



De ontwikkeling en implementatie van Urban Sports Haarlem

Kritische beschouwing,
resultaten en geleerde lessen

Jasmijn Holla, Evert van Rest, Peter van der
Aart, Jessica Frans, Lisa den Ouden &
Willemijn Langkamp

Colofon

Betrokken organisaties: Lectoraat Kracht van Sport en Bewegen, Hogeschool Inholland; Stichting Sportsupport Kennemerland

Auteurs en betrokkenen Inholland: Jasmijn Holla, Evert van Rest, Willemijn Langkamp

Auteurs en betrokkenen Stichting Sportsupport Kennemerland: Peter van der Aart, Jessica Frans & Lisa den Ouden

Moment van uitgave: december 2023

Versie: 1.0

Dit werk valt onder een Creative Commons Naamsvermelding-GelijkDelen 4.0 Internationaal-licentie. Niets uit dit rapport mag worden gepubliceerd zonder vermelding van de namen van de betrokken organisaties en een verwijzing naar het totale rapport.



Inhoud

Inleiding	4
Analyse kwaliteiten labregisseurs en projectleiders	5
Mei 2020 – Behoeftedonderzoek	6
Februari-april 2021 – Gespreksverslagen	7
Mei 2021 – Urban Spring Games	8
Juni-december 2021 – Netwerkbijeenkomsten (3)	9
Januari-maart 2022 – Behoeftedonderzoek	11
Februari-april 2022 – Multi-sportevenementen en sportclinics op Het Schoter en De Schakel	13
Mei 2022 – Studentresultaten inzet social media	14
Mei 2022 – Onderzoek naar ouderbetrokkenheid	15
Juli 2022 – Subsidieaanvraag Haarlems Sportakkoord	16
November 2022 – Netwerkbijeenkomst	17
November 2022-januari 2023 – Subsidieaanvraag ZonMw en doorontwikkelen Urban Sports	18
Marketingplan Urban Sports	19
Februari-maart 2023 – Testrapporten app	20
April-mei 2023 – Kwalitatieve evaluatie pilotevent Het Schoter en Spaarne College	22
Juni 2023 – Studentresultaten ondersteunen van ouders bij de sporttoeleiding van hun kind(eren)	24
September 2023 – Studentresultaten inzet social media bij de implementatie van Urban Sports	26
Implementatiestrategieën Urban Sports	27
September-oktober 2023 – Pilot Urban Sports lidmaatschap	29
Evaluatie implementatie, successen en geleerde lessen	30
Aanbevelingen voor vervolgstappen	31
Bronnenlijst	32
Bijlage 1: Implementatieplan	33

Inleiding

Urban Sports, voortgekomen uit een co-creatieproces binnen het [Sport- en Beweeglab Haarlem](#), is een sportinterventie met het doel om de sportparticipatie van Haarlemse jongeren in de leeftijd 12-18 jaar te verhogen. De interventie bestaat uit een multi-sportaanbod, gebaseerd op wensen- en behoeftenonderzoek onder jongeren in het voortgezet onderwijs en een experiment waarin sportclinics zijn aangeboden en geëvalueerd met mavoleerlingen (vmbo-t) van Het Schoter en leerlingen van praktijkcollege De Schakel.

Op basis van het wensen- en behoeftenonderzoek, bijeenkomsten met een stakeholdernetwerk (tabel 1) en het experiment met de sportclinics is een netwerkabonnement ontwikkeld. Jongeren die dit netwerkabonnement afnemen kunnen een keuze maken uit een gecombineerd aanbod van verschillende sportaanbieders (verenigingen, commerciële en anders-georganiseerde) in combinatie met muziek en sociale activiteiten. Het netwerkabonnement heeft de naam Urban Sports gekregen. Sportactiviteiten die via het abonnement worden aangeboden zijn kicksfit, boksen, kravmaga, urban 7 vs. 7 voetbal, freerunning, bootcamp, pickleball, 3 tegen 3 basketball en baseball 5. Het abonnement wordt aangeboden via de hiertoe ontwikkelde Urban Sports Haarlem app, die beschikbaar is via [Google Play](#) en de [Apple Store](#).

Het ontwikkelen en implementeren van het netwerkabonnement is deels gefinancierd vanuit het Haarlems Sportakkoord en twee ZonMw subsidies binnen het programma Living labs Sport en Bewegen. Dit rapport beschrijft het ontwikkel- en implementatieproces van Urban Sports Haarlem en de lessen die we van dit proces hebben

geleerd. In het rapport geven we in kaders aan welke acties of stappen vragen oproepen, waarom we bepaalde keuzes hebben gemaakt (transparante kaders met een uitroepteken) en welke in het ontwikkelproces geïdentificeerde factoren van belang zijn voor de implementatie van Urban Sports (oranje kaders).



Tabel 1. Samenvatting stakeholdernetwerk Urban Sports Haarlem

Buurtsportcoach
Manager Stichting SportSupport Kennemerland
Docent-onderzoeker lectoraat Kracht van Sport en Bewegen en bacheloropleiding Sportkunde
Studenten Sportkunde
Jongerenwerker
Docenten in het voortgezet- en praktijkonderwijs
Coördinator Jeugdfonds Sport & Cultuur
Ondernemende sportaanbieders
Vertegenwoordigers van sportverenigingen
Beleidsmedewerker Sport Gemeente Haarlem

Analyse kwaliteiten labregisseurs en projectleiders

De labregisseurs en tevens projectleiders van Urban Sports zijn een buursportcoach (Stichting Sportsupport Kennemerland) en docent-onderzoeker op het thema sport en bewegen (Hogeschool Inholland). In onderstaande checklist hebben we de kwaliteiten van de projectleiders gecheckt die succesvolle implementatie van Urban Sports Haarlem kunnen beïnvloeden.

Kwaliteit	Belangrijk in deze situatie?	Hebben de projectleiders deze kwaliteiten?	Is die leemte op te vullen met begeleiding of hulp?	Conclusie?
Vroegtijdig kansen en behoeften kunnen signaleren	X	X	Ja	Deze kwaliteit is aanwezig, mits de projectleiders hun netwerk goed inzetten (o.a. studenten Sportkunde en CIOS en docenten LO, mentoren, buurtsportcoaches, jeugdzorgwerkers) om behoeften te peilen.
Sterke communicatieve vaardigheden	X	X		Gezamenlijk beschikken de projectleiders over deze kwaliteiten, wel belangrijk om bij het betrekken van de doelgroep aansluiting te zoeken bij hun taal.
Praktisch en planmatig ingesteld zijn	X	+/-	Ja	Aandachtspunt is om niet alleen praktisch te handelen, maar ook planmatig. Hier wordt de buurtsportcoach bij ondersteund door collega's.
Flexibel en creatief kunnen omgaan met onvoorziene omstandigheden	X	X		
Goed benaderbaar zijn voor anderen, makkelijk in contacten	X	X		
Kan goed werken onder druk, weet ook goed waar zijn eigen en andermans grenzen liggen		-		Risicofactor: Veel hooi op vork nemen en enthousiasme zijn een risicofactor voor het over de eigen grenzen gaan en het te snel doorlopen van implementatiestappen.
Zelfvertrouwen en verantwoordelijkheidsgevoel	X	X		
Bezielende teamspeler en teambuilder	X	X		
Initiatiefrijk en inspirerend	X	X		
Ingesleten werkwijzen en tradities aan de kaak durven stellen	X	+/-		Het is belangrijk dat de twee projectleiders kritisch naar elkaar zijn en elkaar bijsturen indien nodig. Dit kan lastig zijn gezien de verschillen in achtergrond en de wens om de onderlinge relatie goed te houden.
Strategisch kunnen denken	X	+/-	Ja	Risicofactor. Op dit punt hebben de projectleiders ondersteuning nodig van een team/werkgroep.
Kunnen overtuigen		X		
Onderhandelingsvaardigheden		?		
Coalities kunnen creëren	X	X		De projectleiders hebben in eerdere fases van het Sport- en Beweeglab aangetoond hierover te beschikken.
Doorzettingsvermogen	X	X		
Kunnen kanaliseren van onzekerheden die zich voordoen als mensen oude routines moeten loslaten		?		

Mei 2020 – Behoeftedonderzoek

Vragenlijstonderzoek onder 132 Haarlemse middelbare scholieren (o.a. Eerste Christelijk Lyceum en Mendelcollege).

Respondenten: meiden in de leeftijd 13-20 jaar; 70% noemt zichzelf sporter, 49% sport 3x per week; 7% sport niet.

Meest gerapporteerde motieven om te gaan sporten: plezier, gezelligheid, fit(ter)/sterk(er) worden, prestatieverbetering.

Meest gerapporteerde barrières om te sporten: conditie niet toereikend (n=30), gebrek aan motivatie (n=20), problemen met naar sportlocatie gaan/problemen met starten met sporten (n=18), risico op blessures en spierpijn (n=15), gebrek aan vrije tijd (n=13), opzet trainingen niet prettig (n=9), geen leuke trainers of medesporters (n=7).

Meest gerapporteerde sportwensen/facilitators om te sporten: inzicht in de beschikbare sportmogelijkheden in de regio, samen of in teamverband sporten (n=26), muziek en dans (genoemd door 10-15% deelnemers), sporten afwisselen/ in mix aanbieden (genoemd door 10-15% deelnemers), intensieve of high impact training (genoemd door 10-15% deelnemers), balsporten of iets met een bal (genoemd door 10-15% deelnemers), begeleiding door een kundige, enthousiasmerende trainer.

Wat willen de bevraagde jongeren uitgeven aan sport? Meest genoemd: 10 tot 20 euro per maand (n=54), ook 20 tot 30 euro per maand is acceptabel (n=51).

Wie betalen de sportactiviteiten van de jongeren? Ouders betalen alle contributie (n=106 [80%]), ouders betalen één sport, ikzelf de rest (n=15), ik betaal alles zelf (n=4).

! Specifieke doelgroep: jongeren zijn niet meegenomen omdat het Sportlab zich in de startfase wilde richten op adolescente meiden i.s.m. het Voetlab.

CFIR (Consolidated Framework for Implementation Research) constructen die aansluiten bij de geïdentificeerde implementatiefactoren:

- Eigen-effectiviteit
- Individuele fase van gedragsverandering
- Kosten

Sport&Strategie

Haarlem luistert naar sportwensen van meiden

Onderzoek naar barrières op het gebied van sport en bewegen

SPORTONDERZOEK / 25 SEPTEMBER 2020 / KATIA BRAAM



[Link](#) naar publicatie onderzoeksresultaten

Februari-april 2021 – Gespreksverslagen

Wensen- en behoeftenanalyse / stakeholderbetrokkenheid

De labregisseurs spreken met jongerenwerkers van Stichting Haarlem Effect en Delftwijk City.

De buurtsportcoach is samen met een jongerenwerker en acht meiden in de wijk gaan kickboksen om hun interesse te polsen in het aanbieden van (urban) sportclinics.

Een docent Sportkunde van Inholland adviseert om bij het ontwikkelen van nieuw sportaanbod te zorgen voor voldoende autonomie voor de jongeren (beoogde eindgebruiker).

Er is gesproken met de regionale coördinator van het Jeugdfonds Sport & Cultuur, zij wil betrokken blijven bij de activiteiten binnen het Sport- en Beweeglab.

De labregisseurs maken een afspraak met Praktijkschool de Schakel, met het idee om daar sportclinics aan te gaan bieden ten behoeve van sporttoeleiding.

Urban Sports

De buurtsportcoach gaat contact opnemen met de gebiedsmanager om te inventariseren of het Schoterpark geschikt gemaakt kan worden voor urban sports. Hierbij wordt verwezen naar het volgende artikel op Allesoversport.nl: [Urban sport is cool en hot](https://allesoversport.nl/urban-sport-is-cool-en-hot/).

De buurtsportcoach wil urban sports opzetten in het Noordersportpark met het idee dat dit concept later doorgetrokken kan worden naar een ander sportpark. Hierbij wil zij samenwerken met voetbalvereniging H.F.C. EDO. Zij heeft deze vereniging gesproken en H.F.C. EDO staat hier positief tegenover. EDO heeft veel lokale leden met een relatief lage sociaal economische positie en heeft

behoefte aan meer leden.

Het idee wordt geopperd om in mei 2021 de Urban Spring Games te organiseren, met het doel om in contact te komen met de doelgroep en te inventariseren of het sportaanbod dat de labregisseurs voor ogen hebben om te ontwikkelen (een combinatie van sport en cultuur/muziek) aanslaat. Tijdens dit evenement willen de labregisseurs ook inventariseren welke communicatiekanalen aanslaan bij de jongeren. Het jongerenwerk zal hierbij worden betrokken.



De focus op urban sports is voortgekomen uit het vooronderzoek (waaruit bleek dat jongeren graag verschillende sportactiviteiten doen, gezelligheid en met vrienden sporten belangrijk vinden) in combinatie met de landelijke aandacht voor urban sports. Hebben we de lokale jongeren voldoende betrokken bij het kiezen van deze naam en het aanbrengen van deze focus? Past de naam Urban Sports bij het daadwerkelijke aanbod in het netwerkabonnement? Zo niet, dan neemt dit het risico met zich mee dat het aanbod niet aansluit bij de lokale wensen, behoeften en verwachtingen.

Een afwisselend sportaanbod maakt dat jongeren wat te kiezen hebben. Hebben we hiermee het advies om te zorgen voor voldoende autonomie van jongeren voldoende meegenomen?

CFIR construct dat aansluit bij de geïdentificeerde implementatiefactor:

- Compatibiliteit

Mei 2021 – Urban Spring Games

Op 6 mei 2021 organiseerden we een sportdag voor Haarlemse jongeren tussen de 15 en 20 jaar met activiteiten verspreid rondom H.F.C. Edo in het Noordersportpark, graffiti-art in het Schoterbos, rap in jongerencentrum DelftwijkCity en dans op het Flevoplein.

Betrokken stakeholders

- Boksschool New Sports Challenge
- Dansschool DSG
- Voetbalclub H.F.C. EDO
- Jongerencentrum Delftwijk City
- Jongerenorganisatie Stichting Haarlem Effect
- Las Mujeres (educatie over het opzetten van een eigen community)

Doelen

- Als gevolg van covid-19 hebben jongeren behoefte aan activiteiten waarbij ze veilig samen kunnen komen, sociaal contact kunnen hebben en actief bezig kunnen zijn. Daar draagt dit evenement aan bij.
- Laagdrempelig kennis maken met sport en creatieve uitingen.
- Behoeftedonderzoek onder jongeren t.b.v. het te ontwikkelen sportaanbod.

Media-uitingen over de Urban Spring Games

- [Vliegende start voor Sportlab Haarlem \(inholland.nl\)](#)
- [Urban Spring Games wil jongeren meer laten bewegen. 'We willen graag weten wat ze willen doen' | Haarlems Dagblad](#)



sportlab_haarlem

Urban Spring Games!

Mede mogelijk gemaakt door Sportlab.

Donderdag 6 mei
Van 13:00 uur tot 17:00 uur
Voor jongeren van 14 tot 25 jaar, verschillende locaties

HFC EDO	Urban freestyle voetbal, 3 vs 3 toernooitje en kickboksen/boksen
Schoterbos	een graffiti-art workshop
Delftwijk City	een rapworkshop met opnamen van DEMO
Flevoplein	een dansworkshop vanuit DSG dans

Deelname is gratis

Inschrijven via DM
@Sportindewijknoord

Wij volgen de laatste coronamaatregelen.

SportSupport 25 jaar
EDO
inholland
Gemeente Haarlem

Bij de Urban Spring Games worden sport en cultuur gecombineerd.

FOTO UNITED PHOTOS/TOUSSAINT KLUITERS

Sportlab wil sport en cultuur combineren

Een groepje jongens krijgt de eerste lessen in boksen op het veld van voetbalclub EDO. Even verderop houdt een ander groepje de voetbal gaande.

Annemieke Windt

Haarlem ■ De jongeren doen mee aan de aftrap van het Sportlab Haarlem met de Urban Spring Games. In het Sportlab werken de gemeente Haarlem, hogeschool Inholland en Sportsupport samen om jongeren meer aan het bewegen te krijgen. Die bereidheid moet nog groeien. Lisa den Ouden staat een beetje ongeduldig aan de zijlijn. „Het is jammer dat er niet zoveel jongeren zijn gekomen als ze hadden toegezegd. We hebben alles gedaan om ze te bereiken, maar het blijkt toch lastig te zijn om dan ook te komen.“

Het idee achter het Sportlab is dat er steeds meer verbindingen in de stad worden gemaakt, waarbij sport en welzijn aan elkaar worden geknoopt. „We willen het zo organiseren dat we steeds beter weten wat jongeren leuk vinden om te doen en het aanbod daarop te laten aansluiten.“ Dat is een aanpak die om een lange adem vraagt, weet Den Ouden. „Maar het liefst wil ik nu direct resultaat zien.“ Daarbij gaat de organisatie ook nadrukkelijk op zoek naar partners in de stad, zoals EDO, dansschool DSG en Jong Haarlem. „Iemand als bokser Hannes Schneider is super in het motiveren van jongeren. Dat is heel belangrijk voor wat we willen bereiken.“

ren dat we steeds beter weten wat jongeren leuk vinden om te doen en het aanbod daarop te laten aansluiten.“ Dat is een aanpak die om een lange adem vraagt, weet Den Ouden. „Maar het liefst wil ik nu direct resultaat zien.“ Daarbij gaat de organisatie ook nadrukkelijk op zoek naar partners in de stad, zoals EDO, dansschool DSG en Jong Haarlem. „Iemand als bokser Hannes Schneider is super in het motiveren van jongeren. Dat is heel belangrijk voor wat we willen bereiken.“

Schoterbos

In het Schoterbos en bij Delftwijk City aan de Jan Gijzenkade zijn de culturele activiteiten van de Urban Spring Games gepland. Om te benadrukken dat bewegen gewoon leuk kan zijn, zijn er twee smoothie-fietsen neergezet. Deelnemers kunnen er fruit en sap uitkiezen, die in een blender beker worden gedaan, waarna ze zelf op een hometrainer de blender in beweging zetten. Zo trappen ze hun smoothie bij elkaar.

Een groepje meiden is nog niet over te halen om op de fiets te stappen. Ze zijn wel samen onderweg naar de graffitiworkshop. „Hoe kunnen we een bepaald effect bereiken“, vraagt een van hen zich af.

Want ze heeft al snel door dat de wind een spelbreker kan zijn om een strakke lijn op een bord te maken. „We moeten het ook niet te druk maken.“

Testen

Willemijn Langkamp van Gezondheid, Sport en Welzijn bij Hogeschool Inholland valt Den Ouden bij als ze uitlegt dat het plan nog moet groeien.

„Daar is tijd voor nodig. Het is interessant om te zien hoe we iets in de praktijk kunnen oplossen. Hierbij kunnen we niet alleen vertrouwen op wat we uit onderzoeken weten. Het gaat er ook om dat we het in de praktijk testen.“

Spontaan ontstaat het idee om deelnemende jongeren de kans te geven om uit te groeien tot ambassadeurs van het plan. „Zij kunnen andere jongeren aansteken om mee te doen.“

Den Ouden hoopt dat met vragenlijsten nog meer duidelijk wordt wat de jongeren leuk vinden, zodat de activiteiten daarop kunnen aansluiten. „Het zou mooi zijn als we een groep jongeren hebben die mee gaat denken over wat we willen doen. Dit moet zeker doorgaan en groeien.“

Juni-december 2021 – Netwerkbijeenkomsten (3)

Deelnemende stakeholders

- Boksschool New Sports Challenge, Dansschool DSG, Voetbalclub H.F.C. EDO, Krav Maga Instituut
- Jongerencentrum Delftwijk City
- Praktijkschool De Schakel (docent en adjunct-directeur)
- Jeugdfonds Sport en Cultuur
- Gemeente Haarlem (beleidsmedewerker Sport)
- Stichting Sportsupport Kennemerland (buurtsportcoach en verenigingsmanager)
- Hogeschool Inholland (studenten en docent-onderzoekers)

Vertegenwoordigers van de doelgroep jongeren (jongeren zelf) konden niet aanwezig zijn door Covid-19.

De gedeelde belangen van het netwerk zijn besproken:

Maatschappelijke belangen

- Meer jongeren aan het sporten krijgen en hiermee hun fysieke en mentale gezondheid verbeteren
- Uitval van sportende jongeren verminderen
- Sociale cohesie / maatschappelijke positie in de wijk vergroten
- Kinderen uit gezinnen met lage inkomens duurzaam laten bewegen
- Jong en oud de weg naar sport makkelijker laten vinden

Organisatie- en netwerkbelangen

- Expertise, kennis en faciliteiten delen
- Elkaar versterken en afstemmen, zorgen voor meer synergie
- Het netwerk en haar activiteiten kunnen bijdragen aan de toestroom van jongeren naar sportaanbod / nieuwe leden

Wat hebben de stakeholders nodig, of wat is er volgens hen nodig, om de jongeren te bereiken?

- Samenwerking tussen sportaanbieders, LO-docenten, schoolbesturen en de leerlingenraad.
- Mentoren op scholen (het belang van) sportparticipatie structureel laten bespreken met hun leerlingen.
- Betrokkenheid van ouders (zijn zowel als motivator als financieel van belang).
- In gesprek gaan en blijven met jongeren.
- Naar de jeugd toe komen en ze aan de hand nemen. Zeker bij kinderen in het Praktijkonderwijs.
- Inzet van rolmodellen (bekende sporters / influencers; maar ook enthousiaste leeftijdsgenoten). Een goed rolmodel heeft iets gemeenschappelijks zodat de jongeren zich in hem/haar kunnen herkennen. Jongeren moeten tegen het rolmodel op kijken, maar er ook hun gelijke in herkennen.
- Inzet van sleutelfiguren.
- Leuke, hippe activiteiten organiseren.

Welke acties dragen bij aan sporttoeleiding van jongeren?

- Behoeftenonderzoek en aansluiten bij passie/talent
- Samenwerking met jongerenwerk, kerken/moskeeën, scholen, ouders betrekken
- Laagdrempelig aanbod, vervoer faciliteren, clubs voorzien van een 'hangplek', nudging, positieve beloning
- Inspelen op actualiteit, clinics en evenementen organiseren
- Geopperd wordt dat ouders betrokken/verbonden kunnen worden door ook voor hen een activiteit te organiseren tijdens de activiteit voor de kinderen.
- Goed vrijwilligersmanagement.

Tijdstip van aanbieden activiteiten en clinics

Sommige sportaanbieders geven aan dat het lastig is om clinics of activiteiten tijdens schooltijd aan te bieden, omdat dit onder werktijd is van trainers/vrijwilligers. Zij zien wel de meerwaarde in van het aanbieden van clinics tijdens schooltijd. In een gesprek met de leerlingenraad van De Schakel kwam naar voren dat leerlingen meer beweegactiviteiten willen doen tijdens de pauze.

Experimenteren met clinics

De aanwezigen besluiten te gaan experimenteren met een zestal clinics waarvan er drie op school worden aangeboden en drie op locatie van de sportaanbieder. Sportaanbieders verzorgen deze clinics i.s.m. studenten (Sportkunde of CIOS) en de LO-docent. De buurtsportcoach, studenten, ouders en LO-docent kunnen ondersteunen bij het reizen naar de sportaanbieders. Er wordt voorgesteld om van de laatste activiteit een 'feestje' te maken die zich richt op community building. Tijdens deze activiteit gaan de jongeren naast sporten, samen wat eten, drinken, chillen en bijv. gamen.

Inzet van social media en een app

Alle aanwezigen geven aan dat juiste inzet van social media belangrijk is bij het werven en behouden van leden/deelnemers. Er wordt gesproken over social media training die hierbij kan helpen. Ook spreken de aanwezigen over de inzet van een app om leden te werven voor het toekomstige sportaanbod. Wie deze app ter sprake brengt en in hoeverre dit ondersteund wordt door alle aanwezigen staat niet in de gespreksverslagen.

Inzet van rolmodellen

Het netwerk bespreekt de meerwaarde van de inzet van rolmodellen en waar deze rolmodellen aan moeten voldoen aan de hand van een afstudeeronderzoek van een student

Sportkunde. Een rolmodel moet zorgen voor veiligheid, jongeren moeten laagdrempelig bij hem/haar terecht kunnen, mee kunnen doen met zijn/haar activiteiten, wel grenzen stellen maar hiermee geen grote afstand creëren met de jongeren.

Urban Sports (uit gespreksverslag overleg tussen Gemeente, SportSupport en Inholland, december 2021)

De buurtsportcoach geeft aan dat 21% van de Haarlemse jongeren actief is binnen Urban Sports. Zij heeft contact met Freerun en STAD en wil de samenwerking tussen de verschillende freerun-communities verbeteren.



Een belangrijke stakeholdergroep, vertegenwoordigers van de doelgroep (jongeren), was niet aanwezig bij deze bijeenkomsten.

Waar is het idee over de inzet van een app om deelnemers/leden te werven op gebaseerd en is dit idee getoetst bij de eindgebruikers?

De focus op Urban Sports komt niet naar voren uit de netwerkbijeenkomsten met alle stakeholders

CFIR constructen die aansluiten bij de geïdentificeerde implementatiefactoren:

- Champions
- Externe change agents
- Compatibiliteit

Januari-maart 2022 – Behoeftesonderzoek

De labregisseurs hebben behoeftesonderzoek gedaan onder 284 leerlingen van Het Schoter, Haarlems College en Praktijkcollege De Schakel om inzicht te krijgen in de behoeften van jongeren op het vmbo en in het praktijkonderwijs. Zij namen een vragenlijst af en maakten samen met de leerlingen moodboards over hun sportwensen die in de klas zijn vertaald naar een samenvattende tekening. De resultaten van dit onderzoek zijn gepubliceerd op <https://www.allesoversport.nl/thema/meedoen-door-sport-en-bewegen/living-labs-haarlem-zet-in-op-meer-sportdeelname-vmbo-ers-en-praktijkschoolleerlingen/>.



Vragenlijstsonderzoek onder jongeren op het vmbo

- 286 respondenten in de leeftijd 12-17 jaar
- 25% van de respondenten sport niet
- 39% van de respondenten die wel sporten zijn lid van een vereniging; 22% is lid van een sportschool en 20% sport zelf
- 36% van de jongeren die niet sporten geeft aan meer te willen sporten en 39% wil misschien meer sporten
- Belangrijk bij sport: gezelligheid, sport moet bij mij passen, er sterker en gezonder door worden, een proefles kunnen doen, met vrienden/vriendinnen kunnen beginnen
- Redenen om niet te sporten: geen leuke sport kunnen vinden, geen tijd, geen budget (162 jongeren gaven aan geen budget te hebben)

Onderzoek met moodboards op de praktijkschool

- Leerlingen hebben behoefte aan een veilige omgeving om in te sporten, bijvoorbeeld op school
- Een juiste benadering door de trainer/sportbegeleider is van belang ('tegen mij hoeft je niet te schreeuwen')
- Behoeftes aan het uitproberen van verschillende sporten
- Toeleiding naar sport kost tijd, er dient vertrouwen opgebouwd te worden

Netwerkbijeenkomst maart 2022

De resultaten van het behoeftesonderzoek zijn besproken en geïnterpreteerd met het stakeholdernetwerk van het Sport- en Beweginglab. Er is besproken wat de resultaten betekenen voor een gezamenlijk, gecombineerd aanbod en wat aandachtspunten zijn:

- Goede en passende PR, jongeren hierbij betrekken
- Scholen, ouders en jongeren betrekken
- Aandacht voor betaalbaarheid/financiering
- Inclusief en toegankelijk
- Bevlogen, pedagogisch onderlegde aanbieders / veilig sportklimaat
- Rolmodellen inzetten (wat en hoe?)



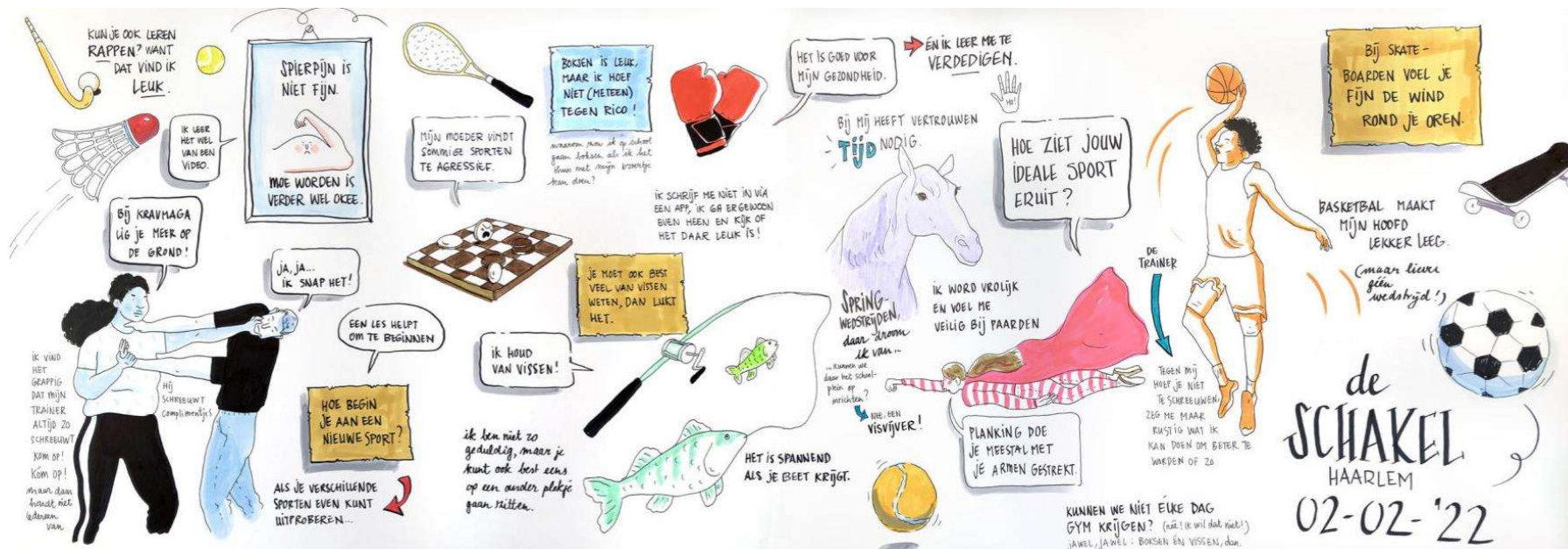
Dit onderzoek richtte zich specifiek op jongeren in het vmbo en het praktijkonderwijs

Wat is goede en passende PR?

CFIR constructen die aansluiten bij de geïdentificeerde implementatiefactoren:

- Behoeften en middelen van de doelgroep
- Kosten

Samenvattende tekeningen van de klassengesprekken over de moodboards met sportwensen op Het Schoter en De Schakel



Februari-april 2022 – Multi-sportevenementen en sportclinics op Het Schoter en De Schakel

Het stakeholdernetwerk organiseerde samen met studenten Sportkunde multi-sportevenementen op Het Schoter en De Schakel. Het Jeugdfonds Sport & Cultuur en het Jongerenwerk waren hierbij aanwezig om de jongeren voor te lichten over vergoedingsmogelijkheden en om activiteiten in en rondom het jongerencentrum te promoten. Bij deze evenementen werd naast de verschillende sporten (3 tegen 3 voetbal, boksen, dansen, kravmaga, freerunning en bootcamp) aandacht besteed aan de toeleiding naar de sportaanbieder. De evenementen werden door alle betrokkenen als positief ervaren, de studenten leerden van het organiseren van het event, jongeren konden laagdrempelig nieuwe sporten uitproberen, de scholen haalden sportclinics in huis die ze zelf niet konden aanbieden, de sportaanbieders bereikten een grote groep jongeren en daarmee potentiële leden en het Jeugdfonds en jongerenwerk hadden een podium voor hun activiteiten. Aan de leerlingen van De Schakel hebben we zowel voorafgaand aan de clinics (september-december 2021) als na deelname aan de clinics (mei-juli 2022) gevraagd of zij lid waren van een sportclub of –vereniging. Voor de clinicreeks waren 12 van de 37 leerlingen die we twee keer bevraagd hebben lid van een sportclub of vereniging. Na de clinicreeks waren dit er 22. We weten niet in hoeverre de clinics hier een rol in hebben gespeeld, maar het is een mooi resultaat. In de toekomst zullen de clinics opnieuw aangeboden worden met de buurtsportcoach als aanjager. We hebben een draaiboek gemaakt dat hiervoor gebruikt kan worden.

Naast de evenementen hebben de sportaanbieders, buurtsportcoach en studenten Sportkunde drie sportclinics

georganiseerd op Praktijkcollege De Schakel en drie op locatie van de sportaanbieder. De overdracht van de school naar de sportaanbieder in de wijk werd begeleid door de buurtsportcoach en studenten. Zij fietsten mee naar de sportaanbieder en werden een vertrouwd gezicht. In een aangepaste vorm wordt ook dit aanbod voortgezet. De clinics en de gesprekken met de schoolleiding, mentoren en LO-docenten leerden ons dat de praktijksschoolleerlingen kwetsbaarder zijn dan gedacht. De jongeren hebben (net als hun ouders) veelal beperkte cognitieve capaciteiten en bevinden zich niet zelden in een kwetsbare thuissituatie. Dit beïnvloedt hun sportdeelname. Het samen sporten met teamgenoten, het oppakken van feedback van de trainer, het organiseren van randvoorwaarden om te kunnen sporten en een niet stimulerende thuisomgeving zijn belemmerende factoren voor deze groep om ‘mee te doen aan sport’. De ervaringen en inzichten hebben geleid tot een nieuwe aanpak op De Schakel voor het schooljaar 2023/2024. Deze aanpak biedt meer structuur en begeleiding en meer aandacht voor ouderbetrokkenheid. De sportclinics worden niet na, maar onder schooltijd verzorgd en komen boven op de reguliere gymlessen. Studenten van het CIOS staan onder begeleiding van de buurtsportcoach voor de groepen (eerste en tweedejaars), een student Sportkunde ondersteunt bij de toeleiding naar de sportaanbieder.



Het experiment vond voornamelijk plaats op en tijdens school. De transfer naar sportparticipatie na schooltijd op locatie van de aanbieder is alleen op de Schakel onderzocht.

Bij de voorlichting zijn ouders niet betrokken: een gemiste kans?

Mei 2022 – Studentresultaten inzet social media

Een vierdejaars student Sportkunde heeft in het kader van haar afstudeeronderzoek de volgende vraag beantwoord: *Hoe kan social media ingezet worden om jongeren (12-17 jaar) uit het vmbo en praktijkonderwijs te bereiken, betrekken en te behouden bij de activiteiten binnen Sport- en Beweeglab Haarlem?*

Onderzoeksmethoden

Semigestructureerde interviews met drie experts op het gebied van social media: de beheerder van de social media kanalen van Stichting SportSupport Kennemerland, een businesscoach voor freelancers en een eigenaar van een bedrijf in social media management.

Vragenlijstonderzoek onder 46 respondenten en het maken van mindmaps op De Schakel en Het Schoter.

Resultaten

De interviews met social media experts leverden de volgende aandachtspunten bij het opzetten van een social media campagne om jongeren te bereiken:

- Concretiseer de doelgroep en verdiep je in hun interesses zodat je hierop in kan spelen
- Voor jongeren werkt social media content met snelle videobeelden, inspirerende quotes en grappige ideeën.
- Betrek de doelgroep bij het maken van de content.
- Social media is een sterk middel om een community bij elkaar te brengen.
- Probeer verschillende soorten social media content uit om er achter te komen wat de doelgroep aantrekt.
- Zorg voor een duidelijke boodschap.
- Analyseer je huidige social media kanalen en kijk of je hiermee de doelgroep bereikt.

- TikTok en Instagram zijn de kanalen om jongeren te bereiken.
- Zet influencers in die passen bij de doelgroep.

De resultaten van het vragenlijstonderzoek en het mindmaponderzoek op De Schakel en Het Schoter ondersteunen de bevinding dat de jongeren veel tijd spenderen op TikTok en Instagram. Daarnaast maken zij gebruik van Snapchat. De meest genoemde redenen waarom de jongeren deze kanalen gebruiken zijn 'om met vrienden en familie in contact te blijven' en 'om te ontspannen'. Ook bevestigt dit onderzoek dat de jongeren liever naar video's kijken dan naar foto's. Maar 12 van de jongeren geeft aan naar een sportevenement te gaan als dit gepromoot wordt op social media.



Er zijn relatief weinig social media experts bevraagd en het is niet bekend in hoeverre zij ervaring hebben met social media campagnes voor de beoogde doelgroep

De jongeren lijken door TikTok en Instagram niet verleid te worden om deel te nemen aan evenementen. Zij gebruiken social media om contact met elkaar te hebben en om te ontspannen, niet om nieuwe sportmogelijkheden te leren kennen.

CFIR constructen die aansluiten bij de geïdentificeerde implementatiefactoren:

- Eindgebruikers
- Sleutelfiguren

Mei 2022 – Onderzoek naar ouderbetrokkenheid

Eind mei organiseerden studenten Social Work i.s.m. studenten CLOS een voorlichtingsavond op praktijkcollege De Schakel over sport en gezonde voeding. Tijdens deze bijeenkomst voor ouders is een korte vragenlijst afgenomen waarin drie vragen centraal stonden:

1. Doet iemand binnen het gezin aan sport?
2. Wat voor rol heeft sport binnen het gezin?
3. Wat heb je nodig om je kind te laten sporten?

Resultaten

Vrijwel alle aanwezige ouders gaven aan dat er binnen hun gezin gesport of bewogen wordt.

De ouders geven aan dat zij vinden dat zij zelf een belangrijke rol hebben in de sportstimulering van hun kinderen.

Tijd, gebrek aan motivatie en logistieke problemen zijn belangrijke redenen waarom kinderen niet sporten.

Om hun kinderen te laten sporten hadden de ouders het volgende nodig: laagdrempelig aanbod, veilig aanbod, tijd, geld, meer informatie, hulp bij het maken van een sportkeuze, motivatie van hun kinderen, aanbod op school (tijdens of na schooltijd).

CFIR constructen die aansluiten bij de geïdentificeerde implementatiefactoren:

- Behoeften en middelen van de doelgroep
- Compatibiliteit
- Individuele fase van gedragsverandering
- Kosten



Juli 2022 – Subsidieaanvraag Haarlems Sportakkoord

De labregisseurs doen begin juli 2022 een subsidieaanvraag voor middelen t.b.v. de uitvoering van het Haarlems Sportakkoord.

Betrokkenen

De trekker van het initiatief is de buurtsportcoach van Stichting SportSupport Kennemerland, overig betrokken partijen zijn de labregisseur van Inholland, Jeugdfonds Sport & Cultuur, Haarlem Effect – Delftwijk City, H.F.C. EDO, Buitenfit, Krav Maga Instituut, New Sport Challenge, Muni Motion, Freerunner 4Motion, SPARKS, S.V. Geel Wit, VO-school Het Schoter en praktijkscholen De Schakel en Het Spaarne.

Doel subsidieaanvraag

Het doel van de subsidieaanvraag is om het beoogd, gecombineerde netwerkabonnement Urban Sports Haarlem verder te ontwikkelen. De subsidie wordt aangevraagd voor de volgende activiteiten:

- Organisatie van clinics op scholen en experimenteren met een app waarmee de leerlingen kunnen kiezen welke sportclinic ze willen doen.
- De app biedt een platform waarop de verschillende sporten die via het abonnement kunnen worden beoefend staan beschreven. Via de app kunnen de jongeren zich aanmelden voor activiteiten naar keuze.
- Uitvoer van een pilot van het netwerkabonnement waarin een weekrooster met activiteiten via de app wordt aangeboden.

Er zijn middelen aangevraagd voor de app, clinics van sportaanbieders, inzet van de buurtsportcoach en promotie van het netwerkabonnement.

In de subsidieaanvraag worden de **volgende factoren benoemd die van invloed zijn om de implementatie:**

- De beoogde doelgroep moet bereikt worden via de middelbare scholen. Er is contact met Het Schoter, Spaarne College en De Schakel.
- Strategie om de jongeren te binden aan het initiatief is het organiseren van evenementen en activatie vanuit LO-docenten. De buurtsportcoach heeft hierbij een ondersteunende rol.
- De LO-docenten hebben aangegeven intermediair te zijn, zij helpen de leerlingen uit hun mentorklas bij het zoeken naar een passende sport. Zij verwachten dat leerlingen gaan deelnemen omdat het netwerkabonnement aansluit bij de huidige tijdsgeest.



Er is een beperkt aantal LO-docenten is gesproken, we weten dus niet hoe generaliseerbaar hun percepties t.a.v. het netwerkabonnement Urban Sports zijn.

Hebben de LO-docenten voldoende tijd om het netwerkabonnement actief te promoten en het met hun leerlingen uit te proberen?

De inzet van de app lijkt op weinig vooronderzoek gestoeld. Is er voldoende aandacht besteed aan prototyping?

Het is onduidelijk hoe de beoogde rolmodellen zullen worden ingezet er zijn geen jongeren betrokken.

CFIR constructen die aansluiten bij de geïdentificeerde implementatiefactoren:

- Champions, Externe Change Agents, Sleutelfiguren
- Eindgebruikers

November 2022 – Netwerkbijeenkomst

Deelnemende stakeholders

- ISK Haarlem, onderdeel van het Spaarne College
- VO-school Het Schoter
- Stichting SportSupport Kennemerland
- Atletiekvereniging Haarlem
- Vitaal Haarlem
- Krav Maga Instituut
- H.F.C. EDO
- Inholland

Besproken onderwerpen: ontwerp van de Urban Sports app, inhoud en mogelijkheden binnen het netwerkabonnement en de promotie van het netwerkabonnement.

Wensen t.b.v. ontwerp Urban Sports App

- Goede routebeschrijving naar de sportaanbieders
- Foto's van de trainers/sportbegeleiders
- De jongeren moeten de app makkelijk kunnen gebruiken en de app duidelijk vinden
- In de app moet zichtbaar zijn welke activiteiten wel/niet doorgaan (bij voldoende/te weinig deelnemers)

Aanbod en mogelijkheden binnen het netwerkabonnement

- Een warm ontvangst en duidelijk aanspreekpunt bij de betrokken sportaanbieders is belangrijk
- Jongeren moeten proeflessen kunnen volgen: 3x gratis
- Het minimum aantal deelnemers per activiteit verschilt per aanbieder, daar dient rekening mee te worden gehouden
- De sportaanbieders dienen te controleren of de jongeren komen.

Promotie van het netwerkabonnement, besproken ideeën:

- LO-docenten zijn heel belangrijk en dienen de app te introduceren en promoten
- Promotie onder ouders tijdens ouderavonden
- Promotie via Instagram
- In iedere klas een promotiefilmpje, flyer en flyer van het Jeugdfonds Sport & Cultuur verspreiden. Samen de app downloaden en de meerwaarde van sport belichten
- Promotiefilmpje delen in een appgroep met 140 LO-docenten
- Leerlingen op school kennis laten maken met de trainers/sportbegeleiders
- Influencers inzetten
- Organisatie van een kick-off event op de scholen, een week later wordt het netwerkabonnement gelanceerd



Ondanks de vele pogingen om jongeren te betrekken en de beloftes van verschillende jongeren dat ze zouden komen waren zij niet bij de bijeenkomst aanwezig

Promotiemateriaal delen via een appgroep zonder persoonlijk contact, persoonlijke introductie en demonstratie lijkt weinig effectief

Hoe zullen de influencers worden ingezet? En waar moeten deze influencers aan voldoen? Is hier een visie op en een strategie voor bedacht?

CFIR constructen die aansluiten bij de geïdentificeerde implementatiefactoren:

- Champions, Externe Change Agents, Sleutelfiguren
- (Behoeften en middelen van de) Eindgebruikers
- Netwerken & Communicatie
- Beschikbare middelen sleutelfiguren

November 2022-januari 2023 – Subsidieaanvraag ZonMw en doorontwikkelen Urban Sports

Subsidieaanvraag ZonMw

In november 2022 heeft de labregisseur van Inholland een subsidieaanvraag gedaan bij ZonMW gericht op het doorontwikkelen en implementeren van het netwerkabonnement 'Urban Sports'. Bij deze aanvraag waren Gemeente Haarlem en Stichting SportSupport Kennemerland nauw betrokken. De eerste pilot met het netwerkabonnement is gesubsidieerd uit het Haarlems Sportakkoord. Vanuit deze aanvraag zorgen we voor de monitoring, evaluatie en implementatieonderzoek. Dit rapport is hier een belangrijk resultaat van.

Doorontwikkelen Urban Sports

De buurtsportcoach van Stichting SportSupport Kennemerland is projectleider van de doorontwikkeling van Urban Sports. Stichting SportSupport neemt immers het beheer en de uitbating van het netwerkabonnement op zich. Om Urban Sports voor zoveel mogelijk jongeren toegankelijk, en voor de aanbieders rendabel te maken, wordt het netwerkabonnement aangeboden aan alle Haarlemse jongeren in het voortgezet onderwijs. Er wordt een app ontwikkeld die als middel gebruikt zal worden om het abonnement af te nemen en activiteiten te kiezen en reserveren. Na het ontwikkelen en testen van deze app en het ontwikkelen van een promotieplan wordt het netwerkabonnement inclusief de app gepilottest. Bij deze pilottest zijn de sportaanbieders in tabel 2 betrokken die activiteiten zullen aanbieden via de app.

Logboek

De buurtsportcoach houdt een logboek bij waarin de implementatiestappen, het activiteitenplan en de tijdsplanning staan beschreven en worden gemonitord.

In deze periode heeft Stichting SportSupport de randvoorwaarden geschept voor het operationeel maken van de Urban Sports App (AVG Compliance, policy en betalingsvoorwaarden), een marketing plan en een financieel plan opgesteld. Voor de app is gebruikgemaakt van de software van Virtuagym. De keuze voor deze softwareleverancier is gebaseerd op ervaringen van een sportschool uit Hoofddorp en crossfitclub Level Up uit Haarlem.

Tabel 2. Sportaanbieders die betrokken zijn bij de pilot van Urban Sports

Sportaanbieder	Aanbod	Dag	Tijd
Kicksfit	Mix van voetbal, crossfit & fitness	Donderdag	18:00-19:00 uur
Pickleball	Pickleball	Vrijdag	15:30-16:30 uur
Level up	Crossfit	Woensdag	17:00-18:00 uur
NSC Boxing	Boksen	Maandag	18:00-19:00 uur
Munki Motion	Freerunning	Zondag	10:00-11:00 uur
Vitaal Haarlem	Fitness	Dinsdag	16:00-17:00 uur
Sparks	Baseball 5	Woensdag	20:00-21:00 uur
Buitenfit	Bootcamp	Maandag	17:30-18:30 uur
H.F.C. EDO	Voetbal	Dinsdag	17:00-18:00 uur

! De tijdstippen van het aanbod zijn gebaseerd op beschikbaarheid van de sportaanbieders en liggen veelal rond etenstijd, sluit dit aan bij de wensen en mogelijkheden van de jongeren en hun ouders?

Kicksfit, pickleball, crossfit, boksen, fitness en voetbal zijn geen vormen van Urban Sports. Waar zijn de culturele activiteiten gebleven?

Is de keuze voor de Virtuagym software goed onderzocht en onderbouwd (gebruik voor doel en doelgroep)?

Marketingplan Urban Sports

Stichting SportSupport heeft een marketingplan opgesteld voor de promotie van Urban Sports. Hier beschrijven we relevante inhoud uit dit plan.

Beschrijving netwerkabonnement

- Een flexibel aanbod van 10 sporten per week, die in teamverband worden aangeboden en via een app zijn te boeken. De nadruk ligt op teamactiviteiten.
- De aanbieders zijn voornamelijk sportverenigingen, aangevuld met een enkele commerciële aanbieder.
- Het streven is dat het aanbod voortkomt uit het bestaande aanbod van de vereniging, maar waar nodig kan een vereniging of commerciële aanbieder nieuw aanbod genereren.

SWOT-analyse

Krachten

Flexibel aanbod in teamverband vanuit verenigingen. Concurrentie biedt individueel aanbod vanuit commerciële partijen.

Mogelijkheid tot ontdekken van nieuwe sport.

Begeleiding van buurtsportcoach naar sportaanbieder.

Wordt aangeboden via een app.

Zwaktes

Sportaanbod (kwaliteit en geschiktheid) niet geheel in de hand (veel afhankelijkheden).

SportSupport is administratief nog niet ingericht op deze organisatievorm.

Moeizame samenwerking met jongerenwerk.

Flexibel lidmaatschap maakt borging onzeker

Kansen

Warm contact creëren met VO-scholen door heel Haarlem voor ontsluiting naar doelgroep.

Geografische spreiding van de sportaanbieders.

Creëren van een nieuwe urban variant en open sportpark gedachtengoed bij verenigingen.

Bedreigingen

Succes afhankelijk van enthousiasme bij KVLO sectie in Haarlem.

Niet vinden van sleutelfiguren bij een vereniging.

Jongeren zijn moeilijk te bereiken.

Geldgebrek jongeren.

Aanbod is moeilijk kostendekkend te krijgen.

Promotie van Urban Sports

Promotie verloopt via vier stakeholdergroepen. Allereerst de jongeren. Via Instagram en TikTok geven we informatie over Urban Sports: wat is het, voor wie is het en hoe werkt het? We benadrukken de kwaliteit van de sportfaciliteiten en trainers en de sociale aspecten van de urban sports-community.

Ten tweede zal de bekendheid en betrokkenheid worden vergroot onder VO-scholen in Haarlem door proactief contact te leggen en de toegevoegde waarde van Urban Sports voor scholen te benadrukken.

Ten derde worden er minimaal vijf informatiebijeenkomsten georganiseerd voor ouders. Door gerichte communicatie zoals een maandelijkse nieuwsbrief en informatiebijeenkomsten blijven ze op de hoogte en betrokken.

Ten vierde wordt ingezet op het vergroten van de samenwerkingen met sportaanbieders. Zij zullen ook worden betrokken bij de marketinguitingen.

! Sluit het voornamelijk betrekken van sportverenigingen aan bij Urban Sports en het behoefteonderzoek onder jongeren en andere stakeholders?

Waarom is het aanbieden van het abonnement via een app een kracht?

Hoe worden de jongeren via social media bereikt?

Volgen zij de Urban Sports kanalen al?

Hoe en waar worden de ouders bereikt?

Hoe wordt de community gebouwd? Alleen digitaal?

Hoe worden de rolmodellen en influencers ingezet?

Financieel gedreven (verenigingen zijn goedkoper)?

Februari-maart 2023 – Testrapporten app

Intern testrapport onderzoek onder professionals

SportSupport heeft de Urban Sports app intern door 21 mensen laten testen en het gebruik geëvalueerd met behulp van een korte vragenlijst. De respondenten gaven de app de volgende beoordeling op een schaal van 1 tot 5:

Gebruiksvriendelijkheid	3,8
Functies	3,9
Vormgeving	3,9
Snelheid	3,7
Inhoud	3,6

Over het algemeen waren de respondenten tevreden, zij gaven de app gemiddeld een 7,7. Verbetersuggesties hadden betrekking op de datumnotatie, betaal- en annuleringsfuncties.

Extern testrapport onderzoek onder jongeren

Studenten hebben de Urban Sports app getest met eerstejaarsleerlingen van Het Schoter en Het Spaarne college in de leeftijd 12-13 jaar. In totaal hebben 295 leerlingen de app getest en na afloop een vragenlijst ingevuld over hun tevredenheid, de gebruiksvriendelijkheid en hun interesse in Urban Sports (tabellen 3 en 4).

Tabel 4. Gebruiksvriendelijkheid Urban Sports app volgens eerstejaarsleerlingen van Het Schoter en Het Spaarne (n=295)

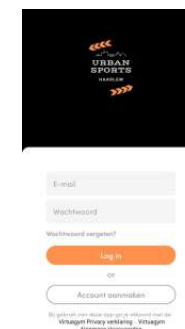
	(Helemaal) mee eens	Niet mee eens/oneens	(Helemaal) niet mee eens	Gemiddelde score op schaal van 1-5
Ik vind de app makkelijk te gebruiken	64%	17%	5%	3.9
Ik vind de app ingewikkeld	19%	18%	48%	2.5
Ik vind dat er te veel functies in de app zitten	32%	22%	27%	3.1
De functies in de app lijken op elkaar	27%	26%	25%	3.1
Ik kan me voorstellen dat mijn vrienden snel met de app overweg kunnen	38%	22%	15%	3.4
Ik moest veel over de app vragen voordat ik het goed kon gebruiken	25%	22%	34%	2.8
Deze app kan mij helpen om te kiezen voor een Urban Sports lidmaatschap	33%	27%	15%	3.3

Interesse in het netwerkabonnement Urban Sports

Iets meer dan de helft (54%) van de respondenten heeft interesse in een lidmaatschap. Het grootste deel van de respondenten (73%) geeft aan dat hun ouders het lidmaatschap betalen, 15% heeft een Haarlem Pas waarmee een jaarabonnement volledig vergoed kan worden.

Tabel 3. Tevredenheid van eerstejaarsleerlingen van Het Schoter en Het Spaarne met de Urban Sports app (n=295)

	N	Buitengewoon tevreden	Zeer tevreden	Enigszins tevreden	Helemaal niet tevreden	Weet niet / geen mening	Gemiddelde score op schaal van 1-5
Gebruiksvriendelijkheid	295	14%	40%	24%	3%	3%	3,7
Functies	295	13%	42%	24%	4%	2%	3,7
Vormgeving	294	16%	39%	24%	6%	2%	3,7
Snelheid	294	17%	36%	22%	11%	3%	3,6
Inhoud	292	17%	40%	26%	3%	2%	3,8



Abonnementsvorm

Verder vroegen we de leerlingen welke abonnementsvormen bij hen passen en deze vraag is ingevuld door 131 respondenten die meerdere antwoorden konden geven. De meest gekozen abonnementsvorm was betalen per activiteit (35%), gevolgd door een strippenkaart voor 10 activiteiten (28%), een abonnement voor 3 maanden (21%) en een jaarabonnement (20%).

Belemmeringen voor gebruik Urban Sports

Tenslotte vroegen we de leerlingen wat hen tegen zou kunnen houden om lid te worden van Urban Sports. De redenen die zij opgaven staan vermeld in tabel 5.

Tabel 5. Redenen van eerstejaarsleerlingen van Het Schoter en Het Spaarne (n=211) om niet lid te worden van Urban Sports

Reden	N (%)
Ik doe al genoeg aan sport	101 (48)
Ik vind sporten niet leuk	40 (19)
Ik ben er nog niet bekend genoeg mee	40 (19)
Mijn vrienden doen er ook niet aan mee	29 (14)
Het tijdstip van de activiteit komt mij niet uit	22 (10)
Ik vind het te duur	20 (9)
De locatie van de activiteit is te ver weg voor mij	20 (9)
De aangeboden activiteit heeft niet mijn interesse	19 (9)
Anders, namelijk:	33 (16)

Redenen die onder 'Anders, namelijk' genoemd worden zijn o.a. blessures, al op een andere sport zitten, dat het na school is, druk met andere dingen, tot laat op school zitten en veel huiswerk hebben.

Conclusie

De meerderheid van de leerlingen was tevreden over de app en kon er goed mee uit de voeten, zo'n 20-30% vond de app ingewikkeld en/of te veel functies bevatten. Een derde van de leerlingen gaf aan dat de app zou kunnen helpen om lid te worden van Urban Sports waarbij het afnemen van

losse lessen of een strippenkaart voor 10 activiteiten de voorkeur heeft. Ongeveer de helft van de leerlingen gaf aan al genoeg aan sport te doen en lijkt geen interesse te hebben in ander aanbod.



De app en interesse is in dit stadium alleen onderzocht bij eerstejaars leerlingen.

Wat maakt dat er op basis van deze testrapporten (interesse in lidmaatschap: 54%; denkt dat de app kan helpen om te kiezen voor Urban Sports: 33%) zonder veel aanpassingen met de (app)ontwikkeling van Urban Sports is doorgegaan?

CFIR constructen die aansluiten bij de geïdentificeerde implementatiefactoren:

- Compatabiliteit
- (Behoeften en middelen van de) Eindgebruikers
- Eigen-effectiviteit en individuele fase van gedragsverandering



April-mei 2023 – Kwalitatieve evaluatie pilotevent Het Schoter en Spaarne College

Pilotevent 19 april 2023 op Het Schoter en Spaarne College

Twee weken voorafgaand aan het event is bij alle deelnemende klassen van Het Schoter en Spaarne College de app en het Urban Sports aanbod geïntroduceerd en geëvalueerd op klanttevredenheid, gebruiksvriendelijkheid en potentiële afname (zie testrapporten op pagina 19-20). Op het pilot event van 19 april, georganiseerd door de buurtsportcoach en studenten is het gebruik van de app en het Urban Sports aanbod geobserveerd en laagdrempelig besproken met de deelnemende jongeren, sportaanbieders en LO-docenten. De jongeren schreven zich via de Urban Sports app in voor twee clinics naar keuze. Bij een helpdesk hielpen de studenten de leerlingen bij problemen met de app. Van deze helpdesk werd weinig gebruik gemaakt.

Samenvatting van de belangrijkste bevindingen:

- De jongeren wisten waarvoor zij zich hadden opgegeven en konden de sporten vinden.
- De bekendste sporten (voetbal en fitness) werden het meest gekozen, bij navraag gaven de jongeren aan dat ze niet goed wisten wat bijvoorbeeld Kicksfit en Baseball 5 voor sporten waren en dat ze daarom voor de bekendere sporten hadden gekozen.
- De jongeren deden enthousiast mee, sommigen gaven aan wel vaker een sportdag als deze te willen.
- Aan zo'n 25 leerlingen is gevraagd wat ze van de verschillende sportclinics en het idee van het Urban Sports abonnement vonden. Vrijwel al deze leerlingen waren enthousiast en gaven aan interesse te hebben in een gecombineerd lidmaatschap. Ze vonden het fijn om keuze te hebben en vonden de meeste sporten leuk om te doen.
- Alle betrokkenen (studenten, sportaanbieders, LO docenten en buurtsportcoach) merkten dat de

leerlingen van het Spaarne College drukker en sneller afgeleid waren dan de leerlingen van Het Schoter. Bij navraag gaven betrokkenen aan dat dit mogelijk komt doordat de jongeren op het Spaarne College een kaderberoepsgerichte en basisberoepsgerichte vmbo-opleiding volgen en op Het Schoter een theoretische leerweg (vmbo-t). De sportaanbieders merkten dat zij hun aanbod aan deze verschillen moesten aanpassen.

Groepsevaluatie op het Spaarne College

Op dinsdag 9 mei evalueerden we het pilotevent meteen groep van veertien leerlingen. Zij beantwoordden vragen over hun ervaring met het Urban Sports aanbod. De helft van de leerlingen vond de sportdag super leuk en de andere helft vond de sportdag niet leuk. De leerlingen die het event leuk vonden gaven als redenen dat zij graag sporten met vrienden, dat de leraren aardig waren en de sporten leuk. Over voetbal werd gezegd dat het heel leuk was, pickleball werd ook leuk gevonden, maar fitness niet zo. Leerlingen die de sportdag niet leuk vonden gaven aan niet van sport en bewegen te houden. Over de app werd gezegd dat die niet zo goed werkte.



Evaluatie activiteiten en uitdagingen rondom Urban Sports met Het Schoter

In de implementatieperiode heeft een medewerker van SportSupport een aantal stappen ondernomen om Urban Sports te introduceren op het Schoter. Zij heeft contact opgenomen met de LO-docenten, uitleg gegeven over het doel en de werkwijze van Urban Sports, uitleg gegeven aan de leerlingen over Urban Sports en een demonstratie gegeven van het Urban Sports aanbod. Hierbij heeft zij de volgende uitdagingen geïdentificeerd:

1. Inloggegevens van de app: de leerlingen hadden de benodigde gegevens niet.
2. Toestemming van ouders: hadden de leerlingen nodig om de app te kunnen downloaden.
3. Selecteren sportactiviteiten: na het aanmelden vonden de leerlingen dit lastig.
4. Aansluiting bij wensen: de leerlingen vonden niet al het sportaanbod aantrekkelijk of 'cool'.
5. Vermaak boven sport: de leerlingen verkiezen activiteiten zoals lasergamen of paintballen boven sport.
6. Begeleiding: leerlingen hebben behoefte aan een bepaalde mate van begeleiding door een mentor of LO-docent in het proces.
7. Betrokkenheid ouders: de ouders zijn nog niet betrokken wat de uitvoering kan bemoeilijken.
8. Gebrek aan interesse: kinderen die al sporten zijn al voorzien en tonen geen interesse in Urban Sports.

Op basis van deze uitdagingen zijn de volgende aanbevelingen geformuleerd:

1. Verstrek duidelijke instructies over het opvragen en herstellen van inloggegevens.
2. Communiceer duidelijk over het belang van ouderlijke toestemming en faciliteer dit proces waar mogelijk.
3. Verbeter de gebruikerservaring van de

aanmeldprocedure om het voor jongeren eenvoudiger te maken om een sport te selecteren.

4. Breid het aanbod van sport- en vermaakactiviteiten uit om beter aan te sluiten bij de interesses van de jongeren.
5. Overweeg het organiseren van introductiesessies met begeleiding van mentoren of LO-docenten om de betrokkenheid te vergroten.
6. Betrek ouders bij het project door informatiesessies te organiseren of regelmatige updates te versturen.
7. Voer een interessepeiling uit om beter inzicht te krijgen in de sport- en activiteitenvoorkeuren van de kinderen en pas het aanbod hierop aan.

CFIR constructen die aansluiten bij de geïdentificeerde implementatiefactoren:

- Netwerk en communicatie
- Compatibiliteit
- (Behoeften en middelen van de) Eindgebruikers
- Individuele fase van gedragsverandering
- Uitvoeren
- Sleutelfiguren



Juni 2023 – Studentresultaten ondersteunen van ouders bij de sporttoeleiding van hun kind(eren)

Een vierdejaars student Sportkunde heeft in het kader van haar afstudeeronderzoek de volgende vraag beantwoord: *Hoe kunnen de ouders van leerlingen van leerjaar een en twee van Praktijkschool de Schakel ondersteund worden bij het toeleiden van hun kind naar sport.*

Onderzoeksmethoden

- Interviews met een LO-docent van De Schakel en een medewerker van het Jeugdfonds Sport en Cultuur om belemmeringen en stimulerende factoren voor sportparticipatie van praktijkschoolleerlingen in kaart te brengen.
- Twee focusgroepgesprekken met in totaal tien leerlingen om hun sport(toeleidings)ervaringen in kaart te brengen.
- Laagdrempelige, individuele gesprekjes met leerlingen tijdens Sportmix lessen aan de leerjaren een en twee op de schakel over hun sport(toeleidings)ervaringen.
- Interviews met vier ouders van leerlingen van De Schakel.

Resultaten

Belemmeringen

- Onduidelijke informatievoorziening vanuit verenigingen over sportmogelijkheden.
- Financiële situatie en beperkte cognitieve vaardigheden.
- Gebrek aan vervoersmiddel om mee naar de sportactiviteit te komen.
- De kinderen vinden vaak geen aansluiting op de sportvereniging.

Vormen van ondersteuning aan ouders om deze belemmeringen weg te nemen

- Betere, begrijpelijke informatievoorziening vanuit de sportverenigingen.
- Persoonlijke begeleiding bij sporttoeleiding.
- (Meer) subsidie voor sportdeelname vanuit de gemeente.
- Ouders af en toe laten kijken bij de sportlessen.
- Aanbieden van laagdrempelige, goedkopere sportactiviteiten.
- Goed opgeleide sporttrainers en –begeleiders die weten hoe zij moeten omgaan met leerlingen uit het praktijkonderwijs.

Barrières voor het implementeren van deze ondersteuningsmogelijkheden

- Het verbeteren van de informatievoorziening kost tijd en geld.
- Ouders komen niet vaak op school.
- Verenigingen hebben beperkte mankracht en geld, want draaien veelal op vrijwilligers.
- Geen van de betrokken partijen (praktijkschool, sportaanbieders, gemeente) voelt zich verantwoordelijk om actie te ondernemen.



Hoe zijn deze resultaten meegenomen in het Urban Sports project?

CFIR constructen die aansluiten bij de geïdentificeerde implementatiefactoren:

- Netwerk en communicatie en Sleutelfiguren
- (Behoeften en middelen van de) Eindgebruikers en Eigen-effectiviteit

INFORMATIE

HET IS VOOR OUDERS VAN LEERLINGEN VAN HET PRAKTIJKONDERWIJS BELANGRIJK DAT SPORTVERENIGINGEN WETEN HOE ZE HUN INFORMATIE DUIDELIJK EN OVERZICHTELIJK KUNNEN OVERBRENGEN. OOK VOOR EEN PERSOONLIJKE BEGELEIDER, EN ANDEREN DIE TE MAKEN HEBBEN MET DEZE OUDERS, IS DIT BELANGRIJK. HIERONDER VOLGT ADVIES OVER DE INHOUD EN OPMAAK VAN INFORMATIE



INHOUD VAN DE INFORMATIE

- OM WELKE SPORT/TRAINING GAAT HET
- OP WELKE DAG EN TIJD IS DE TRAINING
- HOEVEEL KOST DE TRAINING
- BIJ WIE KAN JE TERECHT VOOR VRAGEN

WANNEER VAN TOEPASSING:
KORTE INFORMATIE OVER HOE HET
DOORSCHUIVEN NAAR EEN NIEUWE
LEEFTIJD SKLASSE WERKT

PERSOONLIJKE BEGELEIDING

INVULLING VAN DE PERSOONLIJKE BEGELEIDING

IEMAND BIJ WIE OUDERS TERECHT KUNNEN VOOR VRAGEN

IEMAND DIE GOED ZICHT HEEFT OP ALLE NETWERKEN EN DE OUDERS KAN DOORVERWIJZEN NAAR EEN ORGANISATIE OF PERSOON DIE HEN VERDER KAN HELPEN

IEMAND DIE DE OUDERS HELPT BIJ HET VINDEN EN OVERZICHTELIJK MAKEN VAN DE INFORMATIE DIE VANUIT VERENIGINGEN WORDT VERSTREKT

WIE ZOU DEZE ROL KUNNEN UITVOEREN

- ✓ MENTOREN
- ✓ ZORGCOÖRDINATOR
- ✓ LO DOCENT
- ✓ IEMAND VANUIT VERENIGING
- ✓ IEMAND VANUIT SPORTSUPPORT
- ✓ SPORTMAKELAAR *

* EEN SPORTMAKELAAR WORDT OMSCHREVEN ALS IEMAND DIE HET NETWERK EN ALLE PARTNERS IN KAART BRENGT EN DE VRAAG VERBINDT MET HET AANBOD



Twee ondersteuningsvormen kwamen in dit onderzoek naar ondersteuningsbehoeften van ouders bij de sporttoeleiding van hun kinderen het meest naar voren: betere en begrijpelijke informatievoorziening en persoonlijke begeleiding. Deze ondersteuningsvormen zijn hierboven verder uitgewerkt door de student.

September 2023 – Studentresultaten inzet social media bij de implementatie van Urban Sports

Een vierdejaars student Sportkunde heeft in het kader van haar afstudeeronderzoek de volgende vraag beantwoord: *Wat is er nodig op de social media kanalen van Urban Sports om jongeren in Haarlem te motiveren om lid te worden van Urban Sports?*

Onderzoeksmethoden

- Vier interviews met jongeren tussen de 12 en 17 jaar.
- Ontwerples aan 12 vmbo-leerlingen van het Spaarne College, waarin zij een social media ontwerp maakten over sport. De leerlingen werd gevraagd wat jongeren aanspreekt op social media en wat zij zelf zouden willen zien op de social media kanalen van Urban Sports.
- Vragenlijstonderzoek onder 35 leerlingen (12-17 jaar) van het Spaarne College.

Resultaten

- De meeste vmbo-leerlingen van het Spaarne College hebben een TikTok account en gebruiken dit platform het meeste. Weinig jongeren hebben Instagram (16% van de onderzoeksdeelnemers) of gebruiken dit.
- Maar 3 van de 35 onderzoeksdeelnemers heeft interesse in het volgen van Urban Sports op Instagram.
- Jongeren hebben verschillende meningen over social media. De meesten hebben een voorkeur voor videocontent t.o.v. fotocontent.
- De deelnemers adviseren het Urban Sports team dat hun social media kanalen gezelligheid moeten uitstralen. Zij houden van grappige content met bijvoorbeeld sportbloopers.
- Veel deelnemers geven aan de tekst onder een post niet te lezen, of alleen de eerste zin. Tekst wordt alleen gelezen als deze heel kort is.

Adviezen

1. Bouw een band op met de doelgroep. Een band met de doelgroep is belangrijk om de jongeren te bereiken en om goed aan te kunnen sluiten bij hun wensen en behoeften, zowel met de interventie als met de marketing ter promotie van Urban Sports.
2. Ga nog meer co-creëren met de doelgroep. Uit dit onderzoek bleek dat de jongeren nog een beetje vreemd zijn met Urban Sports. Door samen te co-creëren wordt Urban Sports de jongeren meer eigen en zal het voor de jongeren makkelijker zijn om zich aan te sluiten. Hierbij moet duidelijk verteld worden waarom de jongeren waardevol zijn voor Urban Sports.
3. Post direct vanaf het moment dat Urban Sports live gaat. Dit is de beste manier om erachter te komen welke content in de praktijk aanslaat.
4. Zet de social media kanalen van de VO-scholen en sportaanbieders in voor de promotie van Urban Sports. Op deze manier bereik je de doelgroep mogelijk beter dan alleen met de eigen social media accounts.



Is er op het juiste moment en op de juiste manier aandacht besteed aan het werven van volgers van de social media kanalen van Urban Sports uit de doelgroep? Studenten en de buurtsportcoach hebben tijdens de voorlichtingslessen en het pilotevent volgers proberen te werven, maar toen was de Urban Sports app nog niet in gebruik.

De jongeren lijken geen interesse te hebben in het Instagram account / social media content van Urban Sports. Is hier bij de implementatie teveel op ingezet?

Implementatiestrategieën Urban Sports

Op basis van alle informatie die we met de hiervoor beschreven activiteiten hebben verzameld, en met behulp van de [CFIR-ERIC Matching Tool*](#), hebben we een implementatieplan opgesteld. In dit implementatieplan beschrijven we de strategieën die we willen inzetten om Urban Sports met succes in te voeren in de praktijk. Het gehele implementatieplan is bijgevoegd in **bijlage 1**. Hier geven we aan de hand van de geïdentificeerde barrières voor succesvolle implementatie van Urban Sports een samenvatting van de belangrijkste strategieën.

* De CFIR-ERIC Matching Tool is een op wetenschappelijk onderzoek gebaseerd hulpmiddel dat een projectteam kan gebruiken om strategieën te ontwikkelen die inspelen op de geïdentificeerde barrières voor implementatie.

Urban Sports moet betaalbaar zijn voor alle jongeren

1. Zorg dat Urban Sports voor jongeren uit gezinnen met een laag inkomen vergoed kan worden uit het Jeugdfonds Sport & Cultuur.
2. Overleg met Gemeente Haarlem of zij Urban Sports wil subsidiëren waardoor de kosten voor de gebruiker gedrukt kunnen worden.
3. Overleg met scholen of Urban Sports tijdens school of als naschoolse activiteit kan worden aangeboden.

Urban Sports moet aansluiten bij de behoeften van Haarlemse jongeren

1. Doe behoeftenonderzoek onder jongeren met verschillende kenmerken (leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, culturele achtergrond) en hun ouders. Inventariseer hoe Urban Sports op maat aangeboden kan worden.
2. Verzorg presentaties/bijeenkomsten over het belang van sportdeelname voor jongeren en hun ouders op scholen.

3. Betrek scholieren, studenten en ouders bij de ontwikkeling, implementatie en promotie van Urban Sports. Organiseer regelmatig (co-creatie)bijeenkomsten waarin verbeterpunten m.b.t. de inhoud, het proces en de marketing worden besproken/geschetst.

Succesvolle implementatie van Urban Sports vraagt om een betrokken, competent, bevlogen netwerk en inzet van sleutelfiguren

1. Bouw en onderhoud een lerend netwerk met Haarlemse sportaanbieders, kennisinstellingen, Jeugdfonds Sport & Cultuur, het Haarlemse jongerenwerk, SportSupport, Gemeente Haarlem, VO-scholen en vertegenwoordigers van de doelgroep jongeren.
2. Organiseer netwerkbijeenkomsten met het lerende netwerk en alle stakeholders die betrokken zijn bij Urban Sports. Gebruik deze bijeenkomsten om de innovatie en het proces te evalueren.
3. Plan structurele overlegmomenten in met een implementatiegroep die de activiteiten en voortgang van het implementatieplan monitort en (bij)stuurt.
4. Betrek schoolbesturen, een beleidsadviseur van de gemeente en het management van SportSupport bij het implementatieproces en de evaluatie ervan.
5. Ga in gesprek met mentoren en LO-docenten op VO-scholen en maak een gezamenlijk plan hoe hun leerlingen via hun lessen/activiteiten toegeleid kunnen worden naar sport/Urban Sports. Denk hierbij ook aan de inzet van studenten (CIOS en Sportkunde) en buurtsportcoaches.
6. Zorg voor expertise op het gebied van implementatie en succesvolle marketing via social media.

Urban Sports moet verenigbaar zijn met andere belangrijke activiteiten van jongeren, onderwijs- en sportprofessionals

1. Bespreek met de verschillende Haarlemse VO scholen (LO-docenten, mentoren, directie) of en hoe zij een rol kunnen en willen spelen in de toeleiding van hun leerlingen naar sport en Urban Sports.
2. Maak een implementatieplan dat inspeelt op de barrières en facilitators die in het behoefteonderzoek en de netwerkbijeenkomsten van het Sport- en Beweeglab Haarlem naar voren zijn gekomen. Doe indien nodig aanvullend onderzoek om barrières en facilitators voor de implementatie van Urban Sports in kaart te brengen.
3. Start de implementatie van Urban Sports op een of twee scholen, evalueer en leer, schaaft bij en rol verder uit.

Beperkte tijd en middelen aan de aanbiederskant

1. Zorg voor financiële middelen voor de twee labregisseurs zodat zij tijd/uren hebben voor het implementatieproces.
2. Ontwikkel een eenvoudig en begrijpelijk platform (bijvoorbeeld een app of inschrijfpagina) waarop jongeren zich kunnen inschrijven en aanmelden voor Urban Sports.
3. Betrek en train Sportkunde en CLOS studenten bij het promoten, implementeren en doorontwikkelen van Urban Sports.
4. Bewaak de voortgang van de implementatie van Urban Sports binnen de stuurgroep. Plan structurele meetings waarin zowel het activiteitenplan als de personele inzet op de agenda staan.

Gebrek aan motivatie en eigen-effectiviteit bij jongeren

1. Organiseer structureel (bijvoorbeeld ieder half jaar) clinics vanuit Urban Sports op de VO-scholen en introduceer hierbij ook het aanmeld- en inschrijfplatform (app/website).

2. Koppel, educatie over het belang van bewegen, ontwerpbijeenkomsten en behoeftepeilingen aan structureel terugkerende Urban Sports clinics. Op deze manier krijgen jongeren zelf meer regie op de inhoud en leren ze op een speelse manier over het belang van sportbeoefening.
3. Zet studenten en buurtsportcoaches in en zet een (ambulante) helpdesk op die jongeren kan motiveren en helpen bij het vinden van een passende sport/het afnemen van Urban Sports en het inschrijven voor activiteiten.
4. Werf jongeren die deelnemen aan de sportactiviteiten die worden aangeboden in Urban Sports, onderzoek hoe en waarom zij bij deze activiteiten terecht zijn gekomen en wat het ze op levert. Vraag of zij hierover zouden willen vertellen bij clinics/in mentorlessen op middelbare scholen.

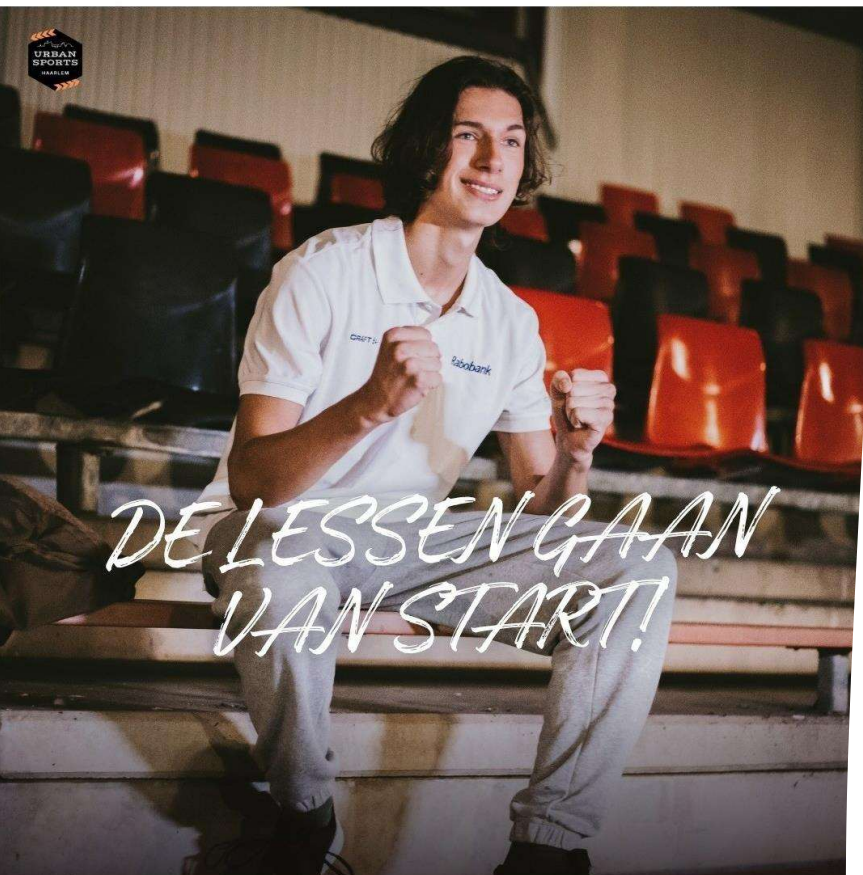
We bereiken en binden de jongeren en hun ouders onvoldoende

1. Zet sleutelfiguren in (zie eerdere strategieën).
2. Deel nieuwsberichten over sporttoeleidingsactiviteiten en Urban Sports op scholen met de lokale media.
3. Doe samen met de beoogde eindgebruikers onderzoek naar optimale en passende inzet van rolmodellen binnen Urban Sports en verwerk de uitkomsten in de interventie.





urbansports_haarlem



❤️ 10 💬 1 📌 1



urbansports_haarlem 🚀 De sportlessen gaan vanaf vandaag van start! Sluit je aan bij UrbanSports en... meer

[Alle opmerkingen bekijken](#)

11 september

September-oktober 2023: Pilot Urban Sports lidmaatschap

In het eerste halfjaar van 2023 is hard gewerkt aan een marketingplan en promotiecontent en zijn de Urban Sports app en het aanbod getest op Het Schoter en Spaarne College. In september is het abonnement gelanceerd via Instagram en TikTok, we hebben de promotie beperkt tot deze twee scholen met het oog op haalbaarheid. De ambitie was om daarna uit te breiden naar andere scholen. De contactpersonen bij bovengenoemde scholen zijn gevraagd om de mogelijkheid tot inschrijven onder de aandacht te brengen. Ruim een maand na de lancering van het abonnement waren er nog geen inschrijvingen voor activiteiten. Daarom is besloten om de stekker er tijdelijk uit te trekken en te onderzoeken wat er mis is gegaan in het proces van ontwikkelen en implementeren dat wordt beschreven in dit rapport.



Gedurende het implementatieproces zijn beide labregisseurs wegens persoonlijke omstandigheden uitgevallen, dit had een negatieve invloed op de implementatie.

Waarom vond promotie van Urban Sports met name via social media plaats en niet zoals eerder bedacht ook via actieve betrokkenheid van mentoren en LO-docenten? De app verspreiden via school is wat anders dan op school aanwezig zijn en leerlingen en ouders actief benaderen.

Op 10-11-2023 had het Instagram account van Urban Sports Haarlem 193 volgers waaronder relatief weinig jongeren, het TikTok account had 1 volger. Het lijkt erop dat we de jongeren met deze kanalen nog niet hebben kunnen bereiken.

Evaluatie, successen en geleerde lessen

Evaluatie implementatie



In het eerste halfjaar van 2023 hebben we de implementatie van Urban Sports voorbereid, waarna we het in augustus hebben geïmplementeerd. In deze periode zijn de labregisseurs wegens persoonlijke omstandigheden en verlof tijdelijk uitgevallen en vervangen door collega's die minder goed in de materie en het netwerk zaten. De implementatie was niet succesvol, er hebben zich geen jongeren aangemeld voor Urban Sports en de geplande sportactiviteiten werden niet bezocht. Daarom hebben we besloten om een stap terug te zetten, Urban Sports (tijdelijk) van de markt te halen en eerst grondig te evalueren wat er goed en fout is gegaan in het ontwikkelen implementatieproces en wat we van dit project kunnen leren. Dit rapport is hier onderdeel van.

Successen



We hebben een lerend stakeholdernetwerk gevormd met de gezamenlijke missie om de sportparticipatie onder jongeren tussen de 12 en 18 jaar te verhogen. Het netwerk heeft twee succesvolle sportdagen verzorgd op Het Schoter, Spaarne College en De Schakel. Zowel de LO-docenten als de sportaanbieders hebben de wens uitgesproken om dit voort te zetten en uit te breiden naar andere scholen. Op deze sportdagen zou meer aandacht kunnen worden besteed aan de toeleiding van leerlingen naar de sport.

Voorafgaand aan de sportclinics op De Schakel waren 12 van de 37 ondervraagde leerlingen lid van een sportclub. Na afloop van de clinicreeks waren dit er 22 van deze 37.

Het experiment op Praktijkcollege De Schakel en daaropvolgend afstudeeronderzoek van een student Sportkunde hebben geleid tot: 1) extra sportlessen op De Schakel onder begeleiding van CIOS-studenten en de buurtsportcoach; en 2) een succesvolle subsidieaanvraag bij het Haarlems Sportakkoord voor een casestudy naar de meerwaarde van de inzet van een sportmakelaar die leerlingen en ouders van De Schakel ondersteunt bij het vinden van een passende, sportieve hobby.

Geleerde lessen



De sporttoeleiding van jongeren in het vmbo vraagt om een persoonlijke benadering in een veilige omgeving, via communicatie op afstand bereik je ze niet.

Onderschat het belang van sleutelfiguren niet en investeer in de juiste inzet hiervan. Denk aan ouders, mentoren en LO-docenten. Vertrouwde gezichten moeten niet alleen als doorgeefluik fungeren, maar mede-drager zijn van het initiatief.

Denk na over alle elementen van je interventie of innovatie en leg ieder element voor aan een kritische stakeholdergroep.

Koester bevlogenheid, energie en enthousiasme, maar laat je hierdoor niet verleiden om te snel te gaan en processtappen over te slaan.

Houd als projectgroep vinger aan de pols, plan structurele voortgangsbijeenkomsten en durf kritische vragen te stellen.



Aanbevelingen voor vervolgstappen

- Zet de bijeenkomsten met het lerend stakeholdernetwerk voort. Evalueer het implementatieproces van Urban Sports en stel gezamenlijk een (her)nieuw(d) of bijgesteld plan op om de sportparticipatie van Haarlemse jongeren in de leeftijd 12-18 jaar te verhogen.
- Investeer in de samenwerking met VO-scholen en onderzoek of en hoe zij nauwer betrokken kunnen worden bij toeleiding naar Haarlemse sportaanbieders.
- Onderzoek of Urban Sports gedeeltelijk als extra beweegmomenten tijdens schooltijd kan worden aangeboden. Succesvolle sportinterventies in het vmbo worden veelal onder schooltijd aangeboden.
- Evalueer de extra sportlessen op De Schakel onder begeleiding van CIOS-studenten en de buurtsportcoach, Indien succesvol, onderzoek of deze aanpak ook passend is voor andere praktijkscholen en vmbo-klassen in Haarlem.
- Monitor de casestudy naar de inzet van een sportmakelaar op De Schakel met alle relevante stakeholders.
- Onderzoek samen met jongeren of zij behoefte hebben aan een sport community en zo ja, in welke vorm?
- Onderzoek op experimentele wijze samen met jongeren hoe rolmodellen kunnen bijdragen aan hun motivatie om te (blijven) sporten en waar deze rolmodellen aan moeten voldoen.



Bronnenlijst

Braam, K. (2020). Haarlem luistert naar sportwensen van meiden. Gepubliceerd op 25-09-2020 in Sport & Strategie. <https://www.sportenstrategie.nl/sportonderzoek/haarlem-luistert-naar-sportwensen-van-meiden/>.

Consolidated Framework for Implementation Research. <https://cfirguide.org/choosing-strategies/> (laatst bezocht: 14-11-2023).

Damschroder, L.J., Aron, D.C., Keith, R.E. et al. Fostering implementation of health services research findings into practice: a consolidated framework for advancing implementation science. Implementation Sci 4, 50 (2009). <https://doi.org/10.1186/1748-5908-4-50>.

Duffey, K., Barbosa, A., Whiting, S., Mendes, R., Yordi Aguirre, I., Tcymbal, A., Abu-Omar, K., Gelius, P., & Breda, J. (2021). Barriers and facilitators of physical activity participation in adolescent girls: a systematic review of systematic reviews. Frontiers in public health, 9, 743935. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.743935>.

Gezonde School Inspiratie. <https://gezondeschool-inspiratie.nl/inspiratie/9-tips-van-de-sportiefste-vmbo-scholen-van-nederland-voor-meer-bewegen-op-school> (laatst bezocht: 14-11-2023).

Half, D. (2022). Social media als sleutel tot sportparticipatie. Verantwoordingsverslag afstudeerstage bacheloropleiding Sportkunde, Hogeschool Inholland.

Hoogland, Hl, Kromhout, M., Khajavi, J., van Eerten, J., & Ben Sellam, M. (2021). Kan ik meedoen? Sport en Bewegen voor iedere jongere. Labyrint onderzoek & advies, Utrecht. [Kan ik meedoen?](https://www.kanikmeedoen.nl) [Eindrapportage KCS&B en Labyrint Onderzoek & Advies](https://www.kanikmeedoen.nl) (kennisbanksportenbewegen.nl).

Kamminga, B. (2023). Shufflesports geeft jongeren zelf de regie in beweegaanbod. <https://www.sportknowhowxl.nl/nieuws-en-achtergronden/nieuwsberichten/nieuwsbericht/166562/shufflesports-geeft-jongeren-zelf-de-regie-in-beweegaanbod> (laatst bezocht 16-11-2023).

Kenniscentrum Sport & Bewegen (2022). [Naar meer sportparticipatie van de jongeren in het vmbo](#) (eBook).

Langkamp, W., & Dijk, D. (2022). Living labs: Haarlem zet in op meer sportdeelname vmbo'ers en praktijksschoolleerlingen. Gepubliceerd op 4-10-22 op Allesoversport.nl: <https://www.allesoversport.nl/thema/meedoen-door-sport-en-bewegen/living-labs-haarlem-zet-in-op-meer-sportdeelname-vmbo-ers-en-praktijkschoolleerlingen/>.

Powell, B.J., Waltz, T.J., Chinman, M.J. et al. A refined compilation of implementation strategies: results from the Expert Recommendations for Implementing Change (ERIC) project. Implementation Sci 10, 21 (2015). <https://doi.org/10.1186/s13012-015-0209-1>.

Stichting Special Heroes Nederland. Shuffle Sports. <https://shufflesports.nl/> (laatst bezocht: 14-11-2023).

Van Grieken, D (2023). Een onderzoek naar social media implementatie voor Urban Sports. Verantwoordingsverslag afstudeerstage bacheloropleiding Sportkunde, Hogeschool Inholland.

van de Kop, J. H., van Kernebeek, W. G., Otten, R. H. J., Toussaint, H.M. & Verhoeff, A. P. (2019). School-based physical activity interventions in prevocational adolescents: a systematic review and meta-analyses. Journal of Adolescent Health, 65(2), 185-194. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2019.02.022>.

van der Sluis, A., Mombarg, R., van Aart, I., Leistra, S., & Pruim, A. (2017). Goalkeeper! Stimuleert zelfregulatie in sport en leefstijl. Lichamelijke Opvoeding, 31-33.

Veen, S. (2023). Hoe kunnen de ouders van leerlingen van leerjaar één en twee van Praktijkschool de Schakel ondersteund worden bij de sportdeelname van hun kind. Verantwoordingsverslag afstudeerstage bacheloropleiding Sportkunde, Hogeschool Inholland.

ZonMw. Maak zelf een implementatieplan. <https://www.zonmw.nl/nl/maak-zelf-een-implementatieplan> (laatst bezocht: 14-11-2023).

Bijlage 1. Implementatieplan Urban Sports

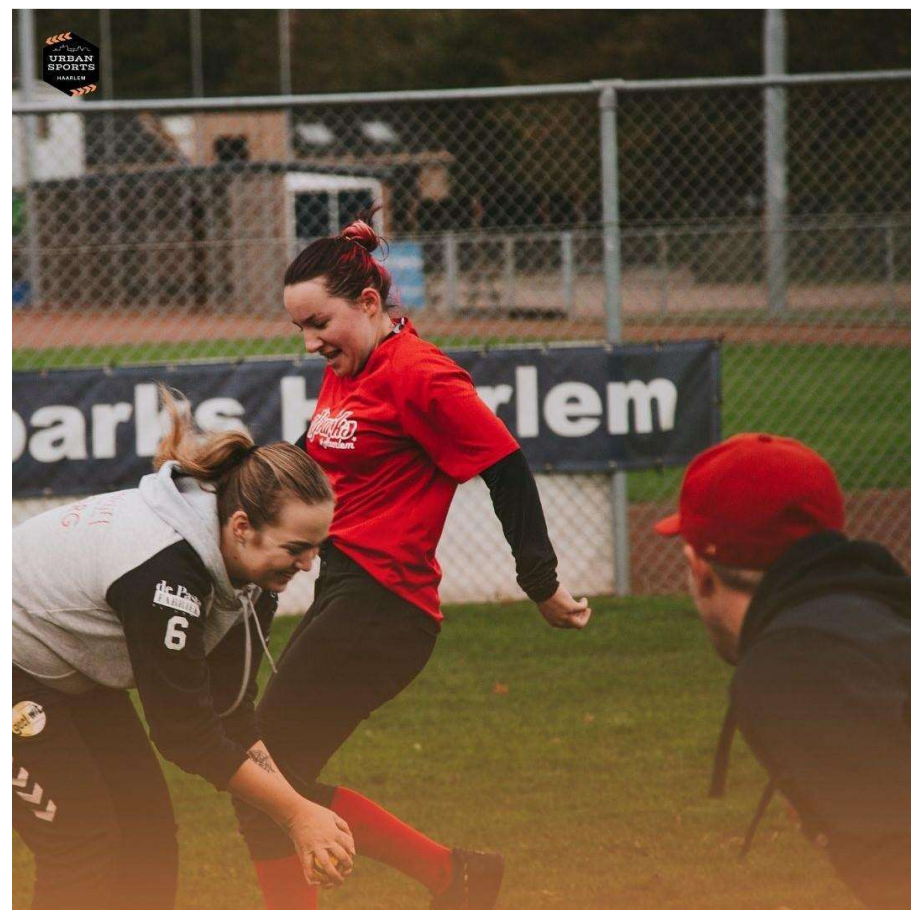
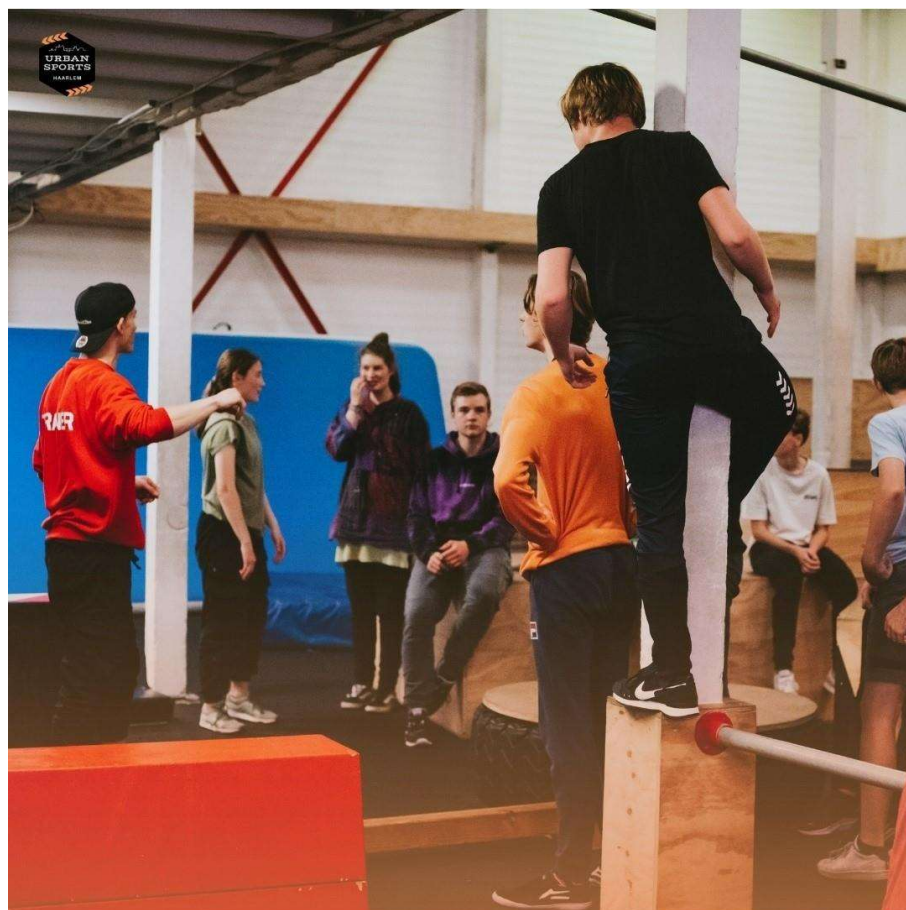
Dit implementatieplan is opgesteld m.b.v. een template en [stappenplan](#) van ZonMw voor het maken van een implementatieplan. Daarnaast hebben we gebruik gemaakt van de [CFIR-ERIC Matching Tool](#).

Verbeterdoel Urban Sports: verhogen van de sportparticipatie van Haarlemse jongeren in de leeftijd 12-18 jaar

Doelgroepen/Stakeholders	Wat moeten ze weten?	Wat moeten ze denken?	Wat moeten ze doen?
Haarlemse jongeren in de leeftijd 12-18 jaar	Dat Urban Sports bestaat en wat het is. Dat je gratis proeflessen kan volgen. Dat je een flexibele strippenkaart kan afnemen. Op welke locaties en tijdstippen de activiteiten worden aangeboden. Dat Jeugdfonds Sport & Cultuur het lidmaatschap kan betalen als je uit een gezin komt met weinig geld.	Wat een leuk aanbod, echt wat voor mij! Sporten en bewegen is belangrijk voor mijn gezondheid en ontwikkeling en bovenal leuk.	Kennismaken met Urban Sports / Een proefles volgen De Urban Sports app downloaden Urban Sports afnemen én gebruik maken van het aanbod. Indien van toepassing: gebruik maken van het Jeugdfonds Sport & Cultuur door dit aan te vragen.
Ouders van Haarlemse jongeren	Dat sportdeelname en gevarieerd bewegen goed is voor de gezondheid en ontwikkeling van hun kinderen. Dat Urban Sports bestaat en wat het is. Dat jongeren gratis proeflessen kan volgen. Dat jongeren een flexibele strippenkaart kunnen afnemen. Dat Jeugdfonds Sport & Cultuur het lidmaatschap kan betalen voor kinderen uit gezinnen met een laag inkomen. Op welke locaties en tijdstippen de activiteiten worden aangeboden. Wat hun kinderen voor uitrusting nodig hebben om deel te kunnen nemen.	Wat een leuk aanbod, het past bij mijn kind(eren) en is goed voor hun gezondheid, welbevinden en ontwikkeling.	Kennismaken met Urban Sports / Hun kinderen attenderen op het aanbod en een proefles laten volgen De Urban Sports app downloaden Urban Sports afnemen én hun kinderen gebruik laten maken van het aanbod. Indien van toepassing: gebruik maken van het Jeugdfonds Sport & Cultuur door dit aan te vragen.
LO-docenten op VO-scholen	Dat Urban Sports bestaat en wat het is. Dat je gratis proeflessen kan volgen. Dat je een flexibele strippenkaart kan afnemen. Op welke locaties en tijdstippen de activiteiten worden aangeboden. Dat Jeugdfonds Sport & Cultuur het lidmaatschap kan betalen als je uit een gezin komt met weinig geld. Dat SportSupport Kennemerland Urban Sports in overleg ook tijdens schooltijd kan aanbieden	Wat een mooi aanbod, het past bij mijn leerlingen en ik laat ze er graag mee kennismaken tijdens mijn lessen om ze te motiveren om Urban Sports af te nemen. Samenwerking met lokale sportaanbieders is belangrijk om mijn leerlingen een leven lang toe te leiden naar sport.	Kennismaken met Urban Sports / Leerlingen attenderen op het aanbod en hoe Urban Sports werkt. Leerlingen proeflessen Urban Sports laten volgen tijdens schooltijd. Zorgen voor een gevarieerd sportaanbod tijdens de gymles. Leerlingen demonstreren hoe de Urban Sports app werkt. Leerlingen en ouders wijzen op het belang van sportparticipatie en het uitgebreide en flexibele aanbod in Haarlem, waaronder Urban Sports. Jongeren attenderen op het Jeugdfonds Sport & Cultuur en indien van toepassing helpen bij het aanvragen of regelen van hulp bij het aanvragen. Eventueel: lesdagen iets langer maken en Urban Sports in te passen tijdens schooltijd.

Doelgroepen/Stakeholders	Wat moeten ze weten?	Wat moeten ze denken?	Wat moeten ze doen?
Haarlemse Sportaanbieders met aanbod dat past binnen Urban Sports	Wat de rol van SportSupport Kennemerland is en wat de buurtsportcoaches voor scholen kunnen betekenen. Dat Urban Sports bestaat en wat het is. Hoe zij hun aanbod via Urban Sports kunnen aanbieden. Met wie zij contact kunnen hebben over Urban Sports binnen SportSupport.	Wat een mooi initiatief, hier werk ik graag aan mee!	Hun aanbod laten aansluiten bij de doelgroep. Zorgen dat de informatie over hun aanbod in de Urban Sports app up-to-date is. Hun aanbod met hun deelnemers evalueren en blijven optimaliseren. Aanbieders met interesse om hun aanbod via Urban Sports aan te bieden moeten contact opnemen met SportSupport.
Gemeente Haarlem	Dat Urban Sports bestaat en dat het belangrijk is dat het Haarlemse sportaanbod vindbaar is via de gemeentelijke website. Dat jongeren in de leeftijd 12-18 jaar (met name leerlingen op het vmbo) relatief weinig bewegen en dat het voor hun gezondheid en ontwikkeling belangrijk is om sportdeelname van deze groep te stimuleren. Wat de sportwensen zijn van jongeren van 12-18 jaar.	Wat een mooi initiatief, dit ondersteunen wij graag. We zorgen ervoor dat alle Haarlemmers weten dat Urban Sports bestaat.	Zorgen dat er informatie over het sportaanbod voor jongeren en het Jeugdfonds Sport & Cultuur vindbaar is om de gemeentelijke website en op de website Sport in Haarlem.nl. Zorgen dat de dienstverlening van Stichting Sportsupport Kennemerland bekend is door informatie te geven en door te verwijzen op de gemeentelijke website.
Stichting SportSupport Kennemerland	Welke stakeholders er allemaal een rol kunnen hebben in het succes van Urban Sports Welke factoren de implementatie en adoptie van Urban Sports kunnen belemmeren/faciliteren Welke VO-scholen open staan voor samenwerking op het gebied van sportstimulering en bij welke contactpersonen ze op de scholen terecht kunnen.	Het verhogen van de sportparticipatie van deze doelgroep gaat niet vanzelf. We moeten goed luisteren naar de doelgroep en belangrijke stakeholders om deze doelgroep heen. We moeten het sportaanbod en de marketing van het aanbod samen met de Haarlemse sportaanbieders afstemmen op de wensen, behoeften en mogelijkheden van de eindgebruikers.	Urban Sports succesvol implementeren. Hiervoor is het volgende nodig: De implementatiestrategieën laten aansluiten bij de context en doelgroep en hierbij rekening houden met verschillen tussen jongeren. Warme contacten onderhouden met VO-scholen en de mogelijkheid bespreken om leerlingen via de LO-docenten of mentoren toe te leiden naar Urban Sports. Inventariseren of Urban Sports ook (gedeeltelijk) tijdens schooltijd aangeboden kan worden, misschien via een verlengde schooldag? Zie onderstaande best practices. Sportaanbieders van urban sportactiviteiten voor jeugd informeren over Urban Sports en verleiden om deel te nemen. Doorlopend zorgen voor een aantrekkelijk en kwalitatief goed aanbod van Urban Sports activiteiten via de app. Een passende marketingstrategie ontwikkelen en uitvoeren. Klankborden met vertegenwoordigers van de doelgroep. De jongeren leren kennen en ze betrekken van ontwikkeling t/m implementatie en borging. Zich laten inspireren door best practices zoals de interventies Goalkeeper (vindt plaats in gym- en mentorlessen tijdens schooltijd), ShuffleSports (gezelligheid voorop, geen competitie, geen lidmaatschap, wisselende activiteiten, deze interventie lijkt veel op Urban Sports maar wordt tijdens schooltijd aangeboden) en Salvo (beweegmomenten tijdens schooltijd, co-creatie met leerlingen, betrokkenheid van schoolteam van belang). Het eBook Naar meer sportparticipatie van de jongeren in het vmbo (Kenniscentrum Sport & Bewegen, 2022) lezen.

Doelgroepen/Stakeholders	Wat moeten ze weten?	Wat moeten ze denken?	Wat moeten ze doen?
Jeugdfonds Sport & Cultuur	Hoe en waar ze de doelgroep en hun ouders kunnen bereiken Wat drempels zijn om gebruik te maken van het Jeugdfonds Sport & Cultuur en hoe deze drempels voor jongeren die het nodig hebben weggenomen kunnen worden	Wat een mooi initiatief, wij willen ervoor zorgen dat zoveel mogelijk jongeren hier gebruik van kunnen maken.	Aansluiten bij kennismakingsactiviteiten van Urban Sports. Zorgen dat jongeren en het sociale netwerk rondom de jongeren op de hoogte zijn van het bestaan van het Jeugdfonds Sport & Cultuur en weten wanneer en hoe jongeren hier gebruik van kunnen maken.



Analyse van de doelgroep

Hulpvragen	Jongeren op VO-scholen
Wat is de rol van de doelgroep?	Eindgebruiker van Urban Sports
Welke belang heeft de doelgroep?	Passend sport- en beweegaanbod. Plezier, verbetering van gezondheid en welbevinden, sociale contacten. Gezonde tijdsbesteding. Afwisselende en nieuwe beweegvaardigheden opdoen, motorische ontwikkeling.
Wat weet de doelgroep van het onderwerp?	Sporten is gezond.
Wat vindt de doelgroep van de verandering?	De doelgroep heeft aangegeven behoefte te hebben aan flexibele en afwisselende sportmogelijkheden waarbij sport wordt afgewisseld met cultuur.
Welke motivaties spelen een rol (zoals angst voor verlies autonomie, hang aan vrije tijd, gevoelig zijn voor klachten van patiënten)	Jongeren hebben behoefte aan vrije tijd en besteden die graag met leeftijdsgenoten (Hoogland et al. 2021). In hun vrije tijd hebben ze behoefte aan chillen, gebruik van social media, gamen, etc. Dit kan gebruik van Urban Sports belemmeren. Jongeren in het vmbo sporten minder dan jongeren in de havo en het vwo omdat zij minder plezier, gezelligheid en voldoening halen uit sportparticipatie. Daarnaast zijn hun leef- en woonomstandigheden veelal minder stimulerend om aan sporten te doen. Deze groep wordt door zichzelf, hun ouders en hun omgeving minder vaak gelabeld als sportief (Kenniscentrum Sport & Bewegen, 2021). Voor kinderen in het vmbo kunnen een sportmaatje en een sociaal en pedagogisch veilige omgeving de sportparticipatie stimuleren. Het belang van een pedagogisch veilige omgeving vonden wij ook in eigen onderzoek op de Schakel en het Schoter. Voor jongeren uit gezinnen met een lagere sociaal economische positie kunnen kosten voor sportaanbod een beperking zijn (Hoogland et al. 2021). Kinderen met verschillende culturele achtergronden kunnen in verschillende mate gemotiveerd worden om te sporten en verschillende wensen en behoeften hebben. Dansen, kickboksen, freerunning, streetdance, fitness, basketball zijn activiteiten die jongeren (in het vmbo) aanspreken en (in bepaalde vormen) als urban bestempeld kunnen worden. Op alle schoolniveaus sporten jongens meer dan meisjes. Uit onderzoek blijkt dat voor meisjes in de leeftijd 10-19 jaar gebrek aan steun van leeftijdsgenoten, familie, docenten en gebrek aan tijd belemmeringen zijn om meer te bewegen. Gewichtsverlies, steun van leeftijdsgenoten, familie en docenten zijn belangrijke motivatoren om te sporten en bewegen voor deze groep (Duffey et al. 2021). Meisjes vinden de sociale component van bewegen belangrijker dan jongens (Kenniscentrum Sport & Bewegen, 2021). Uit eigen onderzoek op de Schakel en het Schoter kwam naar voren dat ook jongens gezelligheid een belangrijke motivator vinden om deel te nemen aan sportactiviteiten. Meisjes vinden het soms niet prettig om samen met jongens te sporten (Lems et al. 2020). Uit eigen onderzoek onder adolescente meiden (13-20 jaar) van verschillende middelbare scholen in Haarlem blijkt plezier, gezelligheid en fit worden belangrijke redenen zijn om te sporten. Een optimale beweegactiviteit kenmerkt zich volgens >10% van de bevroegde meiden door: samen sporten, muziek/dans/afwisselend aanbod, high impact, balsport. Jongeren hebben behoefte aan georganiseerde activiteiten van goede kwaliteit die begeleid worden door professionals die een rolmodel voor ze zijn en waarmee zij zich kunnen identificeren. Zie ook best practice IJslands Preventiemodel.
Aan welke informatie heeft de doelgroep behoefte?	De inhoud van Urban Sports, voor wie het geschikt is, wie er aan mee doen, wat je nodig hebt en moet kunnen, wat de kosten, tijden en locatie zijn, wie de activiteiten begeleidt
Hoe wil de doelgroep benaderd worden?	Door aansprekende, enthousiaste personen en rolmodellen.
Hoe is de doelgroep te bereiken? Denk aan kanalen, personen, organisatie, media.	Via VO-scholen, gezin, peers, jeugdzorg?, social media. In kwalitatief onderzoek van Hoogland et al. 2021 onder Nederlandse jongeren met een laag gezinsinkomen die niet structureel deelnemen aan sport- en beweegactiviteiten geven jongeren aan dat het gebruik van social media kan aanzetten tot sporten. De respondenten benoemen dat social media ingezet kan worden door met elkaar sportende kinderen in verschillende contexten (verschillende keuzes) te laten zien, dat zou hun inspireren. Ook geven respondenten aan geïnspireerd te worden door sportende influencers en dat social media op creatieve manieren ingezet kunnen worden om jongeren te motiveren om te gaan sporten.

Implementatiestrategieën kiezen

DOELGROEP: Jongeren op VO-scholen		
A. Beschrijf de huidige situatie: Kijk naar doelgroep. Wat weet de doelgroep bijvoorbeeld nu? Hoe kijkt de doelgroep aan tegen de verandering?	- De doelgroep weet dat sporten bijdraagt aan de gezondheid en leuk kan zijn. - De doelgroep hecht veel waarde aan het zelf invullen van de vrije tijd. Zij zijn graag met leeftijdsgenoten, sociale media en gamen vragen tijd, ook heeft de doelgroep behoefte aan niks doen. - Op het gebied van sport heeft de doelgroep behoefte aan flexibiliteit en afwisseling. Goede begeleiding, aanwezigheid van peers, een sociaal veilige omgeving en gezelligheid zijn belangrijk om het sporten aantrekkelijk te maken. - Belemmeringen om te gaan sporten zijn de kosten en dat het ten koste gaat van vrije tijd. Er liggen kansen bij het aanbieden van Urban Sports tijdens schooltijd, eventueel door het verlengen van de schooldag.	
B. Beschrijf de gewenste situatie: Kijk naar de doelen per doelgroep. Wat moet de doelgroep weten, vinden en doen?	- De doelgroep moet het belang van sportdeelname voor hun gezondheid en ontwikkeling nog beter inzien. - De doelgroep moet weten dat Urban Sports bestaat, het aanbod vinden en gaan gebruiken. - De doelgroep moet ervaren hoe leuk het aanbod is door proeflessen te volgen. - De doelgroep moet de Urban Sports app downloaden. - De doelgroep met een kleine beurs moet de weg vinden naar het Jeugdfonds Sport & Cultuur en weten hoe zij dit aan kunnen vragen.	
Wat belemmert of bevordert de doelgroep om van A naar B te komen?	De volgende factoren belemmeren de jongeren om van A naar B te komen: - Andere prioriteiten, leeftijdsgenoten/vrienden die sport niet prioriteren. - Het sport- en beweegaanbod sluit onvoldoende aan bij hun wensen en behoeften. Het aanbod moet flexibel en niet te duur zijn, tijdens het sporten hebben jongeren behoefte aan leeftijdsgenoten om hen heen met wie zij het goed kunnen vinden, de jongere bestaat niet er moet ruimte zijn voor de jongeren om zichzelf te zijn. - Schaarse vrije tijd die ook met andere activiteiten (chillen, social media gebruik, gamen, werken, huiswerk) wordt ingevuld. - De marketingstrategie moet de jongeren aantrekken zodat zij nieuwsgierig worden en het aanbod willen proberen en afnemen. - Rolmodellen en belangrijke anderen moeten de jongeren stimuleren om te gaan sporten. - Bij jongeren op het vmbo heeft het aanbieden van extra sport en bewegen op school de meeste kans van slagen.	
Wat is er nodig om van A naar B te komen?	Deze strategie past daarbij:	Deze middelen zijn zoal mogelijk:
We moeten ervoor zorgen dat de doelgroep weet dat de vernieuwing bestaat en dat het ingevoerd gaat worden.	Informerende strategie Bedoeld om mensen te informeren over de stand van zaken wat betreft kennis en vaardigheden (hier aangeduid als 'kennis').	- Promotie-/Voorlichtingsmateriaal maken en verspreiden. - Voorlichting geven op bijeenkomsten waar veel jongeren en hun ouders komen. <i>Kunnen we hier sleutelfiguren en rolmodellen bij betrekken?</i> - Voorlichting geven op VO-scholen. - Voorlichting geven op social media.
De doelgroep moet geïnteresseerd raken in de vernieuwing en zich bij de vernieuwing betrokken voelen.	Motiverende en draagvlakvergroten strategie Bedoeld om mensen mee te krijgen en aan te zetten tot kennisbenutting.	- Persoonlijk contact via scholen, jeugdwerk, de buurtsportcoach. - Ouders bereiken via bijv. ouderavonden. - Clinics organiseren t.b.v. draagvlak. - Inschakelen sleutelfiguren (docenten LO, mentoren, jeugdwerkers, rolmodellen).
De doelgroep moet de vernieuwing kunnen toepassen. Dat vraagt om de nodige kennis en vaardigheden.	Educatieve strategie. Bedoeld om mensen kennis en vaardigheden aan te leren zodat zij de (nieuwe) kennis in hun praktijk kunnen benutten.	- De Urban Sports App introduceren tijdens clinics en de aanwezigen met de app een activiteit naar keuze laten kiezen - Docenten LO en/of mentoren op VO-scholen de jongeren in het kader van onderwijs 4 proeftrainingen laten uitkiezen en uitvoeren m.b.v. de app, daarnaast een presentatie laten geven over het belang van sportdeelname. - Begrijpend filmpje over het gebruik van de app en het aanbod maken. - Hulp punt voor aanvragen Jeugdfonds Sport & Cultuur zichtbaar maken.

Wat is er nodig om van A naar B te komen?	Deze strategie past daarbij:	Deze middelen zijn zoal mogelijk:
We moeten de knelpunten in de organisatie oplossen die de vernieuwing in de weg staan.	Organisatorische strategie Bedoeld om processen goed te stroomlijnen en blokkades op te lossen ten behoeve van een optimale kans op kennisbenutting.	- Nieuwe werkprocessen ontwerpen en/of invoeren: op welke manier kunnen LO-docenten en mentoren sporttoeleiding integreren in hun takenplaatje/werkzaamheden? - Datamanagement organiseren en/of inzetten, zorgen dat de Urban Sports app AVG Compliance is. - Communicatie en betrokkenheid (in- en extern) verbeteren. - Businesscase of kosten/baten balans opstellen. - Uitvoeren SWOT-analyse. - Afsluiten van overeenkomst en maken van afspraken met de betrokken sportaanbieders.
De doelgroep moet kunnen terugvallen op iets of iemand om te kunnen veranderen en om die verandering vol te houden.	Faciliterende strategie Bedoeld om in belangrijke randvoorwaarden te voorzien die kennisbenutting helpen realiseren.	- Coaching, supervisie en technische ondersteuning.* - Co-creatie/Dialogen met relevante stakeholders/eindgebruikers.* - Betalings- en policyvoorwaarden maken. - Keuzehulp maken.
We moeten de druk opvoeren zodat mensen de vernieuwing gaan toepassen	Marktgerichte strategie Bedoeld om het gevoel van eigenaarschap te vergroten, door een relatie te leggen tussen de kennis en de (financiële) gevolgen.	- Zorgen dat de vernieuwing vergoed kan worden via Jeugdfonds Sport & Cultuur. - Onderzoeken of het aanbod tijdens schooltijd kan worden aangeboden. - Het prototype introduceren tijdens sportdagen op VO-scholen. - Imago of positie verbeteren d.m.v. cijfers of reclame.
We moeten jongeren inzetten om de vernieuwing succesvol te maken.	Burgergerichte strategieën Bedoeld om vanuit de burger de druk te vergroten om (nieuwe) kennis te benutten.	- Keuzehulp maken. - Gebruikerservaringen meten en gebruiken.* - Blijvend gebruik van het abonnement bevorderen. - Jongeren en studenten betrekken bij de marketingcampagne. - Een Sportkunde student heeft onderzocht hoe we sociale media kunnen inzetten om Urban Sports onder de jongeren te promoten en hiervoor een handleiding ontwikkeld. - Opzetten en toerusten van een gebruikersraad - Organiseren van netwerkbijeenkomsten waarin we het multi-sportaanbod en de social media content ter promotie van Urban Sports bespreken en evalueren.
We moeten relevante stakeholders (zoals eindgebruikers) betrekken zodat de nieuwe kennis zo goed mogelijk aansluit bij hun wensen.	Samenwerking bevorderende strategieën Bedoeld om perspectieven en contexten van partijen op elkaar af te stemmen en wederzijdse competentieontwikkeling te bevorderen.	- Relevante stakeholders actieve rol geven in projectgroep.* - Identificeren en betrekken van opinieleiders, best practices of voorlopers.* - Opzetten en toerusten van een gebruikersraad/gebruikerspanel.* - Geregeld overleg met relevante stakeholders. - Aansluiten bij issues of kennisvragen van relevante stakeholders. - Matchmaking/Co-creatie/Dialogen met relevante stakeholders/eindgebruikers.*
We moeten de kennis of boodschap die we willen verspreiden in een vorm gieten die de doelgroep makkelijk kan gebruiken.	Productgerichte strategieën Bedoeld om afspraken te maken over de verspreiding en oplevering van bruikbare kennisproducten.	- Behoeftetepeiling bij relevante stakeholders.* - Tussentijdse producten maken. - Aanpassingsmogelijkheden voor eigen context en situatie expliciteren.*

N.B. Deze tabel is gemaakt door ZonMw en medegeïnspireerd op de [CFIR-ERIC Matching Tool](#). Activiteiten gemarkeerd met een sterretje (*) komen overeen met of komen voort uit de lijst met activiteiten van CFIR-ERIC waarbij ≥35% consensus bestaat over de effectiviteit van deze activiteit.

Aanvullende implementatiestrategieën voortkomend uit de [CFIR-ERIC Implementation Strategy Selection tool](#).

Met behulp van de CFIR-ERIC tool hebben we de geïdentificeerde barrières voor de implementatie van Urban Sports gekoppeld aan constructen uit het [Consolidated Framework for Implementation Research \(CFIR\)](#) en hierop aansluitende [Expert Recommendations for Implementing Change \(ERIC\)](#) implementatiestrategieën. We hebben alleen ERIC-strategieën geselecteerd waarover $\geq 35\%$ consensus bestaat over de effectiviteit.

Beschrijving barrière	CFIR construct	ERIC strategieën + toelichting	Strategieën Urban Sports
Interventie eigenschappen			
De kosten voor deelname mogen niet te hoog zijn want in het praktijkonderwijs en vmbo hebben we te maken met relatief veel jongeren uit gezinnen met een lagere sociaal economische positie.	Kosten	Regel nieuwe financiering: krijg toegang tot nieuw of bestaand geld om de implementatie te vergemakkelijken.	Zorg dat Urban Sports voor jongeren uit gezinnen met een laag inkomen vergoed kan worden uit het Jeugdfonds Sport & Cultuur.
Wat willen de bevraagde jongeren uitgeven aan sport? Meest genoemd: 10 tot 20 euro per maand (n =54), ook 20 tot 30 euro per maand is acceptabel (n = 51).		Wijzig stimulerings-/vergoedingsstructuren: werk aan het stimuleren van de adoptie en implementatie van de innovatie (bijvoorbeeld met incentives).	Overleg met Gemeente Haarlem of zij Urban Sports wil subsidiëren waardoor de kosten voor de gebruiker gedrukt kunnen worden.
SportSupport wil geen verlies maken op de interventie. Urban Sports moet op den duur door voldoende jongeren worden afgenomen zodat het aanbod bekostigd kan worden uit de inkomsten.			Overleg met scholen of er een mogelijkheid is om Urban Sport tijdens schooltijd of als naschoolse activiteit aan te bieden via school.
Externe omgeving			
Jongeren tussen de 12 en 18 jaar geven aan dat ze behoefte hebben aan vrije tijd en chillen met vrienden/vriendinnen. Na school heeft sporten vaak geen prioriteit.	Behoeften en middelen eindgebruikers	Betrek consumenten en familieleden: betrek consumenten en families bij de implementatie.	Betrek scholieren, studenten en ouders bij de ontwikkeling, implementatie en promotie van Urban Sports.
		Verkrijg en gebruik feedback van consumenten en familie: ontwikkel strategieën om de feedback van consumenten en familieleden over de interventie te vergroten.	Organiseer (co-creatie)bijeenkomsten met jongeren (scholieren), studenten en hun ouders.
		Voer een lokale behoefteanalyse uit: verzamel en analyseer gegevens met betrekking tot de noodzaak van de innovatie.	Doe behoeftenonderzoek onder jongeren en hun ouders.
		Bereid eindgebruikers/consumenten voor om actieve deelnemers te zijn: bereid consumenten/eindgebruikers voor om actief te zijn in hun sporttoeleiding, om vragen te stellen, en specifiek om te informeren naar beweegrichtlijnen, het bewijsmateriaal achter de waarde van sportparticipatie of naar beschikbare, door bewijsmateriaal ondersteunde, sportinterventies.	Verzorg presentaties/bijeenkomsten over het belang van sportdeelname voor jongeren en hun ouders op scholen.

Beschrijving barrière	CFIR construct	ERIC strategieën + toelichting	Strategieën Urban Sports
Interne omgeving			
De mentoren en LO-docenten op de Haarlemse VO-scholen zijn nog niet allemaal goed betrokken bij Urban Sports en we weten ze niet allemaal even goed te bereiken.	Netwerk & Communicatie	Bouw een coalitie: rekruteer en cultiveer relaties met partners in het implementatieproject.	Bouw en onderhoud een lerend netwerk met Haarlemse sportaanbieders, kennisinstellingen (Inholland en Nova College), Jeugdfonds Sport & Cultuur, het Haarlemse jongerenwerk, SportSupport, Gemeente Haarlem, VO-scholen en vertegenwoordigers van de doelgroep jongeren.
De social media accounts van Urban Sports hebben nog weinig volgers onder de doelgroep.		Creëer een lerend netwerk: faciliteer de vorming van groepen van aanbieders of aanbiedersorganisaties en bevorder een collaboratieve leeromgeving om de implementatie van de innovatie te verbeteren.	Organiseer netwerkbijeenkomsten met het lerende netwerk en alle stakeholders die betrokken zijn bij Urban Sports.
Jongeren geven aan weinig interesse te hebben in het volgen van de social media accounts van Urban Sports.		Organiseer bijeenkomsten met het implementatieteam: ontwikkel en ondersteun teams van stakeholders die de innovatie implementeren en geef hen beschermde tijd om: na te denken over de implementatie-inspanningen; geleerde lessen te delen; en elkaars leerproces te ondersteunen.	Gebruik deze netwerkbijeenkomsten om de innovatie en implementatiestappen kritisch te evalueren.
Sommige jongeren hebben begeleiding nodig bij het (leren) gebruiken van de Urban Sports app.		Bevorder 'network weaving' (het bouwen van sociale netwerken in de gemeenschap): identificeer en bouw voort op bestaande hoogwaardige werkrelaties en netwerken binnen en buiten de organisatie, organisatie-eenheden, teams, enz. om het delen van informatie, het gezamenlijk oplossen van problemen en een gedeelde visie/doel gerelateerd aan het implementeren van de innovatie te bevorderen.	Huur expertise in, nodig experts uit, laat studenten onderzoek doen naar succesvolle marketing via social media en leer gezamenlijk wat er nodig is om social media succesvol in te zetten bij het promoten van Urban Sports.
			Zorg voor financiële middelen voor de twee labregisseurs zodat zij tijd/uren hebben voor het opstellen en uitvoeren van een passend implementatieplan.
			Plan structurele overlegmomenten in met een implementatiegroep die de activiteiten en voortgang van het implementatieplan monitort en indien nodig bijstuurt.
			Zet studenten en buurtsportcoaches in en zet een (ambulante) helpdesk op die jongeren kan helpen bij het vinden van een passende sport/het afnemen van Urban Sports en het inschrijven voor activiteiten.

Beschrijving barrière	CFIR construct	ERIC strategieën + toelichting	Strategieën Urban Sports
Interne omgeving			
LO-docenten en mentoren hebben weinig tijd om hun leerlingen op maat te begeleiden naar een passende sportactiviteit / voldoende aandacht te besteden aan sporttoeleiding. Veel jongeren in de leeftijd 12-16 jaar prioriteren sporten niet boven andere vrijetijdsbesteding zoals chillen, gamen, huiswerk maken.	Compatibiliteit	Organiseer lokale consensusbijeenkomsten: betrek lokale aanbieders en andere belanghebbenden bij discussies over de vraag of het gekozen probleem belangrijk is en of de innovatie om dit probleem aan te pakken passend is. Bevorder aanpasbaarheid: identificeer de manieren waarop de innovatie kan worden aangepast om aan lokale behoeften te voldoen en verduidelijk welke elementen van de innovatie moeten worden gehandhaafd om de werkzaamheid te behouden Voer cyclische kleine tests van verandering uit: implementeer veranderingen op een cyclische manier door het invoeren en testen van kleine veranderingen voordat veranderingen in het hele systeem worden doorgevoerd. Evalueer deze testen met kleine veranderingen systematisch om inzicht te krijgen in hoe het beter kan. Dit proces wordt in de loop van de tijd serieel voortgezet en bij elke cyclus wordt er verfijning toegevoegd. Maak strategieën op maat: pas de implementatiestrategieën aan om barrières aan te pakken en facilitators te benutten die tijdens eerdere gegevensverzameling zijn geïdentificeerd	Bespreek met de verschillende Haarlemse VO scholen (LO-docenten, mentoren, directie) op welke manier Urban Sports onder de aandacht gebracht kan worden en of en hoe zij een rol kunnen en willen spelen in de sporttoeleiding van hun leerlingen. Doe behoefteonderzoek onder jongeren met verschillende socio-demografische kenmerken (leeftijd, geslacht, opleidingsniveau) en inventariseer hoe Urban Sports op maat aangeboden kan worden. Start de implementatie van Urban Sports op 1 of 2 scholen, evalueer en leer op deze scholen, schaf bij en rol dan verder uit. Maak een implementatieplan dat inspeelt op de barrières en facilitators die in het behoefteonderzoek en de netwerkbijeenkomsten van het Sport- en Beweeglab Haarlem naar voren zijn gekomen. Doe indien nodig aanvullend onderzoek om barrières en facilitators voor de implementatie van Urban Sports in kaart te brengen (bijvoorbeeld na implementatie).
Betrokken stakeholders (LO-docenten, mentoren, sportaanbieders) hebben weinig tijd en middelen om te ondersteunen bij de promotie van Urban Sports. SportSupport is bij het opzetten en implementeren van Urban Sports afhankelijk van subsidiegeld en heeft beperkte middelen.	Beschikbare middelen	Regel nieuwe financiering: krijg toegang tot nieuw of bestaand geld om de implementatie te vergemakkelijken. Verander de fysieke structuur en uitrusting: evalueer de huidige configuraties en pas, indien nodig, de fysieke structuur en/of apparatuur aan (bijvoorbeeld het veranderen van de indeling van een ruimte, het toevoegen van apparatuur) om zo goed mogelijk tegemoet te komen aan de beoogde innovatie.	Zorg dat Urban Sports voor jongeren uit gezinnen met een laag inkomen vergoed kan worden uit het Jeugdfonds Sport & Cultuur. Overleg met Gemeente Haarlem of zij Urban Sports wil subsidiëren waardoor de kosten voor de gebruiker gedrukt kunnen worden Ontwikkel een eenvoudig en begrijpelijk platform (bijvoorbeeld een app of inschrijfpagina) waarop jongeren zich kunnen inschrijven en aanmelden voor Urban Sports. Zorg voor een helpdesk voor het inschrijven en aanmelden voor Urban Sports. Evalueer met regelmaat het aanbod binnen Urban Sports: past het (nog) bij de doelen en opgehaalde behoeften?

Beschrijving barrière	CFIR construct	ERIC strategieën + toelichting	Strategieën Urban Sports
Eigenschappen van individuen			
Jongeren geven aan dat te weinig conditie, problemen om te starten met sporten en het risico op blessures een barrière zijn om te gaan sporten.	Eigen-effectiviteit Individuele fase van gedragsverandering	Voer voortdurende training uit: plan en voer voortdurend training in de innovatie uit. Maak de training dynamisch: varieer de methoden voor het overbrengen van informatie om tegemoet te komen aan verschillende leerstijlen en werkcontexten, en vorm de training in de innovatie zo dat deze interactief is. Identificeer en train 'champions': identificeer en train individuen die zich wijden aan het ondersteunen, op de markt brengen en aansturen van een implementatie, waarbij ze de onverschilligheid of weerstand overwinnen die de interventie in een organisatie kan veroorzaken. Maak de training dynamisch: varieer de methoden voor het overbrengen van informatie om tegemoet te komen aan verschillende leerstijlen en werkcontexten, en vorm de training in de innovatie zo dat deze interactief is.	Organiseer structureel (bijvoorbeeld ieder half jaar) clinics vanuit Urban Sports op de VO-scholen en introduceer hierbij ook het aanmeld- en inschrijffplatform (app/website). Koppel, educatie over het belang van bewegen, ontwerpbijscholing en behoeftepeilingen aan structureel terugkerende Urban Sports clinics. Op deze manier krijgen jongeren zelf meer regie op de inhoud en leren ze op een speelse manier over het belang van sportbeoefening. Betrek en train Sportkunde en CIOS studenten bij het promoten, implementeren en doorontwikkelen van Urban Sports.
Proces			
De stakeholders geven aan dat inzet van rolmodellen gewenst is. We weten dat de jongeren zich in deze rolmodellen moeten kunnen herkennen, maar weten nog niet hoe we deze rolmodellen goed kunnen werven en inzetten.	Champions	Identificeer en train 'champions': identificeer en train individuen die zich wijden aan het ondersteunen, op de markt brengen en aansturen van een implementatie, waarbij ze de onverschilligheid of weerstand overwinnen die de interventie in een organisatie kan veroorzaken. Identificeer early adopters: identificeer early adopters om te leren van hun ervaringen met de praktijkinnovatie.	Evalueer of de labregisseurs voldoende kwaliteiten hebben om de implementatie van Urban Sports te trekken en zorg voor ondersteuning/bijscholing op punten waarop hun kwaliteiten tekort schieten. Betrek en train Sportkunde en CIOS studenten bij het promoten, implementeren en doorontwikkelen van Urban Sports. Werf jongeren die deelnemen aan de sportactiviteiten die worden aangeboden in Urban Sports, onderzoek hoe en waarom zij bij deze activiteiten terecht zijn gekomen en wat het ze op levert. Vraag of zij hierover zouden willen vertellen bij clinics/in mentorlessen op middelbare scholen.

Beschrijving barrière	CFIR construct	ERIC strategieën + toelichting	Strategieën Urban Sports
Proces			
Het contact en de samenwerking met Haarlemse jeugdzorgprofessionals, LO-docenten en mentoren loopt niet overal in Haarlem even soepel.	Externe change agents	Bouw een coalitie: rekruteer en cultiveer relaties met partners in het implementatieproject. Betrek raden van bestuur: betrek bestaande bestuursstructuren (bijvoorbeeld raden van bestuur, managementteams) bij de implementatie-inspanningen, inclusief de evaluatie van het implementatieproces.	Bouw en onderhoud een lerend netwerk met Haarlemse sportaanbieders, kennisinstellingen (Inholland en Nova College), Jeugdondfs Sport & Cultuur, het Haarlemse jongerenwerk, SportSupport, Gemeente Haarlem, VO-scholen en vertegenwoordigers van de doelgroep jongeren. Betrek schoolbesturen, een beleidsadviseur van de gemeente en het management van SportSupport bij het implementatieproces en de evaluatie ervan.
Het lukt de communicatie en social media kanalen van Urban Sports nog onvoldoende om Haarlemse sportaanbieders en jeugdzorgwerkers te bereiken en aan zich te binden. De (social) media uitingen over Urban sports worden nog nauwelijks gedeeld en verspreid. Het lukt nog onvoldoende om mentoren en LO-docenten intensief te betrekken bij het toeleiden naar Urban Sports.	Sleutelfiguren	Identificeer en train 'champions: identificeer en train individuen die zich wijden aan het ondersteunen, op de markt brengen en aansturen van een implementatie, waarbij ze de onverschilligheid of weerstand overwinnen die de interventie in een organisatie kan veroorzaken. Beoordeel de bereidheid en identificeer barrières en facilitators: beoordeel verschillende aspecten van een organisatie om de mate van bereidheid tot implementatie te bepalen, barrières die de implementatie kunnen belemmeren te identificeren en sterke punten te identificeren die kunnen worden gebruikt bij de implementatie-inspanningen. Organiseer lokale consensusbijeenkomsten: betrek lokale aanbieders en andere belanghebbenden bij discussies over de vraag of het gekozen probleem belangrijk is en of de innovatie om dit probleem aan te pakken passend is.	Evalueer of de labregisseurs voldoende kwaliteiten hebben om de implementatie van Urban Sports te trekken en zorg voor ondersteuning/bijtscholing op punten waarop hun kwaliteiten tekort schieten. Betrek en train Sportkunde en CIOS studenten bij het promoten, implementeren en doorontwikkelen van Urban Sports. Ga in gesprek met mentoren en LO-docenten op VO-scholen en maak een gezamenlijk plan hoe hun leerlingen via hun lessen/activiteiten toegeleid kunnen worden naar sport/Urban Sports. Denk hierbij ook aan de inzet van studenten (CIOS en Sportkunde) en buurtsportcoaches. Organiseer netwerkbijeenkomsten met het lerende netwerk en alle stakeholders die betrokken zijn bij Urban Sports. Gebruik deze netwerkbijeenkomsten om de innovatie en implementatiestappen kritisch te evalueren.

Beschrijving barrière	CFIR construct	ERIC strategieën + toelichting	Strategieën Urban Sports
Proces			
Het lukt de communicatie en social media kanalen van Urban Sports nog onvoldoende om jongeren te bereiken en aan zich te binden.	Eindgebruikers/klanten	Betrek consumenten en familieleden: betrek consumenten en families bij de implementatie. Bereid eindgebruikers/consumenten voor om actieve deelnemers te zijn: bereid consumenten voor om actief te zijn in hun sporttoeleiding, om vragen te stellen, en specifiek om te informeren naar beweegrichtlijnen, het bewijsmateriaal achter de waarde van sportparticipatie of naar beschikbare, door bewijsmateriaal ondersteunde sportinterventies. Intervenieer bij consumenten om het (duurzaam) gebruik van de interventie te verbeteren: ontwikkel samen met consumenten of eindgebruikers strategieën om gebruik van de interventie aan te moedigen en problemen op te lossen. Gebruik massamedia: gebruik de media om grote aantallen mensen te bereiken en de boodschap over de innovatie te verspreiden.	Betrek scholieren, studenten en ouders bij de ontwikkeling, implementatie en promotie van Urban Sports. Hoe willen zij op de hoogte gebracht worden van de Haarlemse sportmogelijkheden? Verzorg presentaties/bijeenkomsten over het belang van sportdeelname voor jongeren en hun ouders op scholen. Evalueer het implementatieproject van Urban Sports met Haarlemse jongeren in co-creatiesessies waarin verbeterpunten in de inhoud, het proces en de marketing worden geschetst. Deel nieuwsberichten over sporttoeleidingsactiviteiten en Urban Sports op scholen met de lokale media.
Bij de implementatie van Urban Sports waren de mentoren, LO-docenten, jeugdzorg, studenten en de labregisseur van Inholland minder inzetbaar dan gepland. Tijdens de implementatie van Urban Sports beschikten we nog niet over een goede strategie voor de inzet van rolmodellen.	Uitvoeren	Neem de implementatie doelbewust opnieuw onder de loep: bewaak de voortgang en pas de interventie en implementatiestrategieën aan om de kwaliteit van het sportaanbod voortdurend te verbeteren.	Bewaak de voortgang van de implementatie van Urban Sports binnen de stuurgroep. Plan structurele meetings waarin zowel het activiteitenplan als de personele inzet op de agenda staan. Doe samen met de beoogde eindgebruikers onderzoek naar optimale en passende inzet van rolmodellen binnen Urban Sports en verwerk de uitkomsten in de interventie.

