

SIRE start campagne 'Geef kinderen hun spel terug'

Negen op de tien ouders ergeren zich aan het gedrag van anderen langs de zijlijn van het sportveld

Amsterdam, 8 november 2007 – Vandaag start SIRE (Stichting Ideële Reclame) de campagne 'Geef kinderen hun spel terug'. In de campagne staat de overdreven bemoeizucht van (veelal) ouders langs de sportvelden centraal. Uit recent onderzoek van TNS NIPO in opdracht van SIRE, onder ruim 800 ouders met sportende kinderen, blijkt dat meer dan negen op de tien ouders (91%) zich in meer of mindere mate ergeren aan het gedrag van andere ouders langs de zijlijn. Het gaat hierbij om het opjatten van kinderen, vloeken en schelden, het wijzen van de scheidsrechter op een verkeerde beslissing en het adviseren van de teamleiding. Vier op de tien ouders (40%) denken echter dat andere ouders zich nooit aan hen ergeren.

Ouders vragen veel van hun kinderen. Ze moeten niet alleen goed zijn op school, maar ook uitblinken op sportief gebied. Veel ouders moedigen hun kinderen luidkeels aan. En dat hoor je. Langs de lijn of op de tribune.

Jan Müller, een van de projectleiders van SIRE, zegt hierover: "De betrokkenheid van ouders bij hun sportende kinderen is goed, maar daarbij zijn ze niet zelden zó fanatiek, dat het lijkt alsof ze het spel helemaal willen overnemen, over de hoofden van de kinderen heen; zowel bij hockey, schaatsen, voetbal, tennis, zwemmen of een andere sport. Terwijl het toch gaat om hún spelplezier en lichaamsbeweging. Kinderen hebben hier last van."

Het doel van de campagne is om ouders - en in tweede instantie begeleiders, coaches - bewust te maken van hun gedrag en ze te laten zien welke impact het heeft op de kinderen. Ook beoogt de campagne het overdreven fanatisme bespreekbaar te maken tussen ouders en coaches onderling.

Maatschappelijk probleem

Bijna driekwart (73%) van de ouders ziet dat andere ouders de kinderen bij sportwedstrijden wel eens opjatten, terwijl 43% toegeeft dit zelf wel eens te doen. Opvallend is dat één op de zes jonge ouders van onder de 35 jaar het erg positief vindt om kinderen op te jatten. De helft van de ouders (49%) ziet andere ouders wel eens vloeken bij sportwedstrijden van hun kind(eren), maar slechts één op de twaalf ouders (8%) geeft aan dit zelf te doen.

Een meerderheid van 57% van de ouders spreekt kinderen wel eens aan op een verkeerde inschatting of beweging. Vooral mannen vertonen dit gedrag: 68% van hen zegt dit te doen, tegenover 48% van de vrouwen.

Niet bewust van voorbeeldfunctie

"In de meeste gevallen is de intentie van ouders langs de sportvelden goed, maar in hun enthousiasme kunnen zij te ver gaan. Ouders kunnen kinderen het beste hun spel laten

spelen zonder zich ermee te bemoeien. Niet alleen heeft de overdreven bemoeizucht van sommige ouders een negatieve impact op het spelplezier van de kinderen, ook kan het hun zelfvertrouwen en de eigenwaarde verminderen als kinderen steeds commentaar krijgen,” aldus Tischa Neve, kinderpsychologe en speltherapeute. “Veel ouders zijn zich bovendien niet bewust van de enorme voorbeeldfunctie die zij voor hun kind vervullen. Als ouders zich met het spel bemoeien, raken kinderen verward: ze weten niet meer naar wie ze tijdens het sporten moeten luisteren; naar hun coach of ouders. Tevens is er een kans dat kinderen dit bemoeizuchtige of negatieve gedrag gaan overnemen op het sportveld.”

Onsportief gedrag onderdeel van het spel

Uit eerder onderzoek van Motivaction, uitgevoerd in opdracht van het NOC*NSF voor het Masterplan Arbitrage, blijkt dat sportende jongeren tussen 12 en 24 jaar méér dan overige Nederlanders vinden dat onsportief gedrag ‘erbij hoort’.

Müller: “Het is verontrustend dat vooral jongeren vinden dat onsportief gedrag in de sport nou eenmaal onderdeel van het spel is, terwijl dit in feite totaal niet bij sport hoort – zeker als het kinderen betreft. De normen lijken te vervagen. Dat blijkt ook wel uit het feit dat bij de jeugd per week gemiddeld drie tot vier voetbalwedstrijden gestaakt worden wegens ontoelaatbaar gedrag langs de lijn. Het wordt tijd dat mensen in gaan zien dat dit gedrag niet normaal is.”

S(up)porters van de campagne

De campagne wordt ondersteund door het NOC*NSF, de 14 grootste Nederlandse sportbonden en het SIRE team van s(up)porters, bestaande uit een groot aantal (oud-)topsporters: Frank de Boer, Ronald de Boer, John van den Brom, Giovanni van Bronckhorst, Pierre van Hooijdonk, Dirk Kuyt, André Ooijer, Edwin van der Sar, Clarence Seedorf, Richard Witschge en Rob Witschge (voetbal); Marjolein Bolhuis-Eysvogel en Bram Lomans (hockey); John van Lottum en Marcella Mesker (tennis); Erben Wennemars (schaatsen); Ron Berteling (ijshockey); Wim Marcker (rugby); Hans Heemskerk en Tim Heemskerk (korfbal); Gino Smits (handbal); Daan Slooter (golf).

De aftrap van de campagne ‘Geef kinderen hun spel terug’ vond vandaag plaats in het Olympisch Stadion in Amsterdam, in aanwezigheid van NOC*NSF voorzitter Erica Terpstra en diverse (voormalige) topsporters.

Over de campagne

‘Geef kinderen hun spel terug’ laat, met overdrijving, zien dat ouders het spel overnemen en welke impact dit heeft op kinderen. De campagne loopt tot en met het eerste kwartaal van 2008 en bestaat uit televisie- en radiocommercials, printadvertenties, online banners en een online game. De commercials zijn de komende maanden op de Nederlandse televisie te zien en op de radio te horen.

In de tv-commercial is een voetbalwedstrijd van kinderen te zien. In eerste instantie lijkt het een normale wedstrijd, maar gaandeweg blijkt dat de ouders hun kinderen ‘besturen’ door

middel van hun verbale aanwijzingen. Hierdoor gaan kinderen onnatuurlijke bewegingen maken. Zij verliezen al snel het spelplezier. De andere uitingen tonen vergelijkbare situaties, o.a. bij tennis en hockey.

Op de speciale website (www.geefkinderenhunspelterug.nl) kunnen bezoekers meer informatie over de campagne vinden en een online petitie tekenen, waarmee ze aangeven dat ze de campagne ondersteunen. Tevens kunnen sportverenigingen op de website banners en andere campagnematerialen downloaden. Met de speciaal voor de campagne ontwikkelde online 3D-game kunnen bezoekers sportende kinderen met behulp van verbale aanwijzingen (via de microfoon op de computer) proberen te besturen.

Over SIRE

De Stichting Ideële Reclame is een onafhankelijke stichting die onderbelichte maatschappelijke onderwerpen publiekelijk aan de orde stelt, bespreekbaar maakt en agendeert bij burgers, opinieleiders en besluitvormers. SIRE wil wakker schudden en mensen aan het denken zetten en doet dat door het maken van ideële, niet commerciële campagnes. Al 40 jaar met de belangeloze hulp van de media- en communicatiebranche. Sinds de oprichting in 1967 zijn dat 97 campagnes, zoals 'De maatschappij dat ben jij', 'Je bent een rund als je met vuurwerk stunt', eenzaamheid, dyslexie, overgewicht bij kinderen en 'Kort lontje'. SIRE heeft geen banden met de overheid of andere organisaties.