

Theory of Change

Noodzaak

01

De gendergap is groot, in dit tempo is er nog 131 jaar te gaan, dat terwijl gendergelijkwaardigheid onze beste hoop is om ALLE SDG's op de rit te krijgen, als dus UN-Women. In de sport is deze kloof ook nog te groot;

- Door stereotypering en ontbreken van voorbeelden voor zowel vrouwen als mannen is er sprake van een dreamgap, ze kunnen niet worden waarvan ze dromen.
- Meisjes/ vrouwen mogen meedoen, maar zitten nog niet op posities (maar 24%) om mee te beslissen, in sport en bedrijf.
- Slechts 10-15% van sportmedia-aandacht in Nederland gaat naar vrouwen
- Vrouwensport ontvangt slechts 10% van sportsponsorbudget
- Het aantal meisjes/vrouwen dat stopt met sporten is groot

Impact

02

Redesign naar een gendergelijkwaardig speelveld in de (sport)wereld

Perspectief

03

Gendergelijkwaardigheid voor mannen en vrouwen in de sport is vanzelfsprekend, niet alleen zichtbaar in de sport zelf, maar ook aan bestuurstafels, in de media en maatschappij;

- Een speelveld met profvoetbalsters en ballerino's
- Een (sport)wereld waar vrouwen en mannen in elke sport zichtbaar zijn en meebeslissen
- Naar een toekomstige generatie trainers en bestuurders

Nederland heeft een sportcultuur waarin gelijke kansen de norm zijn voor vrouw en man.

Thema's – korte en lange termijn

	Geloof in kansen	Support voor gelijke kansen	Gendergelijkwaardig beleid
Lange termijn effecten	Vrouwen, mannen, jongens en meisjes geloven in hun eigen kansen in de (sport)wereld en handelen daarnaar.	Families, coaches, docenten en peers creëren een ondersteunende context waarin stereotypen actief worden doorbroken.	Sportbonden en partners in de sport voeren actief beleid op gendergelijkwaardigheid en behorende leiderschapsontwikkeling
Korte termijn inzet	Zelfregie en zelfvertrouwen bouwen. Dichtbij rolmodellen inzetten. Betekenisvolle relaties creëren en mooie herinneringen realiseren.	Sociale omgeving (ouders, coaches, docenten) begrijpt de impact van stereotypen en biedt als supporter gelijke kansen.	Sportbonden, clubs en partners voeren actief beleid op gendergelijkwaardigheid en leiderschapsontwikkeling.
Toelichting	We willen sturen op de huidige generatie sporters zodat zij alle kansen hebben. Jongens ballerino kunnen worden en meisjes profvoetbalster. Barrières die bij het individu liggen en waar wij dus op moeten gaan sturen zijn onder andere gender stereotypering (en de impact daarvan op het zelfbeeld), het zelfbeeld of gebrek aan zelfvertrouwen/geloof in het eigen kunnen, het gebrek aan rolmodellen en netwerken, loopbaanvoorkeuren en het queen bee-fenomeen (waarbij vrouwen vaker sterkere stereotypen over vrouwen hebben dan dat mannen dat hebben en ze die ook eerder uiten en sneller worden geloofd). Het is belangrijk dat de meiden en jongens die willen sporten de juiste handvatten krijgen om later te kunnen worden wat ze willen worden, zowel op als buiten het speelveld. Denk aan het hebben van voorbeelden om van te leren. Denk aan programma's die bijdragen aan het zelfbeeld, maar ook aan bewustwording dat zij zelf vaak ook denken in stereotypen en welke invloed dat heeft op hun zelfbeeld en kansen.	Bij de sociale omgeving gaat het om de directe omgeving van de sporters. Denk aan het gezin, de trainers, vrienden en het sociale netwerk. Ook binnen die omgeving zijn er belangrijke barrières waarop gestuurd moet worden. Barrières die bij de sociale omgeving liggen zijn onder andere ook de gender stereotypering in de sport; meiden voetballen niet, jongens doen niet aan ballet, maar ook erbuiten het 'standaard' idee over werk-gezin balans, een gebrek aan mentoren en professionele ondersteuning. Barrières staan nooit op zichzelf. Het is belangrijk dat er meer bewustwording is binnen de sociale omgeving . Dat we van naar een omgeving gaan die helpend is in plaats van belemmerend, dus een focus op sociale support vanuit de omgeving. Denk aan de ouders die meegenomen worden in dit onderwerp, maar ook de trainers en bestuurders die zich hier bewust van zijn en voorbeeld- en of helpende rol hebben.	Bij de maatschappelijke structuren denken we aan de sportbonden, sportclubs, maar ook hun partners. "Zolang er niets in het leiderschap verandert, veranderen de regels van het spel ook niet." En dat zit met name in de bestaande maatschappelijke structuren. Ook hier is gender stereotypering weer een belangrijke barrière, die doorwerkt in onder andere de onderwaardering van vrouwen, vooroordelen bij werving en promotie (jongens dansen niet), maar ook barrières zoals een mannelijke organisatiecultuur (denk aan het 'old boys network'), een onveilige organisatiecultuur en de 'lekkende pijplijn' (hoe dichter naar de top, hoe minder vrouwen). Uiteindelijk heb je organisaties nodig die zich bewust zijn van hun rol als het gaat om gendergelijkwaardigheid en daar actief beleid op hebben . Dan gaat het niet om het hebben van 1 mannelijke ruiters, 1 vrouwelijke trainer of 1 vrouw in het bestuur, maar om cultuurverandering en een 'critical mass' creëren.

Route to succes – Theory of Change

ACTIVITEITEN

Onderwijs en training

- Opleiden van vrouwelijke én mannelijke sporters tot inspirerende leiders.
- Athlete Education & Leadership seminars.

Advies en begeleiding

- Samenwerking met sportbonden en clubs bij ontwikkelen van beleid om barrières per sport aan te pakken.
- Ontwikkelen en testen van interventies in verschillende sport omgevingen (top&breedte).

Campagnes en storytelling

- Storytelling van rolmodellen via (social) media en bij evenementen.
- Acties en campagnes gericht op ouders, coaches en bestuurders.
- Media- en zichtbaarheids campagnes die gendergelijkwaardigheid promoten.

Onderzoek en monitoring

- Verzamelen van data en verhalen om redesign te onderbouwen en impact te meten.

Lobby en samenwerking

- Invloed uitoefenen bij beleidsmakers, fondsen en sportorganisaties
- Verbinden van maatschappelijke impact aan commerciële en merkdoelen van partners.

INPUT

- Expertise in sport & maatschappelijke impact.
- Netwerk van sporters, sportbonden en maatschappelijke organisaties.
- Onderzoek en data over gendergelijkheid, participatie en leiderschap.
- Financiële middelen en communicatiesupport van partners, fondsen en subsidies.

Aantal (potentiele) sporters bereikt via rolmodellen- programma's, clinics en seminars.

Aantal sporters getraind in leiderschaps- en bewustwordingsprogramma's.

Sportspecifieke interventies ontwikkeld en geïmplementeerd in samenwerking met bonden.

Campagnes en events gericht op sociale omgeving en publiek.

Beleidsdocumenten en praktische handreikingen ontwikkeld voor clubs en bonden.

Vrouwen, mannen, jongens en meisjes ervaren meer zelfvertrouwen en zelfregie.

Mannen en vrouwen zien en herkennen diverse en zichtbare rolmodellen in sport en daarbuiten.

Sociale omgeving (ouders, coaches, docenten) begrijpt de impact van stereotypen en stimuleert gelijke kansen.

Sportclubs en bonden zetten concrete stappen naar gendergelijkwaardige en veilige sportomgeving.

Partners in sport integreren gendergelijkwaardigheid in hun beleid en programma's.

INDIVIDU – Geloof in kansen
Vrouwen, mannen, jongens en meisjes geloven in hun eigen kansen en handelen daarnaar.

SOCIALE OMGEVING – Support voor gelijke kansen
Families, coaches, docenten en peers creëren een ondersteunende context waarin stereotypen actief worden doorbroken.

MAATSCHAPPELIJKE STRUCTUREN – Gendergelijkwaardig beleid
Sportbonden, clubs en partners voeren actief beleid op gendergelijkwaardigheid en leiderschapsontwikkeling.

"SAM draagt bij aan het redesign van het speelveld tot een (sport)wereld waar gendergelijkwaardigheid vanzelfsprekend is."

EFFECTONDERZOEK – RESEARCH – BEWIJSVOERING

INPUT & ACTIVITEITEN

OUTPUTS

KORTE TERMIJN OUTCOMES (EFFECTNIVEAU)

LANGE TERMIJN OUTCOMES (IMPACTNIVEAU)

IMPACTAMBITIE DROOM