



Opbrengsten en geleerde lessen

#AllTogetherChallenge Telstar



#AllTogetherChallenge

Telstar

Opbrengsten en geleerde lessen



Ron van Wonderen

Utrecht, april 2024



Inhoud

Geleerde lessen (samenvatting)	4
1 Context en onderzoeksopzet	5
1.1. Context van het onderzoek	5
1.2. Onderzoeksopzet	5
2 Resultaten	6
2.1. Uitvoering #AllTogetherChallenge	6
2.2. Resultaten, randvoorwaarden en geleerde lessen	11
2.3. Voorbeelden van andere projecten in het betaald voetbal	16
Bijlage programma “Ons Voetbal Is Van Iedereen” (OVIVI)	23

Geleerde lessen (samenvatting)

In dit onderzoek hebben we gekeken naar de uitvoering en opbrengsten van de #AllTogetherChallenge activiteiten bij voetbalclub Telstar. Dat zijn activiteiten die zich richten op het bevorderen van de acceptatie en emancipatie van LHBTIQ+ personen in het (betaald) voetbal. Zijn er wijze lessen te trekken voor andere betaald voetbalclubs die vergelijkbare projecten willen opzetten? Dit is volgens geïnterviewden inderdaad het geval:

- Beleg het thema diversiteit bij de algemeen directeur. Dan wordt het beter geborgd en is de kans groter dat beleid van de grond komt.
- Draagvlak creëer je van bovenop én van onderaf. Het moet allebei. De directie moet er achter staan, maar ook de medewerkers van de club en spelersgroep moeten er in meegenomen worden.
- Belangrijk is ook dat acties bij de club moeten passen. Bij Telstar paste het, mede door de identiteit van de club. Ook belangrijk is of er binnen een club reeds gewenning is aan emancipatoire activiteiten, bijvoorbeeld als er al een vrouwenteam is. Dan is de kans groter dat een LHBTIQ+ actie kan slagen. Is dat niet het geval, dan kan het verstandig zijn om eerst te werken aan meer draagvlak binnen de geledingen (medewerkers, sponsors, supporters, spelers) van de club.
- Communiceer via de clubkanalen naar zowel de eigen supporters als naar externen dat de club er echt achter staat. Inclusiviteit moet bovendien structureel zijn en niet alleen op Coming Out Day. Klein voorbeeld: hang de regenboogvlag het hele jaar op in plaats van eenmalig. Toon dit ook aan de buitenwereld door communicatie of activiteiten meerdere malen per jaar.
- Laat je niet weerhouden door een kleine minderheid die negatief is. De zwijgende meerderheid hoor je niet en is best bereid om in de actie mee te gaan. Als je het maar goed uitlegt aan hen.
- En maak er iets leuks van, probeer het als iets positiefs te brengen. Een feest voor de wedstrijd, met leuke dingen voor de kinderen en supporters, en ook voorlichting. Want je hebt als club een maatschappelijke rol.
- Maar maak inclusiviteit ook niet te bijzonder of te groot, inclusiviteit moet 'gewoon' zijn, vanuit de basis komen.
- Draagvlak binnen een spelersgroep voor activiteiten gericht op meer tolerantie naar de LHBTIQ+ gemeenschap is niet vanzelfsprekend. Spelers moet je er echt in meenemen, belangrijk is daarbij wie de boodschap brengt. Spelers nemen sneller iets aan van iemand voor wie ze respect hebben.
- Risico is tevens dat mensen binnen de club, sponsors én supporters een dergelijk project leuk vinden zolang de sportieve resultaten goed zijn (Telstar is hierop een uitzondering omdat bij de club de sportieve verwachtingen al laag zijn). Als sportieve resultaten tegenvallen dan kunnen geluiden ontstaan dat je je met randzaken bezighoudt in plaats van de prestaties van de club. Dan kan weerstand ontstaan.
- Risico is als trekkers wegvallen en het niet breder is geborgd binnen de club. De uitdaging is kortom continuïteit. Makkelijker is het als een dergelijk initiatief wordt gestart door bestuursleden die al langer bij een club zitten en daardoor meer draagvlak hebben om het project te borgen.

1 Context en onderzoeksopzet

1.1. Context van het onderzoek

Uit [onderzoek naar antisemitisme in het VO \(Panteia, 2023\)](#) en uit [Monitoronderzoek \(B. Tierolf et al., 2018\)](#) blijkt dat antisemitische spreekkoren in voetbalstadions weerklank hebben in de omliggende samenleving. Zoals incidenten en beledigingen in de klas en in het publieke domein. Het omgekeerde is echter ook mogelijk, namelijk dat een voetbalclub die zijn best doet om een positieve boodschap te verspreiden hiermee ook een positief effect resulteert. Voetbalclub Telstar uit de IJmond heeft in de afgelopen jaren activiteiten uitgevoerd of gefaciliteerd die zich richten op de bevordering van de emancipatie van LHBTIQ+ personen in brede zin, en meer in het bijzonder op de acceptatie van LHBTIQ+ personen in het (betaald) voetbal. De club heeft meerdere malen deelgenomen aan de #AllTogetherChallenge activiteiten op “[Coming Out Day](#)” en draagt ook zélf uit de emancipatie van LHBTIQ+ personen te ondersteunen. De Anne Frank Stichting heeft het Verwey-Jonker Instituut gevraagd om onderzoek uit te voeren naar de uitvoering en opbrengsten van de #AllTogetherChallenge activiteiten bij voetbalclub Telstar. En kunnen er lessen worden getrokken die nuttig zijn voor het draagvlak en succesvolle uitvoering van zulke activiteiten bij andere BVO's?

1.2. Onderzoeksopzet

In het onderzoek hebben we diepte-interviews afgenomen met (voormalig) betrokkenen van voetbalclub Telstar bij #AllTogetherChallenge activiteiten; met externen die betrokken waren of zicht hebben op de #AllTogetherChallenge activiteiten bij Telstar; en met supporters. Met behulp van deze interviews beoogden we om meer zicht krijgen op:

- Doelen en uitvoering van de activiteiten;
- Bereik en opbrengsten van de activiteiten;
- Randvoorwaarden om activiteiten succesvol uit te kunnen voeren;
- Geleerde lessen.

We hebben gesproken met de volgende personen (aangeduid met hun functies) die ten tijde van de #AllTogetherChallenge activiteiten actief waren:

1. Voormalig algemeen directeur Telstar.
2. Voormalig commercieel directeur Telstar.
3. Voormalig medewerker 'sociale media' Telstar.
4. Supporters Liaison Officer Telstar.
5. Oud voorzitter supportersvereniging Telstar.
6. Twee actieve supporters.
7. Voorzitter John Blankenstein Foundation.
8. Contactpersoon COC Velsen.

2 Resultaten

2.1. Uitvoering #AllTogetherChallenge

Voorafgaande aan het seizoen 2020/21 werd voetbalclub Telstar door de [John Blankenstein Foundation](#) benaderd om in het kader van de #AllTogetherChallenge, rondom de internationale Coming Out Day, een wedstrijd te spelen in een speciaal tenue: het regenboogshirt. Het 'regenboogshirt' staat symbool voor de acceptatie en emancipatie van LHBTIQ+ personen in het voetbal. De reden voor de John Blankenstein Foundation om juist Telstar te benaderen was dat de club bekend staat als maatschappelijk betrokken.¹ De regenboogshirts zijn in de afgelopen vier seizoenen (2020/21; 2021/22; 2022/23; en 2023/24) gedragen in de thuiswedstrijden rond Coming Out Day. Trainers, scheidsrechters en grensrechters droegen tijdens de wedstrijden een regenboogspeldje en de aanvoerders van de clubs droegen een aanvoerdersband met daarop de tekst #OneLove. In het stadion waren ook de cornervlaggen in regenboogkleuren, evenals de vlaggen die staan voor het stadion. De John Blankenstein Foundation was de drijvende kracht achter het project; mediabureau [Sportsgen](#) deed communicatie naar buiten toe. Binnen de club Telstar werd de kar getrokken door de algemeen directeur en de commercieel directeur. Telstar heeft via eigen communicatiekanalen het initiatief onder de aandacht gebracht van de supporters. Ook werden speciale regenboogshirts aangeboden als merchandise naar supporters en andere belangstellenden.

¹ Zie [deze video](#) waarin voorzitter Karin Blankenstein de keuze voor Telstar om het regenboogshirt te dragen nader toelicht.

Figuur 1 en 2 De Telstar regenboogshirts van 2020 respectievelijk 2022.



Wat is Coming Out Day?

Coming Out Day (11 oktober) is de dag waarop wordt gevierd dat iedereen open kan zijn over wie ze zijn. In Nederland vieren we Coming Out Day sinds 2009, in de Verenigde Staten viert men het al sinds 1988. Traditiegetrouw gaat op 11 oktober de regenboogvlag op veel plekken hoog in de vlaggenmast en worden er allerlei activiteiten georganiseerd rondom uit de kast komen.



Bron: <https://www.gsanetwerk.nl/coming-outdag/>.

John Blankenstein Foundation

De [John Blankenstein Foundation](#) stelt zich ten doel om de sociale acceptatie van homo's en lesbiennes (en LHBTIQ+ personen in brede zin) in de top- en breedtesport te bevorderen. Specifiek richt de John Blankenstein Foundation zich onder meer op het verbeteren van zichtbaarheid en beeldvorming van homoseksuele sporters en door het bevorderen van best practices in bonds-, club- en ongeorganiseerde sportverbanden. De John Blankenstein Foundation is vernoemd naar de Nederlandse voetbalscheidsrechter en activist voor homorechten John Blankenstein. Activiteiten zijn onder meer het organiseren van workshops voor verenigingen, sportopleidingen, gemeenten en andere overheden. De John Blankenstein Foundation organiseert jaarlijks de AllTogetherChallenge in samenwerking met diverse sportbonden. Deze vindt plaats rondom 11 oktober, de internationale Coming Out Day. Ook in het betaalde voetbal vindt deze campagne plaats. Verder is de John Blankenstein Foundation een van de partners in de [Alliantie Gelijkspelen 4.0](#). Hierin werkt de John Blankenstein Foundation samen met de KNVB, KNHB, NOC*NSF, RVFC (roze voetbal fanclubs). Samen met gemeenten, provincies en (lokale) sportservice organisaties jaagt de Alliantie Gelijkspelen de acceptatie van de LHBTIQ+ groep aan binnen de sport. Dat gebeurt onder andere door middel van workshops, onderwijs, opleidingen, evenementen en onderzoek.

In een [nieuwsbericht](#) (seizoen 2021/2022) bracht Telstar het project als volgt onder de aandacht:

TELSTAR WEDEROM IN KLEURRIJK TENUE!

In het spelweekend van 15 oktober (2021) wordt er door de voetbalwereld aandacht geschonken aan de #AllTogetherChallenge rondom de internationale Coming Out Day, 11 oktober, een initiatief van de Alliantie Gelijkspelen 4.0 (John Blankenstein Foundation, NOC*NSF, KNVB en KNHB) in samenwerking met de Eredivisie, Keuken Kampioen Divisie, Pure Energie Eredivisie Vrouwen, Eredivisie Zaalvoetbal Mannen, Eredivisie Zaalvoetbal Vrouwen, VVCS, CBV en ESPN. Net als vorig seizoen zullen er diverse acties plaatsvinden rondom dit thema en heeft Telstar samen met kledingleverancier Robey wederom een prachtig tenue gemaakt. Robey is ook leverancier van FC Volendam en het toeval wil dat vrijdag 15 oktober de vissersderby op het programma staat in het BUKO Stadion. Beide teams zorgen voor een wereldprimeur door deze wedstrijd in speciaal ontworpen regenboogtenues te spelen. Nooit eerder pasten zowel de thuis- als uit spelende club in een officieel duel hun tenue aan voor dit thema. Algemeen directeur van Telstar en tevens hoofd mode politie Pieter de Waard over het tenue: "Robey de sportswear rakkers uit Rotterdam hebben er weer wat moois van gemaakt. Ons hagelwitte shirt en karakteristieke logo is door hen verrijkt met de kleurencombinatie van de progress pride vlag. Een lust voor het oog en een aanwinst voor iedere garderobe."

Afbeelding 4 FC Volendam en Telstar regenboogtenue



Bron: <https://sctelstar.nl/nieuws/alltogetherchallenge>.

De *Coming Out Day* wedstrijd in het seizoen 2021/2022 had als primeur dat ook tegenstander FC Volendam in de regenboogkleuren voetbalde. Dit genereerde veel publiciteit in de landelijke media. Bijvoorbeeld, de [nieuwswebsite NU.nl](https://www.nu.nl) berichtte hierover (ingekort weergegeven) als volgt:

Wereldprimeur: Telstar en Volendam in regenboogtenue rond Coming Out Day

Telstar en FC Volendam zorgen voor een wereldprimeur door op 15 oktober (2021) in speciaal ontworpen regenboogtenues tegen elkaar te spelen. De Keuken Kampioen Divisie-clubs doen dat in het kader van de internationale Coming Out Day op 11 oktober. (...) De actie is bedoeld om de LHBTIQ+-gemeenschap wereldwijd te steunen. Naast de primeur bij Telstar-FC Volendam zullen de aanvoerders van alle andere clubs in het speelweekend van 15 oktober spelen met een OneLove-aanvoerdersband. Verder dragen de coaches en de arbitrage een regenboogspeldje. Bij alle thuis spelende clubs zullen de cornervlaggen de kleuren van de regenboog hebben en uitzendgemachtigde ESPN laat de regenboog terugkomen in de microfoons, speldjes en tv-uitingen. Ook de Nederlandse amateurclubs worden ertoe opgeroepen in dat speelweekend een regenboogaanvoerdersband of ander regenboogitem te dragen. Vorig seizoen speelde Telstar ook al eenmalig in een speciaal shirt om aandacht te vragen voor inclusiviteit en diversiteit. Ook toen droegen alle clubs voor één keer een speciale aanvoerdersband.

Sportzender ESPN plaatste in september 2021 een video over de 'regenboogwedstrijd' tegen FC Volendam. In het filmpje presenteren algemeen directeur Pieter de Waard en vicevoorzitter Jan Smit van Volendam de shirts in een video samen met Louis van Gaal. Deze video [is hier te bekijken](#).

Op sociale media communiceerde Telstar actief over de diverse wedstrijden in regenboogtenues die in de afgelopen jaren zijn gespeeld. Ter illustratie, een twitter (het huidige X) bericht van Telstar over de wedstrijd tegen Roda JC in het seizoen 2022/2023:



In een inzichtelijk artikel op NU.nl leggen de aanvoerders van Telstar en Volendam, Glynor Plet en Damon Mirani, uit wat de problematiek is rond de acceptatie van LHBTIQ+ in het (betaald) voetbal en wat de beoogde doelen zijn van de regenboogwedstrijd tussen beide clubs.

Telstar en Volendam in actie voor homoacceptatie in voetbal: 'Nog steeds taboe' (tekst artikel ingekort)

Telstar en FC Volendam spelen beide in een speciaal ontworpen regenboog-shirt. Aanvoerders Glynor Plet en Damon Mirani van de Keuken Kampioen Divisie-clubs hopen dat deze actie helpt om het taboe op homoseksualiteit in het profvoetbal te doorbreken. In zijn acht jaar als profvoetballer ziet FC Volendam aanvoerder Mirani dat er langzaam een verschuiving plaatsvindt. Dat de conservatieve 'machowereld' wat opener wordt. En dat er ook in de kleedkamer vaker en makkelijker over LHBTIQ+-acceptatie wordt gepraat. "Maar het taboe is nog steeds te groot voor een profvoetballer om tijdens zijn carrière uit de kast te komen. Er heerst nog steeds het gevoel dat je niet helemaal vrij bent om te zijn wie je bent. Dat zou niet zo moeten zijn en daarom is het goed dat we daar met deze actie aandacht aan geven." "De boodschap die we willen uitdragen is dat iedereen vrij is om te zijn wie hij is, dat je iedereen in zijn waarde moet laten en dat je elkaar moet respecteren", zegt Telstar-aanvoerder Plet (34). "Vorig jaar heeft onze actie al veel aandacht gekregen en het zal zeker helpen dat Volendam nu ook een speciaal shirt draagt. Als meer mensen zich gaan roeren, zul je ook meer mensen bereiken." In de internationale sportwereld is er maar een handjevol voorbeelden van mannelijke sporters die tijdens hun loopbaan uit de kast durfden te komen. In het Nederlandse profvoetbal is dat nog nooit voorgekomen. Mirani begrijpt dat een homoseksuele profvoetballer vreest voor de gevolgen van uit de kast komen. "Zeker als je de eerste bent. Dan zal er extra druk komen van de buitenwereld en daar moet je tegen kunnen." Plet: "Het is niet voor niks dat er nog geen actieve profvoetballers uit de kast zijn gekomen in Nederland. Er is heel veel moed voor nodig. Hopelijk voelen deze voetballers zich gesteund door een actie als die van vrijdag. En vinden ze de kracht om te zeggen: oké, ik zet nu de stap." Plet en Mirani denken dat het in de kleedkamers van hun clubs geen probleem zou opleveren als een homoseksuele speler zijn geaardheid zou openbaren. Dat is in lijn met de uitkomsten van het onderzoek Homo-acceptatie in het betaald mannenvoetbal. In deze studie onder ruim honderd Nederlandse profvoetballers zei 90 procent dat ze een teamgenoot

openlijk zouden steunen als hij uit de kast wil komen. In het onderzoek worden (negatieve) reacties van fans aangeduid als de grootste belemmering voor de acceptatie van homoseksualiteit in het betaalde voetbal. "Juist daarom moet dit onderwerp breed uitgedragen worden, en niet alleen deze week", zegt Mirani. "Het moet niet zo zijn dat wij een speciaal shirt maken om ook maar mee te doen met dit statement en het daarna weer links laten liggen." Een actie met regenboogshirts zal niet direct voor (grote) veranderingen zorgen. "Je kunt niet in één keer van nul naar honderd, het heeft tijd nodig. Maar dat is geen reden om niks te doen. Het uiteindelijke doel is volledige acceptatie door iedereen die betrokken is bij de voetballerij. Dan kan nog lang duren, maar ik denk dat we dat doel gaan bereiken."

Figuur 6 Telstar en Volendam in actie voor homoacceptatie in voetbal



Bron artikel: <https://www.nu.nl/voetbal/6162332/telstar-en-volendam-in-actie-voor-homoacceptatie-in-voetbal-nog-steeds-taboe.html>.

In een statement op de website verwoordt Telstar waarom de club de boodschap achter de Coming Out Day belangrijk vindt en ondersteunt.

Statement over telstar all together

Telstar draagt ook dit seizoen de boodschap All Together, in de vorm van een speciaal wedstrijdshirt in de thuiswedstrijd tegen TOP Oss. Een boodschap welke voor onze club voor verbinding en inclusie staat, in de meest brede zin van deze woorden. Voetbal is voor iedereen ongeacht culturele achtergrond, huidskleur, ras, seksuele voorkeur of religie. Iedereen moet zich welkom voelen binnen het voetbal. Telstar zet zich in op het verbinden en inclusie en is tegen sociale uitsluiting. De regenboog staat voor verbinding, hoop, liefde, veiligheid, ondersteuning en draagt bij aan acceptatie en gelijkheid. De Witte Leeuwen en Leeuwinnen zijn op het veld de ambassadeurs van deze door de club gedragen boodschap. Dit seizoen hebben vier van onze Leeuwen aangegeven liever niet aan te treden in dit tenue. Inclusie omvat ook tolerantie en binnen die gedachte respecteren wij binnen onze fijne club de keuze van onze collega's. Namens Telstar 1963 NV, Algemeen Directeur Leon Annokké. Bron artikel (oktober 2023): <https://sctelstar.nl/nieuws/statement-over-telstar-all-together>.

Overigens is de Coming Out Day niet de enige 'emanciperende activiteit' waarvoor voetbalclub Telstar zich recent heeft ingezet. Een ander voorbeeld is 'Orange the World' (internationale actie tegen geweld tegen vrouwen). In november 2021 speelde Telstar als eerste voetbalclub in Nederland een wedstrijd voor Orange the World. Algemeen directeur Pieter de Waard benadrukt de sociale betrokkenheid van Telstar:

*"Telstar is sinds jaar en dag een club met een sociaal maatschappelijke signatuur. Betrokken en Onverschrokken is hét thema van de club. (...) Als iemand met een plan komt, wordt dat met verschillende mensen besproken. Als we ons geraakt gevoelen, gaan we er mee door. (...) Aan een actie werkt de hele club mee en dat culmineert in het speciale tenue bij een wedstrijd. Zo staan we stil bij 'Coming Out Day' voor jonge mensen. Dan spelen we in regenboogtenue. Dat trekt binnen de voetballerij dan veel aandacht en daarmee ook nationaal. Zo kun je makkelijk een boodschap verkopen."*²

2.2. Resultaten, randvoorwaarden en geleerde lessen

Deze paragraaf beschrijft de resultaten van de diepte-interviews die we hebben afgenomen met personen binnen en buiten Telstar³ die ten tijde van de #AllTogetherChallenge activiteiten betrokken waren. In de interviews is gevraagd naar uitvoering, bereik en opbrengsten van de activiteiten; randvoorwaarden om activiteiten succesvol uit te kunnen voeren; én geleerde lessen die ook relevant zijn voor andere betaald voetbalorganisaties voor de uitvoering van dit type projecten.

Positieve aandacht in de media

Geïnterviewden geven aan tevreden te zijn over de aandacht in de landelijke media voor de activiteiten van Telstar rond de #AllTogetherChallenge. In paragraaf 2.1 zijn enkele voorbeelden genoemd van deze berichtgeving. De media schreven over de activiteiten mede omdat 'een betaald voetbalclub die homo-emancipatie zo nadrukkelijk onder de aandacht brengt buiten de normale orde is'. En daarmee interessant voor de media. De teneur van de berichtgeving was bovendien positief.

² Bron artikel: 'Orange the World is ook een mannenzaak'.

³ Zie paragraaf 1.1 voor het overzicht van de geïnterviewden naar functie.

Versterken uitstraling Telstar

Het beeld van Telstar als een club die opkomt voor diversiteit is niet perse voor de hand liggend als wordt bezien wat de achterban is. Inwoners van IJmuiden hebben een rauw randje. Visserij, arbeiders Tata. Er zijn volgens geïnterviewden echter zelden incidenten met racisme door supporters. De kracht van de club is de nabijheid bij de supporters in een tijd van verzakelijking van het betaald voetbal. De kracht van Telstar: benutten van de verbindende kracht van sport. Met de spelers komt de club in de wijken van Velsen en IJmuiden, vooral in de armere buurten. Spelers doen activiteiten met kinderen en jongeren uit deze buurten op de Cruijff courts. Dit zorgt voor binding met de gemeenschap. De club zoekt als betaald voetbalorganisatie de samenleving op. Telstar heeft kortom een eigenzinnig en maatschappelijk betrokken uitstraling en streeft dit ook actief na. Het imago van de club als voortrekker van aandacht voor maatschappelijke thema's is belangrijk. Geïnterviewden benadrukken dat dit alleen maar lukt omdat de club ook echt zo is. Het wordt intern gedragen. Het imago van Telstar als club die maatschappelijke thema's durft op te pakken is in de afgelopen jaren verder versterkt door de inspanningen van voormalig algemeen directeur Pieter de Waard. Maar ook door het feit dat het een kleine club is waar de sportieve verwachtingen laag zijn, waardoor ruimte is om 'van het pad af te gaan'. Het is belangrijk voor de club om positief in het nieuws te komen, ondanks de teleurstellende sportieve resultaten. De #AllTogetherChallenge activiteiten pasten bij de maatschappelijk betrokken identiteit van Telstar. De landelijke positieve aandacht voor de activiteiten van Telstar rond de #AllTogetherChallenge heeft volgens betrokkenen als (neven)opbrengst het profiel van Telstar als maatschappelijk betrokken club (verder) versterkt.

Draagvlak binnen én buiten de club

Draagvlak creëren binnen de organisatie

De identiteit van Telstar als 'maatschappelijk betrokken club' is passend voor het steunen van emancipatoire initiatieven zoals de #AllTogetherChallenge activiteiten. Voor het draagvlak *binnen* de club helpt het ook dat Telstar een personeelsbestand heeft dat zeer gevarieerd is naar achtergronden ('zo gevarieerd als het publiek in een winkelstraat'). Zoals verschillende leeftijden, mannen en vrouwen en de aanwezigheid van medewerkers met een handicap. Dat geeft volgens geïnterviewden binnen de organisatie een bepaalde sfeer welke helpt om een dergelijk initiatief breed gedragen te krijgen binnen de organisatie. Wat ook helpt voor het draagvlak is dat de club al gewend is aan emancipatoire activiteiten. De club had een vrouwenteam, er hing al een regenboogvlag bij de club. Geïnterviewden geven ook aan dat emancipatoire initiatieven zoals de #AllTogetherChallenge activiteiten wellicht moeilijker tot stand zullen komen bij clubs met andere identiteiten. Zoals clubs met minder focus op maatschappelijke betrokkenheid (waar de focus is op vooral de sportieve resultaten) of clubs waarvan bij supporters meer weerstand aanwezig is.

Draagvlak creëren bij sponsors en supporters

Het draagvlak voor de #AllTogetherChallenge activiteiten werd bij Telstar geborgd zowel vanuit beneden (de medewerkers) als vanaf boven (de directie). De toenmalig algemeen directeur gaf aan: 'beleg het thema diversiteit bij de algemeen directeur. Dan wordt het beter geborgd en is de kans groter dat beleid van de grond komt'. En ook: 'als we meedoen, dan doen we het niet halfbakken. We moeten echt een statement maken. Niet alleen de organisatie maar ook de spelers, de trainer, de sponsors moeten het omarmen'. Binnen de arbeidsorganisatie was dus al draagvlak, daarbuiten (sponsors, supporters) aanvankelijk ook wel kritiek. Telstar is immers primair een voetbalclub die sportief moet presteren. Er waren daarom discussies intern en extern bij de

club of het wenselijk was om je op zo'n manier te profileren. Op een gegeven moment veranderde het van weerstand naar gewenning, en daarna acceptatie. Via de clubkanalen is naar zowel de eigen supporters als naar externen niet alleen gecommuniceerd over de deelname van Telstar aan de Coming Out Day, maar ook dat de club er echt achter stond. In de communicatie zijn daartoe uitspraken van toenmalig algemeen directeur Pieter de Waard gebruikt, die de boodschap op humorvolle wijze kan overbrengen. Reacties van supporters en sponsors waren grotendeels positief. Negatieve reacties waren volgens betrokkenen heel beperkt. Zoals enkele supporters die kritisch waren over het aanpassen van het Telstar clublogo naar een regenboog logo. Van het clublogo moet je volgens hen afblijven. Sommige fanatieke supporters van Telstar bleven kritisch, maar binnen de bredere groep supporters is er acceptatie ontstaan.

In de sociale media campagne heeft Telstar op strategische wijze gereageerd op negatieve reacties. In de woorden van de toenmalige medewerker sociale media: *"We wisten dat er ook negatieve reacties zouden komen. Die kwamen ook, zoals kots smileys. Maar ook meer normale reacties zoals 'ga je met voetbal bezig houden'. Maar vooral hebben we veel reacties gehad van mensen die positief waren. En er waren supporters die elkaar onderling op sociale media aanspraken op ongewenste uitspraken. We hadden intern afgesproken om op negatieve reacties op de 'Telstar manier' op te reageren. Op sociale media hadden we een zero tolerance als het ging om discriminerende of homofobe teksten. Maar we hebben niet alleen gezonden, we hebben ook geluisterd, waarom vind je dat. We zijn ook met de jongens in gesprek gegaan, ook offline. We hebben uitgelegd dat de acties niet ten koste van het voetbal gaan, dat de voetballers alleen andere shirts aan zouden hebben."*

Draagvlak binnen spelersgroep

Draagvlak binnen een spelersgroep voor de #AllTogetherChallenge activiteiten is niet vanzelfsprekend. Zie bijvoorbeeld de [bezwaren van enkele aanvoerders](#) van betaald voetbalclubs om de *one love* aanvoerdersband(en) te dragen. Telstar is er volgens geïnterviewden in geslaagd om bij alle spelers draagvlak te krijgen voor het dragen van het regenboogshirt bij de drie wedstrijden in 2020/21, 2021/22 en 2022/23⁴. Ook is door de aanvoerder steun voor het initiatief uitgesproken in de landelijke media. Intern is de actie aan de spelers uitgelegd, zij omarmden het. Belangrijk is daarbij wie de boodschap brengt. Zo is Evgeniy Levchenko, voorzitter van de Vereniging van Contractspelers (VVCS) en oud-profvoetballer, voor de spelersgroep gaan staan en heeft het belang van het initiatief aan ze uitgelegd. Spelers nemen iets sneller aan als ze voor iemand respect hebben.

Positieve reacties van buiten de club

Zoals eerder gesteld waren de reacties van supporters en sponsors overwegend positief, het aantal negatieve reacties was beperkt. De meest positieve reacties op de regenboogwedstrijden en andere #AllTogetherChallenge activiteiten / uitingen van Telstar kwamen volgens geïnterviewden echter vooral van mensen buiten de club, eigenlijk vanuit het hele land. Zij hebben ook minder met het sportieve aspect te maken, dus maken zich daar geen zorgen over. Ook vanuit de LHBTIQ+ gemeenschap kwamen volgens de geïnterviewden veel positieve reacties.

4 In het seizoen 2023/24 ontstond wel weerstand en hebben vier spelers van Telstar geweigerd om het regenboogshirt en 'one love' aanvoerdersband te dragen. Zie de alinea 'tot slot' voor nadere toelichting hierop.

Verkoop regenboogshirts

De regenboogshirts werden als merchandise te koop aangeboden door Telstar. Volgens betrokkenen werden de shirts goed verkocht én ook gedragen. De shirts werden gekocht door sommige eigen supporters, maar vaker nog door mensen van buiten de club uit de LHBTIQ+ doelgroep en door verzamelaars van shirts.

Contact met de queer community

Telstar heeft in het kader van de #AllTogetherChallenge activiteiten contact onderhouden met de COC-afdeling van de gemeente Velsen. De club wilde meer bekendheid geven aan het initiatief binnen de queer community met behulp van het COC, maar dit was spaak gelopen door de coronabeperkingen.

Weerstand door een te brede insteek van de boodschap

De KNVB is in oktober 2023 na ophef bij diverse clubs **gestopt met de het verplichten van het dragen van de One Love aanvoedersband**. De KNVB roept clubs niet meer op om tijdens eredivisiespeelrondes actief mee te doen aan de OneLove-campagne. Dat betekent dat de aanvoeders van betaald voetbalclubs de One love aanvoedersband alleen nog dragen als de club of speler dat zelf wil. Dit besluit van de KNVB wordt door geïnterviewden betreurd. De vrees wordt geuit dat het thema niet vanzelf aandacht krijgt binnen clubs en naar de achtergrond zal verdwijnen. Daarbij wordt aangegeven dat de One Love aanvoedersband ook wel complex is omdat er van alles onder valt. Niet alleen het verminderen van homofobie maar ook tolerantie naar- en emancipatie van de bredere LHBTIQ+ gemeenschap en de aanpak van racisme. De verschillende thema's zijn niet één op één inwisselbaar, dan krijg je ook sneller weerstanden. Als iemand zich wil uitspreken tegen racisme dan betekent dit niet altijd dat deze persoon zich ook wil uitspreken voor meer tolerantie naar de LHBTIQ+ gemeenschap. De suggestie wordt gedaan dat de weerstand mogelijk minder wordt als de thema's (weer) uit elkaar worden getrokken.

Rond de wedstrijd rond Coming Out Day in oktober 2023 ontstond ook bij vier spelers van Telstar weerstand en hebben zij **geweigerd** om in het shirt met regenboogmotief te spelen. De spelers van Telstar die geen regenboogshirt willen dragen, zijn buiten de selectie gehouden voor de regenboogwedstrijd tegen TOP Oss. Het viertal van Telstar is verder niet bestraft. De club stelde in een verklaring in de media door algemeen directeur Leon Annokkee de keuze van de spelers te respecteren:

"Inclusie omvat ook tolerantie en binnen die gedachte respecteren wij binnen onze fijne club de keuze van onze collega's."

De gehele verklaring van Telstar is hier te lezen: <https://sctelstar.nl/nieuws/statement-over-telstar-all-together>. Algemeen directeur Anokkee **verklaarde tevens** dat voortaan bij contractbesprekingen ter sprake zal worden gebracht dat Telstar eens per jaar in een shirt met een regenboog speelt.

Impact maken

Een project zoals de #AllTogetherChallenge activiteiten kan impact hebben voor zowel de organiserende club als maatschappelijke impact. Allereerst: wat heeft het project Telstar zelf gebracht? De activiteiten zijn vooral belangrijk voor het imago en de uitstraling van de club. De club die de barricaden op wil. Het draagt bij aan goodwill en sympathie in het land, dus de impact is breder dan de eigen supporters. Goodwill levert de club ook wat op. Denk bijvoorbeeld aan Louis van Gaal die bij Telstar een wedstrijd op de bank kwam zitten. Zonder de uitstraling van Telstar had hij dat volgens geïnterviewden niet gedaan. De vraag blijft dan nog wel: zijn er daadwerkelijke effecten van de #AllTogetherChallenge activiteiten van Telstar op meer acceptatie door supporters van homoseksualiteit (of: LHBTIQ+) in het voetbal en lokale gemeenschap (IJmond) en nemen schelden, spreekkoren of andere incidenten af? Een gehoopt doel / opbrengst volgens de John Blankenstein Foundation was dat de tolerantie wordt vergroot en mensen elkaar meer zouden gaan aanspreken

op negatieve uitingen omtrent LHBTIQ+. Volgens geïnterviewden is er meer voor nodig om zulke impact te kunnen bereiken. Hieronder een overzicht van visies op de impact én om meer impact te kunnen realiseren, zoals die in de interviews naar voren kwamen.

Telstar is een lokale club met een beperkt bereik. Echter in de lokale media, ook in de landelijke media, werd veel gesproken over de actie. Het succes was kortom dat er veel over werd gesproken in de media. Voor een echte impact op houding- en gedragsverandering is volgens betrokkenen de basis van de actie te smal en te eenmalig. Voor daadwerkelijke lokale impact op houding en gedrag zou structureel moeten worden verbreed naar samenwerking met andere organisaties met meer regelmatige activiteiten. Zoals samenwerking zoeken met scholen om er aandacht in lessen aan te geven.

- Om op landelijk niveau impact te maken heb je een grotere organisatie nodig met voldoende menskracht om het te trekken. Zodat het echt gaat leven binnen het voetbal, ook in de amateurwereld. Het heeft nog weinig aandacht, terwijl je zoveel kunt bereiken via voetbal. Het bevorderen van de aandacht voor diversiteit in het voetbal is een taak van de KNVB. Ze doen hierop al wel goede dingen, maar kunnen volgens geïnterviewden nog meer doen. Zo heeft de KNVB bijvoorbeeld een menukaart waarmee je als club een workshop of voorlichting kunt aanvragen. Dat zouden ze meer kunnen promoten.
- Het is tevens belangrijk dat BVO's maar ook de amateursport zulke initiatieven omarmen, want via het voetbal kun je veel bereiken. Dat wordt nogal eens onderschat.

Lessen voor andere clubs: borging project én mogelijke risico's

Zijn er wijze lessen te trekken voor andere betaald voetbalclubs die vergelijkbare projecten willen opzetten? Dit is volgens geïnterviewden inderdaad het geval:

- Beleg het thema diversiteit bij de algemeen directeur. Dan wordt het beter geborgd en is de kans groter dat beleid van de grond komt.
- Draagvlak creëer je van bovenop én van onderaf. Het moet allebei. De directie moet er achter staan, maar ook de medewerkers van de club en spelersgroep moeten er in meegenomen worden.
- Belangrijk is ook dat acties bij de club moeten passen. Bij Telstar paste het, mede door de identiteit van de club. Ook belangrijk is of er binnen een club reeds gewenning is aan emancipatoire activiteiten, bijvoorbeeld als er al een vrouwenteam is. Dan is de kans groter dat een LHBTIQ+ actie kan slagen. Is dat niet het geval, dan kan het verstandig zijn om eerst te werken aan meer draagvlak binnen de geledingen (medewerkers, sponsors, supporters, spelers) van de club.
- Communiceer via de clubkanalen naar zowel de eigen supporters als naar externen dat de club er echt achter staat. Inclusiviteit moet bovendien structureel zijn en niet alleen op Coming Out Day. Klein voorbeeld: hang de regenboogvlag het hele jaar op in plaats van eenmalig. Toon dit ook aan de buitenwereld door communicatie of activiteiten meerdere malen per jaar.
- Laat je niet weerhouden door een kleine minderheid die negatief is. De zwijgende meerderheid hoor je niet en is best bereid om in de actie mee te gaan. Als je het maar goed uitlegt aan hen.
- En maak er iets leuks van, probeer het als iets positiefs te brengen. Een feest voor de wedstrijd, met leuke dingen voor de kinderen en supporters, en ook voorlichting. Want je hebt als club een maatschappelijke rol.
- Maar maak inclusiviteit ook niet te bijzonder of te groot, inclusiviteit moet 'gewoon' zijn, vanuit de basis komen.

- Draagvlak binnen een spelersgroep voor activiteiten gericht op meer tolerantie naar de LHBTIQ+ gemeenschap is niet vanzelfsprekend. Spelers moet je er echt in meenemen, belangrijk is daarbij wie de boodschap brengt. Spelers nemen sneller iets aan van iemand voor wie ze respect hebben.
- Risico is tevens dat mensen binnen de club, sponsors én supporters een dergelijk project leuk vinden zolang de sportieve resultaten goed zijn (Telstar is hierop een uitzondering omdat bij die club de sportieve verwachtingen al laag zijn). Als sportieve resultaten tegenvallen dan kunnen geluiden ontstaan dat je je met randzaken bezighoudt in plaats van de prestaties van de club. Dan kan weerstand ontstaan.
- Risico is als trekkers wegvallen en het niet breder is geborgd binnen de club. De uitdaging is kortom continuïteit. Makkelijker is het als een dergelijk initiatief wordt gestart door bestuursleden die al langer bij een club zitten en daardoor meer draagvlak hebben om het project te borgen.

2.3. Voorbeelden van andere projecten in het betaald voetbal

Niet alleen bij Telstar zijn er activiteiten die zich richten op het verminderen van discriminatie en bevorderen van inclusiviteit. In 2020 ging het programma [Ons Voetbal Is Van Iedereen \(OVIVI\)](#) van start dat zich richt op zowel het betaald voetbal als het amateur voetbal. In bijlage 1 staat een nadere beschrijving van dit programma. Paragraaf 2.3 beschrijft beknopt, bedoeld als inspiratie, een aantal (inter)nationale voorbeelden van programma's tegen discriminatie en voor het bevorderen van inclusiviteit in het (betaalde) voetbal.

Geef Racisme de Rode Kaart

[Geef Racisme de Rode Kaart](#) is een stichting die zich sinds 2014 inzet voor een samenleving zonder vooroordelen, discriminatie en racisme. De activiteiten van de stichting maken gebruik van de prominente status van voetbal en voetballers om racisme en andere vormen van intolerantie in de samenleving aan te pakken. De activiteiten bestaan uit verschillende onderdelen. De doelstellingen van de activiteiten zijn het bevorderen van gelijkheid, het benadrukken van verschillen per individu en het tackelen van racisme in de maatschappij, op scholen en op sportvelden.

- De rode kaart campagne: deze hoofdactiviteit is een bewustzijn campagne die samen met clubs en spelers wordt vormgegeven. Deze campagne start met een poster- en flyer campagne rondom wedstrijden van diverse professionele voetbalclubs en wordt uitgerold naar amateurverenigingen en scholen. Op de posters en flyers staan foto's van spelers die de rode kaart ophouden met de tekst "Geef Racisme de Rode Kaart".
- Educatieve programma's: er wordt een educatief schoolprogramma aangeboden voor primair- en voortgezet onderwijs. Deze gastlessen, in samenwerking met clubs, besteden aandacht aan specifieke onderwerpen binnen het centrale onderwerp racisme en discriminatie.
- Diversiteitsbeleid bij amateurverenigingen: gezamenlijk met professionele clubs en de KNVB worden amateurverenigingen in Nederland aangemoedigd om een antidiscriminatiebeleid op te stellen en te communiceren met hun leden. Stichting 'Geef Racisme de Rode Kaart' helpt amateurverenigingen met het opstellen van dit beleid.

Sinds de zomer van 2019, werkt Geef Racisme de Rode Kaart samen met negen voetbalorganisaties voor een nieuw 'Show Racism the Red Card' initiatief. Dit is een samenwerkingsverband tussen 9 internationale voetbalorganisaties. Het programma is vergelijkbaar met de Nederlandse variant en wordt gesubsidieerd door de Europese commissie.

LHBTIQ+/roze fanclubs

Twee Nederlandse betaald voetbalclubs hebben een LHBTIQ+ fanclub. In 2013 werd door ADO Den Haag supporters de Roze Rêgâhs opgericht. In 2021 werd door Feyenoord Rotterdam de Roze Kameraden opgericht. Deze clubs zijn opgericht om iedereen zich welkom en veilig te laten voelen en zetten zich in voor meer acceptatie van de LHBTIQ+ gemeenschap in het voetbal. Door openlijk uiting te geven aan hun geartheid, hopen de leden van Roze Fanclubs op meer respect binnen hun club. Daarnaast voeren de leden gesprekken met de club, KNVB, gemeente en supporters. Verder worden er ledenbijeenkomsten en evenementen georganiseerd. In samenwerking met andere partners worden activiteiten ondernomen ter bevordering van de inclusiviteit binnen het voetbal. De Roze Fanclubs treden namens hun leden ook op in de media (bijvoorbeeld in de documentaire 'Roze Supporters'). In Europees verband zijn in totaal 48 verenigingen aangesloten bij het netwerk Queer Football Fans en Pride in Football.

Het Spreekkorenproject

[Het Spreekkorenproject](#) is een educatief programma voor voetbalsupporters van de Anne Frank Stichting. In het Spreekkorenproject volgen voetbalsupporters een intensief dagprogramma om hen bewust te maken van discriminerende acties op de voetbaltribune. In de tour door eigen stad staat liefde en passie voor de club centraal. Elke tour is uniek en op maat gemaakt voor de stad van de club. In de tour maken supporters kennis met de Joodse geschiedenis van hun eigen club en stad. De supporters worden langs diverse lokale plekken genomen en ontmoeten medesupporters die gekwetst worden door bepaalde spreekkoren. De anti-Joodse spreekkoren zijn altijd het uitgangspunt van de tour. Maar er is ook aandacht voor andere discriminerende spreekkoren. De fans leren zo meer over hun eigen stad en club en zien de keerzijde van kwetsende spreekkoren.

In 2016 ging Feyenoord als eerste voetbalclub van start met een proef van hun spreekkorenproject in Rotterdam. Onderzoekers van de Anne Frank Stichting onderzochten de proef in Rotterdam. En concludeerden dat deze intensieve aanpak voorlopig een kleine groep supporters bereikt. De aanpak laat bij die groep positieve effecten zien. Door het samenkomen van verhalen worden de supporters geraakt. Zij zijn zich er dan van bewust dat sommige leuzen kwetsend kunnen zijn voor bepaalde groepen. Het merendeel van de deelnemende supporters geeft aan dat zij na de tour anders tegen de spreekkoren aankijken. Ze verwachten bovendien dat ze niet (meer) meezingen als dit soort leuzen worden gezongen.

Fair Play workshop

[De Fair Play workshop](#) van de Anne Frank Stichting gaat over discriminatie en respect in het voetbal en kan worden ingezet bij Betaald Voetbal Organisaties (BVO's) en amateurvoetbalclubs. De interactieve voetbalworkshop richt zich op jonge voetballers tussen de 12 en 16 jaar en beoogt hen te laten nadenken over hun eigen houding en keuzes. In de workshop worden de jongeren geconfronteerd met vormen van discriminatie binnen en buiten de lijnen. Een ervaren workshopdocent van de Anne Frank Stichting verzorgt de workshop op locatie. De workshop bestaat uit drie onderdelen: een online game, positiespel en nagesprek.

- In de game worden jongeren geconfronteerd met maatschappelijke dilemma's binnen en buiten de lijnen. De game speelt zich af rond een voetbaltoernooi waarin alledaagse voorbeelden van discriminatie aan bod komen. Gedurende het spel bekijken de jongeren hoe een scenario verloopt en bepalen ze vervolgens individueel wat zij zouden doen.
- Na de game gaan de jongeren in kleine groepen met elkaar in gesprek aan de hand van situatiekaarten met voorbeelden uit het voetbal. Verschillende werkvormen laten jongeren nadenken over hun eigen opvattingen en keuzes. Ze bekijken de situaties vanuit verschillende perspectieven. Hierdoor krijgen de jongeren meer inzicht in hun eigen houding en het effect van ongewenste uitspraken en handelen op de ander.

- De workshop sluit af met een nagesprek waarin de jongeren kennismaken met verschillende meningen, en met zichzelf. Ook is er ruimte om met elkaar na te denken over hoe je als individu, maar ook als team, kunt handelen in situaties waarin je geconfronteerd wordt met discriminatie.

John Blankenstein Foundation en Alliantie Gelijkspele

De [John Blankenstein Foundation](#) stelt zich ten doel om de sociale acceptatie van homo's en lesbiennes (en LHBTIQ+ personen in brede zin) in de top- en breedtesport te bevorderen. Specifiek richt de John Blankenstein Foundation zich onder meer op het verbeteren van zichtbaarheid en beeldvorming van homoseksuelen sporters en door het bevorderen van best practices in bonds-, club- en ongeorganiseerde sportverbanden. Activiteiten zijn onder meer het organiseren van workshops voor verenigingen, sportopleidingen, gemeenten en andere overheden. Een workshop die de John Blankenstein Foundation aanbiedt is "Sport voor iedereen. Diversiteit in onze club". De workshop is een interactieve bijeenkomst waarin aan de hand van praktische werkvormen ervaringen worden gedeeld en meer begrip wordt opgedaan over seksuele voorkeur en van mechanismen van insluiting en uitsluiting in de sport. Altijd staat ook een ervaringsverhaal van een LHBTIQ+ (top-)sporter centraal. Het doel van de workshops is dat deelnemers concrete handvatten worden geboden waarmee ze zelf in staat zijn om op een proactieve wijze uitsluiting en discriminatie te herkennen en toe te werken naar inclusie. Hiermee kan iedereen zelf bijdragen aan een positieve sociale norm en een veilig(er) sportklimaat binnen de club. De workshops worden aangeboden onder andere aan spelers en teams, trainers/coaches en andere begeleiders, bestuurders en ouders van sporters. De John Blankenstein Foundation organiseert tevens jaarlijks de *AllTogetherChallenge* in samenwerking met diverse sportbonden. Deze vindt plaats rondom 11 oktober, de internationale Coming Out Day. Ook in het betaalde voetbal vindt deze campagne plaats. De John Blankenstein Foundation is een van de partners in de [Alliantie Gelijkspele 4.0](#). Samen met gemeenten, provincies en (lokale) sportservice organisaties jaagt de Alliantie Gelijkspele de acceptatie van de LHBTIQ+ groep aan binnen de sport. Dat gebeurt onder andere door middel van workshops, onderwijs, opleidingen, evenementen en onderzoek.

Internationaal

Gay Football Supporters Network (GFSN)

In Engeland bestaat sinds 1989 het [Gay Football Supporters Network \(GFSN\)](#). Hierin ontmoeten voetbalsupporters van de LHBTIQ+ community elkaar om samen naar wedstrijden te gaan. Ook is de GFSN een nationale voetbalbond gericht op de LHBTIQ+ community, die open is voor iedereen, ongeacht leeftijd, nationaliteit, etniciteit, religie, gender of seksualiteit. Er bestaan al meerdere teams verspreid over Engeland. Verder werkt de GFSN nauw samen met The FA (de reguliere Engelse nationale voetbalbond) en Kick It Out (Engelse organisatie tegen discriminatie in voetbal), om een veilige en positieve omgeving te bevorderen waarin LHBTIQ+ mensen voetbal kunnen kijken en spelen.

Kick It Out

[Kick It Out](#) is een Engelse organisatie die alle vormen van discriminatie (racisme, seksisme, homofobie en transfobie) binnen het voetbal wil tegengaan. Deze organisatie is in 1993 opgezet voor het bestrijden van racisme binnen het voetbal, en in 1997 is dit uitgebreid naar het bestrijden van alle vormen van discriminatie binnen de sport. Tegenwoordig voert deze organisatie onderwijsprogramma's uit voor spelers uit de academie, ouders en fans. Er wordt campagne gevoerd om ervoor te zorgen dat sport voor iedereen welkom is.

Projecten van Kick It Out⁵

Fan education: Volgens Kick It Out is een stadionverbod na discriminerend gedrag/taalgebruik van supporters niet de oplossing. Je moet mensen hun attitude veranderen. In dit programma wordt er 1 op 1 gewerkt met ouders, met als doel ze te laten inzien wat ze hebben gedaan. De intentie van de gebruikte taal wordt besproken, evenals de impact op de persoon naar wie het gericht is. Hiermee wordt beoogd de mindset van de supporter voorgoed te veranderen.

- Zie de volgende link voor een uitgebreid praktijk voorbeeld: <https://www.thenorthernecho.co.uk/news/20209594-getting-mindset-racist---kick-outs-battle-change-attitudes/>.
- Andere gebruikte bron: <https://www.kickitout.org/learn/fan-education>.
- Volgens Alan Bush, de fan education & engagement manager van Kick It Out, is er voor zo ver hij weet niemand die na deze training opnieuw de fout in is gegaan.

Raise Your Game: dit is een project om mensen uit onder-gerepresenteerde groepen die een carrière in het voetbal willen te ondersteunen en adviseren. Dit bestaat uit:

- Netwerk mogelijkheden met mensen van toonaangevende organisaties (o.a. The Premier League, Women's Super League, Sky Sports).
- 1 op 1 mentor sessies met toonaangevende professionals.
- Het bijwonen van toonaangevende speaker sessions en panel debatten.

Raise Your Game blijkt volgens MEL Research effectief: Onder gerepresenteerde groepen worden geboost in hun carrière door dit programma, waardoor de voetbalwereld steeds inclusiever wordt, on-field en off-field. Bron: https://melresearch.co.uk/wp-content/uploads/2023/08/KIO_30YearReport.pdf

Academy education: Dit zijn educatieprogramma's voor iedereen (van under-9s tot aan ouders en personeel) die verbonden is aan de Premier League en English Football League (EFL), waarin men kan leren over discriminatie. Voor de Premier League is er het Equality Inspires programma, en voor de EFL is er een soortgelijk programma in samenwerking met League Football Education. De workshops bevatten de volgende onderwerpen:

- Racisme: wat is het, wat voor impact heeft het en hoe kunnen we het veranderen?
- Homofobie: hoe kunnen we discriminatie op basis van seksualiteit stoppen?
- Social media: advies om je bewust te zijn van wat je post en hoe te reageren op misbruik.
- Advies voor ouders/verzorgers: hoe je de beste ondersteuning kunt geven aan jonge spelers.
- Advies voor personeel: van arbeidsrecht tot manieren om elke speler te laten floreren.
- Specifieke problemen: op maat gemaakte sessies over de kwesties die het belangrijkst zijn voor jonge spelers.
- Verder worden er eigen ervaringen gedeeld van een ex-professional.

Zie het volgende filmpje voor iets meer uitleg van de manager: <https://www.youtube.com/watch?v=HbZaLVkmxvM>.

⁵ Bron: <https://www.kickitout.org/learn/academies>.

Online learning: er zijn meerdere online educatieprogramma's die voor iedereen beschikbaar zijn. Er zijn meerdere cursussen beschikbaar over gelijkwaardigheid, diversiteit en inclusie binnen de volgende categorieën:

- Allyship
- Grassroots
- LHBTIQ+
- Misogyny and sexism
- Race and religion
- Safeguarding
- Schools

Zie de volgende site voor meer informatie over de cursussen: <https://theacademy.kickitout.org/>.

Evaluatie Kick It Out⁶

De effectiviteit van Kick It Out als geheel is geëvalueerd door MEL Research, door gebruik te maken van kwalitatieve en kwantitatieve methodes. Hieruit is het volgende gebleken:

- Impact: Kick It Out heeft bijgedragen aan het terugdringen van discriminatie dat plaatsvindt bij voetbalwedstrijden, door het bewustzijn over de gevolgen van dit gedrag te vergroten, en het aanmoedigen en ondersteunen van fans om discriminatie te melden.
- Bereik: Kick It Out-campagnes en anti-discriminatie berichten hebben 68% van de fans bereikt. De meerderheid is hier positief over.
- Inclusiviteit: Kick It Out heeft voetbalomgevingen meer inclusief en welkom gemaakt voor fans uit het hele land, door het promoten van een omgeving waarin discriminatie steeds onaanvaardbaarder is en steun te bieden in gevallen waar discriminatie wel heeft plaatsgevonden.

- Actie: Kick It Out heeft tot gedragsverandering aangezet. Kick It Out heeft fans aangemoedigd om hun eigen gedrag te evalueren en zich uit te spreken over discriminatie en misbruik wanneer het voorkomt, waardoor er een omgeving is ontstaan waarin discriminerend gedrag niet wordt getolereerd.
- Wel is het nog steeds belangrijk hierin door te gaan, want ondanks de verbeteringen is discriminatie in het voetbal een blijvend probleem waar aan gewerkt moet worden.

Football Against Racism in Europe (FARE)

FARE is een overkoepelende organisatie die individuen, informele groepen en organisaties samen brengt om ongelijkheid in voetbal tegen te gaan. FARE is onafhankelijk maar werkt wel nauw samen met de Europese voetbalbond UEFA. FARE bestrijdt alle vormen van discriminatie: racisme, extreemrechts nationalisme, seksisme, trans- en homofobie en discriminatie tegenover mensen met een handicap. Er zijn o.a. verschillende soorten fan-groepen, NGO's en amateurclubs lid; in totaal zo'n 150, verspreid over bijna 40 Europese landen. De jaarlijkse *Football People* actieweken zijn met ruim 1500 activiteiten wereldwijd het grootste initiatief tegen discriminatie in het voetbal. FARE zet verschillende methodieken in, zoals vergroten van zichtbaarheid, good practices, conferenties, expert meetings, pr-campagnes, participatie door belangenorganisaties en steuncomités, training en voorlichting van bijvoorbeeld coaches, managers en scheidsrechters, regelgeving, het zichtbaar maken van discriminatie, en evaluatie en monitoring voor een goede kwaliteitscontrole. FARE heeft een vijfpuntenprogramma, bestaand uit de volgende onderdelen:

- Benoem het probleem en zet seksisme en homofobie op de agenda.
- Neem verantwoordelijkheid.
- Focus op het dagelijkse werk: rolmodellen zorgen voor herkenning en voor taboedoorbreking. Hiervoor moet een veilige en vertrouwde omgeving worden ontwikkeld.

6 Bron: https://melresearch.co.uk/wp-content/uploads/2023/08/KIO- _30YearReport.pdf.

- Leg de nadruk op positieve voorbeelden, bijvoorbeeld via verslaggeving over vrouwenvoetbal en over LHBTIQ+-voetbaltoernooien.
- Rapporteer seksisme en homofobie.

European Gay & Lesbian Sport Federation (EGLSF)

De **EGLSF** is in 1989 opgericht. De doelen van de EGLSF zijn:

- Strijden tegen discriminatie in de sport op grond van genderidentiteit of seksuele geaardheid.
- Stimuleren van integratie in de sport en de emancipatie van atleten, ongeacht hun genderidentiteit of seksuele geaardheid.
- Mogelijk maken en ondersteunen van de coming-out van atleten.
- Informatie uitwisselen en het mogelijk maken van coördinatie tussen Europese sportgroepen en toernooien.
- Steunen van de oprichting van nieuwe LHBTIQ+-sportgroepen.

De EGLSF is betrokken geweest bij verschillende internationale projecten, zoals:

Pride in Sport:

De doelstellingen van dit project zijn:

- Het vergroten van het bewustzijn en begrip van homofobie en praktijken die lesbiennes, homoseksuelen, biseksuelen en transgenders in de sport discrimineren.
- Het vergroten van de capaciteit van LHBTIQ+-sportgroepen en -netwerken, op lokaal/nationaal/pan-Europees niveau, om kennis te delen en bij te dragen aan het debat over de best practices op het gebied van LHBTIQ+-inclusie in de sport.
- Het bevorderen van LHBTIQ+-mensenrechten door middel van sport, waar de kloof tussen nieuwe lidstaten in het Oosten en oude lidstaten in het Westen wordt overbrugd.

- Het verbeteren van netwerken van degenen die zich inzetten voor de bestrijding van homofobie en het bevorderen van LHBTIQ+-inclusie in de sport in heel Europa – inclusief basisorganisaties, sportbestuursorganen en campagneorganisaties.

Dit proberen zij te bereiken via de volgende manieren:

- Het organiseren van een academische internationale conferentie/colloquium.
- Het ondersteunen van 20 lokale grassroot good practices initiatieven en projecten, verspreid over Europa.
- Het opzetten van factsheets in de vorm van handleidingen voor sportbestuursorganen voor de aanpak van homofobie.
- Het creëren van een mobiele gaming-applicatie "UpFront", gericht op anti-discriminatiewaarden.
- Het opzetten van een tentoonstelling 'Again the Rules' over LHBTIQ+-sport tijdens de Olympische Spelen in Londen en EuroGames in Boedapest.

Football for Equality: Bestrijdt homofobe en racistische stereotypes in het voetbal. Het is mede georganiseerd door FARE.

De doelen van dit project zijn:

- Populariteit en universaliteit van voetbal gebruiken als een uniek toegangspunt om het bewustzijn over racisme en aanverwante onverschillen (vreemdelingenhaat, islamofobie, anti-Roma-racisme en antisemitisme) en homofobie te vergroten.
- Om gebieden van de bestrijding van racisme, vreemdelingenhaat en antisemitisme enerzijds en de strijd tegen homofobie anderzijds aan te pakken en met elkaar te verbinden.
- Bevorderen en verbeteren van intercultureel begrip en tolerantie, vooral onder jongeren in de Europese Unie.

Common Goal

Common Goal is een Amerikaanse organisatie die racisme in het voetbal tegen wil gaan en inclusie van LHBTIQ+ gemeenschappen wil bevorderen. Projecten van Common Goal:

- *Play Proud* is een project met als doel veilige sportplekken te creëren voor LHBTIQ+ gemeenschappen over de hele wereld. Dit proberen zij te bereiken door o.a. het implementeren van LHBTIQ+ inclusiviteitstrainingen. De volgende activiteiten worden o.a. ondernomen:
 - LHBTIQ+ inclusieve trainingen voor personeel.
 - Het leveren van een methodologie om deelnemer de tools en kennis te geven om veilige ruimtes te creëren in hun organisaties en programma's.
 - Het vergroten van de belangenbehartiging van LHBTIQ+ inclusie in de sport.

Zie het volgende document voor verdere uitwerking van het project: <https://www.common-goal.org/Files/WebsiteCollectiveProjects/1507495056-Collective-Projects-Play-Proud-2021-Impact.pdf>.

- *Anti-Racist Project*: om racisme in het voetbal tegen te gaan, worden er verschillende antiracisme trainingen gegeven aan personeel van professioneel voetbal en NGO leiders. Ook bestaat er Switch the Pitch: een wedstrijd op afstand die de voetbalgemeenschap verenigt achter antiracistische actie door middel van ervaringsgerichte leervormen en antiracistische training. Het bestaat uit de volgende onderdelen:
 - Inclusieve coaching trainingen waarin coaches vaardigheden en informatie krijgen aangeleerd om een inclusieve, antiracistische cultuur te realiseren.
 - Virtual Social Impact League: coaches betrekken teams om (36) teamuitdagingen te voltooien, waardoor zij inclusiever worden en zich meer bewust worden van het probleem.

Ook is er een reeks acties in het professioneel voetbal uitgevoerd om meer bewustzijn, solidariteit te creëren om antiracistische praktijken en leiderschap te activeren.

Zie het volgende document voor verdere uitwerking van het project: <https://www.common-goal.org/Files/WebsiteCollectiveProjects/1508052257-Collective-Projects-ARP-2021-Impact.pdf>.

Impact report Common Goal

Er is een impact report van Common Goal waarin al hun projecten worden besproken:

- *Play Proud*: 100% van de deelnemers hebben hun kennis, vertrouwen en leiderschapsvaardigheden verbeterd om homo-, bi- en transfobie tegen te gaan en LHBTIQ+ inclusie te verdedigen.
- *Anti-Racist Project*: er zijn 68 modules volbracht door coaches. 69% vond dit interessant, 83% vond het belangrijk, 74% vond het begrijpelijk en 84% vond het uitvoerbaar. 75 jonge spelers hebben antiracistische uitdagingen volbracht, uitgevoerd door hun coach. 34% vond dit 'great', 33% 'good' en 33% 'average' (1-very poor, 2-poor, 3-average, 4-good, 5-great).

Zie het volgende document voor de volledige impact report: <https://www.common-goal.org/Content/downloads/Common-Goal-Impact-Report-2022.pdf>.

Bijlage programma “Ons Voetbal Is Van Iedereen” (OVIVI)

Niet alleen bij voetbalclub Telstar zijn er activiteiten die zich richten op het verminderen van discriminatie en bevorderen van inclusiviteit. In 2020 ging het programma [Ons Voetbal Is Van Iedereen \(OVIVI\)](#) van start. OVIVI is een samenwerking van de KNVB en de ministeries Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS), Justitie en Veiligheid (JenV), Sociale Zaken en Werkgelegenheid (SZW) en Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW). Dit plan is, naar aanleiding van het racistische spreekkoor bij FC Den Bosch – Excelsior (17 november 2019), in 2020 ingegaan voor het bestrijden van racisme en discriminatie in het voetbal. Het plan geldt voor zowel het amateur- als betaald voetbal. Het plan betreft drie onderdelen: voorkomen, signaleren, sanctioneren.

Zie het volgende document voor meer concrete maatregelen binnen de drie onderdelen: <https://www.knvb.nl/downloads/bestand/21568/0436-voetbal-van-iedereen>.

Voorkomen: Veruit de meeste mensen in onze samenleving zijn er niet op uit om anderen doelbewust te kwetsen. In die gevallen kunnen voorlichting, dialoog en bewustwording het gedrag positief veranderen. Dit is een belangrijk onderdeel, zeker als positief gedrag wordt beloond en goede voorbeelden een podium krijgen.

Signaleren: Soms is het heel moeilijk om racisme en discriminatie vast te stellen op de tribune of op een van de amateurvelden. Het is vaak lastig te bewijzen wie zich hieraan schuldig heeft gemaakt. Meldingen, signalen, harde bewijslast maar ook persoonsgegevens zijn nodig om op te kunnen treden tegen diegenen die de norm overschrijden en ook hierin wordt geïnvesteerd.

Sanctioneren: Daders moeten worden aangepakt. Daarom worden degenen die zich schuldig maken aan racisme en discriminatie strikt aangepakt. Dat zal op alle juridisch mogelijke manieren gebeuren. Er wordt ook nadrukkelijk ingezet op straffen die leiden tot meer bewustwording en een gedragsverandering.

OVIVI 1 heeft gelopen tussen 2020 en 2023. Voor de periode 2023-2025 is het plan van aanpak OVIVI 2 opgesteld als het vervolg op OVIVI. Daarin worden de actielijnen uit het eerdere programma doorgezet met enkele aanpassingen of aanscherpingen. Ook is een vierde onderdeel toegevoegd: Samen aan de slag. Voor een overzicht van de meest recente concrete maatregelen zie: <https://onsvoetbalisvaniedereen.nl/wp-content/uploads/2023/09/OVIVI-Interactive-online-PDF-V8.pdf>.

#OneLove campagne

Onderdeel van het OVIVI programma, binnen het onderdeel 'voorkomen', is de #OneLove campagne. Deze campagne benadrukt de verbindende kracht van voetbal en is vóór verbinding en tegen elke vorm van discriminatie. #OneLove wil de stille meerderheid activeren met onder meer rolmodellen op elk niveau en op elke plek, zodat iedereen zich kan herkennen en aansluiten. De afgelopen drie jaar is met #OneLove gewerkt aan vooral bewustwording. De komende jaren wil de campagne mensen activeren om aan de slag te gaan. Ook is er aandacht voor de impact van spreekkoren in het stadion op personen buiten het stadion, bijvoorbeeld voor de televisie. De OneLove-aanvoedersband is onderdeel van de #OneLove campagne. Deze wordt op Coming Out Day niet alleen gedragen door de aanvoeders van teams in het betaald voetbal maar ook door veel teams in het amateurvoetbal. Sinds 2021 omvat de OneLove campagne ook een trainingsprogramma en online platform voor amateurverenigingen gericht op diversiteit.

Evaluatie opbrengsten Ons Voetbal Is Van Iedereen

Mulier instituut (2023) heeft het programma 'ons voetbal is van iedereen' geëvalueerd. Zie [hier](#) het evaluatierapport. De onderzoekers concluderen dat maatregelen uit het OVIVI programma hebben bijgedragen aan meer steun voor - en inzet op antidiscriminatie. De onderzoekers concluderen echter ook dat de uitdagingen nog onverminderd groot zijn. Inzet op antidiscriminatie in het voetbal op de langere termijn blijft nodig. De volgende aanbevelingen zijn gedaan:

- Wees duidelijker op welke discriminatiegronden en -uitingen maatregelen zich richten.
- Betrek profvoetballers en trainers als ambassadeurs en meer ervaringsdeskundigheid.
- Zorg voor betere handhaving door clubs en belangenorganisaties in het betaald voetbal.
- Verbeter richtlijnen voor antidiscriminatie en handelingsopties voor amateurverenigingen.
- Zet in op scholing en handelen van (jeugd)trainers en -scheidsrechters.
- Doe onderzoek naar de opbrengsten van scholing over norm- en gedragsverandering.

Verder wordt aangegeven dat spelers, scheidsrechters en bestuurders sommige uitingen minder snel als discriminerend beoordelen, omdat deze binnen de voetbalcultuur zijn genormaliseerd en geaccepteerd. Kennisbijeenkomsten en trainingen voor scheidsrechters, clubbestuurders en trainers droegen bij aan meer bewustwording over discriminatie als probleem. Al roept de toegenomen aandacht voor antidiscriminatie en inclusie ook tegenreacties op, die soms leiden tot extra discriminatie.

COLOFON

Opdrachtgever	Anne Frank Stichting
Auteurs	Drs. R. Van Wonderen
Met medewerking van	F. Goedhart, BSc
Foto omslag	Adobe Stock, Igor, 653706169
Uitgave	Verwey-Jonker Instituut Giessenplein 59 C 3522 KE Utrecht T (030) 230 07 99 E secr@verwey-jonker.nl I www.verwey-jonker.nl

De publicatie kan gedownload worden via onze website:
<http://www.verwey-jonker.nl>

ISBN 978-94-6409-303-2

© Verwey-Jonker Instituut, Utrecht, april 2024.

Het auteursrecht van deze publicatie berust bij het Verwey-Jonker Instituut.
Gedeeltelijke overname van teksten is toegestaan, mits daarbij de bron wordt vermeld.

The copyright of this publication rests with the Verwey-Jonker Institute.
Partial reproduction of the text is allowed, on condition that the source is mentioned.