



FC Zwolle had zo'n twee jaar geleden de Nederlandse primeur. PSV, ADO, Vitesse, FC Groningen en NAC volgden en in februari werd in de Galgenwaard al weer het zevende Playing for Success leercentrum geopend. Feyenoord en Willem II starten ondanks de financiële en sportieve tegenwind nog voor de zomer met hun eigen leercentrum. De Coöperatie Eerste Divisie heeft Playing for Success omarmd als speerpunt van haar maatschappelijk beleid. Wat maakt Playing for Success zo aantrekkelijk voor het betaald voetbal in Nederland?

Succesvolle Brits leerconcept verovert Nederland

PLAYING FOR SUCCESS: LEREN MET EEN WOW-FACTOR



naar Nederland haalde. Pieter Jansen en Irene de Kort, de projectmanagers van Playing for Success, hebben inmiddels een dagtaak aan de begeleiding van clubs in de Eredivisie en de Jupiler League die onderdak willen bieden aan een leercentrum.

De Kort: "De samenwerking tussen lokale onderwijspartijen, de gemeente en de club is cruciaal bij de totstandkoming van een leercentrum. Iedere partij heeft daarbij een eigen rol. Schoolbesturen leveren de kennis en de mankracht."

"De gemeenten dragen bij aan een stevig financieel fundament. De clubs stellen spelers ter beschikking en een ruimte in het stadion die ingericht kan worden als lesruimte. In veel gevallen wordt een beroep gedaan op de Provincie en sponsors om de begroting rond te krijgen."

Positieve invloed

De grote winnaars zijn natuurlijk de kinderen die de resultaten op school zien verbeteren en meer zelfvertrouwen krijgen. Maar eigenlijk worden alle stakeholders van Playing for Success er beter van. Voor de club geldt dat de sfeer in het stadion verlevendigt. De waardering van de gemeenschap voor de club wordt groter. De tribunes wor-

Op initiatief van premier Tony Blair opende in 1997 het eerste Playing for Success leercentrum in het stadion van een betaald voetbalclub. Doelstelling: het verbeteren van de leerprestaties van kinderen van 9 tot 14 jaar. Het bleek een doorslaand succes. Het Verenigd Koninkrijk telt inmiddels 162 leercentra. Niet alleen in voetbalstadions. Het programma verspreide zich als een inktvlek over de hele sport- en entertainmentindustrie. Brits onderzoek liet zien dat het mogelijk is om in tien weken tijd een tot anderhalf jaar leerachterstand weg te werken.

De WOW-factor

Playing for Success maakt gebruik van de aantrekkingskracht van het betaald voetbal. Het stadion, het topsportklimaat en het succes van de voetballers, het draagt allemaal bij aan een

omgeving die kinderen uitdaagt, stimuleert en prikkelt tot betere leerprestaties. Playing for Success noemt dat: Leren met een WOW-factor."

Leren in een stadion

Deelnemers volgen onder intensieve begeleiding tien weken lang, zo'n drie uur per week, een naschools programma dat bestaat uit activiteiten als het maken van een wedstrijdverslag, het berekenen van de oppervlakte van het voetbalveld of het interviewen van spelers: opdrachten die aan het stadion en het voetbal zijn gerelateerd en bijdragen aan de taal- en rekenontwikkeling en de computervaardigheden van leerlingen.

KPC Groep

Het succes werd opgemerkt door Onderwijsadviesbureau KPC Groep dat Playing for Success

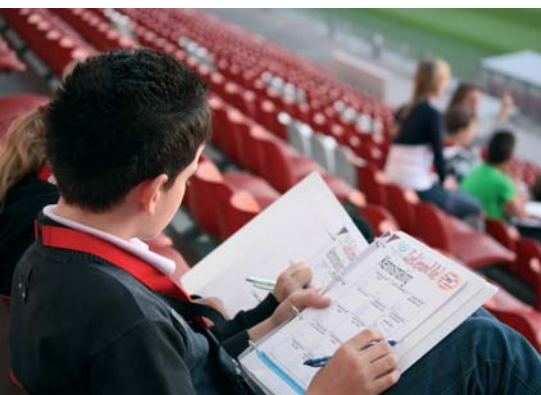


den voller en er kunnen nieuwe commerciële netwerken worden aangeboden. Gemeenten en gemeentelijke instanties hebben een groot belang bij het terugdringen van leerachterstanden. Want afhaken is vaak het begin van uitval en een belangrijke reden waarom jongeren zonder diploma van school komen.

Voor de scholen geldt dat de tevredenheid van ouders en leerlingen toeneemt. Minder leerlingen haken af en dat heeft weer een positieve invloed op het imago van het onderwijs.

Sponsoring

Ook sponsors spinnen garen bij participatie in Playing for Success vindt Edu Jansing, directeur van de Stichting Meer dan Voetbal die door de KNVB, ECV en CED werd opgericht om de verbindende kracht van voetbal in te zetten voor een betere samenleving.



“Bedrijven begrijpen steeds beter dat van ze wordt verwacht dat ze maatschappelijk betrokken ondernemen. Dat is niet zomaar een trend, het is een voorwaarde om te kunnen groeien.”

‘Playing for Success is een uitgelezen kans voor het MKB’

“Onderzoek wijst uit dat 86 procent van de consumenten een voorkeur heeft voor bedrijven die bijdragen aan een betere samenleving. Grote ondernemingen hebben vaak al een actief maatschappelijk beleid. Voor het midden- en klein bedrijf biedt een programma als Playing for Success een uitgelezen kans. Het programma heeft zich ruimschoots bewezen, bovendien zijn er zowel mogelijkheden om te participeren op nationaal als op regionaal niveau.”

“Voorwaarde voor een vruchtbare samenwerking is dat de participatie past bij de kernwaarden van het bedrijf. Het draait om kinderen. Als je daar als bedrijf niks mee



hebt, of andere keuzes hebt gemaakt, dan moet je er niet aan beginnen. Je moet er wel achter staan, anders verlies je je geloofwaardigheid. Maar wat is er nou mooier dan investeren in de toekomst van kinderen en je tegelijk te verbinden aan de populairste sport van Nederland?”

Meer informatie over Playing for Success:
www.playingforsuccess.nl
i.dekort@playingforsuccess.nl



Playing for Success
 Nederland