

EEN SUCCESVOLLE SPORTIMPULS- SUBSIDIE- AANVRAAG: HOE DOE JE DAT?

DOOR ASTRID CEVAAL, ERALT BOERS EN MAAIKE VAN MEERTEN

Lokale sport- en beweegaanbieders met maatschappelijke ambities krijgen door de Sportimpuls de financiële mogelijkheden om die waar te maken. Vanaf medio februari 2015 gaat de call voor de nieuwe ronde 2015 open en kunnen nieuwe subsidieaanvragen worden ingediend. Wat zijn nu de factoren die de kans op een succesvol project groter maken? Wat kan geleerd worden van de reeds gestarte projecten uit de ronde 2012 en 2013? Het Mulier Instituut en Kennispraktijk hebben hierover gerapporteerd in het najaar van 2014. Zij zetten de belangrijkste succesfactoren voor u op een rij.

Tussen 2013 en 2017 voeren het Mulier Instituut en Kennispraktijk verdiepende studies uit naar de Sportimpuls, de subsidieregeling waarbij lokale sport- en beweegaanbieders worden ondersteund bij het opzetten van activiteiten die als doel hebben om met name inactieve mensen meer te laten sporten en bewegen. In de tweede kwalitatieve studie (Cevaal en Boers, 2014) is, vanuit het perspectief van de lokale projectleiders en de samenwerkingspart-

ners uit de rondes 2012 en 2013 (inclusief Kinderen op Sportief Gewicht), gekeken naar de voortgang van de activiteiten en naar de succes- en faalfactoren. We bespreken hier vier belangrijke succesfactoren.

Direct aandacht voor samenwerking
Het in het beginstadium van het project aandacht besteden aan een goede samenwerking tussen partners, waarbij overeenstemming is bereikt over een gezamenlijk

doel en een afgebakend takenpakket, is belangrijke factor die bepalend is voor het succes van Sportimpulsprojecten.

Na toekenning van de subsidie wordt de voorbereidingsfase benut om (1) draagvlak te creëren bij betrokken partners, (2) duidelijke afspraken te maken over ieders rol, en (3) aandacht te hebben voor de voortgang van het project na afloop van de subsidieperiode. Dat komt het succes van het project ten goede. Een projecteigenaar zegt hierover het volgende: "De uitdaging en de communicatie hebben nog wat voet in aarde gehad. Wij hadden niet verwacht dat dit zoveel voorbereidingstijd zou kosten. Maar dat zorgt er wel voor dat de uitvoering nu beter verloopt." (Projecteigenaar, ronde 2013 (KSG) kleine gemeente in Noord-Brabant).

Een kinderdagverblijf, één van de samenwerkingspartners van dit project erkent het belang van een gemeenschappelijke visie. Vooraf moeten de neuzen wel dezelfde richting op staan. "We hebben een hele eigen visie op dat kinderen heel erg zichzelf mogen ontwikkelen, zichzelf mogen zijn en kijken naar hun talenten. Op het moment dat iemand een beweegles komt geven, doet die dat vanuit zijn eigen visie. Dat was soms hard op onze eigen visie. Bijvoorbeeld door 'Kom op, kom op, meedoen!' en dat is niet hoe de kinderopvang in het groepsproces staat. Daar hadden we elkaar niet van tevoren over gesproken. Dat is zowel voor onze



werkers als voor de bewegingscon-
 vervalend. We stimuleren en prik-
 ven kind wel om mee te doen maar
 even geen zin heeft dan mag dat
 uiteindelijk is dit uitgesproken en heb-
 partijen er rekening mee gehouden.”
 :partner ronde 2013 (KSG) kleine
 nte in Noord-Brabant)

nenwerking tussen de zorg- en sport-
 is relatief nieuw. Het is daarom
 rijk dat beide sectoren voldoende
 men om elkaar beter leren kennen
 ir elkaar toe bewegen. Ze kunnen de
 van en de ervaringen met de doel-
 uitwisselen.

doelgroep
 gaand en tijdens de uitvoering van
 en is het noodzakelijk om goed zicht
 en op de doelgroep van het project.
 et continu rekening worden gehou-
 et wensen, behoeften en beperkingen
 elgroepen te werven, maar ook zeker
 te behouden. Daarnaast is het van
 om te weten waar en via welke com-
 atiekanalen de doelgroep het beste
 : kan worden.

doelgroep kinderen wordt de school
 eeds) als de belangrijkste vind-
 gezien. Voorwaarde voor succes is
 el dat de betreffende school in een
 stadium wordt betrokken. Aan het
 van een schooljaar moeten scholen
 1 benaderd voor deelname in het vol-

gende jaar en niet aan het begin van een
 nieuw jaar. Zo kunnen zij bijtijds de acti-
 viteiten opnemen in hun jaarplannen. De
 leerkrachten van de scholen spelen hierin
 een sleutelrol. Als zij zich niet willen of kun-
 nen inzetten voor de werving, gaat dat ten
 koste van de opkomst. “De kinderen zijn
 zo gewend dat de informatie via de scho-
 len komt, dat als je dat zelf gaat doen, het
 dan helemaal niet aankomt. Daar ben ik
 van overtuigd en dat zien we ook terug in
 de aantallen.” (Projecteigenaar ronde 2012,
 grote gemeente in Utrecht.)

Projecten voor volwassenen met een niet-
 westerse achtergrond vragen om hele
 andere, specifieke kennis. Een coördina-
 tor sport van een Amsterdams stadsdeel,
 die als partner betrokken is bij een fiets-
 project (ronde 2012), zegt over vrouwen
 met een niet-westerse achtergrond het vol-
 gende: “De ‘lastige’ doelgroep bereik je niet
 met een flyer, die bereik je via de fietsles-
 sen. En op de markt krijg je niet de geïso-
 leerde vrouw mee naar een activiteit. Dat
 heeft een proces nodig, want dan is de stap
 weer te groot.” Volgens diezelfde coördi-
 nator is een lokale kartrekker bij dit soort
 projecten nodig, en misschien nog belang-
 rijk: gangmakers uit de groep zelf die de
 groep bij elkaar houden. De vrouwen kijken
 heel erg naar elkaar. Als er eentje meegaat
 dan gaan ze in haar beleving allemaal, als
 er één niet meegaat, dan gaat er geen één.
 Daarnaast geven deze vrouwen nu eenmaal
 meer prioriteit aan het gezin, hun man en

hun kinderen. Het heeft met een verschil in
 mentaliteit te maken, dus een garantie wat
 betreft opkomst is er niet.

Focus op kwaliteit, niet op kwantiteit
 Niet het aantal activiteiten, maar de kwali-
 teit ervan is een belangrijke factor voor het
 welslagen van projecten. Daarmee wordt
 de kwaliteit van het aanbod en de kwaliteit
 van lesgevers bedoeld. Het gaat dan om
 activiteiten die aansluiten bij het niveau
 en de behoefte (tijdstip, belevingswereld
 etc.) van de doelgroep, die in een veilige
 omgeving, met een vertrouwd gezicht, wor-
 den aangeboden. Veel personele wisselin-
 gen dragen daar niet aan bij. “Belangrijk is
 dat men er zich thuis voelt, op zijn gemak
 voelt... Dat je in dezelfde omgeving woont,
 dat je dezelfde interesses en omstandig-
 heden hebt. Dat zoeken mensen uit en dat
 vinden ze daar.” (Projectleider ronde 2012,
 grote gemeente in Utrecht)

Bij vrouwen van niet-westerse afkomst
 bestaat de angst dat er een einde komt
 aan het aanbod en dat ze aan het lot wor-
 den overgelaten. Via dit aanbod worden
 ze uit het isolement gehaald, ze leren de
 Nederlandse taal en het draagt bij aan de
 gezondheid. In de ogen van een Utrechtse
 projectpartner is het hebben van een vast
 en vertrouwd gezicht voor de groep een
 van de belangrijkste succesfactoren. Op
 die betreffende locatie kunnen ze dan zich-
 zelf zijn en desgewenst hun hoofddoek
 ophouden.

De fittest als vertrekpunt
 Fittesten worden vaak gebruikt als meet-
 instrument om zicht te krijgen op de effec-
 ten van programma’s, maar ook steeds
 vaker als methode om nieuwe doelgroep-
 en te bereiken. Er is een toegenomen
 behoefte aan inzicht in de gezondheidssi-
 tuatie van verschillende doelgroepen, zoals
 kinderen als volwassenen. Naar aanleiding
 van de fittest kunnen persoonlijke beweeg-
 plannen worden opgesteld. Een projectco-
 ordinator in een Utrechtse gemeente laat
 zijn enthousiasme uit de volgende woor-

den blijken: "Het fenomeen fittest begint zo langzamerhand echt een instrument van waarde te worden. We hebben een hele teststraat beschikbaar en dat werkt als een magneet. Het geeft in ieder geval een mooie aanleiding om met mensen in gesprek te komen." (Projectleider ronde 2012, grote gemeente in Utrecht.)

Tot slot: over de Sportimpuls als subsidieregeling

Als naar de Sportimpuls als subsidieregeling wordt gekeken, zit de meerwaarde volgens de meeste organisaties in het feit dat verenigingen en maatschappelijke organisaties die op sport- en beweeggebied ambities hebben, de (financiële) mogelijkheden krijgen om die waar te maken. Het ontbreekt vaak aan financiële middelen om ideeën verder uit te werken, maar ze zijn er wel. "Het is een kans om dit soort projecten op te starten. Het contact met de partners was er wel een beetje, maar

we hadden nooit budget om dingen op te pakken. De Sportimpuls heeft echt als een vliegwiel gewerkt. We konden opstarten, iedereen zag wat het kon opleveren en werd zo enthousiast dat het na afloop van het subsidietraject ook doorgang vindt." (Projecteigenaar ronde 2012, grote gemeente in Overijssel.)

De regeling maakt het ook makkelijker om maatschappelijke partners uit de omgeving enthousiast te krijgen om mee te doen in een aanvraag. Een van de projecteigenaren uit de eerste ronde verwoordt dit als volgt: "Je hebt nu iets te bieden. Dat financiële stukje is daarin wel belangrijk, want je kunt daardoor ook meer van partners verwachten en meer van ze vragen, want ze krijgen een vergoeding op het moment dat ze het netjes aanleveren en dat ze de afspraken nakomen." (Projecteigenaar ronde 2012, grote gemeente in Utrecht.) ●

VIJF TIPS VOOR NIEUWE AANVRAGERS

1. Start op tijd met de aanvraag, ruim voor de opening van de oproep.
2. Onderbouw de vraaggerichtte raadpleeg kwantitatieve gegevens en bevestig de doelgroep zelf (benader sleutelfiguren/partijen zoals ouders, buurtsportcoaches of professionals die nu al in contact staan).
3. Versterk de huidige situatie in de buurt: breng het bestaande sport- en beweegaanbod en gemeentelijk beleid in kaart en beschrijf hoe de aanvraag daarop aansluit.
4. Denk meteen na over de continuïteit van het project: op welke wijze blijven de deelnemers sporten en bewegen, wordt kennis behouden en de financiering rendabel? Maak een begroting voor jaar 3.
5. Heb continue aandacht voor de lokale samenwerking: beschrijf concreet mogelijk wat, wanneer en hoe en wie nodig is, spreek belangen en ambitie uit, onderteken convenanten en organiseer een kick-off bijeenkomst.

De Sportimpuls wordt mogelijk gemaakt door het Ministerie van VWS in samenwerking met NISB, NOC*NSF, VSG en ZonMw. Meer informatie vind u op www.sportindebuurt.nl. NOC*NSF heeft in samenwerking met de partners lokale Sportimpuls ondersteuners opgeleid. Iedere Sportimpulsaanvrager, projectleider of andere betrokkene kan op deze lokale ondersteuners beroep doen.

Meer informatie: <http://www.sportindebuurt.nl/hulp-nodig/>
Het gehele rapport kan worden gedownload op <http://beheer.nisb.nl/cogito/modulo/uploads/docs/69481414062597.pdf>

Astrid Cevaal studeerde sportpedagogiek aan de Universiteit Utrecht en is sinds 2008 als onderzoeker werkzaam bij het Mulier Instituut. Voor meer informatie: a.cevaal@mulierinstituut.nl

Eralt Boers studeerde Sociale Wetenschappen aan de Vrije Universiteit Amsterdam en is sinds 2006 als onderzoeker/adviseur werkzaam bij Kennispraktijk. Sinds 1 oktober 2014 bekleedt hij de functie van directeur. Voor meer informatie e.boers@kennispraktijk.nl

Maaïke van Meerten studeerde sportpedagogiek aan de Universiteit Utrecht werkte zes jaar bij Sport & Zaken en sinds 2013 projectleider Sportimpuls bij NOC*NSF. Voor meer informatie: maaïke.vanmeerten@nocnsf.nl