'24 trok de Eredivisie gemiddeld 18.200 toeschouwers per wedstrijd. Dit betekende een bezettingsgraad van 92%, het hoogste in 12 jaar.

Dit laat zien dat het eredivisievoetbal en het samenkomen in stadions onverminderd populair is, waardoor de Eredivisie een erg groot platform met verbindende kracht heeft. Het samenbrengen van mensen in het stadion kan sociale cohesie en integratie bevorderen, maar kent ook uitdagingen op het gebied van discriminatie, het creëren van een inclusieve omgeving en het waarborgen van veiligheid.



Bron: Markteffect (2023). Onderzoek maatschappelijke impact betaald voetbal 2023, CBS Statline (2021). Onderwijsniveau van 15- tot 75-jarigen.



# WIJ ZIJN DE EREDIVISIE

We zijn liefhebbers.  
Voetbaldieren.  
Ademen voetbal  
In hart en nieren.  
Hier is waar talent vroeg komt en opstaat,  
plus internationaal naam maakt.  
Hier ligt het begin van Virgil en Ronaldo,  
van Seedorf en Crujff.  
Van duizenden op de bühne en miljoenen vanuit huis.

Dit waar alle lagen van de maatschappij  
als één verbonden zijn.  
Want de echte kracht van ons voetbal zit  
hem niet in 't spel...  
Het zit in wat 't ons geeft.  
Het zit in onszelf.

Eredivisie. Ons voetbal.



## OVER DE INITIATIEFNEMERS

### EREDIVISIE CV



Sinds 1997 hebben de achttien eredivisieclubs zich verenigd in de Eredivisie CV. De Eredivisie is dé voetbalorganisatie verantwoordelijk voor de verdere (inter)nationale ontwikkeling van de hoogste competitie van Nederland, zowel sportief, commercieel, organisatorisch, strategisch als qua merk. Ontdek meer over alle initiatieven van de Eredivisie CV op [www.eredivisie.nl](http://www.eredivisie.nl)

### UNIVERSITEIT UTRECHT



Universiteit  
Utrecht



[Lees meer →](#)

Het departement Bestuurs- en Organiseringswetenschap (USBO) van de Universiteit Utrecht richt zich op het besturen en organiseren van publieke vraagstukken, in wisselwerking met politieke en maatschappelijke ontwikkelingen.

De leidende vraag daarbij is hoe publieke organisaties en particuliere organisaties met een publieke taak met actuele maatschappelijke vraagstukken omgaan, hun publieke verantwoordelijkheden vormgeven en publieke waarde leveren.

### SAMENWERKING



[Lees meer →](#)

De Eredivisie heeft in november 2021 een driejarige samenwerkingsovereenkomst gesloten met Universiteit Utrecht, die is verlengd naar 2030. De samenwerking heeft als doel om de eredivisie(clubs) te ondersteunen bij de professionalisering en monitoring van hun maatschappelijk beleid. Dit wordt gedaan door middel van o.a. onderzoek, training en opleiding. Alle eredivisieclubs hebben workshops gekregen over het bepalen van hun maatschappelijke beleid, er zijn meerdere studenten voor maatschappelijke projecten in de Eredivisie ingezet en er is een gezamenlijke leergang ontwikkeld.



# H3

## ONZE UITDAGING



## H.3

# ONZE UITDAGING

De 18 clubs die in het seizoen 2023/'24 in de Eredivisie speelden, zijn gevestigd in 15 verschillende steden en een dorp in Nederland. De clubs zijn met name maatschappelijk betrokken in hun eigen regio's en omliggende gemeenten, dit noemen we de maatschappelijke verzorgingsgebieden<sup>2</sup>. Ze voeren er bijvoorbeeld sociale projecten uit.

In dit hoofdstuk geven we een overzicht van deze verzorgingsgebieden, de 4,2 miljoen inwoners die er wonen en de maatschappelijke uitdagingen die daar spelen. Dit overzicht vormt het uitgangspunt voor het maatschappelijke beleid van de eredivisieclubs, waar we in het volgende hoofdstuk verder op ingaan.

## DRIEKWART VAN DE AANDACHTSWIJKEN IN VERZORGINGSGEBIED EREDIVISIE



In Nederland wonen 18 miljoen mensen. Bijna een kwart daarvan (ruim 4,2 miljoen mensen) woont in de verzorgingsgebieden van de 18 eredivisieclubs. De omvang van het verzorgingsgebied verschilt nogal per club in het aantal gemeenten en het aantal inwoners. Neem bijvoorbeeld Ajax. Gemeten naar het aantal gemeenten is het maatschappelijke verzorgingsgebied relatief klein: alleen de gemeente Amsterdam.

Kijken we naar het aantal mensen dat er woont (900.000 inwoners) dan is dat relatief veel. Voetbalclub sc Heerenveen laat een tegenovergestelde curve zien. Bij de club uit Friesland is het maatschappelijke verzorgingsgebied in aantal gemeenten groot (zeven gemeenten), maar in totaal wonen ongeveer 250.000 mensen in die zeven gemeenten.

Wat overeenkomt: alle gebieden kenmerken zich door een hoge mate van diversiteit, een relatief groot aantal bijstandsontvangers en de grote onderlinge verschillen binnen de maatschappelijke verzorgingsgebieden. Door de aanwezigheid van veel grote steden binnen deze verzorgingsgebieden is het niet verrassend dat er aanzienlijke maatschappelijke uitdagingen zijn.

Bijna driekwart van alle 'aandachtswijken' in Nederland bevindt zich binnen de verzorgingsgebieden van de eredivisieclubs. In deze 'aandachtswijken' staan de leefbaarheid en veiligheid onder druk.

<sup>2</sup> De maatschappelijke verzorgingsgebieden zijn door de clubs zelf bepaald en doorgegeven.

## DE MAATSCHAPPELIJKE UITDAGING VAN ALMERE CITY FC



Almere is één van de snelst groeiende steden van Nederland, met bovendien één van de jongste populaties. De groei gaat echter bepaald niet zonder problemen. Zo zijn er relatief veel inwoners met schulden, is de eenzaamheid relatief hoog en is er sprake van een hoge jeugdcriminaliteit en jeugdwerkloosheid (Platform 31, Movisie & Verwey-Jonker Instituut, 2023). Daarnaast valt de stad in gezondheidscijfers in negatieve zin op, doordat de stad te kampen heeft met een relatief hoog percentage inwoners met overgewicht (VZinfo, 2023).

Een combinatie van bovenstaande cijfers levert een behoorlijk schrikbeeld op: een snel groeiende, relatief jonge bevolking, die opgroeit in slechte gezondheid. In Almere heeft 13% van de 5-jarigen en bijna 25% van de 10-jarigen (ernstig) overgewicht (GGD Flevoland, 2024).

Almere City FC zet daarom met Aanvulluh Kids samen met DeKinderkliniek en beweegpartner ProActief in op een beweegproject voor kinderen. Het project richt zich op het (terug)brengen van plezier in bewegen: met haalbare doelstellingen, een hoge mate van spel en grote variatie in bewegen. De KinderKliniek regelt vanuit diagnose de aanmelding van de kinderen. Familie wordt betrokken door het geven van kookworkshops. In deze workshops staat bewustwording en het goede gesprek over bewegen en gezondheid centraal.

Hiermee wordt gestimuleerd dat kinderen in Almere ook na afloop van hun tijd bij Aanvulluh Kids blijven bewegen en daarmee hun gezondheid stukje bij beetje verbetert. Aanvulluh Kids is als activiteit opgenomen in het Pact Gezond Gewicht Almere 2023-2026 en hiermee zichtbaar geworden voor onderwijs, zorginstellingen en welzijnsorganisaties in Almere als een interessant instrument in de gezondheidsopgave die er ligt.

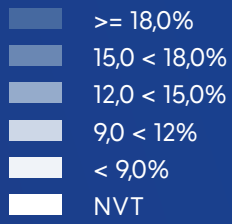
## HOGE MATE VAN DIVERSITEIT

De diversiteit in de verzorgingsgebieden van de eredivisieclubs is groter dan in andere regio's in Nederland. Zowel het aandeel personen met een westerse migratieachtergrond (14%) als met een niet-westerse migratieachtergrond (25%) ligt hoger dan het landelijk gemiddelde, dat respectievelijk 11% en 14% bedraagt.

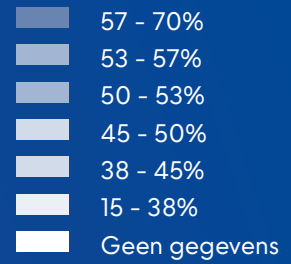
Verder ligt het gemiddelde opleidingsniveau in de verzorgingsgebieden hoger dan het landelijk gemiddelde: 29% versus 24% procent met een hoog opleidingsniveau. Maar kijken we naar elk verzorgingsgebied apart, dan zien we dat het niet voor elke club geldt. De verschillen tussen de verzorgingsgebieden van de clubs zijn groot. In Utrecht heeft 43% van de bevolking een hoog opleidingsniveau, terwijl dit in de verzorgingsgebieden van RKC Waalwijk en sc Heerenveen slechts 19% is.

Dit is waardevolle informatie voor de invulling van de maatschappelijke programma's van de clubs. Door rekening te houden met de verschillen tussen mensen, kunnen de clubs een bijdrage leveren aan de sociale cohesie en integratie binnen hun verzorgingsgebieden (zie kader Almere City FC).

**Figuur B: Jongeren 0-14 jaar**



**Figuur C: Overgewicht in Almere**  
Per buurt in procenten (2020)



Bron: BRB/ABF (2024). Almere in Cijfers. <https://almere.incijfers.nl/dashboard/jeugd>



## (MENTALE) GEZONDHEID VAN JONGEREN ONDER DRUK

De Eredivisie staat bekend om talentontwikkeling. De competitie is een kweekvijver voor jonge voetballers om beter te worden. Ook op maatschappelijk gebied wil de Eredivisie zich richten op de ontwikkeling van jongeren, op en naast het veld. In de maatschappelijke verzorgingsgebieden van de Eredivisie is het aandeel jongeren (tot 25 jaar) iets hoger (28,2%) dan het gemiddelde van Nederland (27,7%). De maatschappelijke uitdagingen rondom jongeren zijn op dit moment misschien wel groter dan ooit. Uit de Gezondheidsmonitor Jeugd 2023 blijkt dat daar meerdere oorzaken voor zijn. Jongeren gaan steeds ongezonder leven.

Dat komt mede door de toename van vapes, roken en het problematisch gebruik van sociale media. Daarnaast heeft de mentale gezondheid van jongeren een tik gehad in de coronaperiode. Hiervan zijn zij nog niet hersteld. Verder beweegt slechts 40% van de jongeren tussen de 12 en 18 jaar voldoende (RIVM, 2024). Ook het percentage kinderen en jongeren met overgewicht stijgt en ligt nu rond de 17%. Vooral de oudere leeftijdsgroepen zijn vaak te zwaar: Van de 18 tot 25-jarigen heeft inmiddels een kwart overgewicht, waarvan 7% ernstig (CBS, 2023).

# UITGELICHT

## MEER ONGEZOND GEDRAG BIJ JONGEREN, MENTALE GEZONDHEID NIET HERSTELD

Minder jongeren tussen 12-16 jaar zijn positief over hun eigen gezondheid dan voorgaande jaren. Ook hun mentale gezondheid laat na de coronapandemie nog geen herstel zien. Daarnaast is er een stijging van ongezond gedrag, zoals vapes en problematisch gebruik van sociale media. Dit blijkt uit de Gezondheidsmonitor Jeugd 2023, een onderzoek onder ruim 188.000 tweede – en vierdeklassers van het regulier voortgezet onderwijs uitgevoerd door de GGD (Gemeentelijke Gezondheidsdienst) en het RIVM in het najaar van 2023. De ervaren gezondheid van jongeren neemt al langer af. In 2015 gaf nog bijna 9 op

de 10 jongeren (88%) aan hun gezondheid als (zeer) goed te ervaren. Bij de laatste meting in 2023 daalde dit naar 8 op de 10 (80%). Deze afname is zichtbaar in bijna alle GGD-regio's.

### Mentale gezondheid niet hersteld

De vorige meting, in 2021 in coronatijd, liet zien dat jongeren zich minder gelukkig voelen. Uit deze meting (2023) blijkt dat dit, tegen de verwachting in, niet is veranderd. Ten opzichte van de meting vóór de coronaperiode in 2019, ervaren jongeren meer stress. Daarnaast steeg het percentage jongeren dat in de laatste 3 maanden op school en/of online werd gepest van 11% in 2019 naar 18% in 2023.

### Toename ongezond gedrag

Het aandeel jongeren dat vapt (e-sigaret rookt) is de laatste 4 jaar meer dan verviervoudigd. In 2019 vapt 2% van de jongeren wekelijks, in 2023 is dat 9%. Ook roken meer jongeren wekelijks sigaretten of shag (van 4% in 2019 naar 6% in 2023). Verder loopt 13% van de jongeren risico op problematisch gebruik van sociale media, in 2019 was dat nog 8%. Deze jongeren geven onder andere aan slaapttekort te hebben of hun huiswerk af te raffelen door het gebruik van sociale media.

(bron: rivm.nl)

### Figuur D:

Uitgelicht: meer ongezond gedrag bij jongeren, mentale gezondheid niet hersteld

## HELFT VAN DE NEDERLANDERS HEEFT OVERGEWICHT

In de verzorgingsgebieden van de 18 eredivisieclubs zijn grote verschillen in sociaal-economische status (daarover later meer in dit hoofdstuk) te zien. Door deze verschillen is het niet verrassend dat er in deze gebieden ook aanzienlijke verschillen in gezondheid zijn. In Nederland hebben lageropgeleiden over het algemeen een slechtere gezondheid en een kortere levensverwachting dan hogeropgeleiden (VZinfo, 2024). Een belangrijke oorzaak hiervan is de ongelijke toegang tot middelen voor een goede gezondheid. Daarnaast spelen andere factoren zoals arbeidsmarktpositie, armoede, schulden, (chronische) stress, genetische aanleg, gezondheidsvaardigheden, laaggeletterdheid en mentale gezondheid een rol (Pharos, 2022).

Naast de algemene gezondheidsverschillen zijn er ook specifieke verschillen op het gebied van sport en bewegen, die van invloed zijn op de gezondheid. In Nederland voldoet bijna de helft van de bevolking (47,5%) aan de beweegrichtlijnen. Dit percentage komt overeen met het gemiddelde van de verzorgingsgebieden van de eredivisieclubs, alleen zitten er wel grote verschillen tussen deze verzorgingsgebieden. Zo scoren de verzorgingsgebieden van Fortuna Sittard (38%) en RKC Waalwijk (41,7%) relatief laag, terwijl het verzorgingsgebied van FC Utrecht (58%) goed presteert op dit vlak.

Kijken we naar het overgewicht dan zien we dezelfde trend: de landelijke cijfers (50,3% heeft overgewicht) zijn vergelijkbaar met het gemiddelde van de verzorgingsgebieden van de eredivisieclubs (49,6%), maar ook hier zitten fikse verschillen tussen de verzorgingsgebieden van de clubs. Fortuna Sittard scoort relatief hoog: 55,5% van de inwoners heeft overgewicht. Op de voet gevolgd door Almere City FC (54,9%). Utrecht heeft procentueel het minst aantal inwoners met overgewicht (37,4%). Let op: deze cijfers zijn gemiddelden per regio. De verschillen op wijkniveau kunnen groot zijn.



## KRAPPE ARBEIDSMARKT MET ONBENUT POTENTIEEL

Wanneer we kijken naar de arbeidsparticipatie in Nederland, moeten we constateren dat er sprake is van een 'krappe arbeidsmarkt'. Begin 2024 waren er in Nederland zelfs meer vacatures dan werklozen (CBS, 2024). In de statistieken over arbeidsparticipatie zijn weinig verschillen te zien tussen het landelijk gemiddelde en de maatschappelijke verzorgingsgebieden van de eredivisieclubs. Maar dit betekent niet dat er op de arbeidsmarkt en op het maatschappelijk vlak voor de eredivisieclubs geen uitdagingen liggen.

Sterker nog: met name onder jongeren is nog veel 'onbenut arbeidspotentieel'. Dit is relevant voor de clubs in de Eredivisie, aangezien in de maatschappelijke verzorgingsgebieden van de eredivisieclubs relatief veel jongeren wonen ten opzichte van het landelijk gemiddelde: in de verzorgingsgebieden is 13,1% tussen de 15 en 25 jaar, tegenover 12,2 procent in Nederland.



## GROTE INKOMENS- VERSCHILLEN EN GEMIDDELD MEER BIJSTANDSGERECHTIGDEN

Ook op het gebied van inkomen zijn er uitdagingen in de maatschappelijk verzorgingsgebieden van de eredivisieclubs. Hoewel het gemiddeld inkomen per inwoner (€ 30.310) in de verzorgingsgebieden van de eredivisieclubs niet veel afwijkt van het Nederlands gemiddelde (€ 30.800) zijn de verschillen tussen de gebieden groot. Neem bijvoorbeeld het gemiddeld inkomen in het verzorgingsgebied van FC Twente (Enschede, Oldenzaal en Hengelo). Dat ligt met € 27.830 een stuk lager dan bijvoorbeeld in Amsterdam: € 36.500.

Maar Amsterdam laat ook zien dat de verschillen binnen een verzorgingsgebied groot kunnen zijn. Zo ligt het gemiddeld inkomen in Holendrecht-West (Amsterdam-Zuidoost) op € 17.800, terwijl dit getal in de Cornelis Schuytbuurt (Amsterdam Oud-Zuid) bijna vijf keer zo hoog is: € 84.700. De Cornelis Schuytbuurt is de wijk met het hoogste gemiddelde inkomen van alle buurten binnen de verzorgingsgebieden van de eredivisieclubs.



Daartegenover staat Wesselerbrink Noordoost in Enschede: dit is de buurt met het laagste gemiddelde inkomen (€ 17.300) binnen de verzorgingsgebieden van de eredivisieclubs. De maatschappelijke uitdaging van het verzorgingsgebied van FC Twente wordt nog eens onderstreept door de SES WOA-score (CBS, 2024)<sup>3</sup>. In dit cijfer worden welvaart, opleidingsniveau en arbeidsverleden gecombineerd. Het maatschappelijk verzorgingsgebied van FC Twente is met een score van -0,339 gemiddeld het laagst. Overigens vertelt dit niet het hele verhaal, omdat het gaat om gemiddelden van relatief grote gebieden.

Op wijkniveau zijn er veel gebieden met een nog lager cijfer (bijvoorbeeld enkele wijken in Amsterdam-Zuidoost en Rotterdam-Zuid). Het maatschappelijke verzorgingsgebied van FC Volendam heeft de hoogste gemiddelde SES WOA-score: 0,232. Tot slot is het percentage personen met een bijstandsuitkering in de verzorgingsgebieden van eredivisieclubs aanzienlijk hoger (3,5%) dan het landelijk gemiddelde (2,2%). Dit duidt erop dat er in deze gebieden een groter aandeel van de bevolking afhankelijk is van sociale bijstand, wat verdere economische en sociale interventies nodig kan maken.

<sup>3</sup> Het Nederlands gemiddelde is 0, bij een hogere score zijn de inwoners welvarender en/of hoger opgeleid en/of langduriger aan het werk.

# H4

A young boy in a grey and black jacket is cheering with his fist raised, surrounded by a crowd of spectators. The background is a blurred crowd of people, suggesting a stadium or arena setting. The overall tone is warm and celebratory.

---

## ONS BELEID



## H.4

# ONS BELEID

Maar liefst 50% van de Nederlanders volgt de Eredivisie, onderzocht Markteffect. Dat betekent dat de Eredivisie een achterban van bijna 9 miljoen mensen heeft. Een deel van die volgers kijkt de wedstrijden in het stadion. In het seizoen 2023/'24 trok de Eredivisie gemiddeld 18.200 toeschouwers per wedstrijd. Dit betekende een bezettingsgraad van 92%, het hoogste in 12 jaar. Dit laat zien dat het eredivisievoetbal en het samenkomen in stadions onverminderd populair is, waardoor de Eredivisie een erg groot platform met verbindende kracht heeft.

Dit brengt ook uitdagingen met zich mee, zoals risico's voor de openbare orde. Ook de toenemende maatschappelijke vraagstukken (zie H3) en de verwachtingen vanuit supporters en sponsors ten aanzien van de maatschappelijke rol van een club, zorgen voor een steeds grotere (maatschappelijke) verantwoordelijkheid voor clubs. Hoe kunnen de ECV en clubs hier beleidsmatig invulling aan geven?



## IN SPELEN OP MAATSCHAPPELIJKE UITDAGINGEN

De eredivisieclubs erkennen steeds meer de maatschappelijke verantwoordelijkheid die ze hebben en willen actief bijdragen aan de uitdagingen die spelen in de samenleving (zie H3). Dit betekent dat de maatschappelijke vraagstukken in hun verzorgingsgebied een centrale rol spelen in het (maatschappelijk) beleid van de clubs. Daarbij ligt de focus van de clubs steeds minder op het organiseren van losstaande initiatieven.

Het heeft er op clubniveau toe geleid dat naast de sportieve, culturele en zakelijke waardecreatie ook de maatschappelijke waardecreatie steeds belangrijker wordt. De Eredivisie CV heeft drie centrale pijlers voor haar maatschappelijk beleid gedefinieerd: gezondheid, verbinding en duurzaamheid.

### Gezondheid

Benadrukt het belang van sport als middel om bewustzijn te vergroten rond thema's zoals beweging en gezonde voeding, met speciale aandacht voor het bestrijden van overgewicht bij kinderen.

### Verbinding

Richt zich op de kracht van voetbal om sociale cohesie te bevorderen, door onder meer in te zetten op inclusie en het aanpakken van discriminatie.

### Duurzaamheid

Het streven naar een toekomstbestendig model voor betaald voetbal waarbij ecologische verantwoordelijkheid centraal staat, ondersteund door nationale en internationale doelstellingen.





## VAN MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN NAAR MAATSCHAPPELIJKE WAARDECREATIE

Voor organisaties in het voetbal is Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) de afgelopen twintig jaar een sleutelwoord geworden. Dat begon in 2004 met de oprichting van de Stichting Meer dan Voetbal, waar de focus vooral lag op sociaal-maatschappelijke waardecreatie. Dat MVO niet meer weg te denken is uit het voetbal, blijkt wel uit het feit dat bijna alle clubs in het betaald voetbal tegenwoordig een MVO-manager hebben.

Twintig jaar na de oprichting van de stichting zetten de clubs een volgende stap: maatschappelijke waardecreatie als volwaardig onderdeel van de bedrijfsvoering. Het verschil: waar MVO voorheen vooral draaide om het uitvoeren van losse, maatschappelijk verantwoorde projecten, vraagt maatschappelijke waardecreatie een bredere en diepgaande benadering. Dat wil zeggen dat clubs moeten streven naar het creëren van sociale, economische én ecologische waarde op een manier die nauw verweven is met hun dagelijkse activiteiten en langetermijnstrategieën.



Vanuit de organisatiekunde valt de verschuiving van MVO naar meer integratieve maatschappelijke waardecreatie goed te verklaren (DiMaggio & Powell, 1983). Er zijn verschillende vormen van druk die hieraan ten grondslag liggen. Op de eerste plaats oefenen overheidsinstanties en regelgeving (zowel binnen als buiten het voetbal) dwingende druk uit op sportorganisaties om MVO-activiteiten te integreren, bijvoorbeeld door wet- en regelgeving of subsidievoorwaarden. Zo zijn inmiddels eisen verbonden aan de maatschappelijke betrokkenheid van clubs in KNVB- en UEFA-licentie-eisen (KNVB, 2024).

Daarnaast is er bij organisaties met een hoge zichtbaarheid en grote media-aandacht een sterke neiging om te voldoen aan sociale normen en waarden. Zo ook bij een voetbalclub. Het vergroot de legitimiteit en biedt voordelen, bijvoorbeeld richting supporters en partners die het belangrijk vinden dat hun club zich inzet voor de samenleving (PwC, 2023; Markteffect & KNVB Expertise, 2023). Tegelijkertijd is er nog veel te winnen: clubs moeten op het gebied van ecologische duurzaamheid nog veel stappen zetten en hoewel op het gebied van verbinding veel maatschappelijke initiatieven worden ondernomen, zijn de stadions nog niet altijd een toonbeeld van inclusie en verbinding (De Wit et al., 2023).

# DE THEORY OF CHANGE

De Eredivisie werkt sinds het seizoen 2021/'22 met de 'Theory of Change' (ToC), een model om tot maatschappelijke waardecreatie te komen. Deze ToC is een hulpmiddel om de maatschappelijke impact inzichtelijk te maken door middel van monitoring en onderzoek. Inmiddels werken bijna alle clubs uit het betaald voetbal met de ToC om de maatschappelijke impact meetbaar te maken. De methodiek is één van de basisingrediënten uit de opleiding en scholing die medewerkers uit het betaald voetbal krijgen aangeboden als het gaat om maatschappelijke waardecreatie (zie H.6).

Hoewel de term ToC niet verwijst naar een wetenschappelijke theorie, geeft het een overzicht van hoe impact wordt nagestreefd, welke keuzes hierin gemaakt zijn en hoe de organisatie opereert. De Universiteit van Utrecht ondersteunde de Eredivisie CV in het seizoen 2021/'21 bij het ontwikkelen van een ToC, die is gebaseerd op kwalitatieve dataverzameling. Hierbij is ook een koppeling gemaakt met de Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties, om verzekerd te zijn van een internationaal kader. Hieronder staat deze Theory of Change weergegeven en uitgelegd:

**Figuur E:** Theory of Change



## PUBLIEKE WAARDE(N) CREATIE



Een Theory of Change start aan de rechterzijde, bij de gewenste impact. De impact die de Eredivisie CV samen met alle aangesloten achttien clubs in de samenleving wil creëren, komt tot uitdrukking in meerdere waarden. Voorop staan natuurlijk de sportieve waarden. Maar ook het genereren van zakelijke waarden, via bijvoorbeeld sponsoring of partnerships, is voor clubs van belang.

Net zoals het creëren van culturele waarden: de betekenis van de club voor de supporters (Van Eekeren, 2016). Maar in dit maatschappelijke impactrapport gaat het vooral over de zogeheten publieke waarden. Deze kunnen we splitsen in 1) Gezondheid en persoonlijke ontwikkeling en 2) Regionale en stedelijke ontwikkeling. Dat leggen we hier verder uit.

# 1.

### Gezondheid en persoonlijke ontwikkeling

De eerste publieke waarde waarop de Eredivisie zich richt, is het zoveel mogelijk stimuleren van gezondheid en persoonlijke ontwikkeling. Deze waarde is gekoppeld aan de Sustainable Development Goals (SDG's) 3 (goede gezondheid & welzijn), 4 (kwaliteitsonderwijs) en 8 (eerlijk werk en economische groei). Deze SDG's onderstrepen het verbeteren van individuele kansen in de samenleving.

Nederland is over het algemeen een welvarend land, maar kansen in ons land zijn ongelijk verdeeld. De belangrijkste doelgroepen waarop de Eredivisie een waardevolle impact wil maken, zijn de supporters en bewoners in de verzorgingsgebieden van de clubs, specifiek diegenen die een steuntje in de rug kunnen gebruiken. De Eredivisie zorgt er samen met de clubs voor dat individuen levensvaardigheden opdoen, perspectief op een betere toekomst krijgen en in betere gezondheid/vitaliteit leven (de outcomes).

# 2.

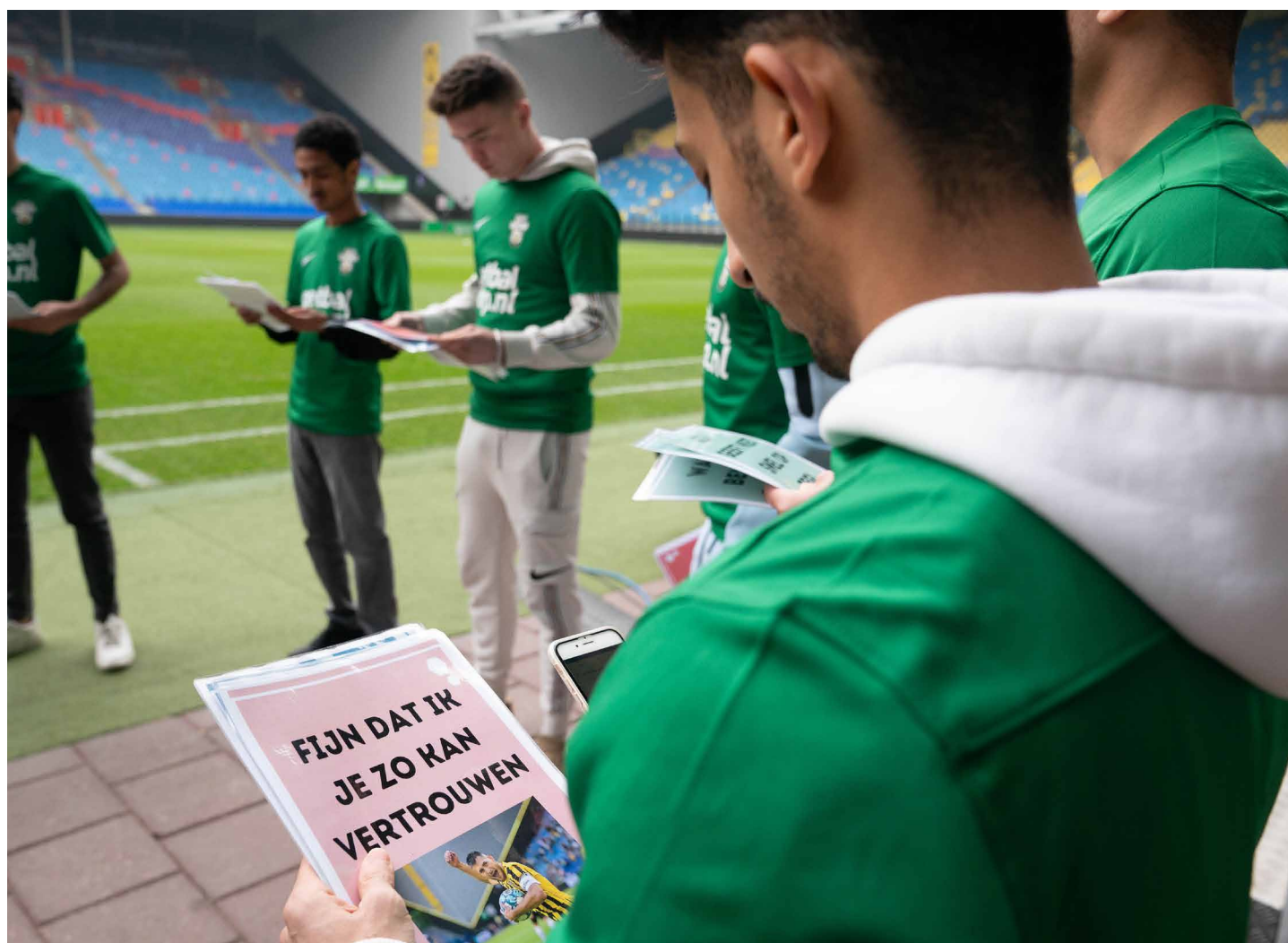
### Regionale en stedelijke ontwikkeling

De tweede publieke waarde die voor de Eredivisie en de clubs van belang is, is regionale en stedelijke ontwikkeling. Hierin is de koppeling gemaakt met de SDG's 10 (ongelijkheid verminderen), 13 (klimaatactie) en 17 (partnerschap om doelstellingen te bereiken). De regio of stad waarin een eredivisieclub is gevestigd, is de levensader van deze club.

De supporters wonen er, veel sponsoren en partners zijn afkomstig uit de directe omgeving en de meeste media-aandacht komt uit de regio zelf. Het is dus logisch dat de maatschappelijke activiteiten van de Eredivisie, met bijbehorende doelstellingen, ook aan deze waarde verbonden zijn. Samen met de clubs richt de Eredivisie zich hierbij op het vergroten van de leefbaarheid in de stad/regio en op het trots maken van de mensen aldaar – op diezelfde stad en/of regio (de outcomes).

In de ToC worden twee publieke waarden gekoppeld aan vijf verschillende outcomes. Deze outcomes vormen het startpunt van hoofdstuk 5, waar de impact van de maatschappelijke projecten van de eredivisieclubs in het seizoen 2023/24 wordt beschreven. Hierbij worden de verschillende outcomes uit de ToC van de Eredivisie als leidraad gebruikt.

De outcomes helpen om de diverse initiatieven van afzonderlijke clubs op het niveau van de Eredivisie te bundelen en overzichtelijk te maken. Hieronder volgt een beknopte samenvatting van de vijf outcomes uit de ToC, waarbij de laatste twee outcomes (leefbaarheid en trots) in dit rapport zijn samengevoegd:



**Vitaliteit:** eredivisieclubs spelen een cruciale rol in het bevorderen van een actieve en gezonde levensstijl. Ze kunnen hun zichtbaarheid en invloed gebruiken om een breed publiek aan te moedigen om meer te bewegen en gezondere keuzes te maken. Clubs bieden gerichte programma's die bijdragen aan het welzijn van hun fans en ondersteunen zo de aanpak van maatschappelijke uitdagingen.

**Perspectief:** voetbalclubs helpen specifiek kwetsbare groepen, zoals jongeren, langdurig werklozen, mensen met een beperking en nieuwkomers bij hun re-integratie in de arbeidsmarkt. Door hun brede bereik en aantrekkingskracht kunnen clubs mensen in sociale isolatie betrekken bij programma's die hun kansen op werk vergroten.

**Levensvaardigheden:** eredivisieclubs bieden een laagdrempelige en inclusieve omgeving waar mensen vaardigheden kunnen ontwikkelen en zelfvertrouwen kunnen opbouwen. Daarnaast dragen de clubs bij aan scholing en persoonlijke ontwikkeling, vooral onder jongeren, door middel van educatieve programma's die levensvaardigheden bevorderen.

**Leefbaarheid en trots:** Clubs hebben een sterke band met hun verzorgingsgebied en dragen bij aan de leefbaarheid en het welzijn in hun regio. Ze bevorderen trots en sociale integratie en kunnen een rol spelen in het verbeteren van duurzaamheid in de omgeving, zoals aandacht voor het klimaat in het algemeen en - meer specifiek - milieuvriendelijk beleid in en rond stadions.



# H 5

---

## ONZE IMPACT



## H.5

# ONZE IMPACT

In dit hoofdstuk wordt de maatschappelijke impact toegelicht aan de hand van de vijf outcomes uit de Theory of Change van de Eredivisie. Elk maatschappelijk initiatief dat in seizoen 2023/'24 heeft plaatsgevonden, is door de onderzoekers gekoppeld aan de belangrijkste outcome van dat project.

De categorisering helpt om inzicht te krijgen, maar doet niet volledig recht aan de veelzijdigheid van de projecten. Veel projecten leveren namelijk meerdere maatschappelijke opbrengsten op. Daarom worden naast enkele kwantitatieve gegevens ook casussen uitgelicht waarin zowel de uitvoerders als de deelnemers van deze projecten hun ervaringen delen.



## H.5.1

## OUTCOME VITALITEIT



## ACTIEVE EN GEZONDE LEVENSTIJL BEVORDEREN

Het thema vitaliteit sluit nauw aan bij de kernwaarden van sport en biedt de clubs daarmee kansen om hun maatschappelijke verantwoordelijkheid verder vorm te geven en een concrete bijdrage te leveren aan het oplossen van deze steeds urgenter wordende maatschappelijke opgaven. Door hun zichtbaarheid en invloed kunnen de clubs een breed publiek bereiken en inspireren om meer te bewegen en gezondere keuzes te maken. Bovendien kunnen zij met gerichte programma's en initiatieven bijdragen aan het welzijn van hun fans. Hiernaast lichten we een aantal casussen uit.



<sup>4</sup> Unieke deelnemers zijn personen die deelnemen aan een project of activiteit en van wie (door registratie) zeker is dat zij niet dubbel worden geteld. Deze persoon telt dus maar één keer mee, ongeacht het aantal sessies waaraan diegene heeft deelgenomen.

## IEDERE DAG FITTER WORDEN MET FC TWENTE FIT

De club is in dit project de trekpleister en motivator, waardoor je als deelnemer ook met gelijkgestemden optrekt. Alle activiteiten vinden plaats in en rondom het stadion en het trainingscomplex. Na een lastige opstartperiode is er na de eerdere succesverhalen momenteel zoveel vraag naar deelname aan FC Twente FIT, dat er een wachtlijst is.



FT Twente Fit, deelnemers

**“Ik merk gewoon dat ik me elke dag lekkerder voel, daar moet ik eerlijk over zijn.”**

**“De stap ernaartoe is moeilijk en dit breekt dan toch het ijs een beetje”, vertelt een andere deelnemer van FC Twente FIT.”**

Eerder onderzoek van o.a. het Amsterdam UMC liet de effectiviteit van het programma zien (Wyke et al, 2019):

Deelnemende supporters zetten dagelijks méér stappen, eten meer groente en fruit, vallen daardoor af en laten een verbeterd bloedbeeld zien. Zo zetten de deelnemers na een jaar gemiddeld 678 stappen per dag méér dan mensen die niet meededen aan het programma.

Verder eten ze meer groente en fruit, minder vet en suiker en vielen ze gemiddeld 2,4 kilo af. Het EuroFIT programma is door het RIVM opgenomen in de databank met effectieve leefstijlinterventies.

**“Je doet wat aan je levensstijl, op een leuke manier, binnen de club waarvan je houdt. Wat wil je nog meer?”**



**Rik Platvoet**, coach bij FC Twente Scoren in de Wijk en ex-profvoetballer



## MEER BEWEGEN, SPELPLEZIER EN VERBONDENHEID BIJ OLDSTARS SC HEERENVEEN

OldStars van sc Heerenveen is een initiatief gericht op ouderen, waarbij Walking Football centraal staat. Walking Football is een aangepaste vorm van voetbal waarbij rennen niet is toegestaan en lichamelijk contact wordt vermeden. Dit maakt het een geschikte sport voor 60-plussers die op een laagdrempelige manier actief willen blijven. Het OldStars-programma van sc Heerenveen biedt ouderen de kans om wekelijks in teamverband te sporten, waarbij niet alleen het fysieke aspect van bewegen, maar ook het sociale contact en de verbondenheid met de voetbalclub centraal staan.

Naast de sportieve activiteiten organiseert sc Heerenveen vaak ook sociale evenementen en bijeenkomsten voor de deelnemers, om zo bij te dragen aan een gezonde en actieve leefstijl voor ouderen. Aan de hand van vragenlijsten is onder de 20 deelnemers van sc Heerenveen onderzoek gedaan naar de additionele beweegminuten. In het seizoen 2023/'24 leverde het project ruim een uur per week additionele beweging per deelnemer op. Daarnaast is valt uit de stellingen op te maken dat het sociaal contact belangrijk is voor de deelnemers, maar dat de betekenis daarvan wel beperkt blijft tot de trainingen en wedstrijden zelf.

Tot slot is in de toelichting die de deelnemers geven goed te zien wat het project voor hen betekent. Uit de antwoorden op de vraag 'wat heeft Oldstars u gebracht?' antwoorden veel deelnemers '(spel)plezier en verbondenheid'. Dit blijkt ook uit de antwoorden van de volgende deelnemers:



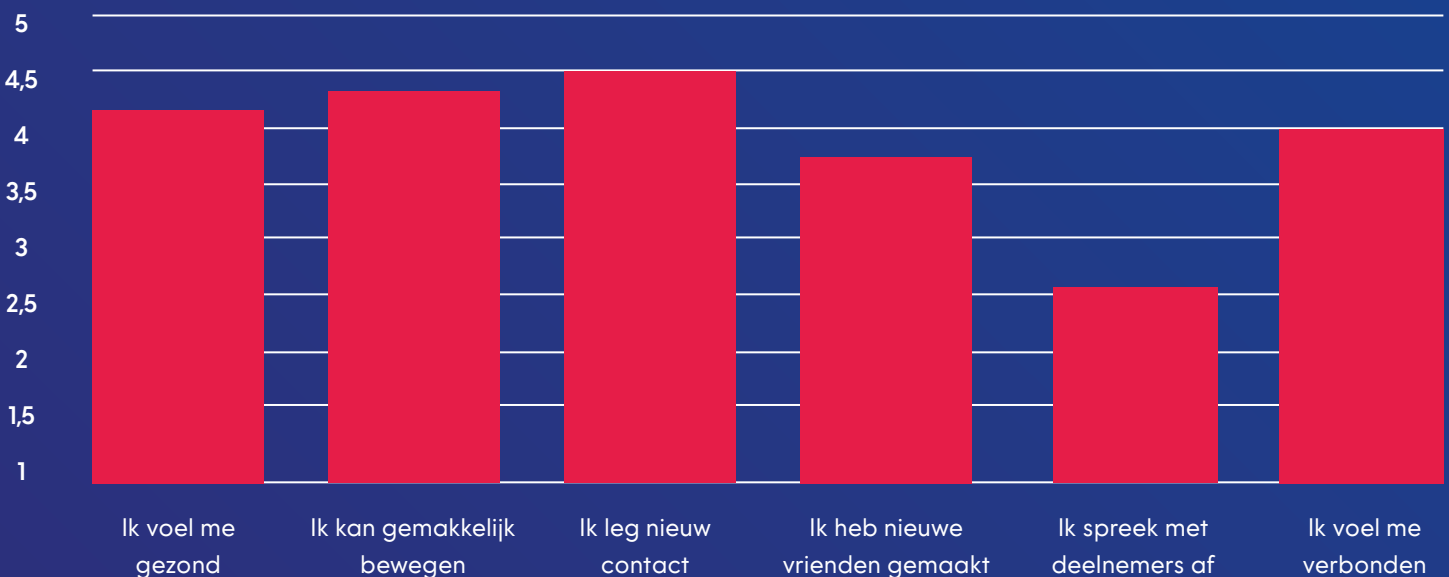
Deelnemer, OldStars

**"Had niet gedacht nog zoveel plezier te hebben in het spelletje op deze leeftijd (78 jaar). Doe al 10 jaar mee."**

## MONITORING OLDSTARS SC HEERENVEEN [ N = 20 ]

Deze tabel toont de resultaten op een schaal van 1 tot 5, waarbij 1 staat voor 'helemaal niet mee eens', 2 voor 'niet mee eens', 3 voor 'neutraal', 4 voor 'mee eens' en 5 voor 'helemaal mee eens'.

**61,8** additionele beweegminuten per deelnemer per week



Bron →

## EEN NIEUW LID BIJ DE VOETBALVERENIGING DANKZIJ VITESSE GOALS

Vitesse GOALS is een van de meest succesvolle projecten van Vitesse Betrokken. Het programma, dat staat voor Gezond Onderweg naar Actieve LeefStijl, richt zich op het laten bewegen van kinderen tussen vier en twaalf jaar. Het doel is om hen tot wel vijf uur per week te laten sporten en hun motorische vaardigheden te verbeteren.

Gedurende twaalf weken volgen de kinderen een beweegprogramma dat is gekoppeld aan voorlichting over een gezonde leefstijl. Dit gebeurt via lessen in de klas en sportactiviteiten in de sportzaal, inclusief pauzesport om extra beweging te stimuleren. Vitesse wil kinderen bewust maken van een gezonde levensstijl en hen op een laagdrempelige manier begeleiden naar sportverenigingen waar ze vervolgens blijven bewegen.



**Menno Lintsen**, projectcoördinator van Vitesse GOALS, deelt een succesverhaal

**“Een jongen die niet goed wist welke sport hij leuk vond, volgde ons programma. Na twaalf weken verschillende sporten te hebben geprobeerd, sloot hij zich met succes aan bij een voetbalvereniging.”**

## GEZONDE OMGEVING: VOORAL GERICHT OP DRINKWATER EN ROOKVRIJ

Zoals eerder genoemd kunnen de clubs een breed publiek bereiken om onder andere gezondere keuzes te maken. We hebben dit jaar onderzoek gedaan naar de investeringen van clubs in de gezonde omgeving. (zie hoofdstuk 7 - verantwoording voor meer informatie over de onderzoeksmethoden). De (contactpersonen van) de clubs hebben hierbij zelf aangegeven in hoeverre er rondom de maatschappelijke locaties en in het stadion sprake is van een gezonde omgeving. Uit de resultaten, (zie figuur F), blijkt dat er vooral aandacht is voor drinkwater (op de maatschappelijke locaties), het aanbieden van fruit en rookvrije locaties.

**Figuur F:** Stellingen ten aanzien van een gezonde omgeving

Score 0-18

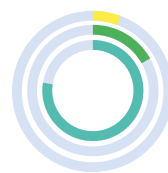
- Nooit
- Soms
- Vaak
- Altijd

Score 0-18

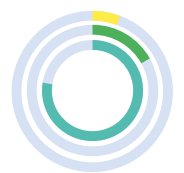
- Nee
- Ja
- Weet ik niet / nvt



Op onze locaties is fruit aanwezig



Op onze locaties is drinkwater beschikbaar



Onze locaties zijn rookvrij



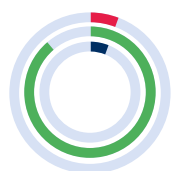
De publiekscatering voor familievakken heeft gezonde(re) opties



De publiekscatering in het gehele stadion heeft gezonde(re) opties



In het stadion wordt (gratis) kraanwater aangeboden



Er is 0.0% alcohol verkrijgbaar



In het stadion wordt geadverteerd voor alcohol



In het stadion wordt gehandhaafd op rookverbod

## H.5.2

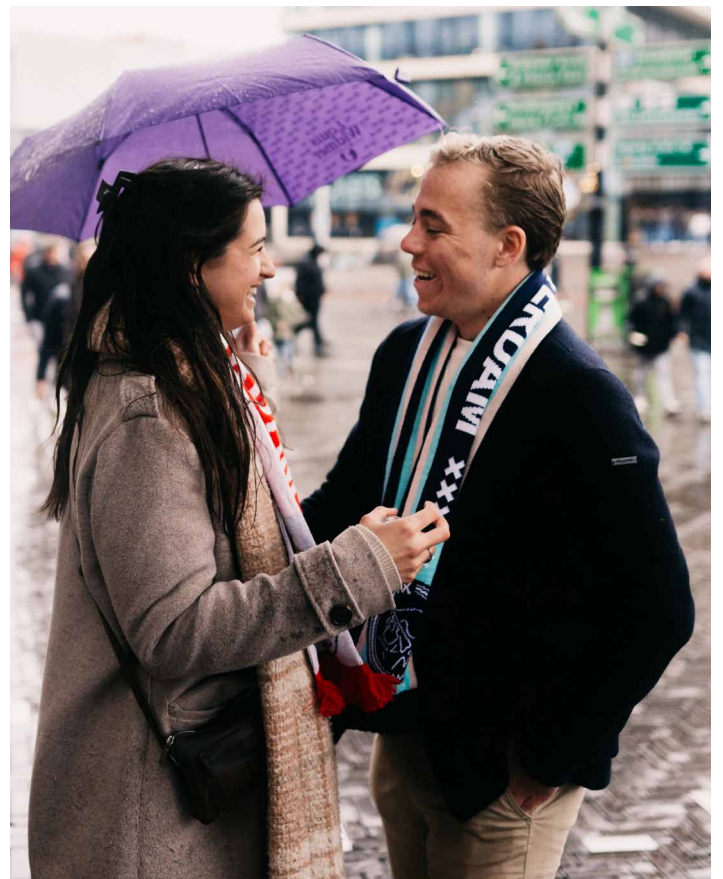
# OUTCOME PERSPECTIEF



Zoals in hoofdstuk 3 al is benadrukt, speelt arbeidsre-integratie een cruciale rol voor bepaalde groepen in onze samenleving. Vooral jongeren en mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, zoals langdurig werklozen, mensen met een beperking of nieuwkomers, kunnen aanzienlijk profiteren van de “brugfunctie” die eredivisieclubs kunnen vervullen.

Dankzij de unieke positie van eredivisieclubs binnen de gemeenschap, het grote bereik en de sterke betrokkenheid van supporters, hebben voetbalclubs de capaciteit om mensen die sociaal geïsoleerd zijn of beperkt toegang hebben tot de arbeidsmarkt, effectief te betrekken bij maatschappelijke programma's.

Daarnaast kunnen eredivisieclubs door hun infrastructuur, zoals stadions, een toegankelijke en ondersteunende omgeving bieden waar mensen zich welkom voelen. Met hun sterke merknaam en maatschappelijke invloed kunnen de clubs stigma's doorbreken en een inclusieve sfeer creëren. Dit biedt mensen de kans om vaardigheden te ontwikkelen, zelfvertrouwen op te bouwen en uiteindelijk de stap naar de arbeidsmarkt te maken. Hieronder lichten we twee casussen uit.



## (OPNIEUW) EEN BAAN DANKZIJ GO AHEAD EAGLES

Rugdekking is een leerwerktraject van Go Ahead Eagles dat jongeren begeleidt naar werk of een opleiding. Het programma gebruikt de aantrekkingskracht van een voetbalclub om jongeren tussen 17 en 27 jaar zonder werk of opleiding in tien tot twaalf weken te helpen re-integreren. In deze periode werken deelnemers aan hun houding, gedrag, werknemersvaardigheden en conditie.

Tijdens thuiswedstrijden van de club lopen ze stage in verschillende sectoren waar veel vraag is naar medewerkers, zoals veiligheid, horeca en facilitaire diensten. Na afronding van het traject hebben de deelnemers diverse certificaten behaald en kunnen ze doorstromen naar een baan.

Deelneemster Celine zat door epilepsie maar liefst 1,5 jaar thuis. Dankzij Rugdekking volgde ze een stewardopleiding en is ze nu in dienst bij Rosec Security, het beveiligingsbedrijf van Go Ahead Eagles:

**“Voor jongeren die niet weten welke kant ze op willen of al een tijd thuis zitten, is dit perfect!”**

**Ik ben superblij dat ik heb meegedaan. Zonder dit project was ik niet waar ik nu ben en daar ben ik heel dankbaar voor.”**



Celine, deelnemster Rugdekking



## JE TWEEDE THUIS VINDEN BIJ JE FAVORIETE CLUB

Meerdere eredivisieclubs, waaronder AZ en FC Volendam, bieden werk- en dagbestedingsplekken aan mensen met een beperking. Bij AZ helpen de deelnemers aan het De Waerden-project met werkzaamheden rondom het AFAS Stadion, terwijl de deelnemers aan WonderboyZ-project actief zijn in en rondom het Kras Stadion van FC Volendam en het AFAS trainingscomplex van AZ.

Deelnemers zijn trots om deel uit te maken van hun voetbalclub en leveren waardevol werk. Ze zorgen ervoor dat de stadions er altijd netjes uitzien voor de wedstrijden.

De projecten WonderboyZ en De Waerden laten zien hoe mensen met een beperking betekenisvol kunnen bijdragen aan hun gemeenschap en voetbalclubs.

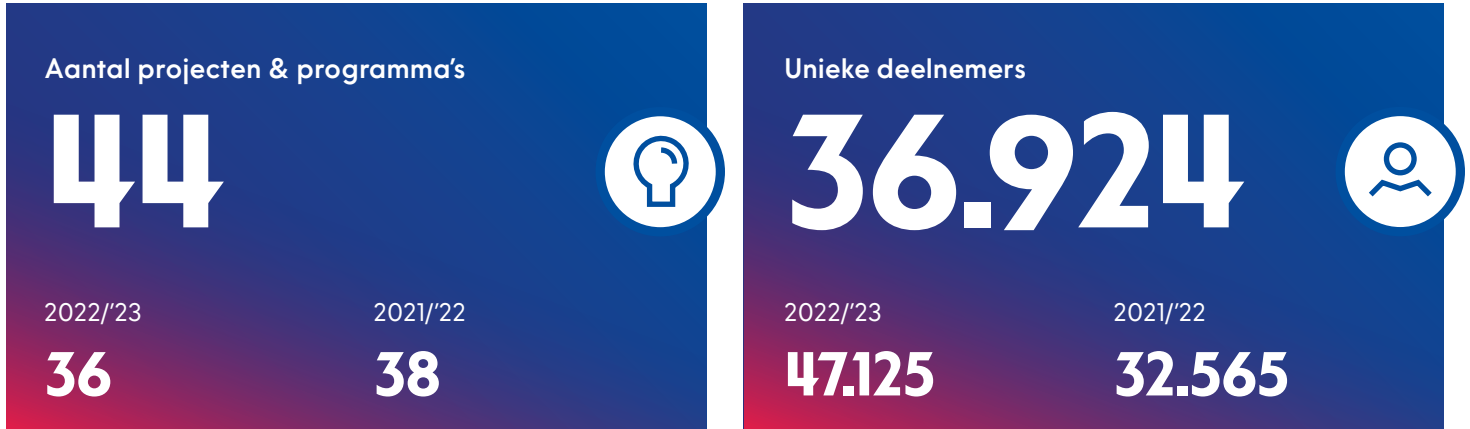
**“Veel mensen zouden van deze jongens kunnen leren,” zegt een begeleider. “Ze werken hard en klagen nooit.”**



Begeleider, WonderboyZ-project

## H.5.3

# OUTCOME LEVENSVAARDIGHEDEN



### Toelichting

In een samenleving die steeds meer draait om kennis en vaardigheden, spelen eredivisieclubs een cruciale rol bij het bevorderen van deze competenties, met name onder jongeren en kwetsbare groepen. De rol van de clubs gaat verder dan het ontwikkelen van sportief talent; ze dragen ook bij aan de scholing en persoonlijke ontwikkeling van hun supporters. Door educatieve programma's en trainingen te integreren in hun maatschappelijke activiteiten, creëren ze een leeromgeving waarin deelnemers niet alleen sportieve vaardigheden ontwikkelen, maar ook essentiële levensvaardigheden zoals teamwork, discipline, verantwoordelijkheid en doorzettingsvermogen.

De positie van eredivisieclubs in de samenleving maakt hen bijzonder geschikt om jongeren en volwassenen te stimuleren om actief te investeren in hun scholing en persoonlijke groei. Door hun uitgebreide netwerk van sponsors, partners en overheden kunnen clubs educatieve initiatieven op grote schaal implementeren en samenwerken met scholen en andere maatschappelijke organisaties. Hieronder lichten we een aantal casussen uit.





## WETEN WAT JE WIL DOOR COMMUNITY CHAMPIONS

Community Champions maakt gebruik van de populariteit van het betaald voetbal in Nederland en de sociale kracht van de sport om een uniek MDT-traject aan te bieden. Gedurende 16 weken gaan jongeren op ontdekkingsreis naar de beste versie van zichzelf. Dit doen ze door mee te doen aan diverse workshops, samen te sporten en door het zelf organiseren van activiteiten in de wijk.

Als Community Champions ontdekken de jongeren (nieuwe) talenten bij zichzelf, ontmoeten ze nieuwe mensen én doen binnen dit project ook iets terug voor een ander in de buurt. Sinds de start begin 2022 hebben ruim 1500 jongeren deelgenomen, heeft 98% het programma ook afgerond en geven de deelnemende jongeren het een gemiddelde score van een 8! Inmiddels geven 23 clubs uit de Eredivisie en Keuken Kampioen Divisie uitvoering aan dit collectieve programma.



**“Door Community Champions heb ik mijn passie gevonden.”**

**“Dankzij Community Champions weet ik hoe het is om anderen te helpen.”**

Deelnemers, De Graafschap / Feyenoord

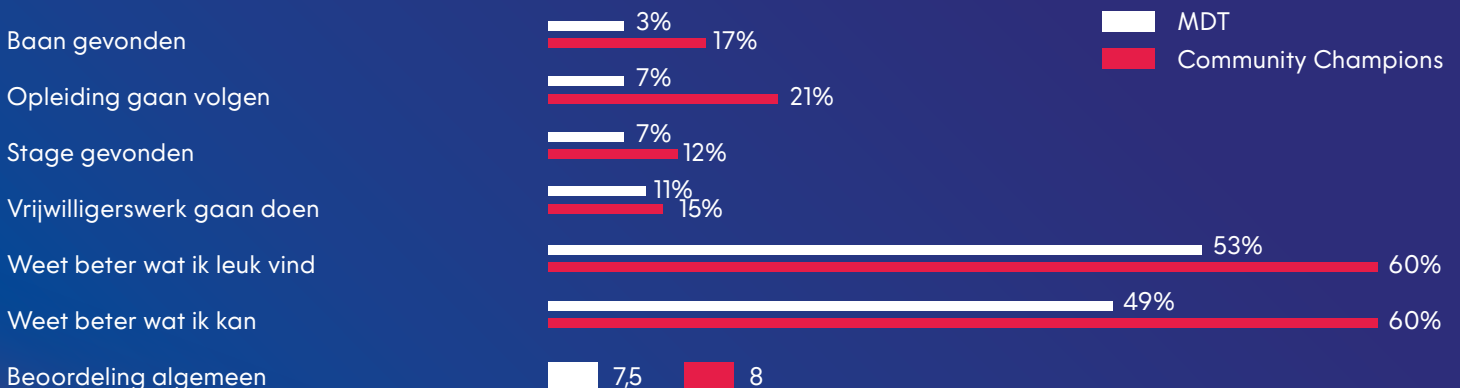
## ÉÉN VAN DE MEEST EFFECTIEVE MDT PROGRAMMA'S

Onderzoeksbureau Verian heeft onderzoek gedaan naar de ervaringen van jongeren met de Maatschappelijke Diensttijd (MDT) en specifiek naar het Community Champions-programma. De resultaten laten zien dat MDT een positieve bijdrage levert aan de ontwikkeling van jongeren.

Ook zien we de diversiteit aan deelnemende jongeren terug: de leeftijd varieert van 12 t/m 25 jaar, waarbij 32% komt van het VMBO, 15% van HAVO/VWO, 15% van het speciaal onderwijs, 12% van het praktijkonderwijs en 12% MBO (12% anders en 2% niet bekend).

Ook geeft 90% van de jongeren aan omgegaan te zijn met mensen met een andere afkomst, 85% met een andere leeftijd en 72% met een ander schoolniveau. Het onderzoek maakt bovendien inzichtelijk dat er duidelijke verschillen zijn tussen MDT in het algemeen en het Community Champions-programma.

## SCORES



## UIT JE COMFORTZONE STAPPEN BIJ EXCELSIOR PLAYING FOR SUCCESS



Playing For Success is een naschools programma voor kinderen met minder zelfvertrouwen en veerkracht dan andere kinderen, waarbij ze bij hun favoriete voetbalclub werken aan het versterken van hun zelfbeeld. Aan het einde van de schooldag halen vrijwillige chauffeurs de kinderen op met Excelsior-busjes. In het stadion werken ze spelenderwijs aan de leerdoelen die ze zelf hebben gesteld, onder begeleiding van clubcoaches.

De Excelsior Foundation helpt jaarlijks 360 kinderen met een laag cognitief zelfvertrouwen. Iris de Jongh, teammanager bij Excelsior Foundation, vertelt over een deelnemer die veel vooruitgang heeft geboekt:



**“Een meisje met selectief mutisme, dat bijna niet durfde te praten, bloeide helemaal op toen ze naast onze hulphond zat. Ze begon uit het niets te praten, en dat was een doorbraak.**

**Vanaf dat moment konden we verder bouwen, en uiteindelijk durfde ze ook met ons te praten. Dat is een van de mooiste resultaten die je samen kunt bereiken.”**

## AJAX FOUNDATION HELPT JONGEREN ZELBEWUSTER EN WEERBAARDER TE WORDEN

De Ajax-leerlijn is een opleidingsprogramma voor leerlingen van het primair en voortgezet onderwijs en middelbaar beroeps-onderwijs. Met de magie van Ajax helpt de Ajax Foundation jongeren tijdens hun gehele schoolcarrière hun mentale weerbaarheid te versterken en sociale vaardigheden aan te leren. De Foundation-coaches gaan met hen in gesprek over maatschappelijke thema's en dagen hen uit om bewust om te gaan met elkaar, zowel in de klas als daarbuiten.

Op deze manier laat Ajax ze zien dat mentale ontwikkeling en een gezonde levensstijl niet alleen belangrijk zijn voor een voetballer, maar voor iedereen. Jongeren raken bewust van hun gedrag en gedragingen en worden zelfbewuster en weerbaarder. Hiermee krijgen ze kansen om hun talenten te ontwikkelen en dromen waar te maken. De Ajax Foundation stimuleert het begrip en respect voor elkaars standpunten, met als doel een inclusieve leefomgeving te creëren. Een omgeving waar ruimte is voor iedereen, ongeacht afkomst, religie, geslacht, geartheid of huidskleur.



## MEER VERTROUWEN IN DE TOEKOMST DANKZIJ PSV'S BACK IN THE GAME

Dit jaar namen twee groepen deel aan het programma, met in totaal 25 deelnemers. Dankzij de samenwerking met de deelnemende bedrijven vonden sommige deelnemers een baan, terwijl anderen hun passie ontdekten en besloten een opleiding te volgen of een vervolgontwikkeltraject te starten.

Back In The Game is een PSV-programma dat is ontworpen voor NEET-jongeren (18+ zonder opleiding en baan). Het biedt hen de mogelijkheid om te ontdekken wat voor hen belangrijk is, wat hun unieke kwaliteiten zijn, wie ze willen zijn en welke richting ze willen inslaan voor hun toekomst. Bedrijven en maatschappelijke instellingen spelen een cruciale rol in dit proces.

## KWANTITATIEVE RESULTATEN VAN BACK IN THE GAME

**88%** van de deelnemers geeft aan dat de programmacoaches hen hielpen vertrouwen op te bouwen en hun kwaliteiten te ontdekken.

**82%** procent van de jongeren die meedeed aan de tweede editie van Back In The Game geeft na afloop aan dat zij meer vertrouwen heeft in zijn of haar toekomstkeuze. Bij de 0-meting lag dit percentage beduidend lager: 36%.

**88%** van de deelnemers geeft aan dat zij door de workshops beter weet waar zij wel of geen energie van krijgt, en 69% meldt dat zij door de workshops beter kan omgaan met zijn of haar uitdagingen en frustraties.

**69%** van de jongeren geeft aan dat zij zichzelf beter onder de aandacht kan brengen bij potentiële werkgevers of opleidingen.

**60%** procent van de jongeren die meedeed aan de eerste editie van Back In The Game geeft 60% aan dat zij zichzelf persoonlijk heeft ontwikkeld en concrete plannen wil maken voor zijn of haar toekomst. Bij de tweede editie steeg dit percentage naar 82%”

“Back In The Game betekende voor mij een bijzondere ervaring waarbij je jezelf beter leert kennen en vanuit daar jezelf verder ontwikkelt.

De bootcamp (lees: de eerste fase van Back In The Game) heeft mij opgeleverd dat ik de kennis en handvatten heb gekregen om mezelf verder te ontwikkelen op zowel persoonlijk als professioneel vlak.”

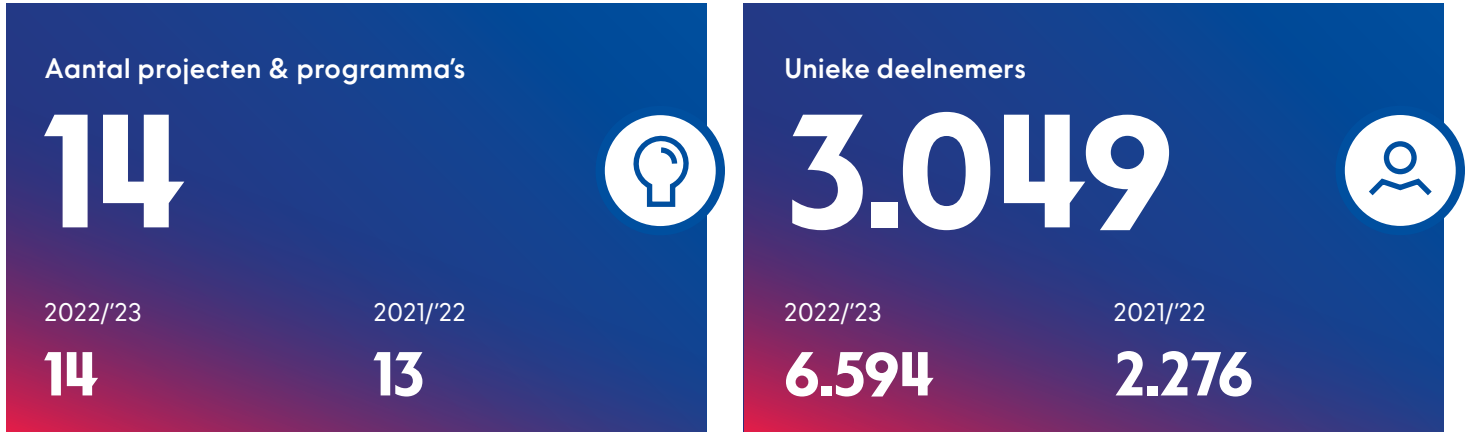


Deelnemer, Back In The Game



## H.5.4

# OUTCOME LEEFBAARHEID EN TROTS



### Toelichting

Veel clubs hebben een sterke geografische binding met hun omgeving, wat zichtbaar is in zowel het aantal seizoenkaart-houders uit de directe omgeving als in hun partnerschappen. Het is dan ook niet verrassend dat deze clubs zich op maatschappelijk vlak richten op het verbeteren van de leefbaarheid en het welzijn binnen hun eigen verzorgingsgebied. Zo zetten clubs zich bijvoorbeeld in om trots en sociale integratie te bevorderen onder lokale minderheidsgroepen en nieuwkomers. Ook duurzaamheid speelt een steeds grotere rol binnen deze inspanningen.

Betaald voetbal organisaties kunnen bijdragen aan de leefbaarheid van hun verzorgingsgebied door duurzaamheid centraal te stellen, zowel in en rondom het stadion als door aandacht te vragen voor klimaatproblemen. Hoewel eerdere onderzoeken (PwC, 2021) aantoonde dat dit nog een onderbelicht thema is voor veel clubs en foundations, laten de casussen hieronder zien dat er op deze pijler wel degelijk vooruitgang wordt geboekt. Deze vooruitgang is echter in dit impactrapport nog niet zichtbaar in indicatoren ten aanzien van ecologische duurzaamheid. Het is onze ambitie om hier ieder seizoen beter en vollediger over te kunnen rapporteren in het maatschappelijk impactrapport. In dat kader wordt er op dit moment bijvoorbeeld gewerkt aan het invullen van footprintmodellen, om de footprint van het betaald voetbal inzichtelijk te kunnen maken en te sturen op een steeds kleinere footprint.



## VERDUURZAMING: 46 INITIATIEVEN

In het seizoen 2023/'24 namen 15 clubs in totaal 46 verduurzamingsmaatregelen. In figuur G is een overzicht te zien van deze verduurzamingsmaatregelen. De helft van alle clubs is in het afgelopen seizoen voor de verkoop van drank in het stadion overgestapt op herbruikbare hardcups. Een derde van de clubs is in het stadion of op het trainingscomplex overgestapt naar ledverlichting.

Verder valt op dat er veel maatregelen worden genomen op het gebied van mobiliteit en vervoer. Denk hierbij aan laadpalen en de Slinger app waar mensen lege autostoelen kunnen delen en gezamenlijk naar een (sport) evenement kunnen rijden. Ook is een flink aantal overige maatregelen genomen.

Voorbeelden hiervan zijn het overstappen van een fysiek naar digitaal wedstrijdboekje of duurzame energievoorziening, zoals onderstaande quote van Ajax duidelijk maakt:

**“In 2023/'24 is gewerkt aan de duurzame energievoorziening op de Toekomst door de aanleg van Warmte Koude Opslag (WKO) en een grotere stroomaansluiting om de WKO te ondersteunen.**

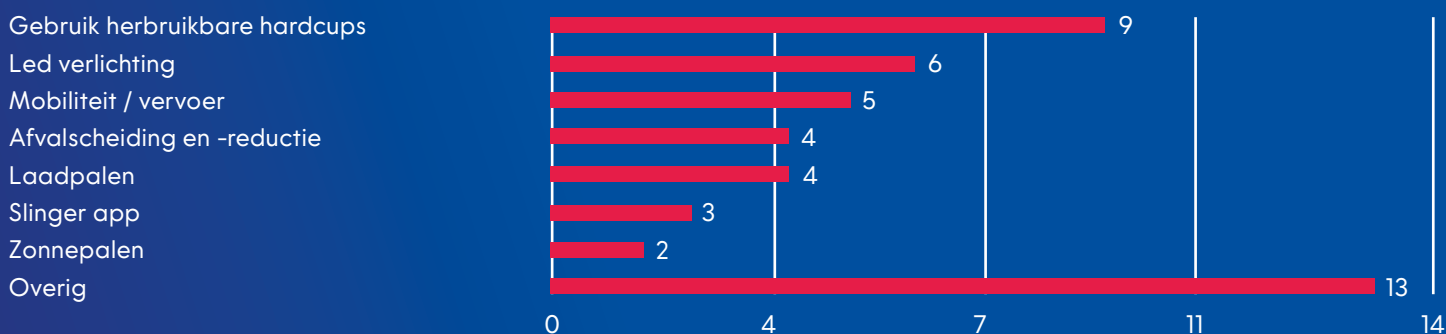
**Dit duurzame en efficiënte energiesysteem maakt gebruik van de natuurlijke eigenschappen van de bodem door er warmte en koude op te slaan en daarmee gebouwen en velden te verwarmen of te koelen. Ajax verwarmt zijn velden al vanaf de winter 2024/2025 op deze duurzame wijze. In 2030 moet de Toekomst energieneutraal zijn.**

**Het initiatief past binnen een bredere duurzaamheidsambitie, die is onderverdeeld in acht hoofdthema's. Dit betekent dus niet enkel de focus op energie, maar ook op water, gezondheid, mobiliteit, ecologie, vervuiling, afval en materialen.”**



Ajax, Duurzaamheid bij De Nieuwe Toekomst

**Figuur G:** Type duurzaamheidsmaatregelen



## FEYENOORD STREET LEAGUE ZORGT VOOR EEN VERBETERD SOCIAAL NETWERK

### Leerlingen dragen bij aan een mooiere wijk

De Feyenoord Street League is een straatvoetbalcompetitie voor bovenbouwleerlingen uit het basisonderwijs in Rotterdam. Het afgelopen seizoen telde deze competitie 342 unieke deelnemers. Met buurtbijdragen dragen de leerlingen bij aan een betere wijk en worden onderlinge relaties tussen de teams en de inwoners versterkt. Buurtbijdragen kunnen van alles zijn: van boodschappen halen voor iemand die slecht ter been is tot afval pikken in de buurt. Het afgelopen seizoen werd hier extra aandacht aan besteed en dit resulteerde in een toename van 94% (van 69 naar 134) in het aantal buurtbijdragen.

### Ouderbetrokkenheid zorgt voor een verbeterd social network.

Daarnaast is tijdens het afgelopen seizoen onderzoek gedaan naar ouderbetrokkenheid bij de Feyenoord Street League. Ouders zijn immers een onmisbare schakel: ze zorgen niet alleen dat hun kinderen op tijd op trainingen en wedstrijden komen, maar een gezond en sportief leven begint vaak thuis. Daarnaast zou een verbetering van de onderlinge relaties tussen ouders het sociale netwerk en vangnet versterken. De uitkomsten bleken positief.

Er is een sterk netwerk van ouders dat vriendschappelijk contact onderhoudt en een gemeenschappelijke doelstelling heeft: 'Je doet het uiteindelijk voor alle kinderen', vertelt één van hen. Daarnaast kent het netwerk ook zeer complexe factoren. Er zijn grote sociaaleconomische verschillen tussen wijken en daardoor ook in de mate waarin ouders tijd en middelen hebben om hun kind te ondersteunen: 'Sommige ouders zijn vooral bezig met overleven. Ze kampen met verschillende uitdagingen en dan is iets bijdragen vaak niet mogelijk.' De kracht van het netwerk blijkt uit het feit dat andere ouders vervolgens kijken hoe kinderen vanuit bovengenoemde situatie alsnog mee kunnen doen aan de activiteiten, zonder dat een coördinerende rol vanuit Feyenoord verlangd wordt.





## EEN DUURZAMER KASTEEL

Sparta Rotterdam en Essent hebben dit seizoen een langdurige samenwerking van 30 jaar aangekondigd om het 108 jaar oude stadion 'Het Kasteel' te verduurzamen.

De samenwerking omvat de installatie van een Warmte-Koude Opslag (WKO)-systeem en meer dan 1200 zonnepanelen, waardoor het stadion volledig all-electric wordt en onafhankelijk van gas. Dit systeem zal jaarlijks naar schatting meer dan 600 MWh elektriciteit opwekken, naast 1500 kW aan warmte en 750 kW aan koude, en levert daarmee energie voor het stadion en omliggende faciliteiten, met overschotten die teruggeleverd worden aan het net.

Manfred Laros, directeur van Sparta, vertelt over het project dat het een mooie samenkomst van omstandigheden is geweest. De installaties in het Kasteel waren toe aan vervanging en er was intern sprake van een intrinsieke motivatie om verder te verduurzamen. De samenwerking tussen Essent en Sparta is uniek en zou een blauwdruk kunnen zijn voor andere clubs.

**"Sparta nodigt graag de collega-clubs op Het Kasteel uit die geïnteresseerd zijn in een dergelijke verduurzamingscase. De contractuele contouren voor een business case zijn inmiddels gemaakt en daarnaast delen we graag onze praktijkervaring!"**



**Manfred Laros**, directeur van Sparta

## EEN SCHONERE OMGEVING DANKZIJ FORTUNA SITTARD

De Fortuna Maas Cleanup is een initiatief van Fortuna Sittard waarbij de club haar supporters oproept om mee te helpen bij een opruimdag rond de Maas. Fortuna Sittard wil de aantrekkingskracht van voetbal en hun spelers gebruiken om duurzaamheid onder de aandacht te brengen bij haar achterban.

Het project is geïnspireerd op de World Cleanup Day, met een focus op de vervuilde Maas en haar zijrivieren. Coen Cremers, MVO-manager van Fortuna Sittard, benadrukt dat de club een voorbeeld wil stellen voor haar fans en het initiatief samen met de supportersvereniging verder wil uitbreiden.

Ook hoopt de club dat meer voetbalclubs langs de Maas zich bij dit initiatief aansluiten.



## RKC GEEL EN BLAUW MAAKT GROEN

RKC Waalwijk zet zich steeds meer in voor een duurzame toekomst, zowel binnen het stadion als daarbuiten. De club meet haar footprint en probeert deze stapgewijs te verlagen. De nieuwste pilot 'Geel en Blauw maakt Groen', is een goed voorbeeld van hoe de club ook haar achterban meeneemt in de verduurzamingsopgave. Het vijfweekse project, waar op dit moment een pilot voor draait, is speciaal ontworpen voor leerlingen uit groep 8 en laat kinderen op een unieke manier nadenken over een duurzame toekomst.

Leerlingen krijgen de kans om zelf problemen te achterhalen en creatieve oplossingen te bedenken. Denk aan uitdagingen zoals het verminderen van zwerfafval op wedstrijddagen of hoe de club energieverbruik kan verminderen. Kinderen gaan samen nadenken én realiseren dat kleine stapjes ook bijdragen aan de (duurzamere) samenleving.



**Wendy Smits**, manager MVO en duurzaamheid bij RKC Waalwijk

**“Iedereen denkt bij duurzaamheid dat je je hele dak met zonnepanelen moet volleggen, maar het kan ook gaan om regenwater opvangen, iets korter douchen of je afval op de juiste manier scheiden.”**

Sheila Schuijffel, wethouder Gemeente Waalwijk, is blij dat de club met dit thema aan de slag gaat. Ze ziet dat RKC mensen op een andere manier weet te bereiken en een boodschap makkelijker van de club aangenomen wordt. Ze hoopt dat andere eredivisieclubs RKC volgen in dit project.



**Sheila Schuijffel**, wethouder Gemeente Waalwijk

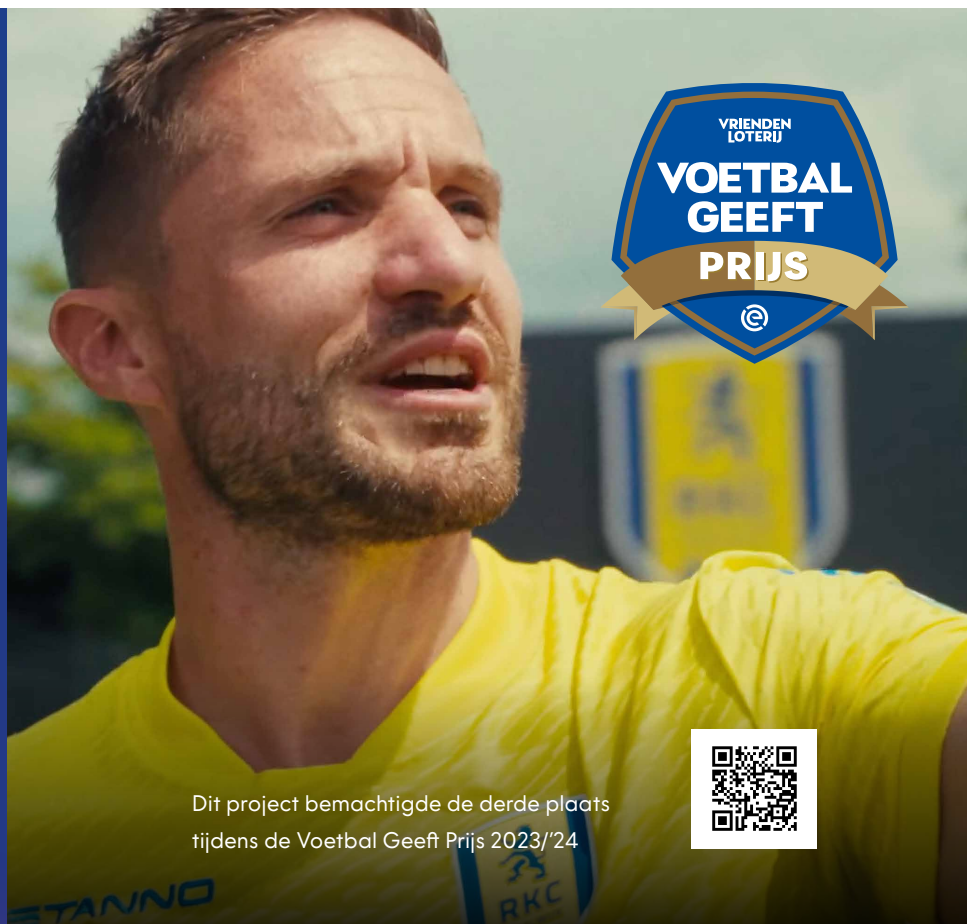
**“Ik denk dat dat enorm kan helpen bij de gedachtegang waarover we met elkaar allemaal bezig zijn en moeten zijn om uiteindelijk goede slagen te maken voor onze wereld.”**

Eric de Jong, Programmamanager Duurzaamheid gemeente Waalwijk, voegt hieraan toe dat het woord duurzaamheid bij veel mensen nog een geitenwollensokken-imago heeft.

**“Wanneer je het afpelt en behapbaar maakt, zoals bij dit project, maak je het tastbaar.”**



**Eric de Jong**, Programmamanager Duurzaamheid gemeente Waalwijk



Dit project bemachtigde de derde plaats tijdens de Voetbal Geeft Prijs 2023/'24







## H.5.5

### SUPPORT



#### Toelichting

Naast de outcomes die in de ToC zijn gedefinieerd, vormen support-projecten een belangrijk onderdeel van de maatschappelijke impact van de eredivisieclubs. De kracht van het voetbal ligt niet alleen in het systematisch werken aan de maatschappelijke doelen die in de voorgaande paragrafen zijn genoemd. Ook de unieke magie van de wedstrijddag en de aantrekkingskracht van de club op haar fans kunnen worden ingezet om mensen te ondersteunen. Denk hierbij aan het vervullen van wensverzoeken voor mensen die door beperkingen of ziekte niet in staat zijn om naar het stadion te komen of door iemand op een unieke manier een steuntje in de rug te geven. In het seizoen 2023/'24 werd deze categorie projecten (nog) belangrijker dan de seizoenen hiervoor. Ten opzichte van twee seizoenen geleden is het aantal deelnemers aan deze projecten verdubbeld. Hieronder lichten we een aantal casussen uit.

#### GEEN BAL MEER MISSEN DANKZIJ DE NEC BLINDENTRIBUNE

**“We missen geen bal. Iedere actie, alle spandoeken, de kleur van de schoenen, ze vertellen alles. Het is een heel mooi uitstapje waar ik steeds weer naartoe leef.”**



**Bart Frenken**, NEC-fan

In 2013 startte NEC met een blindentribune, waar supporters in het stadion via een headset direct commentaar ontvangen. Dit commentaar is zeer gedetailleerd, zodat alle blinde of slechtziende supporters de wedstrijd goed kunnen volgen. Ter gelegenheid van het tienjarig bestaan is de tribune afgelopen jaar uitgebreid met twintig nieuwe plekken, die worden van commentaar voorzien door twee vaste commentatoren. Deze commentatoren beschrijven alles wat er in het stadion gebeurt. “Iedere keer is het weer genieten dat we door middel van speciaal commentaar de wedstrijd kunnen volgen”, zegt NEC-fan Bart Frenken tegen Omroep Gelderland.

NEC-fan Rens van Dijk vindt de speciale tribune geweldig. “Het helpt enorm dat iemand vertelt wat er gebeurt. Het zou anders niet mogelijk zijn om het voetbal te volgen. Ik ben echt supporter, ik ben opgegroeid met deze club en dan wil je er ook bij zijn.”

NEC is niet de enige club met een blindentribune. Er zijn acht eredivisieclubs met een speciale blindentribune: naast NEC zijn dit PSV, AZ, Feyenoord, sc Heerenveen, PEC Zwolle, FC Utrecht en Ajax.

## EEN ONVERGETELIJKE DAG VOOR HIDDE DANKZIJ SC HEERENVEEN



Dankzij sc Heerenveen kwam afgelopen seizoen de grote droom van de 10-jarige Hidde uit. Tijdens Wereld Downsyndroomdag mocht hij het veld oplopen met zijn favoriete speler, Sven van Beek. Hidde, zelf speler in het G-elftal van Heerenveen in de Bijzondere Eredivisie, straalde van oor tot oor.

Ieder jaar nodigt sc Heerenveen kinderen met het downsyndroom uit om mee te lopen in de line-up. Voor Hidde was dit een dag om nooit te vergeten. Na de wedstrijd vierde hij de overwinning op PEC Zwolle samen met de spelers op het veld én de supporters. Zijn familie kijkt nog steeds met trots terug op deze bijzondere ervaring.

Hidde wordt nog regelmatig herkend door fans en aangesproken over zijn speciale moment. Deze dag blijft een prachtige herinnering voor Hidde en zijn familie, dankzij de warmte en het enthousiasme van sc Heerenveen.



**“Hidde heeft altijd van voetbal en sc Heerenveen gehouden, maar sinds die dag is zijn passie alleen maar toegenomen”, vertelt zijn familie.**

**“De aandacht en belangstelling hebben hem echt laten stralen. Hoewel Sven inmiddels is vertrokken, noemt Hidde nog vaak zijn naam. Het was een onvergetelijke dag voor ons allemaal.”**



Familie, Hidde

**“Vanaf het eerste moment hebben we Hidde op het veld meegenomen om samen het feest te vieren. Ik denk dat hij naar iedereen gezwaaid heeft op de tribunes en dat iedereen hem gezien heeft.” Volgens de 29-jarige verdediger is het belangrijk om dit soort acties vaker te organiseren. “Ik denk dat het goed is dat we zo’n dag hebben. Als je ziet hoe oprecht ze zijn, daar kan ik het meeste van genieten.”**



Sven van Beek, Aanvoerder sc Heerenveen 2023/24



## DROOM VAN BLINDE SUPPORTER MADS KOMT UIT: VOOR ÉÉN DAG STADIONSPEAKER BIJ SPARTA ROTTERDAM

De 12-jarige Mads ademt voetbal. Sinds zijn vierde gaat hij al naar Het Kasteel. Mads beleeft de wedstrijden via Radio Rijnmond en via live verslagen van zijn ouders. De twaalfjarige supporter heeft een fascinatie voor stadionspeakers, en in het bijzonder voor Jack Kriek (zie onderstaand kader), stadionspeaker van Sparta. Mads oefent thuis het stadionspeakers-vak voor zijn knuffels. Dat gaat hem goed af: inmiddels kent hij alle eredivisiespelers uit zijn hoofd.

Mads heeft niet alleen grote bewondering voor de stadionspeaker, ook van Sparta-verdediger Tijs Velthuis is hij groot fan. Een onverwachte verrassing wacht Mads dan ook wanneer Velthuis plotseling op zijn school verschijnt. Tijs neemt Mads mee naar Het Kasteel waar hij wordt onthaald als een echte ster met een eigen uniek shirt met zijn naam in braille, een rondleiding door het stadion en ontmoetingen met zijn clubidolen. Samen met stadionspeaker Jack worden ook de nodige voorbereidingen getroffen voor dé grote dag: de wedstrijd Sparta Rotterdam - Almere City FC op zondagmiddag.

Op de wedstrijddag wordt Mads thuis opgehaald, waar hij het clubkostuum namens Jack aangereikt krijgt. Eenmaal in het stadion laat Mads zijn kwaliteiten zien: hij roept alle spelers één voor één om en vertelt het publiek als er een doelpunt wordt gescoord. Het levert een daverend applaus en gejuich op van de Sparta-aanhang.



Moeder, van Mads



**“Je gunt je kind alles, maar dit was echt de kers op de taart. Hij gaat het hier echt nog jaren over hebben. Dit gaat hem echt bijblijven.”**

## RUST ZACHT

De Eredivisie nam eind augustus met droevenis kennis van het overlijden van Jack Kriek. We herinneren ons Jack als een zeer bevlogen en toegewijde stadionspeaker, maar bovenal als een fijn mens.

Jack nam aan het einde van afgelopen seizoen afscheid als stadionspeaker van Sparta nadat hij 20 jaar lang de bezoekers op Het Kasteel in weer en wind informeerde over de wedstrijdinformatie, de wissels en automobilisten die het durfden om op de trambaan te parkeren.



## EMOTIONELE MOMENTEN BIJ HET PASSEND VOETBALTEAM VAN HERACLES ALMELO

In het seizoen 2023/24 heeft Heracles Almelo het Passend Voetbalteam opgericht, met een concept dat iets afwijkt van het traditionele G-team dat veel clubs hebben. Het team bood 18 spelers uit de regio de kans om gedurende één seizoen onderdeel te zijn van Heracles Almelo. Bij de afsluitende activiteit in juli was er sprake van emotionele momenten onder spelers, staf, begeleiding en ouders, vanwege het einde van het seizoen. Komend seizoen zullen 18 nieuwe spelers de kans krijgen om deel uit te maken van het team.

Het emotionele geluksgevoel werd als volgt beschreven door een ouder:

**“We hebben een fantastisch seizoen beleefd en zijn haast wat verdrietig dat het jaar zo snel is gegaan en dat het nu klaar is. Heracles heeft echt zijn best gedaan om deze groep een speciaal gevoel te geven. Het begon met een introductie-avond waar wij het haast niet konden geloven dat onze Daan dit mee zou gaan maken. Het kon niet op met de contractondertekening waar de clubfotograaf mooie foto’s maakte en waar we ons de gehele avond heel erg welkom hebben gevoeld.**

Tijdens de trainingen mochten wij als ouders op de hoofdtribune plaatsnemen. Ondanks de vele regen en kou, werden deze momenten als uitjes ervaren en beleefden we er veel plezier aan. Het was bijzonder om de spelers voor het eerst in hun nieuwe Heracles-tenue het veld op te zien komen en het stadion te horen juichen bij het eerste doelpunt. Gedurende het seizoen groeiden de spelers en speelden ze steeds beter samen. Deze ervaring zal ons altijd bijblijven, en we zullen zeker van het aanbod gebruikmaken om af en toe terug te komen, want we horen nu voor altijd bij de club.”



Ouder, van Daan



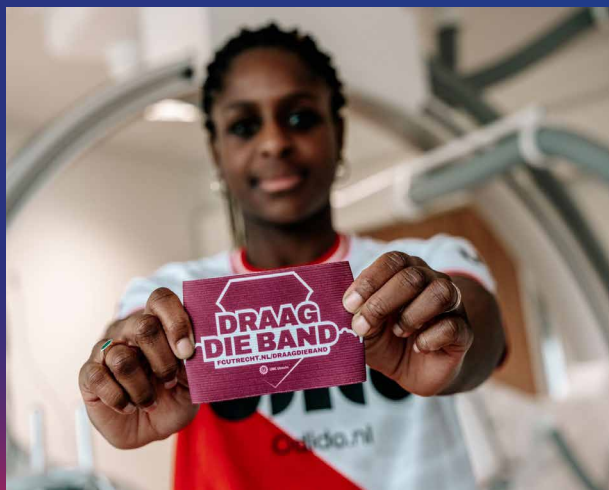
## H.5.6

# CAMPAGNES

Het groeiende belang van social media in onze samenleving stelt de Eredivisie en de clubs in staat om via verschillende platforms grote groepen mensen te bereiken. Dit komt niet alleen tot uiting in de grote campagnes, maar ook op maatschappelijk vlak maken de Eredivisie en de clubs impact met hun campagnes. In het seizoen 2023/'24 was de Silence Social Hate-video van Ajax de campagne met het grootste bereik. In deze video komen Ajax-spelers naar voren met de haatberichten die ze ontvangen. De video werd gekoppeld aan twee wedstrijden op 9 december 2023, waarin zowel het mannen- als vrouwenteam van Ajax in naamloze shirts speelde met drie puntjes erop, verwijzend naar de report-functie op social media. Deze campagne bereikte maar liefst 250 miljoen mensen. Het enorme bereik van deze campagne was dus ook ver buiten Nederland zichtbaar en de campagne werd bekroond met drie prijzen bij de 'Dutch Creativity Awards'.

Club	Publiekscampagne	Bereik	Weergaven	Interacties	Opbrengst
Ajax	Silence Social Hate-campagne	250.000.000	585.000.000	2.500.000	Bewustwording; toename van 16% social media-gebruikers die berichten rapporteren.
Almere City	Orange the world, geweld tegen vrouwen				Bewustwording;
FC Utrecht	Draag die band		8.500.000		2.200 bloeddrukmetingen, bewustwording hart-gezondheid (Fysiek FIT)
FC Utrecht	Kerstdiner		860.000		Sociale verbinding in de kerstperiode (Sociaal FIT), aandacht voor stichting Thuisgekookt.nl
Feyenoord	Erasmus MC Sophiakinderziekenhuis	7.464.984	7.683.854	298.298	€32.500,- euro opgehaald
Fortuna Sittard	Walk for Life	13.186	17.040	1.182	€4.400,- euro voor een viertal goede doelen
Fortuna Sittard	Samen voor een schonere Maas	14.931	16.508	1.337	Bewustwording duurzamer gedrag
Fortuna Sittard	Samen nao Fortuna	6.826	6.901	131	Bewustwording duurzamer gedrag
Fortuna Sittard	Leefstijl magazine	8.000			Bewustwording bij basisschoolkinderen over gezond leven
Heracles Almelo	Heracles Kerstactie	33.839		2.570	Aandacht voor Speelgoedbank
NEC Nijmegen	Stichting ALS	282.355		20.652	Aandacht voor ALS en een opbrengst van €25.019,-
NEC Nijmegen	10 jaar blindentribune	143.899		7.042	Aandacht voor de blindentribune en 4 nieuwe seizoenkaarthouders
NEC Nijmegen	Hardware doneren IT4Kids	15.070		925	6 nieuwe bedrijven die hardware willen doneren
NEC Nijmegen	Ons voetbal is van iedereen	14.813		802	Aandacht voor het thema inclusiviteit
PEC Zwolle	Matchday PEC Zwolle - sc Heerenveen	45.000.000	100.000.000	4.200.000	Wereldwijde aandacht en awareness voor G-voetbal (zie kader PEC Zwolle)
PSV	Phoxy Mascotte-diner	670.345	784.934	76.233	Bewustwording rondom thema verbroedering / anti-supportersgeweld.
PSV	Bloedverwanten	934.234	1.130.295	23.153	4462 nieuwe donoren
sc Heerenveen	Kika Tekenwedstrijd	100.000	125.000	10.000	Meer bewustwording rondom het thema en €25.000,-
sc Heerenveen	Gala voor de Toekomst	25.000	50.000	4.000	Meer bewustwording rondom het thema en €140.000,-

## FC UTRECHT EN UMC UTRECHT SCOREN MET 'DRAAG DIE BAND' CAMPAGNE: FANS IN ACTIE VOOR HARTGEZONDHEID



Voor het derde jaar op rij sloegen FC Utrecht en het UMC Utrecht de handen ineen om meer mensen aan te moedigen hun bloeddruk te meten. Met de campagne 'Draag die Band!' werd bewustzijn gecreëerd over het belang van bloeddrukmetingen, met een speciale focus dit jaar op de hartgezondheid van vrouwen. Dit is van groot belang, aangezien jaarlijks meer dan 18.000 vrouwen overlijden aan hart- en vaatziekten, waarbij een hoge bloeddruk vaak de stille boosdoener is.

Alle aanvoerders van zowel de vrouwen als mannen van FC Utrecht speelden vanaf 1 mei 2024 met de speciale aanvoerdersband. Niet alleen FC Utrecht droeg de speciale band, maar ook vrouwelijke aanvoerders van partnerclubs in de omgeving. Tot slot werd er een evenement georganiseerd voor honderden vrouwen uit de regio in Stadion Galgenwaard. De campagne liet kort na afloop zeer interessante resultaten zien: 53% van de supporters gaf aan binnen vier weken zijn of haar bloeddruk te willen meten, 52% zou anderen aansporen dit ook te doen, en 90% wist welke stappen nodig zijn om zijn of haar hartgezondheid te verbeteren.

## BIJZONDERE WEDSTRIJD VAN PEC ZWOLLE TREKT WERELDWIJD AANDACHT VOOR G-VOETBAL

De wedstrijd PEC Zwolle tegen sc Heerenveen (2-2) stond volledig in het teken van 'meer dan voetbal', met speciale aandacht voor G-voetbal. Een bijzonder moment was weggelegd voor 22 G-voetballers van De Boog, die samen met de spelers van PEC Zwolle en sc Heerenveen het veld betraden. Hand in hand met hun idolen beleefden zij hun droom in een uitverkocht stadion.

De rust werd opgeluisterd door het traditionele penaltyschieten, waarbij G-voetballer Silven de show stal met een perfect geplaatste bal in de kruising. Voorafgaand aan de wedstrijd stal supporter Luuk, beter bekend als 'Lil Doekoe', de show met een duo-interview bij ESPN met hoofdtrainer Johnny Jansen. Tijdens de rust kreeg het hele stadion de kans om Luuk in actie te zien, waarbij hij duizenden supporters aan het springen en zingen kreeg.

**"Ik vond het geweldig om bij mijn club het podium te krijgen. Geen deur bleef gesloten en ik mocht zelfs, samen met trainer Johnny Jansen, naar een interview bij ESPN. Daarna bij de kleedkamers grappen maken met de spelers en vooral met Noppert was heel leuk. In de rust mocht ik, samen met stadionspeaker Marco, het veld op en zelf ook nog even speaken."**



**Luuk**, Lil Doekoe

De activiteiten rondom deze wedstrijd zorgden voor pure emoties en blijvende herinneringen voor het leven. Medewerkers van Brownies & downieS Zwolle ondersteunden de collega's in en rondom het stadion. Zij zorgden voor een extra gastvrij ontvangst in het hoofdgebouw, hielpen in de fanshop, verzorgden koffie in het spelershome en ontvingen gasten in het Clubhuis Regio Zwolle. De beelden zijn wereldwijd viraal gegaan. In totaal behaalde de campagne online een bereik van meer dan 100 miljoen weergaven.

# H6



## ONZE INZET





## H.6

# ONZE INZET

De Eredivisie levert een belangrijke maatschappelijke bijdrage door gebruik te maken van diverse middelen zoals stadions, trainingscomplexen, het inzetten van spelers en het clublogo, die dienen als herkenbare symbolen voor supporters en andere betrokkenen. Bovendien werken de clubs nauw samen met diverse partners om maatschappelijke projecten te ondersteunen.

Naast deze middelen zetten de clubs ook menskracht (in de vorm van FTE's) en specifieke projectbudgetten in om hun initiatieven te realiseren. In dit hoofdstuk gaan we dieper in op de input die in het seizoen 2023/24 is geleverd om de eerder genoemde maatschappelijke initiatieven te realiseren.



## H.6.1

# FINANCIEEL

### FINANCIËLE INVESTERING: BIJNA 5,9 MILJOEN

Het projectbudget is dit seizoen hoger dan het seizoen ervoor. Dit lijkt op het eerste gezicht tegenstrijdig door het verminderde aantal projecten en medewerkers, de verklaring ligt echter in een wijziging in de vraagstelling. Dit jaar werd namelijk specifiek gevraagd om ook de budgetten voor campagnes mee te rekenen, wat in eerdere seizoenen niet gebeurde. Hierdoor kunnen de cijfers enigszins vertekend zijn. Tegelijkertijd is de toenemende focus op campagnes een belangrijk onderdeel van de maatschappelijke strategie van de Eredivisie en de clubs. Zoals in hoofdstuk 5 al werd besproken, kunnen gerichte campagnes effectief maatschappelijke thema's onder de aandacht brengen, wat leidt tot een aanzienlijke maatschappelijke impact.

### PROCENTUEEL MEER COMMERCIEËLE MIDDELEN

Waar we vorig jaar nog een daling van de commerciële financiering rapporteerden, is er nu een herstel zichtbaar van deze vorm van financiering (van 17,4% naar 23,9% van de totale inkomsten), in lijn met het toenemende belang van maatschappelijke sponsoring door bedrijven (KNVB Expertise, 2023a). Een voorbeeld hiervan is het partnership tussen FC Twente en ThermoSolutions, waarin gezamenlijk een business case rondom verduurzaming en sponsoring is ontwikkeld.

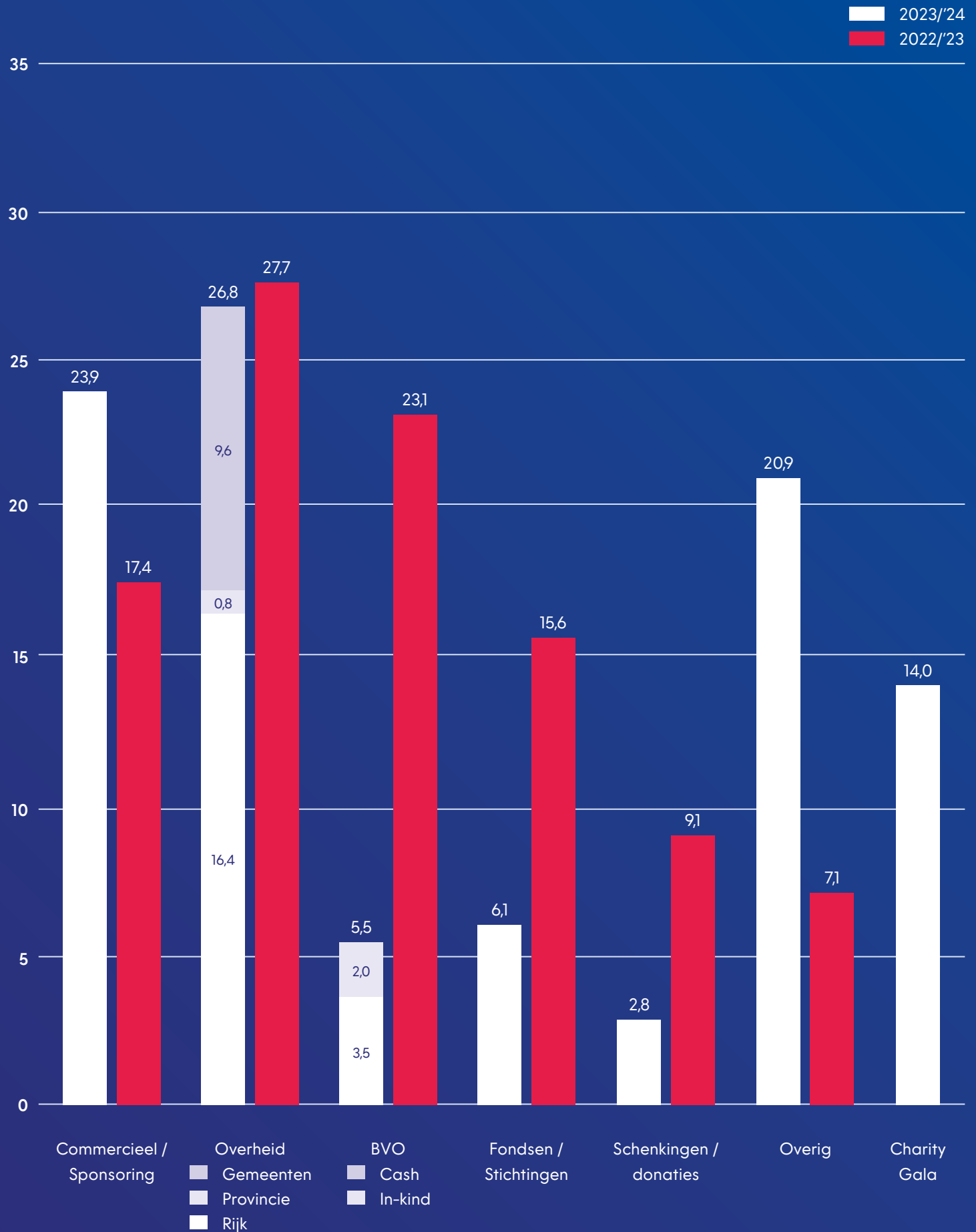
De samenwerking met de hoofdsponsors Elektramat en ThermoSolutions omvat een structurele bijdrage aan FC Twente en Scoren in de Wijk, parallel aan het hoofdsponsorschap. Als tegenprestatie hebben beide partijen minimaal één project dat specifiek is toegespitst op hun werknemers aangeboden gekregen, zoals Twente FIT en Scoren met Gezondheid. Daarnaast wordt er samengewerkt aan duurzame projecten in de regio. Zo wordt er, in overleg met alle betrokken partijen (de club, Scoren in de Wijk, de gemeente en ThermoSolutions), gekeken hoe men elkaar kan versterken bij de renovatie van de wijk waar de nieuwe trainingsaccommodatie komt.

Het aandeel fondsen/stichtingen blijft gemiddeld relatief beperkt. Dit is opvallend, omdat sommige clubs hier juist een flink deel van de middelen uit halen. Er zijn echter ook zeven clubs die helemaal geen gebruik maken van deze vorm van financiering. Gezien de resultaten van de andere clubs, lijkt het de moeite waard om te verkennen of hier meer uitgehaald kan worden door clubs (zie figuur H).

### HET BELANG VAN EEN CHARITY EVENEMENT VOOR SOMMIGE CLUBS

Naast de stijging in commerciële middelen valt ook de nieuwe categorie 'charity gala' op. Hoewel deze categorie slechts voor een paar clubs relevant is, draagt zij aanzienlijk bij aan het totaal van beschikbare middelen. Met name het charity gala van PSV springt in het oog: tijdens het 110-jarig jubileum van de club werd maar liefst €1.145.762 opgehaald.

**Figuur H: Herkomst inkomsten foundations (in %)**



## H.6.2

# PERSONEEL

### PERSONELE INVESTERING: 109 FTE

In totaal zijn er 109 FTE actief op maatschappelijk gebied binnen de Eredivisie. Hiervan zijn 107 FTE afkomstig vanuit de 18 clubs en 2 vanuit de Eredivisie CV. Het aantal FTE per club varieert flink: van 38 FTE tot minder dan een volledige FTE. Waar de eredivisieclubs vorig jaar nog te maken hadden met een forse stijging van het aantal FTE voor de maatschappelijke inzet, is het nu met 2 FTE gedaald.

Deze lichte daling komt onder meer door een koerswijziging van de maatschappelijke tak van PSV en het wegvallen van de relatief grote maatschappelijke afdelingen van FC Groningen (9,0 FTE) en FC Emmen (5,4 FTE) vanwege degradatie<sup>5</sup>. Daarvoor in de plaats kwamen clubs met kleinere maatschappelijke afdelingen<sup>6</sup>. Bij de overige clubs is relatieve stabiliteit of een kleine groei te zien ten opzichte van vorig seizoen.

Naast medewerkers zijn er ook stagiaires en vrijwilligers die actief zijn voor de clubs. Het aanbieden van stageplaatsen en vrijwilligerswerk wordt ook gezien als een vorm van maatschappelijke waardecreatie. Omdat het aantal stagiaires en/of vrijwilligers niet volledig in beeld is, kunnen we hier geen volledige cijfers van presenteren. Het is wel duidelijk dat Feyenoord verreweg de meeste stageplaatsen aanbiedt: in totaal 166 stageplaatsen. Het totaal aantal stageplaatsen op maatschappelijk gebied is bij de 18 clubs wel bekend: in totaal waren in seizoen 2023/'24 273 vrijwilligers en 332 stagiaires actief op maatschappelijk gebied.



<sup>5</sup> Ook SC Cambuur degradeerde, maar deze club had een relatief kleine MVO-afdeling (1,5 FTE)

<sup>6</sup> PEC Zwolle (5,0 FTE), Heracles Almelo (2,4 FTE), Almere City FC (1,0 FTE)

## PROFESSIONALISERING VAN HET VAK: INTRODUCTIE LEERGANG LEIDERSCHAP IN SPORT

De toegenomen verwachtingen ten aanzien van de maatschappelijk betrokkenheid van bedrijven (zoals duurzaamheid en diversiteit) en nieuwe wet- en regelgeving (o.a. de CSRD) betekent dat de maatschappelijke waarde van clubs een steeds grotere rol speelt in het voetballandschap. Naast deze maatschappelijke waarden spelen ook sportieve, culturele en commerciële waarden een essentiële rol in het betaald voetbal, waarbij soms spanningen kunnen ontstaan tussen deze verschillende waarden. Denk aan een gokbedrijf dat via een partnership invulling geeft aan de commerciële waarden, maar wellicht kan botsen met het maatschappelijk beleid van een club.

Vanwege het toegenomen maatschappelijk belang en de complexiteit ervan, heeft de Eredivisie CV samen met Universiteit Utrecht de Leergang "Leiderschap in sport: maatschappelijke waarde(n) in het betaald voetbal" geïnitieerd om (maatschappelijk) managers van de clubs te begeleiden. Gedurende het seizoen 2023/'24 vond de eerste editie plaats en hebben 14 managers daaraan deelgenomen. Eén van de deelnemers geeft daarover aan:



**Iris de longh**, teamleider Excelsior Foundation

**"Ik denk dat het heel mooi is dat je een mix hebt tussen het voetbal en de universiteit, waarin je verschillende componenten meekrijgt vanuit de academische wereld."**



Tijdens de opleiding wordt er aandacht besteed aan de rol van de maatschappelijk manager, verschillende typen waardecreatie, beleid en strategie, trends en ontwikkelingen, competenties en persoonlijk leiderschap.

De opleiding duurt zes maanden en wordt jaarlijks aangeboden als onderdeel van een bredere samenwerking tussen de Eredivisie CV en Universiteit Utrecht, departement Bestuurs- en Organisationswetenschap (USBO). Vanaf seizoen 2024/'25 is de leergang breder toegankelijk en relevant voor alle beleidsmatige en strategische rollen binnen een club.

[Lees meer →](#)



## H.6.3

### SPELERS

#### SPELERS INZET: 1333 UUR

De spelers zijn niet alleen de blikvangers van de Eredivisie. Ze zijn als rolmodellen ook onmisbaar voor de maatschappelijke kracht van de clubs. De betrokkenheid van spelers bij maatschappelijke projecten varieert tussen clubs en ook tussen spelers onderling. Waar de ene speler tussen wedstrijden en trainingen vooral behoefte heeft aan rust, zijn er ook spelers die extra motivatie en kracht putten uit hun maatschappelijke betrokkenheid. Vorig seizoen lieten we al zien dat de inzet van spelers na de maatregelen rondom COVID-19 weer flink in de lift zat. In het afgelopen seizoen is het aantal gestabiliseerd (van 1331 naar 1333 uur inzet). In dit rapport gaan we verder dan alleen het tonen van de spelersinzet. We laten ook de spelers zelf aan het woord. Hoe kijken zij eigenlijk aan tegen hun maatschappelijke betrokkenheid? Welke thema's vinden zij belangrijk? En heeft maatschappelijke betrokkenheid voor henzelf toegevoegde waarde?

#### EERSTE VROUWENELFTAL, JONG-ELFTAL EN JEUGDSPELERS

Betaald voetbalclubs zijn topsportorganisaties die verschillende soorten rolmodellen in hun gelederen hebben. Naast de spelers van het eerste mannelftal geldt voor steeds meer clubs dat de speelsters van het eerste vrouwenelftal in de spotlight staan. In de door clubs aangeleverde data is daarnaast zichtbaar dat ook de spelers van het 'jong'-elftal (Excelsior Rotterdam, Feyenoord en PSV) en jeugdspelers (Fortuna Sittard en PEC Zwolle) worden ingezet voor maatschappelijke projecten.



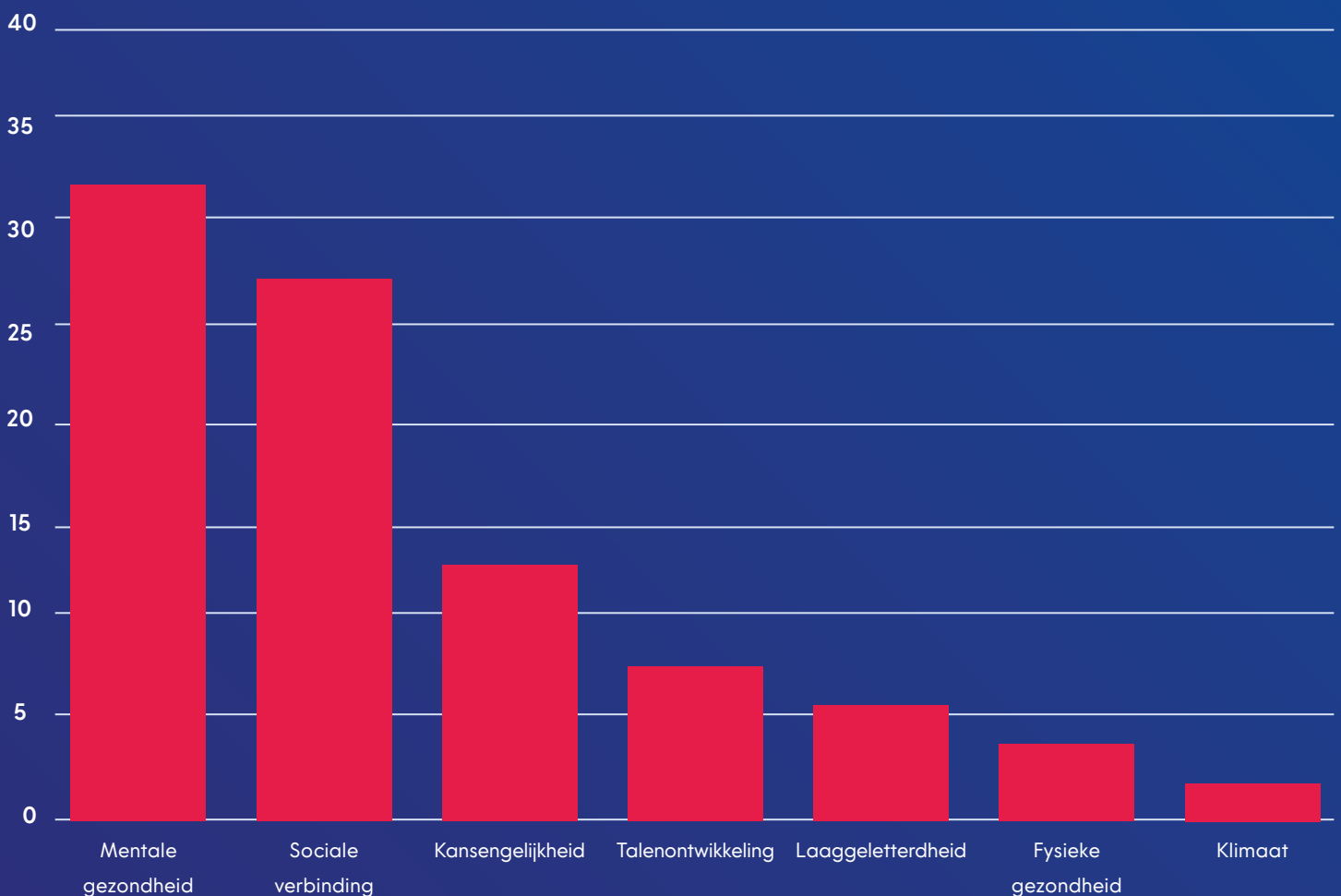
## BELANGRIJKSTE THEMA'S VOOR SPELERS

Aan het eind van het seizoen hebben we<sup>7</sup> spelers uit de Eredivisie en de Keuken Kampioen Divisie gevraagd naar hun ervaringen met maatschappelijke projecten. In totaal deden 46 spelers mee aan dit onderzoek. Hoewel de antwoorden met wat voorzichtigheid moeten worden geïnterpreteerd (er is immers sprake van response bias – maatschappelijk betrokken spelers zijn meer geneigd de vragenlijst in te vullen – en mogelijk sociaal wenselijk te antwoorden), biedt het toch een aantal interessante inzichten in de ideeën van spelers over hun betrokkenheid.

Een opvallend gegeven is de grote voorkeur van spelers voor de thema's mentale gezondheid en sociale verbinding. Daarnaast valt ook op dat fysieke gezondheid erg laag scoort onder de spelers die deelnamen aan het onderzoek, terwijl fysieke gezondheid in het beleid van veel clubs juist een speerpunt is (zie figuur I).

**Figuur I: Welk maatschappelijk thema vindt je zelf belangrijk? (n=39)**

Meerdere antwoorden mogelijk



<sup>7</sup> Het onderzoek was een samenwerking tussen Eredivisie CV, Coöperatie Eerste Divisie, Universiteit Utrecht en de VVCS.

## BELANGRIJK, MAAR GEEN GESPREKSONDERWERP

**Figuur J:** Stellingen ten aanzien van maatschappelijke betrokkenheid (n=39)

Ik vind het belangrijk om bij te dragen aan de maatschappelijke projecten van mijn club.

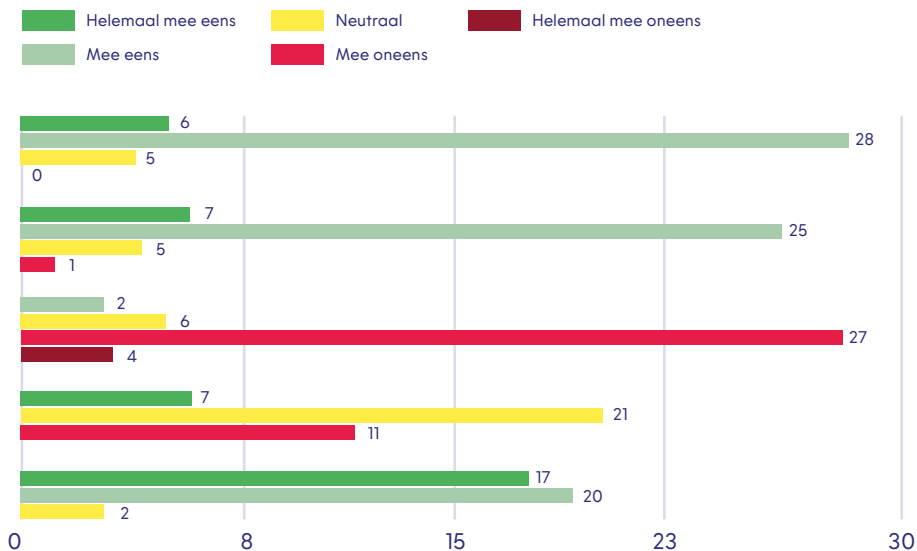
Maatschappelijke betrokkenheid hoort erbij voor voetballers, of je het nu leuk vindt of niet.

Mijn betrokkenheid bij de maatschappelijke projecten gaat ten koste van mijn focus.

In de kleedkamer praten we wel eens over de maatschappelijke projecten van de club.

Het is belangrijk dat mijn club zich inzet voor de samenleving.

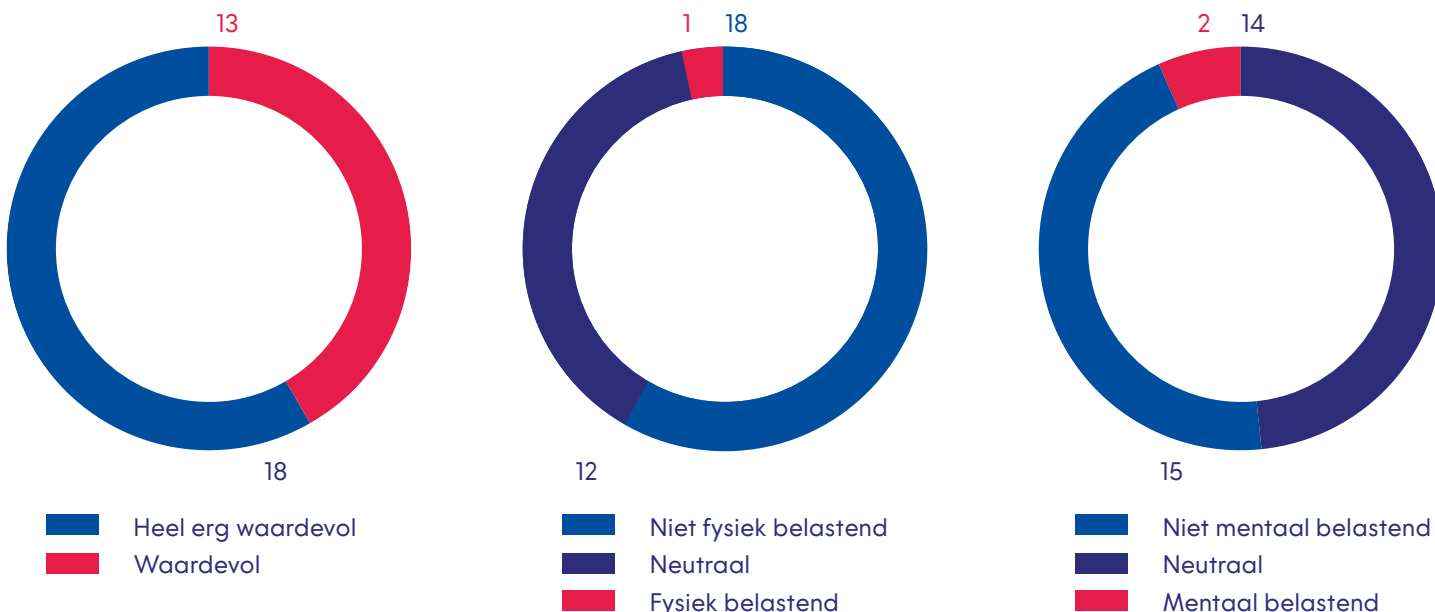
Veel spelers geven aan dat ze het belangrijk vinden om bij te dragen aan maatschappelijke projecten en vinden het belangrijk dat hun club zich hiervoor inzet. Het belang dat spelers hechten aan de maatschappelijke betrokkenheid wordt echter niet vertaald naar de kleedkamer. In veel kleedkamers blijkt de maatschappelijke betrokkenheid nauwelijks tot geen gespreksonderwerp te zijn (zie figuur J).



## DE FYSIEKE EN/OF MENTALE BELASTING

**Figuur K:** Figuur belasting

Een belangrijke overweging voor clubs bij het inzetten van spelers voor maatschappelijke projecten is de fysieke en/of mentale belasting die dit met zich meebrengt. Clubs moeten een evenwicht vinden voor de inzet van spelers voor de verschillende waarden van de club, zoals sportieve, culturele, commerciële en publieke waarden. Interessant is dat veel spelers het waardevol vinden om bij te dragen aan maatschappelijke betrokkenheid (89% van de spelers vindt het (heel erg) waardevol, de overige 11% is neutraal). Wat betreft de belasting die de bijdrage aan maatschappelijke betrokkenheid kost, geeft een groot gedeelte aan dat ze de maatschappelijke activiteiten niet als belastend ervaren. Een relatief groot aantal spelers staat daarnaast 'neutraal' tegenover de fysieke en mentale belasting die voortvloeit uit deze activiteiten (zie figuur K).





---

## BAS KUIPERS ZORGT ERVOOR DAT MEER KINDEREN GAAN LEZEN



**Bas Kuipers**, aanvoerder Go Ahead Eagles 2023/'24

Via het project Scoor een Boek werkt Go Ahead Eagles al langer met de provincie Overijssel en andere partijen samen om lezen bij kinderen te stimuleren. Dit seizoen schreef Bas Kuipers, samen met zijn moeder en schrijfster Isa Maron, ook een speciaal boek. Dit boek, dat gaat over een geheim stadion onder het heilige gras in de Adelaarshorst, werd gelanceerd als onderdeel van het project Scoor een Boek. Het boek was direct een succes, zo blijkt uit de enthousiaste reacties. Tijdens de eerste signeersessie bij de Adelaarshorst stond er een rij van twee uur. De tweede sessie, in een lokale bibliotheek, trok zelfs nog meer mensen. Bas Kuipers deelt de positieve reacties die hij van ouders kreeg:

**“Ouders vertelden ons dat hun kinderen ineens voor het slapen gaan om het boek vroegen, terwijl ze normaal gesproken liever op hun telefoon of iPad een filmpje keken of een spelletje deden. Nu wilden ze lezen. Dat was geweldig om te horen, en daar doe je het natuurlijk voor.”**

Naast het bevorderen van de leesvaardigheid, vindt de club het belangrijk dat ook de opbrengst goed besteed wordt. “Daarom gaat een gedeelte van de opbrengst naar de Hersenstichting, aangezien deze stichting een bijzondere plek heeft gekregen binnen de club. De opbrengst zal ook weer gebruikt worden voor sociaal-maatschappelijke projecten.”

---

## BRAM VAN POLEN



**Bram van Polen**, aanvoerder PEC Zwolle 2023/'24

**“Als je op de tribunes kijkt, zitten daar allerlei mensen door elkaar. Arm en rijk, dik en dun, noem maar op. Er is denk ik geen mooier bindmiddel in Nederland, en misschien wel in de wereld, dan voetbal. Ik denk dat we daar maatschappelijk gezien nog meer gebruik van moeten maken dan we tot nu toe doen.”**

**“Als voetballer moet je je beseffen welke maatschappelijke impact je kan hebben. Het is de grootste reden dat wij ons beroep op deze manier kunnen uitoefenen.”**

**“Als je meer verantwoordelijkheid op dit gebied pakt, ga je uiteindelijk ook in het veld meer verantwoordelijkheid pakken. Bovendien ben ik ervan overtuigd dat je er ook als voetballer profijt van hebt wanneer je je als mens breder ontwikkelt.”**

# H.7



## VERANTWOORDING



## H.7

# VERANTWOORDING

In dit impactrapport laten we zien hoe de 18 clubs in de Eredivisie in het seizoen 2023/'24 invulling hebben gegeven aan hun maatschappelijk beleid. Dit doen we door kwantitatieve cijfers te presenteren over hoe clubs de maatschappelijke uitdagingen aangaan en de resultaten die deze aanpak oplevert.

Daarnaast zoomen we in op verschillende kwalitatieve verhalen en casussen, waarin de hoofdrolspelers van maatschappelijke projecten aan het woord komen om hun ervaringen te delen. In dit hoofdstuk worden de diverse onderzoeksmethoden en bronnen beschreven. Tot slot lichten we toe op welke wijze de initiatiefnemers werken aan het verkrijgen van steeds meer en betere onderzoeksinformatie.



## KWANTITATIEF ONDERZOEK

In deze rapportage over het seizoen 2023/'24 putten we uit drie databronnen: 1) Upshot, met meer gedetailleerde informatie, 2) de basismonitoring en 3) een enquête onder spelers in de Eredivisie en de Keuken Kampioen Divisie. Bij het eerste zijn de aantallen unieke bezoekers, het aantal activiteiten en sessies, evenals de totale aantallen deelnames en contacturen gespecificeerd. Voor het eerst zijn dit jaar de uitkomsten van het vragenlijstonderzoek toegevoegd, zoals is terug te zien in de resultaten van RKC Waalwijk en sc Heerenveen. De data uit de basismonitoring betreft het totaal aantal projecten en de aantallen unieke deelnemers. De data zijn door USBO verwerkt, geanalyseerd en vervolgens in het impactrapport beschreven.

De enquête onder spelers is verspreid met behulp van de Vereniging van Contractspelers (VVCS). De enquête is aan het eind van het seizoen verspreid via een openbare link, die aan de aanvoerders van clubs in het betaald voetbal is verstuurd met de vraag of zij deze wilden verspreiden onder hun teamgenoten. De vragenlijst was in het Nederlands en Engels beschikbaar. In totaal hebben 46 spelers (16 uit de Eredivisie, 30 uit de Keuken Kampioen Divisie) deze ingevuld. Mogelijk was de timing van het versturen van de vragenlijst aan het einde van het seizoen niet optimaal voor de respons, evenals het feit dat deze vragenlijst niet verder is verspreid via de clubs zelf. Dit is dan ook een aandachtspunt voor volgend seizoen.



De overige data zijn aangeleverd door de contactpersonen van de verschillende foundations van de club en de maatschappelijke afdelingen. Zij leverden niet alleen gegevens aan over de organisatie zelf, maar verschaften ook informatie over de doelstellingen, deelnemers en activiteiten van de maatschappelijke projecten. Onze dank gaat dan ook uit naar Shaun Akse en Jeannette Jongejans (Ajax), Christian Wiedeman (Almere City FC), Miranda Goudsblom (AZ), Iris de Jongh (Excelsior Rotterdam), Sander Captijn en Roy Elferink (FC Twente), Bram van der Ploeg (FC Utrecht), Seger Wagenaar (FC Volendam), Ruben Koenes (Feyenoord), Coen Cremers (Fortuna Sittard), Sanne de Zeeuw (Go Ahead Eagles), Joep Hiddink (Heracles Almelo), An Nijkamp (N.E.C. Nijmegen), Eilt Staal (PEC Zwolle), Claire de Rooij (PSV), Ellen Maas (RKC Waalwijk), Marouan Achammachi (sc Heerenveen), Michael Marinus (Sparta Rotterdam) en Kevin Janssen (Vitesse). De data zijn vervolgens gecontroleerd en geanalyseerd door de onderzoekers. Onvolledige of ogenschijnlijk onjuiste data zijn vervolgens bij de contactpersonen gecheckt en waar nodig aangepast.

## KWALITATIEF ONDERZOEK

In opdracht van de Eredivisie CV hebben we onderzocht welke resultaten en welke positieve veranderingen deelnemers aan maatschappelijke projecten hebben ervaren. De uitkomsten staan in dit impactrapport. Ook is belicht hoe medewerkers van de (club)foundations de impact hebben ervaren die zij hebben helpen realiseren in de levens van de deelnemers. De interviews zijn uitgevoerd door een student van de Universiteit Utrecht, die stage loopt bij de Eredivisie CV.

Door het hele rapport heen zijn deze ervaringen vastgelegd in beelden en uitspraken. Dit impactrapport maakt gebruik van eerder gepubliceerde projectbeschrijvingen van clubwebsites en Eredivisie.nl. Voor overige citaten, foto's en video's is gebruikgemaakt van beeldmateriaal van VriendenLoterij, Eredivisie CV, ESPN, TEN en/of de clubs, verzameld gedurende het seizoen 2023/24.



## NIEUWE MEETMETHODE ONTWIKKELD

In dit rapport introduceerden we ook de nieuwe manier van monitoren van de maatschappelijke impact van de Eredivisie die gedurende seizoen 2023/'24 is ontwikkeld. Naast de aanpak en de resultaten in aantallen deelnemers en contacturen, vinden we het belangrijk om meer inzicht te gaan geven in de impact van de maatschappelijke projecten op de deelnemers en de omgeving. Naast de informatie uit de casussen, hebben we hiervoor een nieuwe onderzoeksmethodiek ontwikkeld.

Dit eredivisieseizoen hebben sc Heerenveen en RKC Waalwijk als eerste twee eredivisieclubs gewerkt met deze nieuwe manier van monitoren. De resultaten van sc Heerenveen zijn opgenomen in dit rapport (zie pagina 36). In het volgend seizoen bieden de Eredivisie CV en Universiteit Utrecht de inmiddels geteste methodieken aan alle clubs aan, zodat zij deze voor alle maatschappelijke initiatieven kunnen gebruiken in de online monitoringstool Upshot. De methodieken kunnen op verschillende manieren worden ingezet: 1) Als 0- en 1-meting om de impact te meten. 2) Als 1-meting na een project om de impact van een project of de ervaringen met een project te meten. 3) Als kwalitatieve tool om gestructureerd in gesprek te gaan met deelnemers over hun ervaringen in het project en deze ervaringen vast te leggen voor rapportage. Het is onze ambitie om volgend seizoen aan de hand van deze meetmethode alle programma's te onderzoeken. De outcome vitaliteit wordt gemeten aan de hand van vijf outputs:

### 1. Additionele beweegminuten

Een belangrijke vraag bij projecten op het gebied van sport en bewegen is de vraag of deze projecten leiden tot extra beweegminuten. Het instrument dat we hiervoor gebruiken is ontwikkeld door het Sports & Economics Research Centre (SERC) van de Hogeschool Arnhem en Nijmegen (Schoemaker & Van Genderen, 2018; Schoemaker & Puyt, 2023). In de vragenlijst met betrekking tot additionele beweegminuten ligt de focus op de beweegminuten die een deelnemer aan een vitaliteitsproject extra heeft gemaakt. Deelnemers wordt gevraagd hoeveel zij zouden hebben bewogen zonder deelname aan het programma. Het verschil tussen de gerealiseerde situatie en het nul-scenario (zonder project) is te zien als de impact van het project.

### 2. Verbetering lichaamsfuncties

De indicator 'verbetering lichaamsfuncties' is een belangrijke uitkomstmaat om te bepalen of meer bewegen en gezondere keuzes leiden tot meer vitaliteit. Verbetering van de lichaamsfuncties wordt uitgevraagd aan de hand van een aantal geselecteerde vragen uit de vragenlijst 'Positieve Gezondheid'. Deze zelfmonitoringstool is initieel niet bedoeld voor de evaluatie van projecten (IPH, 2020), maar recent is een valide instrument ontwikkeld dat gebruikt kan worden in vragenlijstonderzoek (Doornenbal et al, 2022).

### 3. Mentaal welbevinden

Beter mentaal welbevinden wordt uitgevraagd aan de hand van een aantal geselecteerde vragen uit de vragenlijst 'Positieve Gezondheid'. Deze vragen hebben laten zien de indicatoren goed te meten. Het onderwerp valt uiteen in drie sub-indicatoren, te weten: mentaal functioneren, tevredenheid over leven en dagelijks functioneren.

### 4. Gezonde keuzes

De indicator 'gezonde keuzes' gaat over leefstijlverbeteringen op het gebied van voeding en middelengebruik. Veel leefstijlprojecten van eredivisieclubs bevatten elementen van bewustwording. Om de impact hiervan te meten wordt respondenten gevraagd naar het gedrag in de afgelopen tijd op het gebied van voeding, roken en alcoholgebruik. De vragen over dit laatste onderwerp zijn gebaseerd op de 'AUDIT'-vragenlijst van de WHO (2001).

### 5. Gezonde omgeving

De indicator "gezonde omgeving" richt zich op het bevorderen van een gezonde leefstijl op de maatschappelijke locaties en in het stadion. Dit wordt gerealiseerd door het aanbieden van fruit en drinkwater en door het handhaven van een rookvrij beleid op deze plekken. Binnen het stadion zelf gaan we na of er gezonde(re) voedsel- en drankopties beschikbaar worden gesteld, vooral in de familievakken. Deze indicator hebben we dit seizoen al onderzocht, door de vragenlijst te verspreiden in de basismonitoring. De resultaten zijn te lezen in figuur E (pagina 37).



---

## PERSPECTIEF

Binnen de monitoring van de outcome perspectief wordt gebruik gemaakt van vragen rondom toekomstperspectief en zijn er specifieke vragen over de toeleiding naar werk en het vertrouwen dat deelnemers van re-integratieprojecten hebben in hun eigen talenten:

### 1. Toekomstperspectief

Toekomstperspectief wordt uitgevraagd aan de hand van een aantal geselecteerde vragen uit de vragenlijst 'Positieve Gezondheid'. Deze vragen hebben laten zien de indicatoren goed te meten en gaan over het vinden van oplossingen in moeilijke situaties en het vertrouwen in de eigen toekomst.

### 2. Werk en talenten

Om de arbeidsparticipatie van deelnemers aan re-integratietrajecten te monitoren, wordt gebruik gemaakt van vragen uit de Gezondheidsmonitor van de GGD rondom werk en inkomen. Om het specifieke effect van re-integratietrajecten te kunnen meten, worden vragen gebruikt die afkomstig zijn uit het impactrapport van de LFC Foundation van Liverpool FC (LFC Foundation, 2023). Respondenten wordt gevraagd om hun vermogen om hun talenten/vaardigheden in te zetten voor (het vinden van) werk te beoordelen.

---

## LEVENOVAARDIGHEDEN EN SCHOLING

De outcome levensvaardigheden gaat over het inhoudelijk opdoen van nieuwe vaardigheden, maar gaat ook over de vraag of je deze vaardigheden effectief kunt inzetten. Er wordt daarom gebruikgemaakt van twee indicatoren, waarvan de laatste indicator is gebaseerd op gevalideerde vragenlijsten uit de psychologie.

### 1. Vaardigheden

Om na te gaan welke vaardigheden deelnemers in een project hebben opgedaan, wordt gebruikgemaakt van een lijst met vaardigheden. Deelnemers kunnen aangeven welke vaardigheden zij in een project hebben opgedaan en in welke mate. De lijst met vaardigheden is ook bij uitstek geschikt om te worden ingezet voor kwalitatieve methoden. Vaardigheden die kunnen worden gemeten/besproken zijn onder andere: elkaar helpen, omgaan met anderen, sportvaardigheden en discipline.

### 2. Verbeterd zelfvertrouwen

Verbeterd zelfvertrouwen is de vertaling van het moeilijk te vertalen 'self-efficacy', dat het midden houdt tussen zelfvertrouwen en zelfeffectiviteit. Het gaat om het geloof of vertrouwen dat iemand heeft in zijn of haar vermogen om specifieke taken succesvol uit te voeren. Daarnaast wordt ook 'planning' uitgevraagd als onderdeel van verbeterd zelfvertrouwen, omdat het ook hier gaat om de vraag of deelnemers daadwerkelijk kunnen komen tot het in de praktijk brengen van hun vaardigheden. Er wordt gebruikgemaakt van gevalideerde vragenlijsten die dit concept kunnen meten (Teeuw et al., 1994)



## LEEFBAARHEID EN TROTS

Ook in de monitoring zijn leefbaarheid en trots samengevoegd tot één outcome, omdat ze gaan over de mate waarin mensen zich goed voelen in hun eigen stad/regio. Clubs kunnen bijdragen aan deze outcome door mensen met elkaar te verbinden, of de leefomgeving te verbeteren (vaak samen met deelnemers, zoals bij buurtbijdragen). Er worden verschillende onderwerpen bevestigd rondom verbinding met de club en met anderen. De laatste output-indicator gaat over de verbeteringen in de omgeving die de club probeert door te voeren. Hierover is data verzameld die we in dit hoofdstuk presenteren.

### 1. Acceptatie en inclusie

De eerste output-indicator komt weer uit de Positieve Gezondheid-vragenlijst en bevestigd deelnemers op de acceptatie en inclusie in hun omgeving. Deze vragen gaan over het contact dat mensen hebben en de steun die zij ervaren in hun omgeving en hebben laten zien de indicatoren goed te meten.

### 2. Betrokkenheid club en regio

Voor de Eredivisie is de binding met de regio en de club van groot belang. Supporter zijn van een club kan de regionale identiteit versterken en de club kan supporters betekenis verschaffen in het leven. De vragen die gebruikt worden gaan over de emotionele binding met de club en de regio (bijvoorbeeld: 'ik voel mij een echte Tukker'). Tot slot wordt gevraagd of deelnemers aan een project ook hadden meegedaan als het project niet door hun favoriete club was georganiseerd/ ondersteund. Hiermee kan de impact van de club nog specifiek in kaart worden gebracht.

### 3. Sociaal kapitaal

De andere belangrijke indicator voor de outcome leefbaarheid en trots is 'sociaal kapitaal', oftewel het opdoen van nieuwe contacten. Deelnemers wordt gevraagd of zij nieuwe contacten hebben opgedaan, of zij buiten het project afspreken met deze mensen en of zij zich verbonden voelen met de andere mensen uit het project.

### 4. Verbeterde omgeving

De laatste indicator onder 'leefbaarheid en trots' zijn de verduurzamingsmaatregelen die clubs nemen. In een vragenlijst die wordt verstuurd aan (contactpersonen van) clubs staan vragen over deze maatregelen centraal: welk type maatregelen zijn er genomen en op welke locatie? De resultaten van de eerste meting zijn te lezen in figuur G (pagina 45).



## PROJECTENLIJST 2023/'24

Club	Projectnaam	Outcome	Unieke deelnemers	Contacturen
Ajax	Ajax Buddies	Levensvaardigheden	20	100
Ajax	Team Tactics	Levensvaardigheden	50	250
Ajax	Challenge	Levensvaardigheden	450	16.200
Ajax	ABN Amro event	Support	600	600
Ajax	S' Cool	Levensvaardigheden	750	12.000
Ajax	Future goals	Leefbaarheid	875	
Ajax	Fair Play workshop	Levensvaardigheden	2.600	15.600
Ajax	Life Skills & Clinics mini	Levensvaardigheden	3.040	12.160
Ajax	Life Skills & Clinics	Levensvaardigheden	4.750	38.000
Almere City	Klassewerk	Levensvaardigheden	675	
Almere City	Aanvulluh kids	Gezondheid	60	
Almere City	Friendlies	Leefbaarheid	60	
Almere City	Alle routiniers verzamelen	Support	810	
Almere City	Ballen met de buurt	Gezondheid	1.200	
Almere City	Almere voor Almere	Support	2.500	
AZ	Supporters voor Supporters	Perspectief	9	216
AZ	Your Next Step	Perspectief	15	2.160
AZ	G-Team	Support	16	58
AZ	Blindentribune / AZ Radio	Support	38	51
AZ	De Waerden	Perspectief	55	3.120
AZ	Voetbalmaatjes	Leefbaarheid	301	68
AZ	AZ Fanroom NWZ	Support	395	68
AZ	Playing for succes	Levensvaardigheden	420	1.440
AZ	Scoor een boek	Levensvaardigheden	1.650	396
AZ	LevelUp!	Levensvaardigheden	2.500	250
AZ	Rolstoeltribune	Support	377	51
Excelsior Rotterdam	Sport Extra	Gezondheid	15	
Excelsior Rotterdam	G-voetbal	Support	15	
Excelsior Rotterdam	Academy	Levensvaardigheden	30	
Excelsior Rotterdam	Walking Football	Gezondheid	35	160
Excelsior Rotterdam	Talentontwikkeling = Topsport	Levensvaardigheden	120	80
Excelsior Rotterdam	Community Champions	Levensvaardigheden	150	750
Excelsior Rotterdam	Street League	Leefbaarheid	165	105
Excelsior Rotterdam	Playing for Success	Levensvaardigheden	385	36
Excelsior Rotterdam	Clinics	Gezondheid	5.206	5.206
Excelsior Rotterdam	Schools	Levensvaardigheden	8.400	
FC Twente	Anders Inburgeren	Leefbaarheid	30	
FC Twente	Knooi'n op de Computer	Levensvaardigheden	30	
FC Twente	Scoren met Gezondheid	Gezondheid	45	
FC Twente	Supporter van Elkaar	Gezondheid	75	
FC Twente	MDT Community	Levensvaardigheden	95	
FC Twente	Heya de Keu	Leefbaarheid	100	

Club	Projectnaam	Outcome	Unieke deelnemers	Contacturen
FC Twente	Proces Oldenzaal	Leefbaarheid	150	
FC Twente	Proces Hengelo	Leefbaarheid	200	
FC Twente	FC Twente Cup	Leefbaarheid	270	
FC Twente	Proces Enschede	Leefbaarheid	300	
FC Twente	Gezonde Voetbalcursus	Gezondheid	525	
FC Twente	FC Twente Fit	Gezondheid	45	
FC Utrecht	Werkfit	Perspectief	9	
FC Utrecht	FC Utrecht inside	Perspectief	23	
FC Utrecht	FC Utrecht Oldstars	Gezondheid	29	65
FC Utrecht	Week van het Geld	Levensvaardigheden	50	
FC Utrecht	Talents030	Levensvaardigheden	125	
FC Utrecht	Charitybox	Support	219	
FC Utrecht	WKZ wedstrijd	Support	220	
FC Utrecht	Kerstdiner	Support	220	
FC Utrecht	Vak vanuit het hart	Support	1.614	
FC Utrecht	FC Utrecht in de Wijk	Gezondheid	3.400	
FC Volendam	Walking Football	Gezondheid	25	
FC Volendam	Ziekenhuisbezoek	Support	n.b.	
Feyenoord	Fanactive	Gezondheid	31	622
Feyenoord	Fitter met Feyenoord	Gezondheid	38	470
Feyenoord	Feyenoord Youth League	Levensvaardigheden	186	13.788
Feyenoord	Feyenoord Street League	Leefbaarheid	342	6.533
Feyenoord	Club1908	Levensvaardigheden	1.013	29.755
Feyenoord	Zuidblinkers (voorheen Zuid voor Zuid)	Perspectief	1.056	33.550
Feyenoord	Schoolsport Plus	Gezondheid	2.521	221.368
Feyenoord	Sportwise	Gezondheid	12.847	104.537
Fortuna Sittard	Rosa Run	Support	2	8
Fortuna Sittard	Samen nao Fortuna	Support	8	
Fortuna Sittard	G-Team	Support	15	1.350
Fortuna Sittard	Fan of the Match	Support	17	34
Fortuna Sittard	Team12/PSW	Perspectief	52	
Fortuna Sittard	Football Memories	Support	75	600
Fortuna Sittard	Maas Cleanup	Leefbaarheid	108	324
Fortuna Sittard	Walk for Life	Gezondheid	200	200
Fortuna Sittard	Zwaluwen G-toernooi	Support	210	1.260
Fortuna Sittard	G-Vriendenactiviteit	Support	539	1.617
Fortuna Sittard	VoetbalPUUR / Fortuna in de Regio	Gezondheid	1.800	3.600
Go Ahead Eagles	Scoor een Boek	Levensvaardigheden	n.b.	
Go Ahead Eagles	Beweegbox	Gezondheid	n.b.	
Go Ahead Eagles	Rugdekking	Perspectief	10	
Go Ahead Eagles	Bijzondere Eredivisie	Support	20	
Go Ahead Eagles	All Stars Walking Football	Gezondheid	30	

## PROJECTENLIJST 2023/'24

Club	Projectnaam	Outcome	Unieke deelnemers	Contacturen
Go Ahead Eagles	Voetjebal	Gezondheid	60	
Go Ahead Eagles	Kowet proat	Support	60	
Go Ahead Eagles	Op de bank	Gezondheid	100	
Heracles Almelo	Heracles Elektrisch rolstoelvoetbal	Support	15	100
Heracles Almelo	Heracles Passend Voetbalteam	Support	21	80
Heracles Almelo	Heracles werkt	Perspectief	24	180
Heracles Almelo	Heracles Tafelproat	Leefbaarheid	55	30
Heracles Almelo	Gold Stars	Gezondheid	60	220
Heracles Almelo	Football Memories	Support	60	25
Heracles Almelo	Heracles Ultimate Team	Levensvaardigheden	120	160
Heracles Almelo	Heracles wijktoernooi	Gezondheid	200	12
Heracles Almelo	Scoor een boek	Levensvaardigheden	2.250	25
N.E.C. Nijmegen	Bijzondere Eredivisie	Support	13	80
N.E.C. Nijmegen	Elektrisch rolstoelvoetbal	Support	16	1.000
N.E.C. Nijmegen	NEC United	Levensvaardigheden	24	
N.E.C. Nijmegen	Wensen en verzoeken	Support	43	
N.E.C. Nijmegen	Amalia Kinderziekenhuis	Support	50	2,5
N.E.C. Nijmegen	Walking Sports Academy	Gezondheid	65	2.600
N.E.C. Nijmegen	NEC for Success	Levensvaardigheden	205	
N.E.C. Nijmegen	Football memories	Support	218	
N.E.C. Nijmegen	Stichting Quiet	Support	250	5
N.E.C. Nijmegen	Scoor een Boek	Levensvaardigheden	450	1
N.E.C. Nijmegen	Bouwdorpen	Support	1.250	1
PEC Zwolle	Studenten Leerwerk locatie CALO Windesheim	Levensvaardigheden	16	
PEC Zwolle	Friion-mannen	Perspectief	20	
PEC Zwolle	ISALA PEC Zwolle kinderkamer	Support	50	
PEC Zwolle	Gezond leren eten en bewegen project	Gezondheid	90	
PEC Zwolle	G-voetbal (zaal)	Support	95	
PEC Zwolle	PEC kicks ASS	Gezondheid	110	
PEC Zwolle	PEC Zwolle Street League	Levensvaardigheden	120	
PEC Zwolle	Community Champions / MDT kort	Levensvaardigheden	134	
PEC Zwolle	Masterclasses scholen	Levensvaardigheden	225	
PEC Zwolle	OldStars Walking Football	Gezondheid	245	
PEC Zwolle	Playing for Success	Levensvaardigheden	274	
PEC Zwolle	Goede doelenbox + Hotel PEC + rustactiviteiten	Support	325	
PEC Zwolle	PEC on Tour	Support	500	
PEC Zwolle	Partnerbijeenkomsten + Regiobijeenkomsten + Havendiner	Support	1.445	
PEC Zwolle	Overige (Feestdagenpakket + Oldstars Dates + PEC wensen + Jeugdfondssport activiteit + Buurtbijdrages MDT + Teamdagen Partners + Convenantverenigingen + VIP kids + Goede doelen tribune + Opendag PEC Zwolle (Clubhuis Regio Zwolle)	Support	2.605	

Club	Projectnaam	Outcome	Unieke deelnemers	Contacturen
PSV	PSV FAN of the match / Wensverzoeken	Support	17	
PSV	Wensverzoeken	Support	27	
PSV	Ziekenhuizen	Support	110	
PSV	Blindentribune	Support	n.b.	
PSV	YOUNITE	Levensvaardigheden	12	76
PSV	Back in the game	Levensvaardigheden	25	444
PSV	Brainport Scholenchallenge	Levensvaardigheden	1.500	
RKC Waalwijk	Kickit	Support	6	8
RKC Waalwijk	Team 12	Perspectief	10	750
RKC Waalwijk	Football memories	Support	20	52
RKC Waalwijk	Geel en Blauw maakt Groen	Leefbaarheid	93	40
RKC Waalwijk	Financiële hatrick	Levensvaardigheden	180	12
RKC Waalwijk	RKC Waalwijk Derby Cup	Gezondheid	187	21
RKC Waalwijk	Community Champions	Levensvaardigheden	215	240
RKC Waalwijk	Scoor een Boek	Levensvaardigheden	512	115
RKC Waalwijk	Scoren voor Gezondheid	Gezondheid	695	270
RKC Waalwijk	Ieder1Gelijk	Levensvaardigheden	717	120
sc Heerenveen	G-voetbal	Support	14	150
sc Heerenveen	sc Heerenveen Activeert	Perspectief	20	162
sc Heerenveen	OldStars	Gezondheid	22	955
sc Heerenveen	Sportproject	Gezondheid	25	
sc Heerenveen	Feanfit	Gezondheid	27	825
sc Heerenveen	sc Heerenveen scoort	Perspectief	30	2.500
sc Heerenveen	Fuotbal Memories	Support	60	110
sc Heerenveen	Playing for Success	Levensvaardigheden	69	515
sc Heerenveen	Scoor een Boek	Levensvaardigheden	1.600	
Sparta Rotterdam	Streetrulez	Levensvaardigheden	n.b.	16.900
Sparta Rotterdam	Walking Football	Gezondheid	15	
Sparta Rotterdam	Rugdekking	Perspectief	26	
Sparta Rotterdam	Community Champions	Levensvaardigheden	94	
Sparta Rotterdam	Banenmarkt	Perspectief	1.000	
Sparta Rotterdam	Protected	Levensvaardigheden	510	
Sparta Rotterdam	Maatschappelijke Sportvereniging De Betrokken Spartaan	Gezondheid	130	
Vitesse	Vitesse FIT	Gezondheid	30	360
Vitesse	Vitesse Werkt!	Perspectief	49	2.450
Vitesse	G-Trofee	Support	200	1
Vitesse	Vitesse United	Levensvaardigheden	208	3.328
Vitesse	Vitesse Hatrick	Gezondheid	299	8.525
Vitesse	Football memories	Support	450	800
Vitesse	Vitesse GOALS	Gezondheid	1.230	14.760
<b>Totaal</b>			<b>89953</b>	<b>58717</b>

## REFERENTIES

**CBS (2023).** Kwart 18- tot 25-jarigen te zwaar. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2023/22/kwart-18-tot-25-jarigen-te-zwaar>

**CBS (2024).** Dashboard arbeidsmarkt. <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-arbeidsmarkt>

**CBS (2024).** Hoe interpreteer je de SES-WOA-scores en hoe zijn deze bepaald? <https://www.cbs.nl/nl-nl/faq/infoservice/hoe-interpreteer-je-de-ses-woa-scores-en-hoe-zijn-deze-bepaald->

**CBS Statline (2021).** Bevolking 15 tot 75 jaar naar onderwijsniveau. <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2021/15/bevolking-15-tot-75-jaar-naar-onderwijsniveau>

**CBS Statline (2024).** Kerncijfers per postcode. <https://www.cbs.nl/nl-nl/dossier/nederland-regionaal/geografische-data/gegevens-per-postcode>

**DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983).** The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American sociological review*, 48(2), 147-160.

**Doornenbal, B. M., Vos, R. C., Van Vliet, M., Kieffe-De Jong, J. C., & van den Akker-van Marle, M. E. (2022).** Measuring positive health: Concurrent and factorial validity based on a representative Dutch sample. *Health & Social Care in the Community*, 30, e2109–e2117. 9

**Ekeren, F. van (2016).** De waardenvolle club. Besturen en managen van publieke waardencreatie in voetbalorganisaties. Arko Sports Media

**Eredivisie (2022).** Hoe moet een sponsorship binnen het betaald voetbal ingezet worden voor een optimale ROI?. <https://eredivisie.nl/nieuws/hoe-moet-een-sponsorship-binnen-het-betaald-voetbal-ingezet-worden-voor-een-optimale-roi/>

**GGD Flevoland (2024) - Pact met Impact: Almere zet zich in voor een gezond gewicht bij kinderen.** <https://www.ggdflvland.nl/nieuws/pact-met-impact-almere-zet-zich-in-voor-een-gezond-gewicht-bij-kinderen/>

**IPH (2020).** Is positieve gezondheid te meten? <https://www.iph.nl/kennisbank/is-positieve-gezondheid-te-meten/>

**KNVB (2024).** Richtlijn licentie-eisen. <https://www.knvb.nl/downloads/bestand/2990/richtlijn-licentie-eisen-v27>

**KNVB Expertise & Markteffect (2024).** Partnershiponderzoek seizoen 2023/24. <https://www.knvbexpertise.nl/downloads/bestand/407/infographic-partnershiponderzoek-2023/24>

**KNVB Expertise (2023a).** Partnershiponderzoek Infographic. <https://www.knvbexpertise.nl/downloads/bestand/407/infographic-partnershiponderzoek-2023/24>

**KNVB Expertise (2023b).** Supportersonderzoek 2022-2023 [ongepubliceerde data]. KNVB Expertise.

**LFC Foundation (2023).** Impact report 2022/2023. <https://www.liverpoolfc.com/foundation/our-impact>

**Markteffect (2023).** Onderzoek maatschappelijke impact betaald voetbal 2023. <https://www.knvbexpertise.nl/nieuws/informatie-en-onderzoek/1027/resultaten-maatschappelijke-impact-monitor>

**Platform 31, Movisie & Verwey-Jonker Instituut (2023).** Sociale Veerkracht van Almeerders. Advies over de sociale staat van Almere. [https://www.almere.nl/fileadmin/files/almere/wonen/Zorg\\_en\\_welzijn/sociale\\_kaart\\_rapport\\_afbeeldingen/Adviesrapport-Sociale-veerkracht-van-Almeerders.pdf](https://www.almere.nl/fileadmin/files/almere/wonen/Zorg_en_welzijn/sociale_kaart_rapport_afbeeldingen/Adviesrapport-Sociale-veerkracht-van-Almeerders.pdf)

**PwC (2023).** De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland. <https://www.pwc.nl/nl/actueel-publicaties/assets/pdfs/de-maatschappelijke-impact-van-betaald-voetbal-in-nederland.pdf>

**RIVM (2024).** Beweegrichtlijnen. <https://www.sportenbewegenincijfers.nl/kernindicatoren/beweegrichtlijnen>

**Roest, J. van der, Geubbels, A. & Muller-Straatman, A. (2022).** Impactrapport Maatschappelijke Projecten Eredivisie 2021/22. Eredivisie CV/Universiteit Utrecht.

**Schoemaker, J. & Puyt, E. (2023).** Uitleg Meetinstrument Additionele Beweegminuten. Onderzoek naar het meten beweegactiviteiten van buurtsportcoaches in de openbare ruimte. Sports & Economics Research Centre.

**Schoemaker, J. & Van Genderen, S. (2018)** – Handleiding Additionele Beweegminuten (ABM) [https://evenementenevaluatie.files.wordpress.com/2019/10/handleiding\\_abm-2019-sportevenementen.pdf](https://evenementenevaluatie.files.wordpress.com/2019/10/handleiding_abm-2019-sportevenementen.pdf)

**Teeuw B, Schwarzer R, Jerusalem M (1994)** – Dutch General Self-Efficacy Scale <https://meetinstrumentenzorg.nl/wp-content/uploads/instrumenten/GSES-meetinstr.pdf>

**Verian (2024).** Dashboard monitoring Maatschappelijke Diensttijd. Niet gepubliceerd.

**VZinfo (2023).** Overgewicht. <https://www.vzinfo.nl/overgewicht>

**WHO (2001).** AUDIT : the Alcohol Use Disorders Identification Test: guidelines for use in primary health care. <https://www.who.int/publications/i/item/WHO-MSD-MSB-01.6a>

**Wit, N de. et al. (2023).** Verkenning Discriminatie en Racisme in Sport en Cultuur. In opdracht van de Staatscommissie tegen Discriminatie en Racisme. <https://www.verwey-jonker.nl/publicatie/verkenning-discriminatie-en-racisme-in-sport-en-cultuur/>

**Wyke, S., Bunn, C., Andersen, E., Silva, M.N., van Nassau, F., et al. (2019).** Correction: The effect of a programme to improve men's sedentary time and physical activity: The European Fans in Training (EuroFIT) randomised controlled trial. *PLOS Medicine* 16(3): e1002772.

---

## COLOFON

Copyright © 2024 Universiteit Utrecht

Copyright © 2024 Eredivisie CV

**Jaar/maand van uitgave:** 2024, oktober

**Auteurs:** Jan-Willem van der Roest & Chris Noij (USBO), Aukje Geubbels & Cas van den Heuvel (Eredivisie CV)

**Eindredacteur:** Guus Peters

**Vormgeving:** GRAPHICHUNTERS®

**Fotografie:** Soccrates, VriendenLoterij, Eredivisie CV, AFC Ajax, De Waerden, FC Utrecht, Feyenoord Media, FPH (Foto persbureau Heerenveen), Go Ahead Eagles, Heracles Almelo, NEC Media, RKC Waalwijk Foundation, Sparta Rotterdam, WonderboyZ.

**Video:** TEN

Dit rapport is tot stand gekomen door een samenwerking tussen Universiteit Utrecht, departement Bestuurs- en Organisatiewetenschap (USBO) en de Eredivisie CV, met behulp van de achttien clubs die in seizoen 2023/'24 uitkwamen in de Eredivisie.

De CO<sub>2</sub> die vrijkomt bij de productie van deze brochure wordt volledig gecompenseerd door het beschermen en aanplanten van nieuwe bomen door Trees for all ([www.treesforall.nl](http://www.treesforall.nl))



# IMPACT RAPPORT

Maatschappelijke cijfers en verhalen

2023/'24

