

BELEIDSPLAN

STICHTING DE BETROKKEN SPARTAAN
2022 – 2026



INLEIDING

Met trots presenteren wij u het “Beleidsplan van Stichting de Betrokken Spartaan 2022-2026”. In dit beleidsplan wordt er een terugblik gedaan naar de afgelopen 10 jaar en een voorzet gedaan naar de toekomst. In het beleidsplan van de toekomst worden de volgende aspecten besproken:

- Visie, missie
- Financiële situatie
- Doelstellingen
- Ontwikkeling & Onderzoek
- Financiële situatie
- Marketing & Communicatie
- Pijlers

Om alle maatschappelijke aanvragen te centraliseren is de maatschappelijke Stichting De Betrokken Spartaan geïnitieerd. De maatschappelijke stichting van Sparta Rotterdam neemt vanaf de dag van oprichting haar verantwoording voor het verder verbeteren van de samenleving in de naaste omgeving van het Sparta Rotterdam stadion en omliggende gemeenten. Inmiddels bestaat de Stichting 10 jaar en zet zij zich middels meerdere projecten in om de samenleving verder te verbeteren.

Stichting De Betrokken Spartaan wil zich in de toekomst verder gaan uitbreiden met meerdere projecten om zo een nog breder deel van de samenleving verder te verbeteren. De stichting heeft meerdere doelstelling opgesteld voor de jaren 2022 - 2026. De doelstellingen zijn opgesplitst in korte, middellange en lange termijn doelstellingen.

Het Stichtingsbestuur van Stichting De Betrokken Spartaan bestaat uit:

Voorzitter: Werner Klaassen
Algemeen lid: Manfred Laros
Algemeen lid: Leo Ruijs
Algemeen lid: Jelle Kloosterman

“SPARTA IS VOOR ALTIJD IN JE LEVEN! VAN WISCLUB TOT SCHOOL, VAN STUDIE TOT WERK, VAN WERK TOT NA PENSIOEN. BIJ SPARTA IS ALTIJD WAT TE DOEN!”



INHOUDSOPGAVE

1. DE EERSTE 10 JAAR	3
<i>VISIE: "EEN LEVEN LANG SPARTA"</i>	6
<i>MISSIE</i>	6
<i>KERNWAARDEN</i>	8
<i>STRATEGIE</i>	9
3. DOELSTELLINGEN 2022 – 2026	10
4. ONTWIKKELING & ONDERZOEK	11
5. ORGANISATIE	15
<i>ORGANIGRAM HUIDIGE SITUATIE (2021)</i>	15
<i>BUSINESS MODEL CANVAS</i>	16
<i>FINANCIEEL</i>	17
6. MARKETING & COMMUNICATIE	19
7. DIJLERS	21
<i>WERK & INKOMEN</i>	21
<i>SPORT & GEZONDHEID</i>	22
<i>LEEFBAARHEID & ONTWIKKELING</i>	23

1. DE EERSTE 10 JAAR

16 juni 2011: dé datum waarop Stichting De Betrokken Spartaan officieel het levenslicht zag. De maatschappelijke Stichting van Sparta Rotterdam neemt vanaf dié dag namens de oudste Betaald Voetbalorganisatie haar verantwoording voor het verder verbeteren van de samenleving in de naaste omgeving van het Sparta Stadion en omliggende gemeenten

De Stichting is ontstaan uit de vraag vanuit de toenmalige selectie van Sparta Rotterdam, die vanuit alle kanten werd bevraagd met maatschappelijke vraagstukken of om deel te nemen aan initiatieven. Om hier structuur in te krijgen, is er besloten alle maatschappelijke aanvragen te centraliseren en is de maatschappelijke Stichting geïnitieerd. De Stichting kon dan namens Sparta Rotterdam de maatschappelijke aanvragen ontvangen, beoordelen en uitzetten in samenspraak met de selectie. Vanuit dit principe is er vervolgens gewerkt aan het ontplooiën van maatschappelijke initiatieven, die de directe omgeving van het Sparta Stadion leefbaarder konden maken. Het allereerste échte grote project was ‘Alleen jij bepaalt wie je bent’. Een veiligheidsproject in samenwerking met het Ministerie van Veiligheid & Justitie om probleemjongeren doormiddel van sportactiviteiten op het rechte pad te (be)houden. Om nog meer structuur in de Stichting te krijgen zijn vijf pijlers opgesteld, om vanuit deze pijlers operationeel nieuwe projecten te kunnen ontwikkelen; Veiligheid, Werk & Inkomen, Onderwijs, Sport & Bewegen en Gezondheid. Deze pijlers hebben invulling gekregen met bijbehorende projecten, die inspelen op de vraag en behoefte vanuit de doelgroep en (deel) gemeenten.

Na het goede begin van de Stichting, zijn er destijds ook steeds meer betrokken sponsors aangehaakt als maatschappelijk partners. Deze sponsors droegen op allerlei manieren bij aan de Stichting. Hetzij financieel, dan wel op andere manieren. Door het aanhaken van de maatschappelijk partners, heeft de Stichting zich verder door kunnen ontwikkelen en nieuwe projecten kunnen ontplooiën. Samenwerkingen werden aangegaan met een Sportmedisch Centrum in Rotterdam. In samenwerking met dit bedrijf werd het project GAME ON! opgestart. Een gezondheidsproject waarbij kinderen met overgewicht middels sport, spel en begeleiding werden geholpen om af te vallen en een gezondere levensstijl te creëren. Dit allemaal in combinatie met een leefstijlcoach, fitnesstrainer en een diëtiste. Daarnaast werd er met het project ‘Bewegen naar werk’ getracht middels sport werkzoekenden verder te begeleiden naar werk. Met deze projecten werd er ook invulling gegeven aan de pijler ‘gezondheid’. Dit project was tevens een mooi voorbeeld van goede en structurele samenwerking met een maatschappelijk partner, die naast een financiële bijdrage ook een inhoudelijke bijdrage kon leveren aan een project van De Betrokken Spartaan.

Dit concept is uiteindelijk uitgebreid; De Betrokken Spartaan zocht steeds meer naar samenwerkingen met andere partijen. Middels het project ‘Sparta Banen Marsch’ is hier op creatieve wijze invulling aan gegeven. Uitkeringsgerechtigden, veelal met een WAJONG-uitkering, kregen bij Sparta Rotterdam de kans om onder begeleiding van een jobcoach werkervaring op te doen en zo terug te keren richting het werkveld. De jobcoach werd geleverd door partner Connecting2U en de uitkeringsgerechtigden werden geselecteerd door het UWV, Werkgever Servicepunt Rijnmond en de Gemeente Rotterdam. Uiteindelijk zijn er middels dit project meer dan 30 WAJONGEREN teruggekeerd in de maatschappij en

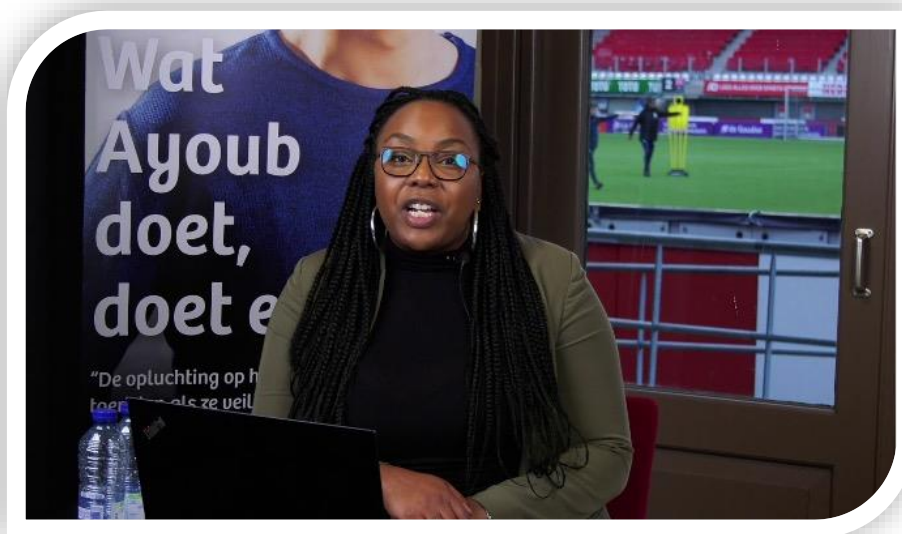
BIJ NEERLAAG OF VICTORIE, IN VOOR- EN TEGENSPOED

werkzaam bij een aangesloten (maatschappelijk) partner/sponsor van Sparta Rotterdam. Dit project liet de kracht zien van de combinatie tussen de maatschappelijke en commerciële aanpak.

Uiteindelijk heeft het project in deze vorm meer dan vier jaar gedraaid. Inmiddels is de Sparta Banen Marsch geëvalueerd naar een Sparta Banen Marsch 2.0, waarbij de sponsors van Sparta hun openstaande vacatures kunnen delen met werkzoekende supporters op de vacaturebank. Op deze manier vinden sponsors en supporters elkaar nog effectiever. Om meer zichtbaarheid in de wijken rondom het Sparta Stadion te creëren en om nóg meer van waarde te kunnen zijn voor de omgeving, is de samenwerking gezocht met gemeentes. Met Gemeente Schiedam (project Streetrulez!) en Gemeente Rotterdam (project Rotterdam Sportstimulering) is De Betrokken Spartaan dagelijks aanwezig op de pleintjes in deze gemeentes. In Schiedam staat het opleiden van sportcoaches centraal, die via deze opleiding uiteindelijk een meerwaarde creëren op hun CV en leidinggevende competenties ontwikkelen wat goed is voor hun ontwikkeling. Bij Rotterdam Sportstimulering staat het laten sporten van de lokale jeugd centraal. Twee projecten die in de uitvoering op elkaar lijken, maar die een andere grondslag hebben. Uiteindelijk hebben de projecten één ding gemeen; door de aanwezigheid van de sportcoaches op de pleintjes, wordt de leefbaarheid van de desbetreffende omliggende wijken vergroot en de binding met Sparta voor de jeugd groter.

Sparta Banen Markt

Op de Sparta Banen Markt treffen werkzoekenden en werkgevers elkaar in het Sparta Stadion! Gedurende de Banen Markt komen gemiddeld meer dan 1500 werkzoekenden langs bij de bedrijven die met een stand aanwezig zijn in het Sparta Stadion, op zoek naar eventuele nieuwe werknemers. Op deze manier bindt Sparta Rotterdam op een originele wijze het bedrijfsleven met een doelgroep die al een tijdje op zoek is naar een baan en via Sparta een nieuwe baan hoopt te vinden. In het verleden zijn al bijna 100 werknemers middels de Sparta Banen Markt doorgestroomd naar een bedrijf die op deze dag aanwezig was op Het Kasteel.



BIJ NEERLAAG OF VICTORIE, IN VOOR- EN TEGENSPOED

Rugdekking

Rugdekking is een leerwerktraject dat gebruik maakt van de aantrekkingskracht van Sparta Rotterdam om jongeren zonder werk of opleiding nieuw perspectief te bieden. Op deze manier komen zij los van de negatieve invloeden op straat en maken zij uiteindelijk kans op een baan in de veiligheidssector. Rugdekking richt zich op jongeren in de leeftijd van 17 tot 25 jaar zonder werk, opleiding of startkwalificatie die minimaal een jaar werkloos thuis zitten. Kortom: jongeren met weinig perspectief en om die reden wel een steuntje in de rug kunnen gebruiken. Deelnemers gaan in kleine groepen van maximaal 15 personen een traject van circa zes maanden aan bij een profvoetbalclub uit hun eigen omgeving. Dat traject bestaat uit een combinatie van gedragsinterventie, opleiding en stage. De kern bestaat uit de opleiding tot UEFA Sportsteward, aangevuld met de certificaten Verkeersregelaar en Bedrijf Hulp Verlener. Tijdens (thuis)wedstrijden van de BVO lopen de deelnemers stage als steward, verkeersregelaar of gastheer/vrouw. Tot slot volgen deelnemers ook nog een sportprogramma, werken zij aan hun houding en gedrag en gaan op stages en excursies die naar werk of opleiding leiden.



Walking Football

Je bent zo jong als je jezelf voelt en je bent nooit te oud om te leren. Dat zijn de basisprincipes van het Walking Football, een nieuwe voetbalvorm voor 55-plussers die lekker actief bezig willen zijn. Voetbal hoeft niet snel te gaan om mooi te zijn. Dat bewijst deze voetbalvorm waarbij in wandeltempo op een kwart veld gespeeld wordt. Walking Football houdt in dat er tijdens een partijtje niet wordt gerend. Er mogen geen slidings gemaakt worden en de bal mag niet boven heuphoogte komen.



2. VISIE, MISSIE, KERENWAARDEN, PIJLERS & STRATEGIE

VISIE: “EEN LEVEN LANG SPARTA”

Sparta Rotterdam is zich als oudste Betaald Voetbalorganisatie bewust van haar maatschappelijke verantwoordelijkheid en zet zich middels Stichting De Betrokken Spartaan in voor het verbeteren van de leefbaarheid in de wijken en haar directe omgeving. Op deze manier kan Sparta in elke levensfase van onze doelgroep een rol van betekenis te spelen.

MISSIE

Vanuit de maatschappelijke vraagstukken, die inspelen op de wensen en behoefte vanuit de doelgroep en (deel) gemeenten, draagt Stichting De Betrokken Spartaan door middel van sport bij aan; de gezondheid van mensen, de sociale samenhang in onze samenleving en het vormen van normen en waarden, zodat de doelgroep in geen enkele levensfase buitenspel komt te staan.

De stichting tracht haar missie te volbrengen middels drie pijlers:

- Sport & Bewegen
- Werk & Inkomen
- Leefbaarheid & Ontwikkeling

Die vertaald worden in de volgende uitgangspunten;

1. Diverse maatschappelijke initiatieven te ontplooiën die gericht zijn op het positief beïnvloeden van het welzijn van de doelgroep in haar verzorgingsgebied;



BIJ NEERLAAG OF VICTORIE, IN VOOR- EN TEGENSPOED

2. Het bevorderen van een actieve en gezonde levensstijl door middel van diverse maatschappelijke projecten die gericht zijn op sport & bewegen;



3. Eenzaamheid bij ouderen en jongeren te voorkomen: niemand buitenspel;



BIJ NEERLAAG OF VICTORIE, IN VOOR- EN TEGENSPOED

4. De aantrekkingskracht van Sparta Rotterdam inzetten om werkloosheid en schooluitval in haar verzorgingsgebied te reduceren.



KERNWAARDEN

- Betrokkenheid
- Gezondheid
- Ontwikkelen
- Plezier
- Verbinding
- Vitaliteit

BIJ NEERLAAG OF VICTORIE, IN VOOR- EN TEGENSPOED

STRATEGIE

Sparta Rotterdam is zich als oudste Betaald Voetbalorganisaties bewust van haar maatschappelijke verantwoordelijkheid en zet zich middels Stichting De Betrokken Spartaan in voor het verbeteren van de leefbaarheid in de wijken en haar directe omgeving.



BIJ NEERLAAG OF VICTORIE, IN VOOR- EN TEGENSPOED

3. DOELSTELLINGEN 2022 – 2026

KORT (BINNEN 1 JAAR)

- Toename van de begroting met 15% t.o.v. huidige begroting van €285.000 **naar** c.a. €330.000
- Volledige integratie van de stichting in het commercieel beleid
- Organisatie uitbreiding van 2 fte naar 3 fte
- Uitbreiding en verstevigen van de huidige projecten
- Opstarten nieuwe projecten
- Toename social-media bereik van 10% ten opzichte van meetpunt 2021
- Uitbreiding maatschappelijke activiteiten per seizoen van 10 naar 15
- Contact leggen met gemeenten in achterland (Maassluis, Vlaardingen & Westland)
- Pilot starten “Sparta-School” in Schiedam

MIDDELLANG (BINNEN 3 JAAR)

- Toename van de begroting met 25% van c.a. €330.000 **naar** c.a. €410.000
- Structurele personele bezetting van 3 fte naar circa 4 fte
- Één wedstrijd van Sparta Rotterdam in het teken van DBS
- Deelname van DBS aan bijzondere eredivisie
- Toename social-media bereik van 25% ten opzichte van meetpunt 2021
- Specifiek goed doel aangedragen door spelersgroep en staf
- Uitbreiding maatschappelijke activiteiten per seizoen van 15 naar 20
- Maatschappelijk vak in het stadion
- Projecten opstarten in minimaal 1 van de 3 gemeenten in achterland

LANG (BINNEN 5 JAAR)

- Toename van de begroting met 30% van c.a. €410.000 **naar** c.a. €530.000
- Structurele personele bezetting van 4 fte naar 5 fte
- Structureel jaarlijkse wedstrijd van Sparta Rotterdam in het teken van DBS
- Structurele groei social-media bereik
- Uitbreiding maatschappelijke activiteiten per seizoen van 20 naar 25
- Maatschappelijke box in het stadion
- Structureel actief in 2 van de 3 gemeenten in achterland
- Project Streetrulez! volledig zelfvoorzienend

4. ONTWIKKELING & ONDERZOEK

De afgelopen jaren heeft Stichting De Betrokken Spartaan zich ontwikkeld tot hét maatschappelijk hart van Sparta Rotterdam. Ontwikkeling en onderzoek staat bij Stichting De Betrokken Spartaan hoog in het vaandel. We vinden het belangrijk om over voldoende kennis te beschikken om maatschappelijke impact te kunnen waarborgen en kansen aan te grijpen. Hierbij richt de stichting zich niet alleen op de ontwikkeling van de diverse projecten en haar deelnemers, maar draagt het ook haar steentje bij aan de ontwikkelingen van diverse scholieren door het aangaan van samenwerkingen met verschillende Hogescholen. Door de jaren heen heeft een grote groep scholieren zich als stagiaire ingezet bij de stichting. Voor velen is/was dit een bijzondere uitdaging binnen het (sportmarketing) werkveld en een mooie opstap richting het werkveld. Deze stagiaires werpen een frisse blik op de stichting en voeren tijdens hun stage diverse onderzoeken uit. Samen met deze stagiaires heeft Stichting De Betrokken Spartaan de afgelopen jaren een aantal meetinstrumenten ontwikkeld, die een belangrijke rol spelen in de verantwoording richting stakeholders en interne optimalisaties.

De doelstellingen hierbij zijn:

- Het verzamelen van kwantitatieve gegevens
- Nauwe betrokkenheid bij ontwikkelingen in de markt
- Het achterhalen van de maatschappelijke impact in de wijk
- Ontwikkelen van een efficiënte en praktische werkwijze

In de afgelopen periode zijn er onderzoeken uitgevoerd op het gebied van marketingcommunicatie en trends en ontwikkelingen binnen de markt. De resultaten uit deze onderzoeken zullen de komende periode geïmplementeerd worden.

1. Trends en ontwikkelingen

Door trends en ontwikkelingen op het gebied van filantropie en de sportbranche nauw in de gaten te houden, kunnen de projecten op een innovatieve manier ingevuld worden. De komende jaren zal er daarom dieper ingegaan worden op de volgende trends:

- *Onderscheid tussen markt en filantropie wordt steeds diffuser*

De WRR-verkenning wijst op het groeiend aantal bedrijfsfondsen, de verzakelijking van filantropische instellingen en impactgerichte en ondernemende filantropie. Doordat ondernemende filantropie naast maatschappelijke impact ook financieel rendement nastreeft, wordt het onderscheid tussen markt en filantropie steeds diffuser.

- *Groei van zakelijke donaties*

In de afgelopen jaren zijn bedrijven en hun filantropische afdelingen begonnen meer te investeren in initiatieven die maatschappelijk en milieuverantwoord zijn. Dit werd grotendeels aangedreven door de opkomst van de bewuste consument, maar ook bewuste werknemers. Onderzoek heeft keer op keer bevestigd dat er een positieve relatie bestaat tussen hoe medewerkers de sociale bijdragen van hun bedrijf aan de gemeenschap ervaren en de betrokkenheid van medewerkers bij hun werk.

Een studie uit 2016 van Cone Communications bracht aan het licht dat 58% van de bevolking de sociale- en milieuverplichtingen van een bedrijf meeneemt bij de beslissing waar te werken.

- *Gamification*

Recreatie, ontspanning, vermaak en sport gaan steeds meer vervlechten. Een voorbeeld hiervan is een hardlooproute in Eindhoven waar lantaarns gaan branden op het moment dat je daar hardloopt. Prestatie wordt daar direct beloond door spelelementen, de zogenaamde gamification.

- *Omgevingswet*

De Omgevingswet gaat op 1 januari 2022 in werking en staat voor een goede balans tussen het benutten en beschermen van de fysieke leefomgeving. Ook biedt de Omgevingswet gemeenten de mogelijkheid om met overzichtelijkere regels de leefomgeving meer in samenhang in te richten. Het biedt daarnaast meer ruimte voor lokaal maatwerk en leidt tot een betere en snellere besluitvorming.

2. Cijfers/ontwikkelingen van de (directe) omgeving

Naast de betrokkenheid bij veranderingen in de markt, is er ook een grote betrokkenheid bij de wijk. Daar ontwikkelen in de wijk direct effect uitoefenen op de projecten, wordt er in nauwe samenwerking met de gemeente Rotterdam, de gemeente Schiedam en diverse welzijnspartijen continue gereflecteerd op het welzijn van de bewoners in de naaste omgeving van het Sparta stadion en omliggende gemeenten

Rotterdam

Uit de wijkagenda Rotterdam 2019-2022 voor de deelgebieden Delfshaven, Coolhaveneiland, Schiedam en Lloydkwartier blijkt dat de komende jaren meer gefocust gaat worden op de volgende Sociale opgaven:

1. Terugdringen van het aantal bijstandsuitkeringen door het bevorderen van de participatie
2. Verminderen van het aantal mensen met schulden
3. Bieden van meer perspectief aan jongeren
4. Verhogen van de sociale cohesie voor jong en oud
5. Faciliteren en ondersteunen van ontmoetingsplekken
6. Reduceren van taalachterstanden

Deze sociale opgaven kunnen worden onderbouwd aan de hand van het onderzoek dat Sportbedrijf Rotterdam binnen Delfshaven heeft uitgevoerd.

Schiedam

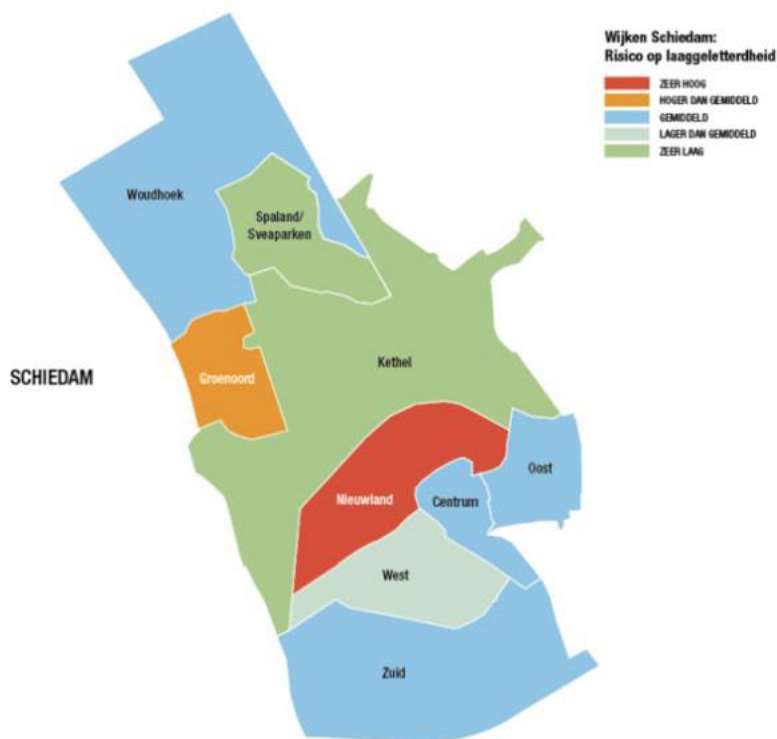
Ook Schiedam heeft een aantal doelen opgesteld in het rapport Samen Schiedam 2019-2020.

1. Het ontdekken en stimuleren van talenten van Schiedammers en benadrukken wat mensen (nog) wel kunnen, staat centraal.
2. Preventie en vroeg signalering, het voorkomen dat Schiedammers ondersteuning of zorg nodig hebben, heeft altijd de voorkeur.
3. Alle activiteiten dragen bij aan het vergroten van de zelf- en samenredzaamheid van de Schiedammers.
4. Het beter ontsluiten van het huidige aanbod heeft de voorkeur boven het starten van nieuwe activiteiten. Het vergroten van het bereik onder moeilijk bereikbare groepen en kwetsbare Schiedammers is dan ook een centraal uitgangspunt.
5. Initiatieven van bewoners krijgen alle ruimte en worden ondersteund. De professionele inzet per wijk is aanvullend op activiteiten die bewonersinitiatieven organiseren.
6. Collectieve voorzieningen voor wijkbewoners met vergelijkbare ondersteuningsbehoeften hebben de voorkeur boven individuele oplossingen, zodat de sociale omgeving zoveel mogelijk tot steun wordt en de kosten van interventies beperkt blijven.
7. Samen Schiedam vervult een signaleringsrol. Professionals en vrijwilligers weten hoe zij 'achter de voordeur' kunnen komen, weten (kwetsbare) Schiedammers te vinden en activeren, en verwijzen bij risicovolle situaties tijdig door naar bijvoorbeeld de WOT's.

De rol van Stichting De Betrokken Spartaan:

Stichting De Betrokken Spartaan draagt bij aan de doelstellingen van deze gemeenten door de komende jaren extra in te spelen op de (sportieve) behoeften van de wijken binnen Schiedam en Rotterdam West. Dit doet zij door het extra aanbieden van sportieve activiteiten, het bieden van extra ondersteuning aan kwetsbare bewoners in de vorm van trainingen en extra aandacht. Ook wordt de arbeidsparticipatie gestimuleerd door middel van banenmarkten en opleidingstrajecten in samenwerking met het netwerk van Sparta Rotterdam. Daarnaast worden de projecten gericht op de participatie van jongeren voortgezet en uitgebreid.

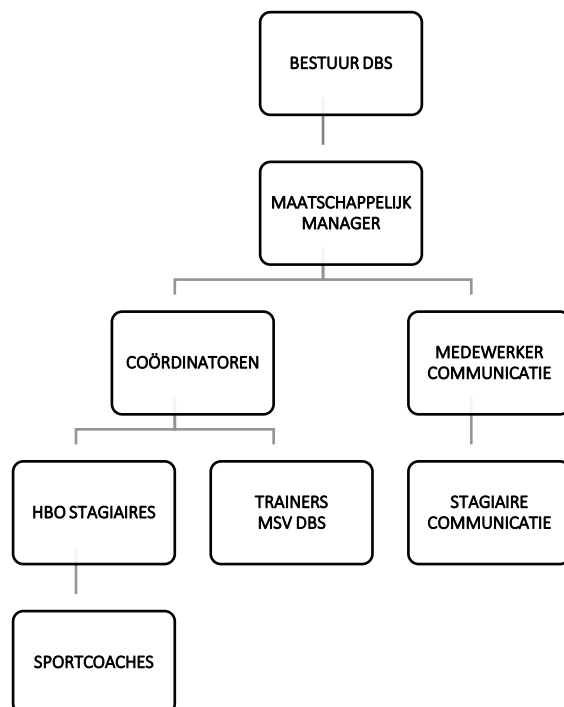
Iemand is laaggeletterd als hij/zij moeite heeft met lezen, schrijven, rekenen en/of werken met de computer. Het risico op laaggeletterdheid ligt in Schiedam op ruim 16%, landelijk is dit 12%. Risicofactoren voor laaggeletterdheid zijn: leeftijd (45-plussers), migratie-achtergrond, arbeidsmarktstatus (mensen met een uitkering), opleidingsniveau (mensen met een laag opleidingsniveau), inkomen (mensen met een laag inkomen), type woning (huurwoning) en gezondheid (mensen die hun gezondheid niet als goed ervaren). Dankzij taal kunnen mensen hun rol als werknemer, ouder of vrijwilliger beter invullen.



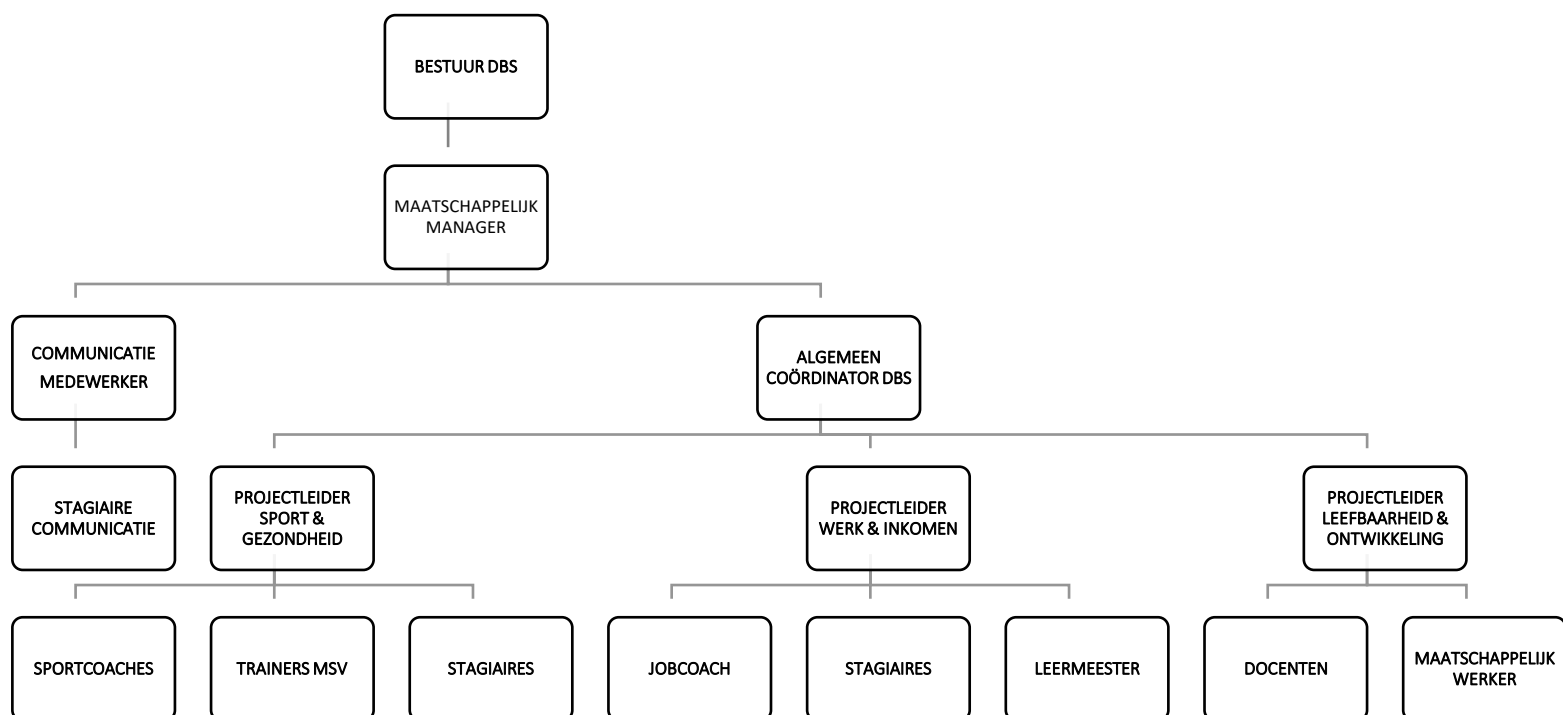
	Schiedam (2017)	Nederland (2017)
Gemiddeld besteedbaar huishoudensinkomen	€ 35.000	€ 39.600
Aandeel huishoudens met een laag inkomen	12,7%	10,0%
Aandeel huishoudens met bijstandsuitkering	7,7%	5,6%
Aandeel werkzoekend	15,2%	10,2%
Aandeel allochtone bevolking	38,7%	21,7%
Gemiddelde WOZ-waarde woningen	€ 146.000	€ 206.000
Aandeel koopwoningen	49,3%	60%

5. ORGANISATIE

ORGANIGRAM HUIDIGE SITUATIE (2021)



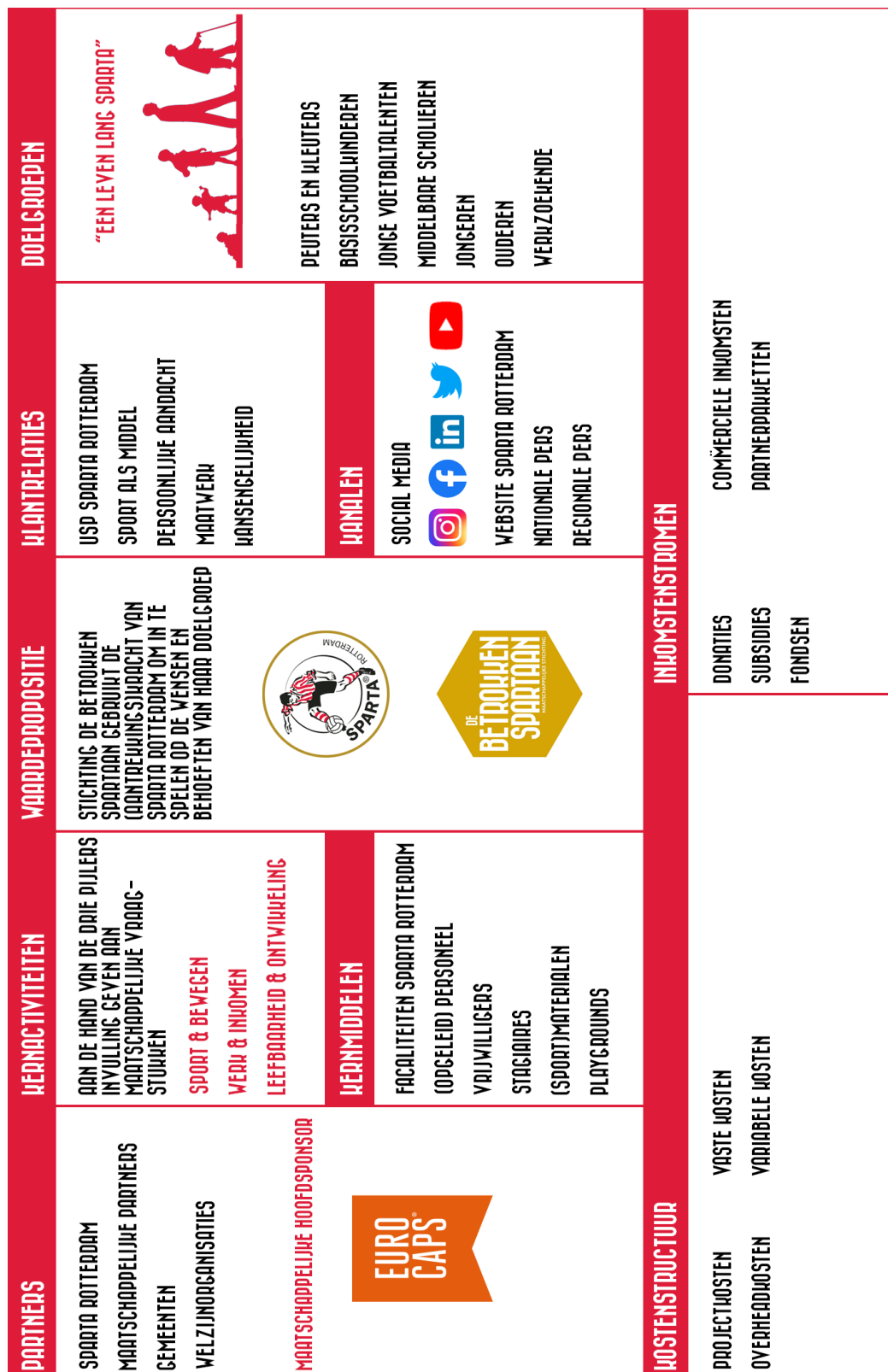
ORGANIGRAM GEWENSTE SITUATIE (2026)



BIJ NEERLAAG OF VICTORIE, IN VOOR- EN TEGENSPOED

BUSINESS MODEL CANVAS

Met het Business Model Canvas worden alle elementen van Stichting De Betrokken Spartaan overzichtelijk in kaart gebracht. Dit wordt gedaan aan de hand van de 9 verschillende bouwstenen. De 9 bouwstenen samen, dragen bij aan het behalen van de opgestelde doelstellingen.

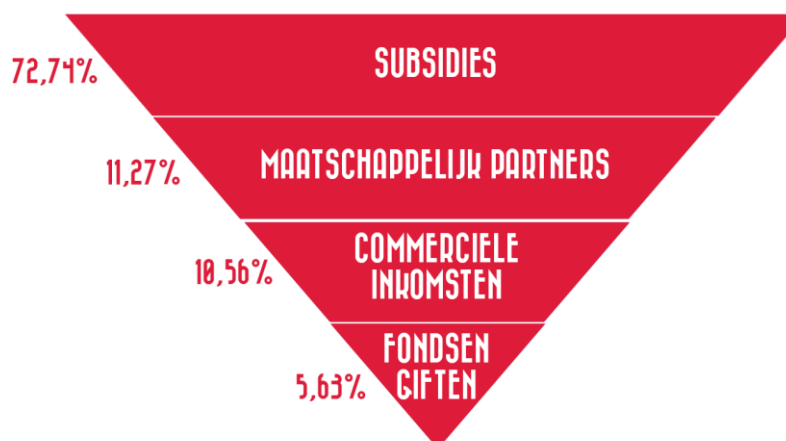


BIJ NEERLAAG OF VICTORIE, IN VOOR- EN TEGENSPOED

FINANCIËEL

Zoals in het beleidsplan is opgenomen is de commerciële doelstelling voor 2022 gezet op een toename van de begroting met **15%** t.o.v. huidige begroting van **€285.000** naar c.a. **€330.000**

HUIDIG (INSTABIEL)



GEWENST (STABIEL)



Binnen de commerciële inkomsten wordt het volgende jaar van de volgende inkomsten uitgegaan:

2021		2022	
Sponsor	Bedrag	Sponsor	Bedrag
D&S	€12.500	D&S	€25.000
Eurocaps	€25.000	Eurocaps	€25.000
ESET	€ 7.500	ESET	€17.000
1888 pakketten	€32.096	1888 pakketten	€32.096
Totaal	€77.096	Totaal	€99.096

BIJ NEERLAAG OF VICTORIE, IN VOOR- EN TEGENSPOED

MAATSCHAPPELIJKE HOOFDSPONSOR

EUROCAPS®
QUALITY EVERY SINGLE TIME.

HOOFDSPONSOR MSV DE BETROKKEN SPARTAAN

D & S®
van Doorn en Salari
G R O E P

MAATSCHAPPELIJKE PARTNERS



H. FERWERDA B.V.
WORLDWIDE MEAT SUPPLIERS



ZPRESS
MEDIA GROUP



PEINEMANN



SMITH HOLLAND
1970



humankind
KINDEROPVANG EN -ONTWIKKELING

NEDELKO

HUTCHISON PORTS
ECT ROTTERDAM

WCM
WEST COUNTRY MEDIA



6. MARKETING & COMMUNICATIE

HUIDIGE SITUATIE

Anno 2021 is Stichting De Betrokken Spartaan actief via verschillende online communicatiekanalen. Hieronder een overzicht van de actieve socialmediakanalen:



De afgelopen jaren is Stichting De Betrokken Spartaan actief bezig geweest om als Stichting en merknaam te groeien. Hierin zijn de communicatiekanalen zoals hierboven genoemd van groot belang geweest, maar ook de integratie van De Betrokken Spartaan op de nieuwe corporate website van Sparta Rotterdam in 2018 is hierin cruciaal geweest. Qua communicatiestrategie heeft De Betrokken Spartaan toegewerkt naar een ambassadeursstrategie. Het aantrekken en terugkeren van Spartaan Nathan Rutjes bij de club is van groot belang geweest in het realiseren van deze strategie.

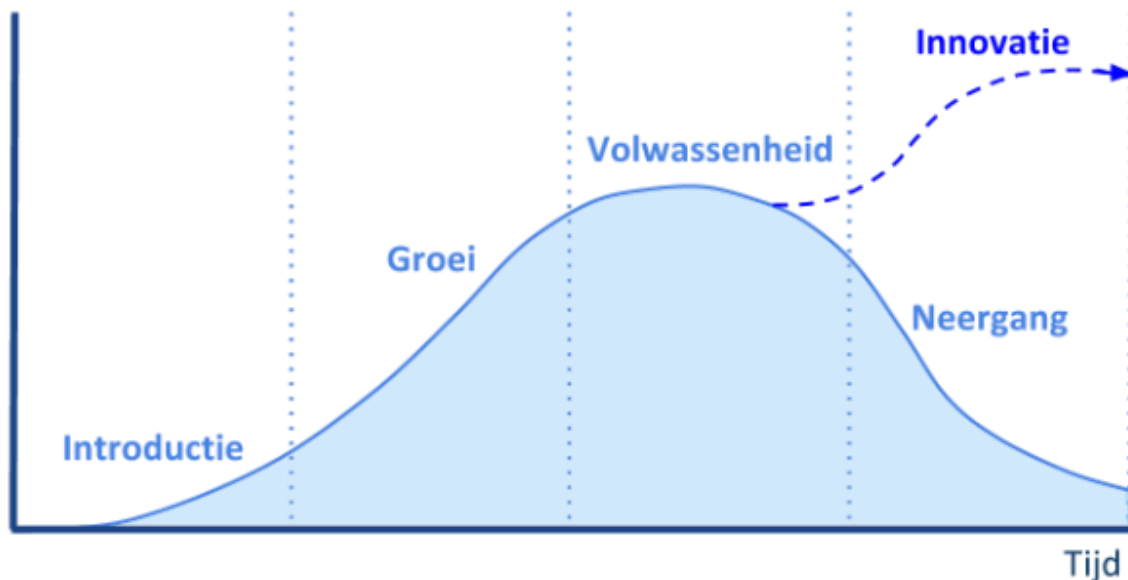
Hieronder een schematisch overzicht van de te volgen communicatiestrategieën, opgemaakt in 2018:



BIJ NEERLAAG OF VICTORIE, IN VOOR- EN TEGENSPOED

TOEKOMSTIGE COMMUNICATIESTRATEGIE – VAN AMBASSADEUR NAAR INFLUENCER

Nu het social media bereik gegroeid is de afgelopen jaren en er middels investeringen in de communicatie uiteindelijk gezorgd is voor een situatie waarin er hoogwaardige content ontwikkelt kan worden, kan er de komende periode gekeken worden naar de doorontwikkeling van de communicatiestrategie.



Nu de ambassadeurstrategie in de persoon van Nathan Rutjes gerealiseerd is en we deze ambassadeur ten alle tijden voor promotionele doeleinde kunnen inzetten, kan er gekeken worden naar een vervolg op deze communicatiestrategie. In het verlengde van de ambassadeursstrategie moet er gekeken worden naar een manier waarop de ambassadeur uiteindelijk ook een **influencer** kan worden. Zo kan het maatschappelijke beleid van Sparta Rotterdam via social media nog intensiever gepushed worden om zodoende een groter bereik te realiseren. Toewerken naar een Influencerstrategie is dus de volgende stap in de ontwikkeling.

Influencerstrategie

Influencers zijn invloedrijk. Op social media bereiken ze mensen die het merk maar moeilijk kan bereiken via meer traditionele media. Deze volgers voelen zich (emotioneel) betrokken bij de influencer, waardoor hij of zij emoties, meningen en gedrag kan beïnvloeden bij de doelgroep via o.a. blogs of video's. Hierdoor bereik je snel een (specifieke) doelgroep. Doel van deze communicatiestrategie:

- Waardevolle connecties maken met de doelgroep via het netwerk van de influencer.
- Naamsbekendheid en merkvoorkeur vergroten.

Voor welke doelgroepen?

- Influencers, klanten en prospects.

Communicatiemiddelen:

- Blogs, vlogs, video's, foto's, stories (bijv. op Instagram), events en bijeenkomsten.

7. PIJLERS

WERK & INKOMEN

Sparta Banen Marsch

Sparta Rotterdam beschikt over een uitgebreid netwerk van bedrijven die onze club ondersteunen, net zoals onze trouwe schare supporters.

Beide groepen zijn belangrijk om het spelen van betaald voetbal mogelijk te maken op Het Kasteel. Met de Sparta Banen Marsch wil Sparta Rotterdam iets terugdoen voor haar (zakelijke) achterban. Door de supporters te begeleiden naar een baan en op deze wijze de openstaande vacature(s) bij de aangesloten bedrijven in te vullen.

Beroepentuin

De kandidaten voor het traject worden in samenwerking met het WSPR geselecteerd. Het traject bestaat uit een aantal delen die de kandidaten moeten doorlopen om uit te stromen naar regulier werk, namelijk:

1. Gedurende maximaal vier weken worden door de geselecteerde kandidaten in en rond het stadion werkzaamheden verricht en werknemersvaardigheden aangeleerd.
2. De kandidaten krijgen daarna veertien dagen beroepsoriëntatie aangeboden in De Beroepentuin, zodat zij kennis kunnen maken met de beroepen.
3. Na de beroepsoriëntatie maken de kandidaten een keuze voor een beroep en begint de beroepsverdieping. Hier krijgen de kandidaten veertien dagen door een leermeester de basisvaardigheden aangeleerd in het beroep van hun keuze. Afhankelijk van het beroep, worden de kandidaten ook in staat gesteld om een benodigd diploma of certificaat te behalen en/of het volgen van een Beroepsbegeleidende leerweg (BBL) bij de toekomstige werkgever.
4. Na deze 8 weken stromen de kandidaten uit naar een reguliere baan bij een van de partners.



De nazorg

Sparta Rotterdam blijft verantwoordelijk voor de nazorg van de werknemers. Deze nazorg wordt verleend door de projectleider van de Sparta Banen Marsch en de begeleider vanuit het Werkgevers Servicepunt Rijnmond.

Wat is De Beroepentuin?

De Beroepentuin biedt mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt de kans om in veertien dagen tijd in de praktijk kennis te maken met een zestiental beroepen. Onder leiding van een ervaren leermeester wordt hen de basis van het beroep uitgelegd en worden enkele primaire handelingen voorgedaan, waarna de kandidaat deze zelf kan gaan uitvoeren en aanleren.

Sparta Banen Markt

Banenmarkten zorgen voor een laagdrempelige manier voor werkzoekenden om direct in contact te treden met werkgevers. Banenmarkten vergroten niet alleen de arbeidsparticipatie van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, maar ook hun vakmanschap door werk-, leer- en/of stageplaatsen, sociale cohesie en/of binding van talenten aan de stad Rotterdam en haar randgemeenten.

De onderhavige opdracht heeft samengevat betrekking op het vinden van de beste locaties voor de uitvoering van verschillende type banenmarkten voor de Gemeente, alsmede de organisatie daarvan.

De Betrokken Spartaan heeft de mogelijkheid, ervaring en gewenste locatie (postcodegebied Noordoever) voor een in opdracht van Gemeente Rotterdam, WGSP en UWV tweemaal per jaar een banenmarkt L in het Sparta Stadion te organiseren.

Primair doel van het evenement is om werkzoekenden in contact te brengen met (potentiele) werkgevers.

Secundair wil de Betrokken Spartaan sport inzetten om de deelnemers te “activeren” en trachten een sociale cohesie te bewerkstelligen.

De deelnemers van dit evenement kunnen deelnemen aan een CV-check, verschillende pitches/workshops en 1 op1 gesprekken met werkgevers en kunnen deelnemen aan sportieve uitdagingen op alle niveaus.

Maatschappelijke diensttijd

Jongeren zetten zich tijdens hun maatschappelijke diensttijd (MDT) vrijwillig in voor een ander. Ze geven bijvoorbeeld zwemles aan statushouders of organiseren samen een maatschappelijk evenement. Tijdens hun MDT kunnen jongeren hun talenten ontdekken

SPORT & GEZONDHEID

Rotterdam Sportstimulering

Met het project Sportstimulering Rotterdam wil Stichting De Betrokken Spartaan zoveel mogelijk kinderen laten sporten op de pleintjes in hun eigen buurt in Rotterdam. Dit allemaal onder begeleiding van een deskundige sportcoach die de verschillende sportactiviteiten organiseert.

Walking Football

Je bent zo jong als je jezelf voelt en je bent nooit te oud om te leren. Dat zijn de basisprincipes van het Walking Football, een nieuwe voetbalvorm voor 55-plussers die lekker actief bezig willen zijn. Voetbal hoeft niet snel te gaan om mooi te zijn. Dat bewijst deze voetbalvorm waarbij in wandeltempo op een kwart veld gespeeld wordt. Walking Football

BIJ NEERLAAG OF VICTORIE, IN VOOR- EN TEGENSPOED

houdt in dat er tijdens een partijtje niet wordt gerend. Er mogen geen slidings gemaakt worden en de bal mag niet boven heuphoogte komen.

E-sports in de wijk

E-games en Sport is een aantrekkelijke combinatie tussen de technologische verleiding onder de jeugdige doelgroep en sportparticipatie in één activiteit.

Hierbij worden er in de E-sports loge van Sparta Rotterdam activiteiten georganiseerd met een uur FIFA 21 op de Playstation en/of XBOX afwisselend met een uur sporten en bewegen

Ouderen beweeg dag

Op vrijdag 4 juni 2021 organiseert het Nationaal Ouderenfonds de tweede Nationale Balkon Beweegdag! Sport- en beweegprofessionals en vrijwilligers organiseren bij 250 woon- en zorglocaties het meest toegankelijke evenement van het jaar voor alle ouderen. Van bewegen tot dansen, bingo of zingen, alles kan en mag op Balkon Beweegdag.

Schoolsportvereniging

De Schoolsportvereniging helpt uw kind ontdekken welke sport bij hem/haar past. Door het volgen van proeftrainingen kunt u samen met uw kind eenvoudig een goede keuze maken uit de verschillende sporten die in uw wijk worden aangeboden. De gymdocent van school kan daarbij helpen. Zijn de proeftrainingen goed bevallen, dan kan uw kind lid worden van de sportvereniging (eventueel met financiële steun van het Jeugdfonds Sport en Cultuur). Hij/zij traint dan wekelijks in de wijk. Als uw kind er klaar voor is gaat hij/zij trainen en/of competitie spelen op de hoofdlocatie van de sportclub. In het filmpje kunt u samen met uw kind bekijken hoe de Schoolsportvereniging werkt.

LEEFBAARHEID & ONTWIKKELING

Streetrulez!

Streetrulez biedt Schiedammers vanaf 16 jaar de kans om een opleiding tot sportcoach te volgen op één van de D&S pleinen in hun eigen buurt. Hier ontmoeten zij de huidige sportcoaches en worden door hen geënthousiasmeerd om uiteindelijk ook een opleiding tot sportcoach te gaan volgen. In ruil voor deze opleiding zetten zij zich, nadat ze het diploma hebben behaald, 200 uur per jaar in als vrijwilliger bij sportactiviteiten. Dankzij hun opleiding kunnen zij nog professioneler te werk gaan op de verschillende buurtsportlocaties in Schiedam. Denk bijvoorbeeld aan de Krajicek Playgrounds, de Cruyff Courts en Schoolplein 14.

MSV de Betrokken Spartaan

Maatschappelijke Sportvereniging De Betrokken Spartaan; een veilige basis die talenten de kans biedt om zich op zowel sociaal- als voetbaltechnisch gebied te ontwikkelen. De in 2014 opgerichte MSV - een samenwerking tussen Stichting De Betrokken Spartaan, Stichting SoccerPlus en Sparta Rotterdam - is inmiddels uitgegroeid tot hofleverancier van de jeugdopleiding van Sparta Rotterdam. D&S Groep is trots hoofdsponsor van MSV De Betrokken Spartaan!

De MSV is voor veel talenten, die vanwege verschillende omstandigheden gebruik maken van het Jeugd Sportfonds, een mooie springplank die - naast het ontwikkelen van sociale aspecten - de mogelijkheid biedt zich ook op voetbaltechnisch vlak te ontwikkelen. Er loopt veel talent rond in de omgeving van het Sparta Stadion en dat bewijst zich ook in het feit dat inmiddels al meer dan veertig spelers zijn doorgestroomd naar - onder andere - de jeugdopleiding van Sparta Rotterdam.

Zomercampus 010

Campus010 is een maatschappelijke organisatie die in nauwe samenwerking met scholen en partners uit de stad tijdens schoolvakanties én daarbuiten leerzame en inspirerende programma's aanbiedt aan basisschoolkinderen in Rotterdam. Deze programma's worden aangeboden op school of een locatie in de wijk en zijn gericht op talentontwikkeling, vakoverstijgend leren en het opdoen van de 21e eeuwse vaardigheden. Zo'n 4.500 kinderen in het basis- en voortgezet onderwijs hebben in de zomervakantie van 2020 in hun eigen Rotterdamse wijk gratis deelgenomen aan de eerste editie van Zomercampus010.

Door de grote behoefte in Rotterdam voor initiatieven als de Zomercampus, gaan wij verder met het behalen van onze doelen onder de naam Campus010. Stichting Campus010 zet zich in om kansengelijkheid te verhogen van Rotterdamse kinderen voor wie dat niet vanzelfsprekend is.

MAAT
OP Z'N
MAATSCHAPPELIJK
SPARTAANS

DE
BETROKKEN
SPARTAAN
MAATSCHAPPELIJKE STICHTING