

District Spots: sportplekken voor en door jongeren

De belangrijkste opbrengsten en succesfactoren in beeld

Agnes van Suijlekom

Maxine de Jonge

Laura van der Meijde

Johan Steenbergen

District Spots: sportplekken voor en door jongeren

De belangrijkste opbrengsten en succesfactoren in beeld

In opdracht van NOC*NSF

Agnes van Suijlekom
Maxine de Jonge
Laura van der Meijde
Johan Steenbergen

© Mulier Instituut
Utrecht, januari 2023

Mulier Instituut
sportonderzoek voor beleid en samenleving

Postbus 85445 | 3508 AK Utrecht
Herculesplein 269 | 3584 AA Utrecht
T +31 (0)30 721 02 20 | I www.mulierinstituut.nl
E info@mulierinstituut.nl | T [@mulierinstituut](https://www.mulierinstituut.nl)

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	4
2.	Aanpak	6
3.	Algemeen beeld van de District Spots	8
3.1	Hoe ziet een District Spot eruit?	8
3.2	Wie komen naar de District Spot?	8
3.3	Activiteiten op de District Spot	9
4.	Doelen en opbrengsten van District Spots	10
4.1	Doelen en ervaren opbrengsten voor de jongeren	10
4.2	Overige opbrengsten	13
5.	Van planvorming naar uitvoering: verloop van het proces	14
6.	Succesfactoren voor District Spots	18
7.	Conclusies en aanbevelingen	21
7.1	Conclusies	21
7.2	Aanbevelingen voor het ontwikkelen en uitvoeren van een District Spot	22
	Bijlage 1 Instructies foto-opdracht voor kartrekker	24

1. Inleiding

District Spots zijn sport- en ontmoetingsplekken ‘van, voor, door en met jongeren’. Ze zijn een initiatief van enkele sportbonden en NOC*NSF in samenwerking met de Cruyff Foundation en Krajicek Foundation. Op de District Spots worden sportactiviteiten georganiseerd voor kinderen en jongeren uit de wijk of buurt. De District Spots dienen als een locatie waar jongeren samen kunnen komen om te sporten en waar het accent ligt op persoonlijke ontwikkeling. Het opzetten van een District Spot gebeurt door een werkgroep. Die kan bestaan uit (een mix van) landelijke en/of lokale partijen, zoals sportbonden, gemeenten, jongeren- & welzijnswerk en sportorganisaties, met inbreng van gemotiveerde jongeren.

In 2022 zijn 23 District Spots gestart. Dit zijn vaak bestaande initiatieven die een financiële impuls krijgen op het moment dat zij een District Spot worden. Om een District Spot te worden moet het initiatief voldoen aan de volgende criteria¹:

- De Spot ligt in een wijk met aantoonbaar minder kansen voor jongeren en een lage sportdeelname.
- De Spot is (bij voorkeur) een al bestaande locatie waar voortgebouwd kan worden op de aanwezige capaciteit.
- Er is minimaal één intrinsiek gemotiveerde lokale jongere die de Spot mee ontwikkelt.
- De gemeente en lokale partijen zijn enthousiast en betrokken, en staan positief tegenover de ondersteuning en borging van de District Spot.

Aan elke District Spot ligt een ontwikkelplan ten grondslag dat wordt ingediend bij NOC*NSF. Na goedkeuring door NOC*NSF start de uitvoering van het plan. Belangrijk is dat ook wordt nagedacht over borging van wat er is ontwikkeld. Deze fase van ontwikkelen en uitvoeren kan worden beschouwd als een pilotfase. De pilots kunnen (leer)ervaringen opleveren voor een bredere, landelijke uitrol.

Deze (leer)ervaringen zullen per locatie verschillen. Daarom is het zinvol om per locatie te kijken wat de opbrengsten zijn en wat er goed en minder goed gaat bij het ontwikkelen en uitvoeren van de plannen. Het gaat zowel om het proces volgen en hiervan leren (het hoe) als om zicht krijgen op de mogelijke (indicatieve) effecten/opbrengsten van deze District Spots.

Onderzoeksdoel

Het doel van dit onderzoek is om zicht te krijgen op de opbrengsten van District Spots en hoe de ontwikkeling van het plan, de fase van planvorming naar uitvoering en de uitvoering (zijn) verlopen. Vanuit dit ‘zicht’ zijn succesfactoren te identificeren die van belang zijn voor een verdere uitrol van District Spots. De volgende vragen staan hier centraal:

1. Wat zijn de belangrijkste opbrengsten van District Spots?
2. Op welke wijze is het plan ontwikkeld, hoe is de fase van plan naar uitvoering ervaren en hoe verloopt de uitvoering?
3. Wat zijn de succesfactoren voor ontwikkeling en uitvoering van een (nieuw op te zetten) District Spot?

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 presenteren wij de onderzoeksaanpak. Vervolgens beschrijven we in hoofdstuk 3 het algemene beeld van de District Spots: hoe ziet een District Spot eruit? Wie komen naar de District Spot? En

¹ Deze criteria zijn opgesteld door NOC*NSF: <https://nocnsf.nl/media/5595/onepager-district-sports-sportbonden-en-partners-definitief.pdf>

welke activiteiten vinden plaats op de District Spot? Hoofdstuk 4 gaat over de doelen en de waargenomen opbrengsten van de District Spots. Daarna beschrijven we in hoofdstuk 5 het verloop van het proces van planvorming naar uitvoering. In hoofdstuk 6 belichten we factoren die bijdragen aan het succes van een District Spot. We sluiten af met de conclusies in hoofdstuk 7.

2. Aanpak

Voor dit onderzoek hebben we twee methodes gebruikt om data te verzamelen: 1) interviews met zogenoemde kartrekkers van de District Spots en 2) groepsgesprekken met jongeren.

Interviews

We hebben met 20 van de 23 District Spots gesprekken gevoerd, omdat de laatste drie spots pas eind 2022 zijn gestart. We hebben de interviews gevoerd met de kartrekkers van de District Spots. De kartrekkers zijn de projectleiders en/of coördinatoren van de District Spots. Daarnaast hebben we met twee managers van de Cruyff Foundation en de Krajicek Foundation gesproken.

18 van deze 22 interviews waren online of telefonisch. NOC*NSF heeft vier District Spots geselecteerd waar we de interviews met de kartrekkers face-to-face hebben gehouden. De interviews vonden plaats voor of na een groepsgesprek met de jongeren (zie 'Groepsgesprekken'). Voorafgaand aan het gesprek hebben deelnemers toestemming gegeven voor deelname aan het onderzoek. Onderwerpen die tijdens het gesprek aan bod kwamen waren:

- het aanbod en de doelgroep van de District Spot;
- het proces van planvorming en uitvoering en de ervaringen daarmee;
- succesfactoren voor de District Spot;
- opbrengsten van de District Spot;
- borging van de District Spot.

Alle interviews zijn volledig getranscribeerd en geanalyseerd aan de hand van een codeboom in MaxQDa.

Groepsgesprekken

We hebben vijf groepsgesprekken gevoerd met in totaal twintig jongeren die betrokken zijn bij vier verschillende District Spots. Eén groepsgesprek was met jongeren die betrokken zijn bij het organiseren van een District Spot. Deze jongeren zijn verantwoordelijk voor het opzetten en uitvoeren van het sportaanbod. De vier overige gesprekken waren met jongeren die gebruik maken van het georganiseerde aanbod op District Spots, ook wel 'eindgebruikers' genoemd. Twee van die gesprekken met eindgebruikers waren met jongeren die gebruik maken van dezelfde District Spot. Deze District Spot heeft aanbod voor twee aparte doelgroepen (meiden jonger dan 18 jaar en meiden van 18 jaar en ouder). Die doelgroepen hebben we apart geïnterviewd.

Vier groepsgesprekken waren op de locatie van de District Spots en één groepsgesprek vond online plaats. Alle jongeren hebben voorafgaand aan het gesprek een toestemmingsformulier ondertekend. Als ze jonger dan 16 jaar waren, hebben hun ouders het toestemmingsformulier ook ondertekend.

Fotomethode

We hebben de jongeren gevraagd wat zij doen op de District Spot, wat ze daar leren, wat ze leuk vinden en wat er beter kan. Vragen over deze onderwerpen stelden we naar aanleiding van foto's en stellingen. De foto's zijn gemaakt door de jongeren zelf. Via de kartrekkers vroegen wij hen om, voorafgaand aan het groepsgesprek, twee foto's te maken van iets waarvoor ze graag naar de District Spot komen (zie bijlage 1 voor een uitgebreide toelichting van de foto-opdracht).

Uiteindelijk hebben we bij drie van de vijf gesprekken foto's gebruikt als startpunt voor het delen van ervaringen. Voor de jongeren uit de overige twee groepen bleek het te lastig om foto's te maken, omdat de kartrekkers hen niet hadden geïnstrueerd of omdat zij geen toegang hadden tot een camera. Deze

jongeren hebben we open vragen voorgelegd over hun ervaringen met de District Spot. Dit resulteerde in rijke, waardevolle gesprekken met de jongeren.

3. Algemeen beeld van de District Spots

Enerzijds zijn de District Spots te zien als een locatie: een sportplek voor kinderen en (voornamelijk) jongeren. Anderzijds zijn ze te zien als een organisatievorm, aangezien het project op bestaande initiatieven bouwt en deze initiatieven niet per se de naam 'District Spot' overnemen. NOC*NSF heeft er bewust voor gekozen om de naam District Spot niet te verplichten, zodat 'enerzijds vooral voortgebouwd kan worden op bestaande initiatieven en anderzijds de ruimte te laten aan de partners/jongeren om een eigen identiteit, naam en logo te creëren voor hun District Spot'.²

We geven in dit hoofdstuk een algemeen beeld van de District Spots op basis van de ervaringen van kartrekkers. De kartrekkers van de District Spots zijn in de meeste gevallen werknemers van een van de betrokken lokale organisaties, zoals een jongerencentrum, welzijnsorganisatie of stichting. In enkele gevallen spraken we jongeren met een rol als kartrekker.

3.1 Hoe ziet een District Spot eruit?

De District Spots zijn vaak bestaande initiatieven waar al regelmatig (sport)activiteiten plaatsvonden. In de meeste gevallen zijn het dus geen nieuwe sportlocaties. Het verschilt per District Spot hoe de locatie eruitziet.

Veel District Spots hebben een openbare sportlocatie in de buitenlucht tot hun beschikking. Zo zijn er District Spots die hun activiteiten organiseren op een Cruyff Court³ of op een Krajicek Playground⁴. Daarnaast zijn er District Spots die hun activiteiten organiseren op een andere openbare buitensportlocatie, zoals een basketbalveld of skatebaan. Weer andere District Spots organiseren hun activiteiten binnen: zij huren een sportzaal of zitten in een (voormalig) jongerencentrum. Sommige District Spots hebben zowel binnen- als buitenruimten:

'Wij hebben een aantal binnen- en buitenlocaties. Buiten moet je denken aan de Cruyff Court die wij hebben in onze wijk, of het Krajicekplein. Dat zijn openbare plekken waar wij onze banners neerzetten. Wij houden daar dan verschillende activiteiten, zoals een voetbalpartijtje. En binnen doen wij bijvoorbeeld het kickboksen.' (Kartrekker)

3.2 Wie komen naar de District Spot?

Zoals beschreven in hoofdstuk 1 is het een voorwaarde dat een District Spot in een wijk ligt met minder kansen voor jongeren en een lage sportdeelname. Veel kartrekkers geven aan dat iedereen zich kan aanmelden voor de activiteiten, maar dat ze vooral gericht zijn op kinderen en jongeren uit aandachtswijken, die vaak geen lid zijn van een sportvereniging. In uitzonderlijke gevallen gaan de jongeren in dergelijke wijken niet naar school, maar hangen ze buiten rond.

² NOC*NSF, persoonlijke communicatie, 23 januari 2023.

³ Cruyff Courts zijn openbare voetbalveldjes met kunstgras, een initiatief van de Cruyff Foundation: <https://www.cruyff-foundation.org/jaarverslag/cruyff-courts/>

⁴ Krajicek Playgrounds zijn openbare sportpleinen, een initiatief van de Krajicek Foundation: <https://krajicek.nl/wat-we-doen/playgrounds/>

Een van de jongeren die verantwoordelijk is voor het organiseren van activiteiten op een District Spot omschrijft de doelgroep als volgt:

‘Het zijn juist ook jongeren die veel buitenspelen en basketbal leuk vinden, maar ook jongeren die problemen hebben, niet durven of geen plek hebben op de club. Ik denk dat wij juist ook daarvoor staan, dat juist die kinderen kunnen komen basketballen. [...] Het is echt de hele buurt die meedoet.’ (Jongere)

De leeftijd van de deelnemende jongeren verschilt per District Spot. Er zijn locaties waar kinderen vanaf 8 jaar welkom zijn en waar jongvolwassenen van 25 jaar komen, maar de meeste deelnemers zijn jongeren tussen de 12 en 18 jaar oud. Vaak zijn jongens in de meerderheid, al zijn er District Spots met aanbod voor alleen meiden en/of vrouwen.

3.3 Activiteiten op de District Spot

Bij de meerderheid van de District Spots staan sportactiviteiten centraal. Het aanbod varieert per spot. Waar de ene focust op één sport, biedt de andere verschillende sporten aan. De meest genoemde sporten die worden aangeboden zijn (zaal)voetbal, skaten, kickboksen en basketbal. Freerunnen, dans, calisthenics, hockey en e-sports worden ook genoemd. Vooral urban sports lijken de jongeren aan te spreken. Een aantal spots vindt het belangrijk dat de jongeren op de District Spot kennismaken met sporten die zij nog niet kennen.

Vaak wordt het activiteitenaanbod georganiseerd in samenspraak met de eindgebruikers van de District Spot. Uit het groeps gesprek met jongeren die verantwoordelijk zijn voor het organiseren van de activiteiten, blijkt dat het aanbod hierdoor enorm verschilt:

‘In principe gebeurt er heel veel. Alle urban sports die je kan bedenken. Wij hebben nu ook op de zondag een mix met touwtjespringen, dans en basketbal. Maar ja, er kan volgende week zo een schaatsbaan staan. Het is gewoon wat de jongeren willen. Dan kijken wij wat we met z’n allen hier kunnen regelen.’ (Jongere)

Bij sommige spots is (ook) aandacht voor culturele activiteiten. Voorbeelden zijn muziek maken, podcasts opnemen en werken in een atelier. Bij enkele District Spots wordt voorafgaand aan de sportactiviteiten huiswerkbegeleiding of bijles verzorgd.

Zoals in de vorige paragraaf beschreven, is er ook aandacht voor persoonlijke ontwikkeling. Bijvoorbeeld door gesprekken te voeren of adviezen te geven.

‘Dus het is bij ons niet alleen sport en spel, maar dat ze ook nog een stukje discipline meekrijgen. Een stukje in hun eigen persoonlijke ontwikkeling ook hè, dat we bepaalde tips of adviezen geven. Dus het is een combinatie van alles.’ (Kartrekker)

4. Doelen en opbrengsten van District Spots

We hebben de kartrekkers gevraagd wat zij willen bereiken met hun District Spot. De antwoorden zijn onder te verdelen in de volgende doelen:

- 1) een veilige omgeving creëren waar kinderen en jongeren gezien worden;
- 2) kinderen en jongeren aan het sporten krijgen;
- 3) kansen bieden om vaardigheden en talenten te ontwikkelen.

In paragraaf 4.1 lichten we de gestelde doelen nader toe en gaan we in op de ervaren opbrengsten voor de jongeren. Dit geven we weer vanuit het perspectief van zowel de kartrekkers als de eindgebruikers. In paragraaf 4.2 beschrijven we de ‘overige’ opbrengsten van de District Spot, namelijk de waargenomen opbrengsten voor de betrokken organisaties en de wijk.

4.1 Doelen en ervaren opbrengsten voor de jongeren

Veilige omgeving creëren waar kinderen en jongeren gezien worden

‘Sommige kinderen hebben het idee dat ze nergens worden gezien en dat niemand naar ze omkijkt, thuis of op school. Wij willen juist het beeld geven van: “Nee, ondanks dat je niet ergens wordt gezien, wij zien jou wel. Kom maar met ons meedoen op de District Spot”.’
(Kartrekker)

Bovenstaand citaat van een van de kartrekkers illustreert dat de District Spot een plek moet zijn waar jongeren gezien worden. Een aantal respondenten wijst op het belang van het ‘communitygevoel’, dat jongeren het gevoel hebben ergens bij te horen en dat zij zich thuis voelen op een plek waar ze gezien, erkend en herkend worden. Om onderdeel te worden van de community is het belangrijk dat de deelnemers structureel aanwezig zijn en verbinding hebben met de andere deelnemers.

Een District Spot moet aanvoelen als een veilige omgeving voor de kinderen en jongeren. Zo geeft een van de kartrekkers aan:

‘Voor mij gaat het erom dat de kinderen zich veilig voelen. Dat de kinderen gedragsmatig erop vooruitgaan. Dat heb ik in de afgelopen drie maanden heel erg gezien. En ja dat geeft mij gewoon echt voldoening en dan is het voor mij al echt geslaagd zeg maar. Maar ik maak mij wel zorgen op het moment dat het er niet meer is. Dat zeg ik wel heel eerlijk.’ (Kartrekker)

Volgens de kartrekkers hebben niet alle jongeren een stabiele thuissituatie. Zij vinden het daarom belangrijk dat er een veilige plek is in de wijk waar jongeren kunnen samenkomen. In de gesprekken is niet ter sprake gekomen of de District Spots randvoorwaarden creëren, zoals een vertrouwenscontactpersoon of gedragscode.

Opbrengsten

De kartrekkers geven aan dat zij er via de District Spots in slagen een veilige omgeving te creëren. Volgens de kartrekkers bieden de spots jongeren een veilige plek om dingen uit te proberen, waardoor ze zichzelf durven te zijn. Ze ontdekken waar ze goed in zijn en dat zorgt voor (meer) zelfvertrouwen en intrinsieke motivatie.

Deze overtuiging komt overeen met de verhalen van de jongeren zelf. Zo beschrijft één van de jongeren de District Spot als een plek waar *‘iedereen veilig is en waar iedereen weet dat ze mogen komen’*. Een leeftijdsgenoot geeft een voorbeeld van een specifieke ervaring tijdens het maken van een podcast waarin de jongere zich vertrouwd voelde:

‘Het was een nieuwe ervaring en ik vond het best wel leuk om te doen, ook met mensen die je kent. Het gaf een vertrouwd gevoel om mensen te interviewen, als ik ook met mensen om mij heen ben die ik ken.’ (Jongere)

Meerdere jongeren en kinderen herkennen zich in dit voorbeeld. Zij geven aan dat ze zichzelf kunnen zijn op de District Spot en vertrouwd zijn met de personen die daar zijn: dan *‘durf je gewoon te doen wat je wilt doen’*.

Aanvullend geven enkele jongeren aan dat zij zien hoe nieuwe deelnemers steeds meer op hun gemak raken:

‘Als er dan zo’n nieuweling voor het eerst komt, dan merk je dus dat die heel vaak wat terughoudender en wat stiller zijn. Maar na, ik denk maximaal drie keer geweest, dan zijn ze een heel ander persoon. Dat vind ik altijd wel heel mooi om te zien, omdat ze dan toch zien van “oké, ik kan mezelf zijn”, snap je? Ik kan gewoon zeggen wat ik wil, ik kan gewoon doen wat ik wil en ik vind dat wel ook heel belangrijk, dat iedereen zich op die manier kan uiten.’ (Jongere)

Kinderen en jongeren aan het sporten krijgen

De kartrekkers benoemen het belang van sportactiviteiten voor de deelnemende jongeren. Duidelijk is dat sport als doel én als middel wordt ingezet. Aangezien niet alle jongeren zich thuis voelen op een sportvereniging of een sportlidmaatschap kunnen betalen, is structureel sportactiviteiten aanbieden een belangrijk doel voor de District Spots. De District Spots zorgen wekelijks voor meerdere sportmogelijkheden en bieden die gratis aan.

‘Kijk, wij proberen de jongeren bewust te maken van een bepaalde invulling van hun leven, of hun dag, om het iets luchtiger te maken. Ook om ze daarmee soms gewoon wat meer op het rechte pad te houden, of in ieder geval een nuttige invulling te geven.’ (Kartrekker)

Bovenstaand citaat laat zien dat de sportactiviteiten ook als middel worden ingezet. Enerzijds dragen ze bij aan de ontwikkeling van de jongeren (zie volgend doel), anderzijds zorgen ze voor een nuttige vrijetijdsbesteding.

Opbrengsten

De kartrekkers benoemen dat zowel de eindgebruikers als de jongeren die het aanbod uitvoeren enthousiast zijn. Door het aanbod van de District Spot komen de kinderen en jongeren uit de wijk in contact met nieuwe sporten of andere activiteiten en met andere jongeren uit de wijk. Verder zien ze een groei in het aantal deelnemers en op sommige plekken in het aantal jongeren dat betrokken is bij de uitvoering.

Eindgebruikers ervaren nieuwe sporten/activiteiten leren en sociale contacten opdoen als positief. De kinderen en jongeren geven aan dat zij graag naar de District Spot gaan vanwege interesse in de activiteit(en) én om samen te zijn met vrienden of andere leeftijdsgenootjes. Net als de kartrekkers zien sommige kinderen het aantal deelnemers groeien:

Interviewer: *‘Zijn er nog andere dingen die jullie leuk vinden aan deze plek?’*

Deelnemer District Spot: *‘Dat er heel vaak veel kinderen komen zeg maar. Bij het begin kwamen er best weinig, maar dat blijft stijgen.’*

Interviewer: *‘Oké dus dat er eigenlijk steeds meer kinderen naartoe komen, dat vind jij leuk?’*

Kind: *‘Ja. [...] Want als je maar met twee kinderen of zo bent, dan kan je niet echt partijen.’*

Volgens deze eindgebruiker is sporten leuker wanneer meer kinderen aan de activiteiten deelnemen.

Kansen bieden om vaardigheden en talenten te ontwikkelen

Een ander doel van de District Spots is het bieden van kansen om vaardigheden en talenten van kinderen en jongeren te ontwikkelen. Zo geeft een van de kartrekkers aan:

‘Ik vind het heel belangrijk dat jongeren de kans krijgen om zich te ontwikkelen, want ook zij hebben talenten en vaardigheden. Het is alleen... hun wieg staat ergens anders, zo zie ik het altijd en... ik vind dat ze gewoon een kans moeten en kunnen verdienen, ongeacht wie je bent of waar je woont.’ (Kartrekker)

In meerdere gesprekken met kartrekkers komt naar voren dat zij proberen de kinderen en jongeren te helpen met het ontwikkelen van *‘lifeskills’*. Voorbeelden van deze *lifeskills* zijn zelfredzaamheid, zelfsturing, eigenaarschap nemen, discipline, reflecteren op het eigen gedrag en samenwerken. Via de (sport)activiteiten en persoonlijke gesprekken met de kinderen en jongeren proberen zij aan deze vaardigheden te werken. Dit geldt zowel voor de jongeren die kartrekker zijn als voor de jongeren die eindgebruiker zijn van de District Spot.

Om deze vaardigheden te ontwikkelen is het belangrijk om jongeren met een rol als kartrekker te bekrachtigen:

‘Het doel van District Spots is dat wij niet focussen op professionals, wij willen hen niet ondersteunen. Nee, wij willen de jongeren in hun kracht zetten. Ik denk dat dat een heel groot verschil is. Het is niet perse een heel uniek concept, want er zijn al een aantal hele goede voorbeelden in het land, maar ik denk wel dat het nog heel weinig gebeurt. Dus ik denk dat heel veel mensen die allerlei initiatieven ondersteunen toch vaak de zekerheid opzoeken van een professionele organisatie. Dat is dus wat wij bij District Spots niet doen, het bij ons de jongeren in hun kracht zetten en die ondersteunen.’ (Overkoepelende organisatie)

‘Die District Spots moeten zijn wat de jongeren willen dat ze zijn. Wij als volwassenen hoeven dat niet te bedenken voor ze. Het leent zich niet zo goed voor dit project om van tevoren te bedenken hoe het moet worden, omdat je de jongeren juist heel erg vrij moet laten in hoe zij dat willen doen.’ (Overkoepelende organisatie)

Meerdere respondenten benadrukken het belang van jongeren betrekken en op hen vertrouwen. Door de jongeren een gevoel van autonomie te geven kunnen mooie dingen ontstaan, geven zij aan. In de praktijk kan dit wel een uitdaging zijn.

Opbrengsten

Veel kartrekkers zien een groei in persoonlijke ontwikkeling bij de jongeren. Zij merken dat de jongeren die de activiteiten opzetten en actief meedenken (meer) zelfvertrouwen krijgen en dat de jongeren trots zijn op zichzelf en de District Spot. Dit wordt ondersteund door de ervaringen van deze jongeren zelf:

‘Er wordt gewoon heel erg veel vertrouwen in je gestopt, van “start het lekker op” en “heel goed plan”, waardoor je gewoon zelfvertrouwen geeft.’ (Jongere)

Uit de gesprekken met de eindgebruikers blijkt dat nieuwe dingen leren ze zelfvertrouwen geeft. De kinderen en jongeren die deelnemen aan de District Spots ervaren een gevoel van competentie doordat zij nieuwe dingen doen en die uiteindelijk lukken, zoals het opnemen van een podcast. Dit geeft ze een *kick*. Andere jongeren krijgen zelfvertrouwen door aanmoedigingen van anderen tijdens het sporten. Weer anderen herkennen zich hier niet in: zij geven aan dat zij al zelfvertrouwen hadden voordat zij aan de activiteiten meededen.

Kartrekkers zien dat de eindgebruikers eigenschappen ontwikkelen zoals discipline en sociale vaardigheden. Een aantal jongeren geeft aan dat zij op de District Spot leren om door te zetten, samen te werken en verantwoordelijkheid te nemen.

Naast de persoonlijke ontwikkeling ervaren de kartrekkers een groei in de professionele ontwikkeling van de jongeren. Sommige District Spots nemen de jongeren in dienst, waardoor ze een (betaalde) baan krijgen. Bij veel andere District Spots zijn er vrijwilligers, maar zij geven aan: *'het is wel iets wat wij op onze cv kunnen zetten'*. Door aan een District Spot bij te dragen kunnen jongeren hun organisatorische of financiële vaardigheden (door)ontwikkelen. Ze leren over projectmatig werken en in sommige gevallen hoe bepaalde processen bij de gemeente werken.

4.2 Overige opbrengsten

Naast de opbrengsten voor de kinderen en jongeren kan de District Spot opbrengsten hebben voor de kartrekkers, de betrokken organisaties en de wijk.

Voor de kartrekkers en andere betrokkenen

De kartrekkers zien een aantal opbrengsten voor zichzelf en (andere) betrokken organisaties door de District Spot. Ze noemen bijvoorbeeld dat steeds meer partijen bij de District Spots betrokken raken. Ze ervaren deze samenwerkingen als prettig, omdat ze een gezamenlijk doel hebben. Daarnaast geven ze aan dat ze door de District Spot nieuw en/of beter sportaanbod konden realiseren. Verder hebben ze door de District Spot (beter) geleerd om met jongeren te werken. De kartrekkers geven aan dat ze een band met de jongeren hebben opgebouwd. De kartrekkers halen energie en een gevoel van voldoening uit dit werk.

Voor de wijk

De kartrekkers zien een aantal opbrengsten van de District Spot voor de wijk. Ze geven aan dat de plekken levendiger worden en dat ze positieve reacties ontvangen van buurtbewoners. Bijvoorbeeld dat bewoners minder overlast van hangjongeren ervaren. Verder zien ze in sommige gevallen dat ouders van de deelnemers bij de plek betrokken raken en zich ervoor willen inzetten.

'Ja ik merk ook wel dat ouders ook wel reacties geven van "joh wij willen ook wat"... zij willen ook hun horizon verbreden, dus ik zeg altijd "kom mee hockeyen". Echt zo leuk, papa's en mama's die dan mee hockeyen met hoofddoek en lange jurk en dan niet mee kunnen rennen door de lange jurk. Echt fantastisch om te zien.' (Kartrekker)

5. Van planvorming naar uitvoering: verloop van het proces

In dit hoofdstuk beschrijven we de ervaringen met de planvorming en de uitvoering van plannen. We sluiten het hoofdstuk af met een blik op de toekomst van District Spots.

Planvorming

NOC*NSF heeft organisaties die in aandachtswijken actief zijn op het gebied van (sport voor) kinderen en jongeren benaderd om een District Spot te worden. Dat houdt volgens de kartrekkers vooral in dat zij een financiële impuls krijgen om de activiteiten van de organisatie een boost te geven. Om hiervoor in aanmerking te komen moesten de initiatieven in het voorjaar van 2022 een ontwikkelplan indienen bij NOC*NSF. Deze plannen werden vaak opgesteld door een werkgroep bestaande uit een lokale organisatie en jongeren. Belangrijk hierbij was dat de behoeften van de jongeren centraal stonden.

Het opstellen van het ontwikkelplan werd verschillend ervaren. Voor sommige werkgroepen kostte het weinig moeite, bijvoorbeeld omdat zij al eerder dergelijke plannen hadden opgesteld of al een plan klaar hadden liggen. Voor andere werkgroepen was het nieuw. Zij vonden het lastig om het plan op te stellen. Sommige District Spots geven aan baat te hebben gehad bij de gesprekken met de procesbegeleider van NOC*NSF en/of Triple ThreaT⁵ tijdens deze fase van planvorming.

Als onderdeel van het ontwikkelplan moesten de spots een begroting opstellen, met daarin de posten waar het geld van de financiële impuls naartoe zou gaan. Alle District Spots kregen hetzelfde budget, ondanks dat de plannen van elkaar verschilden.

Op aanbeveling van NOC*NSF hebben vrijwel alle initiatieven hun eigen naam behouden (en niet veranderd naar 'District Spot').

Uitvoering

Over het algemeen hebben de kartrekkers het proces ervaren als interessant en leerzaam. Van de uitvoering krijgen de kartrekkers veel energie. Kinderen en jongeren bij elkaar brengen en hen zien ontwikkelen geeft voldoening. Wel ervaren sommige jongeren het als uitdagend of tijdrovend, vooral als zij naast hun taken bij de District Spot nog werken of studeren.

In deze paragraaf beschrijven we de ervaringen met twee onderwerpen die in de interviews veelvuldig naar voren kwamen: (de hoogte van) de financiële impuls en samenwerking.

Financiële impuls

Alle spots zijn blij met de financiële impuls. Het verschilt per District Spot waar zij het geld aan hebben uitgegeven. Voorbeelden zijn de locatie opknappen (clubhuis of sportruimten), extra (indoor) activiteiten organiseren, materialen aanschaffen en cursussen volgen. Veel kartrekkers zien de impuls als een mooie kans om hun initiatief uit te breiden met activiteiten, het origineler te maken of aandacht te besteden aan branding.

‘Door het budget dat is vrijgekomen hebben wij toch veel meer mogelijkheden gehad. Bijvoorbeeld door indoorrymtes te reserveren bij weersomstandigheden waarvan je denkt: “Wij kunnen niet met de jongens de hele dag gaan lopen voetballen buiten”.’ (Kartrekker)

⁵ Triple ThreaT is een jongereninitiatief waarbij jongeren de mogelijkheid krijgen om op een laagdrempelige manier in aanraking te komen met sport. Het zet basketbal in als middel om jongeren te ontwikkelen. Triple ThreaT heeft een inspiratiesessie verzorgd voor een aantal District Spots.
<https://stichting.triplethreat.nl/about-me/>

Vooral bij de initiatieven waar kartrekkers voorheen kosten uit eigen zak betaalden was de financiële impuls welkom.

De meningen waren verdeeld over de hoogte van de financiële impuls. Zo gaf een aantal spots aan dat het toegekende bedrag te laag was voor de plannen die zij hadden. Bij andere spots was het budget ruim voldoende om hun doelen te bereiken. Een organisatie die zicht heeft op een aantal District Spots geeft aan dat de balans ontbreekt in de hoogte van de financiële impuls:

‘Als je tegen iemand zegt dat ze een bepaald budget kunnen aanvragen, dan gaan ze ook het maximale budget aanvragen. Dus dan gaat het niet over wat heb je echt nodig, dan gaat het gewoon over, ja hoe gaan wij dat maximale budget, wat kan ik daar allemaal instoppen. Dat is waar het mij om gaat, het gaat me niet eens om dat bedrag, het gaat me erom dat er misschien ook spots zijn die met minder geld al voldoende hebben maar dan toch allemaal tot het maximale budget komen. Ja ik denk dat dat gewoon niet altijd ten goede komt. En op sommige plekken is het maximale budget misschien wel te weinig, omdat ze grote plannen hebben en iets met de accommodatie willen ofzo. Dus die balans mist een beetje.’ (Overkoepelende organisatie)

In enkele gevallen leverde het bedrag stress op. Zo geeft een van de kartrekkers, die fulltime ergens anders werkt, aan:

‘Ja het is wel een last op je schouder en het is ook wel een groot bedrag dat je krijgt en dat wil je dan ook goed besteden. Ja dus ik heb het wel heel erg onderschat als ik over mezelf spreek. [...] Wij hebben een ontwikkelplan gemaakt met een begroting. Een hele ruwe schatting van hoe je het wilt besteden. Dus dat wil je natuurlijk ook gewoon nakomen, maar je loopt heel gauw tegen zaken aan. En wat ik al zei, de hele zomervakantie heeft ertussen gezeten, iedereen heeft natuurlijk zijn zomervakantie gehad, dus dan lig je er ook al vijf weken uit. En het verantwoordelijkheidsgevoel dat je heel veel stress geeft, dat je iets hebt toegezegd en iets wilt doen, maar dat je achter de feiten aanloopt.’ (Kartrekker, jongere)

Deze stress lijkt vooral te komen doordat de spots het geld vóór het einde van 2022 moesten uitgeven. Iedere District Spot heeft in het ontwikkelplan een planning opgenomen. Om uiteenlopende redenen is het niet elke spot gelukt zich aan die planning te houden. Bij sommige spots duurde het langer dan verwacht voordat zij een gesprek met NOC*NSF konden voeren, voor het ontwikkelplan werd goedgekeurd of voor ze het geld kregen. Hierdoor startten zij later dan gepland met de uitvoering van de beoogde activiteiten. De zomervakantie zorgde (ook) voor vertraging bij een aantal spots.

Sommige kartrekkers ervaarden stress toen het niet lukte om aan die planning vast te houden. Een aantal spots sprak dan ook de wens uit om (een deel van) het bedrag mee te nemen naar 2023. Alle District Spots hebben om die reden uitstel gekregen tot 31 maart 2023. Op die manier hebben de spots meer tijd om een deel van hun planning op te schuiven naar het nieuwe jaar en nog niet bestede bedragen in te zetten in het eerste kwartaal van 2023.

Samenwerking met landelijke/lokale organisaties

Over het algemeen ervaren de jongeren die kartrekker zijn de samenwerkingen als prettig. Een aantal jongeren werkt al langere tijd samen met bepaalde organisaties, maar er zijn ook nieuwe samenwerkingen ontstaan. De kartrekkers hebben de vrijheid om samenwerkingen op te zoeken met organisaties naar keuze. Het verschilt per District Spot hoe kieskeurig de kartrekkers zijn als het gaat om de partijen waarmee zij samenwerken. Zo geeft een van de kartrekkers aan dat zij bewust met één organisatie samenwerken:

‘Wij hebben bewust enkel voor [naam organisatie] gekozen. Zij hebben een aantal jongerenwerkers waarmee wij goed kunnen samenwerken. En eigenlijk is er bewust voor gekozen om niet met te veel partijen te gaan samenwerken, omdat je dan meerdere visies hebt die kunnen botsen met elkaar. Wij willen het project ook “jongeren eigen” houden.’ (Kartrekker, jongere)

Een van de jongeren benadrukt blij te zijn met de waardering van de partners:

‘Ik merkte ook gewoon dat die partners met wie wij samenwerken het ook echt supportten. Dat is echt heel nice om te zien dat het ook echt gewaardeerd wordt. Niet alleen vanuit de kinderen, maar ook vanuit de partners met wie wij werken.’ (Kartrekker, jongere)

Een andere jongere ervaart een prettige samenwerking met zowel de verbonden lokale organisatie als de landelijke organisatie, maar onderschatte hoeveel werk erbij kwam kijken. Deze jongere had behoefte aan meer duidelijkheid aan het begin van het proces: *‘Misschien is het goed om echt duidelijk uit te leggen van wat nu de bedoeling is, wat het qua tijd gaat kosten, wat ze eigenlijk verwachten.’*

Samenwerking met jongeren

De samenwerking met de jongeren loopt volgens lokale en landelijke organisaties die zijn betrokken bij de District Spots over het algemeen goed. Zij benadrukken dat het bij dit project belangrijk is dat de jongeren en hun ideeën leidend zijn. Veel organisaties hebben ervaring met jongeren. Het lukt ze goed om de jongeren te ondersteunen, maar ze wel zelf zaken te laten regelen en beslissingen te laten maken. Andere organisaties vinden het lastig welke taken ze kunnen overlaten aan de jongeren:

‘Het is soms een spanningsveld... wat je uit handen geeft en wat je zelf doet. Wanneer laat je jongeren het zelf doen en wanneer ga je het voor hen doen? Dat zien wij denk ik over twee maanden of het gelukt is. Als dat werkt, ik denk het wel, dan is het een prima proces om dat zo te doen. Maar als ze te lang passief blijven, dat is ook zonde.’ (Kartrekker, lokale organisatie)

Bij alle District Spots zijn jongeren betrokken, maar het verschilt per spot in hoeverre de jongeren zelf taken oppakken.

Toekomst District Spots

Toen wij aan de kartrekkers vroegen hoe zij de toekomst van hun District Spot voor zich zien, vertelden ze vooral over de dromen die ze hebben met de District Spot. Voorbeelden zijn groter worden, meer naamsbekendheid krijgen, een eigen accommodatie hebben en meer doelgroepen aantrekken. Sommige jongeren willen zelfs hun baan ervan maken en een stichting creëren die te vergelijken is met Triple ThreaT. Enkelen willen graag eindgebruikers meenemen naar activiteiten buiten de District Spot, om bijvoorbeeld kennis te maken met andere sporten:

*‘Kijk, die jongeren die hebben een beperkte leefwereld. Die kruipen meestal in de wijk, die kennen niet de rest van de omgeving van Nederland. Wat ik dan zou willen doen met al die deelnemers is dat we, bijvoorbeeld vanuit NOC*NSF, naar een hockey- of tennistoernooi gaan, of voetbalwedstrijd. Gewoon met z'n allen kijken hoe dat is. Dat je ze ook echt meeneemt. [...] Dat je ze ook een beetje buiten die deur kan trekken, uit de wijk.’ (Kartrekker, jongere)*

De meeste kartrekkers zien zichzelf voorlopig nog betrokken blijven en hebben vertrouwen in het voortbestaan van de District Spot, maar sommige zijn zoekende in manieren waarop ze dit kunnen verduurzamen. Ze willen graag doorgaan met de spots, maar de kwaliteit van en de hoeveelheid activiteiten op de spot in de toekomst zijn afhankelijk van een aantal factoren. Factoren die volgens kartrekkers belangrijk zijn om de activiteiten op de District Spot te borgen zijn:

- 1) commitment van (voldoende) vrijwilligers;
- 2) structurele financiële steun;

- 3) een netwerk in de wijk (met de eindgebruikers);
- 4) samenwerkingen met organisaties in de wijk.

Verwachte opbrengsten voor de toekomst

Voor de toekomst verwachten de kartrekkers dat de jongeren de vaardigheden die ze op de District Spot hebben geleerd kunnen toepassen in andere settings, zoals school of thuis. De kartrekkers hopen dat de jongeren de kans krijgen hun talenten verder te ontdekken en ontwikkelen. Verder verwachten ze dat de District Spot jongeren een netwerk en stagemogelijkheden kan bieden.

Zij hopen dat de District Spot (nog meer) een ontmoetingsplek wordt waar jongeren meer kunnen doen dan alleen sporten. Er moet bijvoorbeeld ruimte zijn voor sociale activiteiten, huiswerkbegeleiding en coaching. Daarnaast willen ze dat de District Spots worden verduurzaamd en bekend staan als een veilige plek waar jongeren zich thuis voelen.

6. Succesfactoren voor District Spots

We vroegen de kartrekkers wat er nodig is om een District Spot tot een succes te maken. In dit hoofdstuk beschrijven we de succesfactoren die zij noemden voor het opzetten en uitvoeren van een District Spot.

Geschikte jongeren betrekken

Volgens de kartrekkers is het belangrijk om de juiste jongeren bij de District Spots te betrekken.

Geschikte jongeren:

- hebben affiniteit met de doelgroep waarvoor de District Spot is ontwikkeld;
- kunnen goed met de doelgroep communiceren en een vertrouwensband met ze opbouwen;
- zijn in staat een sociaal veilige omgeving te creëren voor de deelnemers;
- kunnen zich met de doelgroep identificeren (denk hierbij aan geslacht, afkomst en sociale klasse);
- zijn betrouwbaar, ambitieus en intrinsiek gemotiveerd om bij de District Spot te werken;
- komen uit de wijk waar de spot wordt opgezet: kenen de wijk, kunnen makkelijk contact leggen met de doelgroep en hebben een bepaalde status binnen de wijk;
- weten hoe ze in bepaalde (nood)situaties moeten handelen, bijvoorbeeld als er een taalbarrière is of als een kind pijn heeft of ongewenst of gevaarlijk gedrag toont. Als de jongeren nog niet over deze vaardigheid beschikken, wordt aangeraden een cursus of training te volgen.

Goede samenwerking met de jongeren

Een goede samenwerking met de jongeren is essentieel voor het succes van de District Spot. De kartrekkers geven enkele tips om de samenwerking met jongeren te optimaliseren:

- Betrek partijen die weten hoe met jongeren om te gaan, bijvoorbeeld jongerenwerkorganisaties. Zij kunnen faciliteren in het contact met de jongeren, zorgen dat vanuit het belang van de jongeren wordt gewerkt en ondersteunen bij het wegnemen van mogelijke belemmeringen.
- Geef jongeren de vrijheid om creatief te zijn. Laat ze fantaseren over ideeën voor de District Spot. Het is prima om kaders te geven, maar zorg dat deze niet te strak zijn en bied ruimte om binnen deze kaders creativiteit in te zetten.
- Bouw het vertrouwen met de jongeren op door naar ze te luisteren en open te staan voor hun ideeën. De partijen moeten vanuit de jongeren denken en niet met hun standaard werkwijze te werk gaan en ervan uitgaan dat de jongeren zich daarop aanpassen.
- Neem niet te veel verantwoordelijkheden of taken uit handen van jongeren. Het is belangrijk om ze een gevoel van verantwoordelijkheid en eigenaarschap te geven.
- Zorg dat de werkwijze past bij de kennis en kunde van de jongeren. Wees je ervan bewust dat sommige taken lastig of nieuw zijn voor de jongeren. Geef ze daarin ondersteuning, bijvoorbeeld een workshop over hoe je iets moet starten. Neem ze mee in het proces: welke mensen heb je nodig, welke spullen hebben ze nodig en hoeveel tijd hebben ze nodig?
- Bedenk bij problemen de oplossing niet gelijk voor de jongeren, maar begeleid ze, zodat ze de oplossing zelf kunnen vinden.
- Wees duidelijk in de communicatie over de verwachtingen, taken en rollen vooraf en gedurende het project. Jongeren moeten weten waar ze 'ja' tegen zeggen.
- Zorg ervoor dat deelname aan dit proces bijdraagt aan de professionele ontwikkeling van de jongeren. Dat ze minimaal iets hebben om op hun cv te zetten, bijvoorbeeld bepaalde vaardigheden of eventueel een certificaat. Sommige kartrekkers raden aan om de jongeren een vergoeding te bieden, omdat de District Spot anders met bijbanen concurreert.
- Wees realistisch in het proces en verwacht niet dat alles gelijk een succes is. Jongeren kunnen ineens met het project stoppen of een stapje terugdoen als ze het niet leuk vinden of te veel andere dingen op hun bord hebben (school, werk, enz.).

- Houd de communicatielijnen kort. Het is belangrijk dat de jongeren makkelijk in contact kunnen komen.

Goede voorbereiding en plan opstellen

De kartrekkers vinden dat een goed plan en een zorgvuldige voorbereiding bijdragen aan het succes van de District Spot. Een aantal tips die hieraan een bijdrage leveren:

- Zorg ervoor dat alle betrokkenen goed begrijpen wat een District Spot is en wat het doel van de spot is. De eisen die aan het project worden gesteld moeten duidelijk zijn voordat de betrokkenen beginnen met het opstellen van een plan.
- Denk vooruit: het geld is een impuls, niet een structurele ondersteuning. Hoe zorg je ervoor dat de District Spot blijft bestaan als de impuls is verlopen?
- Betrek partijen met verschillende expertises bij het opstellen van een plan, bijvoorbeeld expertise op het gebied van jeugd, sport, cultuur, coaching en welzijn. Zo zijn de taken en verantwoordelijkheden goed te verdelen en krijg je waardevolle input vanuit verschillende sectoren.
- Laat de gemeente aanhaken in de planningsfase, dus vroeg in het proces. Dit helpt bij de realisatie van de spot en vooral de duurzaamheid/borging van de spot.
- Neem de tijd om een goed plan op te stellen, maar zorg er tegelijkertijd zorg voor dat het niet te lang duurt. Korte lijnen tussen de betrokkenen kunnen helpen om het proces te versnellen. Besef dat vakanties hierin vertraging opleveren.
- Wees je ervan bewust dat de grootte van het geldbedrag stress kan opleveren bij de jongeren. Niet iedereen heeft daar ervaring mee. Bied begeleiding waar nodig.

Goed aanbod op de District Spot

De kartrekkers noemen succesfactoren voor de activiteiten die op de District Spot plaatsvinden:

- Deelname aan het aanbod van de District Spot moet gratis zijn. Betaald aanbod is een te grote drempel voor de doelgroep.
- Bied eten/drinken aan, afhankelijk van de doelgroep. Sommige kartrekkers merken dat de doelgroep thuis te weinig te eten heeft.
- Leg de focus tijdens de activiteiten op meedoen, niet op prestatie.
- Stem de inhoud van het aanbod af op de doelgroep, zodat het op hun interesses aansluit.
- Zorg voor continuïteit in het aanbod. Dit kan door het aanbod op vaste momenten aan te bieden en door vaste trainers aan te houden. De deelnemers bouwen een band op met de trainers en het kan lastig voor ze zijn als iemand ineens weggaat. Een vaste trainer zorgt voor een bekend gezicht in de wijk en kan eventueel andere kinderen en jongeren uit de wijk werven.
- Denk aan de veiligheid vóór, tijdens en na de activiteiten. Voor en na de activiteit kunnen ouders zich zorgen maken over of hun kinderen (vooral dochters) veilig thuiskomen. Verder is het essentieel dat de activiteiten zelf veilig zijn. Daarmee bedoelen we dat ze fysiek veilig zijn, dat degene die de activiteit uitvoert strenge afspraken met de deelnemers maakt over de veiligheid. Denk bijvoorbeeld aan een hockeystick laag houden. Maar we bedoelen ook de sociale veiligheid: dat een goede sfeer in de groep heerst en dat de deelnemers zich op hun gemak voelen. Het kan helpen om naast sportactiviteiten sociale activiteiten te ondernemen. Dit zorgt voor meer binding met elkaar.

Bekendheid van de District Spot

De kartrekkers merken dat de bekendheid van de District Spot bijdraagt aan de populariteit van de activiteiten. Hiermee trekken ze meer deelnemers naar de District Spot en worden de jongeren trots om aan iets 'bekends' te werken. Ze geven een aantal tips om de bekendheid te vergroten:

- Deel de activiteiten van de District Spot op sociale media. Dit creëert draagvlak onder de jeugd en kan helpen om het beeld dat anderen van de wijk hebben te veranderen en om de toegevoegde waarde van de District Spot aan externen te laten zien.
- Geef de jongeren die betrokken zijn bij het opzetten van de spot en het uitvoeren van de activiteiten kleding met het 'merk' van de District Spot. Laat ze meedenken over het ontwerp van de kleding en branding. Doordat ze specifieke kleding hebben, geef je ze een gevoel van status en dat ze onderdeel van iets groters zijn. De kleding straalt professionaliteit uit naar potentiële deelnemers.

Verder zegt een aantal kartrekkers dat ze graag met andere District Spots ervaringen willen uitwisselen om van elkaar te leren over wat wel of niet werkt.

7. Conclusies en aanbevelingen

De resultaten uit dit onderzoek geven zicht op de opbrengsten van District Spots en op hoe het ontwikkelen van het plan, de fase van planvorming naar uitvoering en de uitvoering (zijn) verlopen.

De centrale vragen van dit onderzoek zijn:

1. Wat zijn de belangrijkste opbrengsten van District Spots?
2. Op welke wijze is het plan ontwikkeld, hoe is de fase van plan naar uitvoering ervaren en hoe verloopt de uitvoering?
3. Wat zijn de succesfactoren voor ontwikkeling en uitvoering van een (nieuw op te zetten) District Spot?

In dit hoofdstuk beantwoorden we onderzoeksvraag 1 aan de hand van conclusies 1 t/m 3. In deze conclusies beschrijven we de meest genoemde opbrengsten. Onderzoeksvraag 2 beantwoorden we aan de hand van conclusies 4 t/m 6. Op onderzoeksvraag 3 geven we antwoord met enkele aanbevelingen die zijn gericht op de succesfactoren voor het ontwikkelen en uitvoeren van een District Spot.

7.1 Conclusies

1. Een veilige omgeving waar kinderen en jongeren gezien worden

De kartrekkers zien dat de veilige omgeving ervoor zorgt dat kinderen en jongeren die gebruik maken van de District Spots zichzelf durven zijn en ontdekken waar ze goed in zijn. Ook eindgebruikers zelf geven aan dat zij dit ervaren: zij hebben het idee dat ze zichzelf kunnen zijn op de District Spot en durven hierdoor meer te doen. Om een sociaal veilige omgeving te realiseren is het belangrijk dat de eindgebruikers het gevoel hebben ergens bij te horen, ofwel 'onderdeel zijn van een community'.

2. Kinderen en jongeren aan het sporten krijgen

Op de District Spot is het aanbieden van sportieve activiteiten zowel een doel op zich als een middel om het leven van jongeren op een nuttige manier in te vullen. Kartrekkers merken veel enthousiasme bij jongeren die deelnemen aan de activiteiten. Ze komen in aanraking met nieuwe sporten, maar ook met andere jongeren uit de wijk. Jongeren geven aan dat sociaal contact opdoen een belangrijke reden voor hen is om naar de District Spot te komen.

3. Kansen bieden om vaardigheden en talenten te ontwikkelen

Kartrekkers kunnen met District Spots kinderen en jongeren kansen bieden om vaardigheden en talent te ontwikkelen. Zij proberen jongeren te helpen met het ontwikkelen van *lifeskills*, zoals zelfredzaamheid, zelfsturing, eigenaarschap en samenwerken. Dit doen ze door jongeren in hun kracht te zetten en autonomie te geven. Jongeren die die activiteiten organiseren én jongeren die deelnemen aan de activiteiten geven aan meer zelfvertrouwen te krijgen doordat ze nieuwe dingen leren, worden aangemoedigd door anderen en vertrouwen krijgen van de kartrekkers.

4. Vormgeving van District Spots gevarieerd

Kartrekkers, dus de organisatoren van District Spots, geven op diverse manieren invulling aan dit initiatief. In de meeste gevallen gebruiken ze de beschikbare subsidie om het aanbod van een bestaand initiatief, bijvoorbeeld binnen een jongerencentrum of stichting, uit te breiden. District Spots zijn dan geen nieuwe plekken in de wijk. In sommige gevallen wordt de subsidie wel gebruikt om een nieuwe plek te creëren

waar jongeren en kinderen kunnen samenkomen, in een wijk waar nog geen vergelijkbaar initiatief aanwezig was.

Kartrekkers hebben het opstellen van een ontwikkelplan voor District Spots verschillend ervaren. Organisaties met ervaring met het opzetten van soortgelijke plannen hebben weinig moeite met het opstellen van een plan, terwijl jongere kartrekkers zonder ervaring vaker tegen belemmeringen aanlopen.

5. Enthousiasme bij uitvoeren van plannen

Over het algemeen hebben de kartrekkers het proces ervaren als interessant en leerzaam. Ze worden met name enthousiast van het uitvoeren van hun plannen. Ze zijn erg blij met de financiële impuls, die ervoor heeft gezorgd dat zij hun plannen daadwerkelijk konden uitvoeren. Enkele jongeren vonden het proces soms stressvol, uitdagend of tijdrovend.

6. Wisselende ervaringen met samenwerkingen

Bij het organiseren van de District Spots geven jonge kartrekkers op diverse manieren vorm aan samenwerken met (andere) lokale organisaties. Sommigen kiezen voor een sterkere relatie met één lokale partij, anderen verbreden hun netwerk door zich aan meerdere partners te koppelen. Hoewel de meeste kartrekkers het samenwerken met lokale partijen als prettig ervaren, valt dit voor anderen juist tegen. Het kost hen meer tijd dan aanvankelijk gedacht.

Kartrekkers geven aan dat ze graag ervaringen uitwisselen met elkaar over hoe ze de District Spots organiseren, zodat ze van elkaar kunnen leren.

7.2 Aanbevelingen voor het ontwikkelen en uitvoeren van een District Spot

In deze paragraaf doen we vier aanbevelingen die voortkomen uit de succesfactoren uit hoofdstuk 6. Daarnaast doen we drie aanbevelingen die met name gericht zijn op het (door)ontwikkelen van (nieuwe) District Spots.

1. Betrek de 'juiste' jongeren bij de District Spot

Jongeren met affiniteit met de doelgroep en goede communicatieve vaardigheden zijn vaak in staat een sociaal veilige omgeving te creëren. Het is bovendien raadzaam jongeren uit wijk/buurt te betrekken waar de District Spot is gelegen. Zij leggen makkelijk contact met buurtbewoners en betrekken hierdoor makkelijker anderen bij de District Spot. Let er daarnaast op dat de jongeren personen zijn met kenmerken (geslacht, afkomst) waarmee anderen zich kunnen identificeren.

2. Investeer in een goede samenwerking met jongeren

Investeren in een goede samenwerking kan onder andere door:

- jongeren te ondersteunen tijdens de fase van planvorming;
- jongeren vrijheid en verantwoordelijkheid te geven bij het uitvoeren van hun eigen ideeën;
- naar jongeren te luisteren;
- duidelijk te zijn over verwachtingen, taken en rolverdelingen voor en tijdens het proces;
- korte lijntjes te hanteren, zodat jongeren makkelijk met elkaar, de kartrekkers en andere betrokken organisaties in contact kunnen komen;
- partijen te betrekken die ervaring hebben met samenwerken met jongeren.

3. Maak het aanbod op de District Spot laagdrempelig, leuk en veilig

Een belangrijke voorwaarde is dat deelname laagdrempelig moet zijn. Het is raadzaam de focus te leggen op meedoen aan de activiteit en minder op prestatie. Stem de inhoud van de activiteiten af op de interesse van de doelgroep, zorg voor continuïteit en denk aan veiligheid vóór, tijdens en na de activiteiten.

4. Werk aan de bekendheid van de District Spot

Vergroot de bekendheid van de District Spot door activiteiten te delen op sociale media en door een 'merk' te creëren dat bijvoorbeeld zichtbaar is op kleding.

5. Ken een subsidie op maat toe

De financiële impuls voor het realiseren van een District Spot zien veel kartrekkers als een mooie kans om hun initiatief uit te breiden of te starten. Hoe kartrekkers omgaan met dit geld verschilt: sommigen slagen er (naar verwachting) in hun plannen te realiseren, voor anderen is het bedrag hiervoor te laag. Enkele kartrekkers ervaren stress of tijdsdruk om het geld vóór het einde van het jaar uit te geven.

Het is zinvol om, bij een verdere uitrol van het project District Spots, de hoogte van de financiële impuls af te stemmen op de omvang van de spot. Vraag kartrekkers bijvoorbeeld een inschatting te maken van het bedrag dat zij nodig hebben voor hun plannen. Zo krijgen jongeren een realistischer beeld van de haalbaarheid van hun ambities en voorkom je dat sommige projectgroepen het geld niet op (kunnen) maken.

6. Stimuleer kennisdeling tussen District Spots

Kartrekkers geven aan dat zij graag ervaringen uitwisselen met elkaar over hoe ze de District Spots organiseren. Bij een verdere uitrol van dit project kan NOC*NSF kennisdeling stimuleren door kartrekkers met elkaar te verbinden. Het is raadzaam dit vroeg in het proces te doen, zodat onder andere de verwachtingen over het proces helder zijn, bijvoorbeeld op het gebied van samenwerken met andere (lokale) partijen.

7. Besteed aandacht aan de borging

De kartrekkers zijn bewust bezig met de borging van de spots. Commitment van voldoende vrijwilligers, structurele financiële steun, een netwerk in de wijk (met daarin ook de eindgebruikers) en samenwerkingen met de gemeente en organisaties in de wijk lijken de belangrijkste factoren. We raden aan de District Spots hierin te (blijven) ondersteunen. Daarnaast is het belangrijk om te investeren in geschikte jongeren, om hen zo aan de spots te binden (of gebonden te houden). Mogelijk helpt het om ze uitzicht te geven op een betaalde baan om ze gemotiveerd te houden.

Bijlage 1 Instructies foto-opdracht voor kartrekker

Beste [naam kartrekker],

Op [datum] komen [namen onderzoekers] naar de District Spot in [Plaats]. We gaan dan in gesprek met de eindgebruikers (kinderen en jongeren) van de District Spot. We gebruiken hierbij de fotomethode.

Wat is de fotomethode?

Bij de fotomethode gaan we in gesprek aan de hand van foto's. We vragen de deelnemers aan het gesprek om van tevoren twee foto's te maken. Die foto's vormen een aanknopingspunt voor het gesprek. Kinderen die geen foto hebben meegenomen, mogen wel meedoen. Zij mogen dan aan het begin van het gesprek nog foto's maken.

Wat hebben we nodig?

Wij hebben geen contactgegevens van de kinderen en jongeren. **Daarom willen we u vragen om aan de kinderen en jongeren die deelnemen aan het gesprek te vragen of zij twee foto's willen maken van waarom zij graag naar de District Spot komen.** Dit kan een activiteit zijn op de District Spot of een plek op de District Spot waar ze zich fijn voelen. **Daarnaast mogen de kinderen ook een foto maken van iets wat verbeterd kan worden aan de District Spot.**

De kinderen mogen foto's maken met een telefoon of cameratoestel. Dit toestel mogen ze dan meenemen naar het gesprek. Ze mogen de foto's ook printen of van tevoren mailen naar [\[mailadres onderzoekers\]](#). Dan printen wij de foto's.

Kinderen mogen in tweetallen foto's maken (bijvoorbeeld als een van de twee geen telefoon heeft). In dat geval mogen ze vier foto's meenemen.

Kunt u ervoor zorgen dat deze instructie terechtkomt bij de kinderen en jongeren waarmee we in gesprek gaan?

Mocht u nog vragen hebben, laat het vooral weten.

Vriendelijke groet,

[naam onderzoekers]



Mulier Instituut | Sportonderzoek voor beleid en samenleving
Herculesplein 269 | 3584 AA Utrecht | Postbus 85445 | 3508 AK Utrecht
T +31 (0)30 721 02 20 | info@mulierinstituut.nl | www.mulierinstituut.nl