



GEEF KINDEREN HUN SPEL TERUG.NL

PERSBERICHT

Nieuwe SIRE-campagne maakt wangedrag langs het sportveld bespreekbaar

Opgekropte doordeweekse stress een van de oorzaken van schreeuwen langs de lijn

Amsterdam, 8 september 2011 –SIRE (Stichting Ideeële Reclame) start vandaag een nieuwe campagne met het thema ‘Geef kinderen hun spel terug’. In de campagne staat opgekropte doordeweekse stress als een van de oorzaken van negatief gedrag van (veelal) ouders langs de sportvelden centraal. Een belangrijk doel is bovendien het bespreekbaar maken van het soms te fanatieke gedrag van een deel van de ouders. Uit recent onderzoek van TNS NIPO in opdracht van SIRE blijkt dat slechts 15% van de ouders van sportende kinderen geen moeite heeft andere ouders aan te spreken op hun negatieve gedrag langs het sportveld.

Bijna de helft (46%) van de ondervraagde ouders ergert zich in meer of mindere mate aan het gedrag van andere ouders langs de zijlijn. Dat blijkt uit recent onderzoek onder 817 ouders met sportende kinderen. Het gaat hierbij om het opjatten van kinderen, vloeken en schelden, het wijzen van de scheidsrechter op een verkeerde beslissing en het in woord en gebaar bekritisieren van de teamleiding. Kinderen hebben daar last van.

Ieder jaar is er nieuwe instroom van sportende kinderen, die met het fenomeen wangedrag van ouders langs het sportveld te maken krijgen. Daarom heeft SIRE besloten de campagne ‘Geef kinderen hun spel terug’ de komende jaren te blijven herhalen, om mensen opnieuw wakker te schudden en te voorkomen dat de kwestie uit het oog verloren wordt. Ieder jaar zal een andere factor die bijdraagt aan het negatieve gedrag uitgelicht worden. Dit jaar is dat de doordeweeks opgebouwde stress, die zich uit in het weekend.

Doordeweekse stress als oorzaak

Uit het onderzoek blijkt dat ruim de helft van de ouders (57%) erkent dat doordeweeks opgebouwde stress een van de factoren is die bijdraagt aan negatief gedrag van ouders langs de velden in het weekend.

Margriet Sitskoorn, neuropsycholoog en hoogleraar Klinische Neuropsychologie aan de Universiteit van Tilburg zegt hierover: *“Sport en spel is goed voor je hersenen, ze zorgen ervoor dat de netwerken in je hersenen kunnen ontwikkelen. Stress daarentegen, kan de hersenen kapot maken. Het lijkt me dat iedereen het beste voor zijn kind wil. Geef kinderen daarom hun sport en spel, maar niet de stress van ouders.”*

Bespreekbaar maken

Uit het onderzoek blijkt slechts 15% van de ouders van sportende kinderen geen moeite heeft andere ouders aan te spreken op hun negatieve gedrag langs het sportveld. Slechts 4% geeft aan wel eens aangesproken te zijn op zijn/haar negatieve gedrag.

Bram Lomans, hockeyer zegt hierover: *“Als jonge voetbalvader kom ik op veel voetbalvelden. Collega-vaders/moeders aanspreken op hun gedrag werkt zeer verhelderend. Vaak hebben ze niet in de gaten wat ze voor (negatieve) invloed hebben op hun kinderen.”*

Pim Slierings, directeur SIRE zegt hierover: *“Hoewel de meeste ouders zich voorbeeldig gedragen langs de zijlijn, is er nog steeds een groep die met hun wangedrag te ver gaat. Dit heeft een negatief effect op de kinderen in het veld. Met deze campagne helpen we ouders – en in tweede instantie begeleiders en coaches – om elkaar aan te spreken op ongewenst gedrag. Daarmee gaan we een stap verder dan 2007, toen de nadruk op bewustwording lag.”*



GEEF KINDEREN HUN SPEL TERUG.NL

S(up)porters van de campagne

De campagne wordt ondersteund door 'Samen voor Sportiviteit en Respect', een samenwerkingsverband tussen NOC*NSF en 11 Nederlandse sportbonden, en het SIRE team van s(up)porters bestaande uit een groot aantal (oud-)topsporters:

- Voetbal Frank en Ronald de Boer
- Basketbal Peter van Paassen
- Boksen Arnold Vanderlyde
- Hockey Floris-Jan Bovelanders, Minke Booij, Bram Lomans, Stephan Veen, Teun de Nooijer
- Kano Nicole Bulk
- Roeien Kirsten van der Kolk
- Schaatsen Yvonne van Gennip, Jochem Uytendaele, Barbara de Loor
- Tennis Esther Vergeer

De aftrap van de campagne 'Geef kinderen hun spel terug' vond donderdag 8 september plaats bij AFC te Amsterdam, in aanwezigheid van Wim Kieft (voormalig profvoetballer), Marijke Fleuren (voorzitter van het samenwerkingsverband 'Samen voor sportiviteit en Respect') en diverse (voormalige) topsporters zoals Minke Booij (hockey), Barbara de Loor (schaatsen), Nicole Bulk (kanoën), Kirsten van der Kolk (roeien).

Over de campagne

'Geef kinderen hun spel terug' laat zien dat doordeweeks opgebouwde stress ongewenst van invloed is op het gedrag van ouders langs het speelveld in het weekend, en wat de impact daarvan is op kinderen. Het campagnethema is "Laat maandag tot en met vrijdag op zaterdag thuis". De campagne loopt tot en met oktober 2011 en bestaat uit televisie- en radiocommercials, printadvertenties en online banners. Het is de 104^e campagne sinds de oprichting van SIRE in 1967.

Op de speciale website (www.geefkinderenhunspelterug.nl) kunnen bezoekers meer informatie over de campagne vinden. Ook kunnen kinderen een waarde voucher van *wellness resort Zwaluwhoeve* downloaden voor hun ouders om een dagje te gaan ontspannen. Op de website zijn bovendien gedragstips voor ouders langs het speelveld te vinden van [kinderpsychologe Tischa Neve](#). Tevens kunnen sportverenigingen op de website banners en andere campagnematerialen downloaden.

Over SIRE

SIRE is een onafhankelijke stichting die zich ten doel stelt onderbelichte maatschappelijke onderwerpen publiekelijk aan de orde te stellen, bespreekbaar te maken en te agenderen bij burgers, opinieleiders en besluitvormers. SIRE wil wakker schudden en mensen aan het denken zetten en doen beseffen dat bepaalde kwesties niet uit het oog verloren mogen worden. SIRE wil zo bijdragen aan een vitale en betrokken samenleving. SIRE zet hiertoe, met de belangeloze hulp van de communicatiebranche, multimediale campagnes in. Vertegenwoordigers uit de communicatiebranche nemen zitting in het SIRE-bestuur. Hierdoor kunnen wij via de massamedia een scala van ideeën en idealen onder de aandacht van het grote publiek te brengen. SIRE heeft geen banden met de overheid of andere organisaties.

Sinds onze oprichting in 1967 zijn dat inmiddels ruim 100 campagnes, zoals 'De maatschappij dat ben jij', 'Je bent een rund als je met vuurwerk stunt', overgewicht bij kinderen, 'Kort lontje', kinderen in een scheiding, aardige mensen hoe gaan we er mee om, pleegouders zijn bijzonder nodig. Voor meer informatie en voorbeelden surf naar www.sire.nl, of sluit je aan bij SIRE op [Hyves](#) en [Facebook](#). SIRE is ook te volgen op Twitter via @SIREcampagnes, met voor deze campagne de hashtag: #hoewasjeweeke?.

LAAT MAANDAG T/M VRIJDAG OP ZATERDAG THUIS

SIRE

GEEF KINDEREN HUN SPEL TERUG.NL

Noot voor de redactie, niet bestemd voor publicatie

- Beeldmateriaal van de perspresentatie is vanaf donderdagmiddag 8 september te downloaden van www.presslink.nl/sire en geefkinderenhunspelterug.nl/campagnematerialen
- Bijlage: overzicht quotes van ambassadeurs van de campagne waaronder (voormalig) top-sporters.
- Bijlage: 5 gouden tips voor gedrag langs de lijn van kinderpsychologe Tischa Neve
- Onderzoeksgegevens: Van 3 tot en met 14 augustus heeft TNS NIPO onderzoek gedaan onder 817 ouders met één of meer kinderen in de leeftijd van 6 tot en met 18 jaar. De respondenten zijn afkomstig uit de TNS NIPObase.

Neem voor meer informatie contact op met:

Diederik Huisman
Hill & Knowlton Nederland
Telefoon: 020 – 404 47 07
Mobiel: 06 – 21 53 12 38
E-mail: diederik.huisman@hillandknowlton.com

Aan deze campagne werkten mee

De nieuwe campagne van SIRE wordt uitgevoerd door Alfred (concept en campagne), Hill & Knowlton (Communicatie & PR), TNS NIPO (onderzoek), 45north (online-activiteiten) en 105 (social media). De tv-commercials worden geproduceerd door productiemaatschappij Lada (regisseur Ben Brand). Post-productie gebeurt bij Condor, geluid komt van FC Walvisch en Jaap Vliegthart verzorgt de fotografie. Het SIRE-projectteam bestaat uit de SIRE-Bestuursleden Ole Christern (N=5), Hans Peters (Unilever), Bas Verheijen (C1000) en Mayke van Keep (De Issuemakers). De media- en marktonderzoeksbegeleiding liggen respectievelijk bij André Roof (Mediamaatschap) en Ruurd Hielkema (Trendbox).
