



# *Sterk in Rotterdam*

*De clubcultuur van Feyenoord tussen 1960-2009 verklaard  
aan de hand van stedelijke beelden van Rotterdam*

Hans Koole

Studentnummer: 364160

E-mail: hans.koole@hotmail.com

MA Maatschappijgeschiedenis 2015-2016

Begeleider: drs. Hilde Harmsen

Tweede lezer: Prof. Dr. Paul van de Laar

Datum: 31-12-2016

## Voorwoord

Feyenoord is voor mij de mooiste, vreemdste en gekste club die ik ken. Nergens komt de blues zo goed tot zijn recht als bij Feyenoord. Je kunt het niet verzinnen of het gebeurt bij de Stadionclub. Van het winnen van de grootste prijzen tot op schlemielige wijze het lachertje van het Nederlandse voetbal worden. Duizenden loyale fans die vanuit alle gaten en hoeken Feyenoord Europees achterna reizen, maar ook een deel van het Legioen die de eigen Kuip afbreekt en de eigen spelers achterna zit. Over Feyenoord kun je honderduit vertellen.

Veel van deze verhalen hebben een gemene deler: Rotterdam. De club lijkt voor velen innig met Rotterdam verbonden te zijn. Feyenoord is Rotterdam en Rotterdam is Feyenoord. Althans, zo lijkt het vaak voor mij. Ik heb lange tijd met het idee rondgelopen om met een wetenschappelijk onderzoek bewijsmateriaal te vergaren om aan te tonen op welke wijze Feyenoord symbool staat voor Rotterdam en vice versa. Het idee kwam gemakkelijker dan een juist onderzoeksopzet op papier. Laat ik daarom in de eerste plaats mijn bekwame begeleider Hilde Harmsen heel hartelijk bedanken voor haar geduld en kunde. Zij wist mij te helpen om mijn idee, en vele aanverwante opzetjes, in een trechter te stoppen en deze om te vormen tot afgebakend onderzoeksonderwerp. En dat terwijl zij een 'Superboer' is die eigenlijk heel ver afstaat van de clubcultuur van Feyenoord.

Ik wil ook mijn stagebegeleider Arie van der Schoor van het Stadsarchief Rotterdam enorm bedanken voor zijn hulp en brainstormsessies. Om aan te kunnen tonen hoe Rotterdams Feyenoord nu eigenlijk is, heeft hij mij fijn geholpen in het archief om de identiteitsontwikkeling van Rotterdam in kaart te brengen. Daarnaast wil ik alle geïnterviewden bedanken die tijd vrij hebben gemaakt om mij te spreken en zo een waardevolle bijdrage hebben geleverd aan dit onderzoek. Rob Vente, Piet Ocks, Henk Evenblij, Hans Fortuin, Michel van Egmond en Jeannette Floor: dank voor jullie kennis en ik hoop dat mijn onderzoek jullie op enig vlak kan plezieren of informeren. Tenslotte wil ik mijn kleine wederhelft hier een knuffel geven om deze overjarige en eigenwijze student te blijven steunen.

# Inhoudsopgave

<b>Hoofdstuk 1</b>	<b>Inleiding</b>	5
1.1	Introductie	5
1.2	Maatschappelijke en wetenschappelijke verantwoording	8
1.3	Opzet en deelvragen	9
<b>Hoofdstuk 2</b>	<b>Identiteit en imago</b>	12
2.1	Introductie	12
2.2	Identiteit	13
2.3	Imago	14
2.4	Het belang van een stadsidentiteit	15
2.5	De haven- en waterstad	20
2.6	De moderne oorlogsstad	23
2.7	De onaantrekkelijke stad	25
2.8	De tweede stad	27
2.9	Deelconclusie	29
<b>Hoofdstuk 3</b>	<b>Voetbalculturen</b>	30
3.1	Introductie	30
3.2	Commercialisering en hooliganisme	30
3.3	Historiografie voetbalculturen	32
3.4	Clubcultuur Feyenoord	40
3.5	Deelconclusie	46
<b>Hoofdstuk 4</b>	<b>Onderzoeksmethode bronnenanalyse</b>	48
4.1	Argumentatie dagbladenkeuze	48
4.2	Toelichting dagbladenanalyse	50
4.3	Toelichting clubbladenanalyse	52
4.4	Geïnterviewden	56
4.5	Hypotheses en deelvragen	57
4.6	Operationalisering	58
<b>Hoofdstuk 5</b>	<b>Krantenanalyse Feyenoord</b>	61
5.1	Introductie	61
5.2	Analyse periode 1960-1974	61
5.3	Analyse periode 1975-1991	69

5.4	Analyse periode 1992-2002	72
5.5	Analyse periode 2003-2009	75
5.6	Analyse kampioenswedstrijden	76
5.7	Deelconclusie	81
<b>Hoofdstuk 6</b>	<b>Clubbladenanalyse Feyenoord</b>	<b>85</b>
6.1	Introductie	85
6.2	Analyse supportersbladen	85
6.2	Analyse <i>De Feijenoorder</i>	88
6.3	Analyse <i>De Feyenoord Krant</i>	95
6.4	Deelconclusie	97
<b>Hoofdstuk 7</b>	<b>Conclusie</b>	<b>100</b>
	<b>Literatuur- en bronnenopgave</b>	<b>108</b>

\* **Bron afbeelding voorblad:** <http://www.defeijenoorder.nl/vereniging-de-feijenoorder/geen-woorden-maar-daden/> (2-10-2016).

# 1 Inleiding

## 1.1 Introductie

'Ik kom zelf niet uit Rotterdam. Dus wat dat betreft heeft Rotterdam voor mij nooit zo'n rol gespeeld. Totdat er eens een keer een tentoonstelling was over de wederopbouw na de oorlog. Daar ben ik naartoe gegaan en heb alles heel bewust bekeken. Op een of andere manier associeerde ik de beelden van de wederopbouw van de stad heel erg sterk met Feyenoord en nog steeds', aldus de Feyenoord-fan Brenda die geen enkele geografische binding heeft met Rotterdam.<sup>1</sup> Dit citaat van Brenda vind ik om twee redenen een interessant uitgangspunt voor mijn onderzoek. Het clichébeeld bestaat dat Feyenoord een voetbalclub is van 'geen woorden maar daden' en daarnaast wordt zij vaak geassocieerd met de 'werkstad' Rotterdam.<sup>2</sup> Maar de uitspraak van Brenda wekt de suggestie dat Feyenoord tevens geassocieerd wordt met het beeld van Rotterdam als oorlogs- en wederopbouwstad. Daarnaast is het interessant dat iemand die geen directe band heeft met Rotterdam, wel een direct verband legt tussen Feyenoord en het Rotterdamse oorlogsverleden.

Wat ik met mijn historisch onderzoek tracht te bereiken, is om te onderzoeken welke Rotterdamse beelden mede de clubcultuur van Feyenoord bepalen. Is dat wellicht alleen het clichébeeld van de 'werkstad' Rotterdam of zijn er aanwijzingen dat Feyenoord andere beelden van Rotterdam uitdraagt? Zo ja, waarom is dat zo, op welke wijze gebeurt dit en wie zijn hier verantwoordelijk voor? Met mijn bronnenonderzoek hoop ik ten eerste aan te tonen op welke wijze beelden van Rotterdam vorm krijgen in de clubcultuur van Feyenoord. Hierbij wil ik wel gelijk duidelijk maken dat ik niet verwacht dat ik het directe verband kan aantonen dat een bepaald beeld van Rotterdam één op één doorwerkt en hoe Feyenoord dit beeld krijgt toegeschreven. Een onderdeel van mijn onderzoek is om mogelijke dwarsverbanden aan te stippen en eventueel vanuit de nader beschreven theorieën daar een mogelijke verklaring voor te geven.

Ten tweede is mijn onderzoek naar de clubcultuur van Feyenoord een onderzoek naar voetbalculturen. Ik tracht met mijn onderzoek een nieuwe dimensie aan voetbalculturen toe te voegen door deze deels te verklaren door de invloed van beelden die bestaan van een stad. Mede op basis van de theorieën van Manuel Castells, die uitgebreid in

---

<sup>1</sup> R. Bormans, *Feyenoord bedankt! De supporters en hun club* (Nijmegen 2002) 59.

<sup>2</sup> Bormans, *Feyenoord bedankt!*, 118.

paragraaf 2.4 aan bod komen, kan beweerd worden dat tussen 1960 en 2009 een stad met een unieke zingevende identiteit invloed uitoefent op de samenleving.<sup>3</sup> Werkt een unieke Rotterdamse identiteit ook door in de clubcultuur van Feyenoord en op welke wijze uit zich dit? Daarnaast probeer ik tijdens dit onderzoek rekening te houden met andere vragen om een voetbalcultuur beter in kaart te brengen. Wat is de rol van beeldvorming in voetbalculturen? Wat kan ik tijdens en na mijn onderzoek naar de clubcultuur van Feyenoord beweren over collectieve identiteitsvorming in voetbalculturen? Welke factoren spelen een rol in het proces van identiteitsvorming? Zijn dat in het kader van mijn onderzoek naar Feyenoord alleen elementen die geografisch aan Rotterdam gerelateerd zijn of heeft onder meer de speelstijl van een team daar ook invloed op? En wie hebben invloed op het publieke beeld dat bestaat van de club? Zijn het vooral de media die een identiteit van een club bepalen of spelen fans daar een grote rol in? En op welke wijze valt (dis)continuïteit van stedelijke beelden in een voetbalcultuur te verklaren? Staat de aanwezigheid van een Rotterdams beeld in de clubcultuur van Feyenoord in relatie tot de ontwikkeling die Rotterdam doormaakt? Of staat het daar los van en is dit beter te verklaren aan de hand van de sportieve resultaten die Feyenoord boekt?

Voor mijn onderzoeksperiode heb ik de jaren 1960 tot 2009 geselecteerd. Er zijn vier goede redenen om voor deze specifieke periode te kiezen. Vanaf 1954 wordt het betaald voetbal in Nederland geïntroduceerd en daarmee stijgt geleidelijk het belang en aanzien van het voetbal.<sup>4</sup> Doordat het aanzien van het voetbal stijgt, verwacht ik relatief meer bronnen te vinden die over het Nederlandse voetbal verhalen dan over de voorgaande periodes. Ten tweede is de periode 1960-2009 voor Feyenoord op te delen in twee periodes van relatief succes (1960-1974 en 1992-2002) en verval (1975-1991 en 2003-2009). Hierbij is het interessant om tijdens het onderzoek te analyseren of sportieve resultaten invloed hebben op hoe bepaalde bronnen beelden van Rotterdam in relatie tot Feyenoord gebruiken. Ten derde is het opvallend in de periode 1960-2009 dat Rotterdam grote veranderingen doormaakt. Het beeld bestaat van Rotterdam dat zij transformeert van wederopbouwstad

---

<sup>3</sup> M. Castells, 'European cities, the Informational Society, and the Global Economy', *New Left Review*, nr. 204 (1994) 19 en 21.

<sup>4</sup> Bormans, *Feyenoord bedankt!*, 28.

tot moderne stad.<sup>5</sup> Zijn typische beelden van Rotterdam die een bepaalde periode markeren, ook terug te zien in de voetbalcultuur van Feyenoord? Ten vierde Mijn hoofdvraag voor het onderzoek luidt: **Welke beelden van Rotterdam zijn tussen 1960 en 2009 in de clubcultuur van Feyenoord terug te vinden en hoe valt dit te verklaren?** De bronnen die ik heb geselecteerd, zijn geschreven bronnen. Ik heb hiervoor verschillende dagbladen en clubbladen van Feyenoord bestudeerd. De argumentatie voor deze selectie komt in paragraaf 4.1 uitgebreid aan bod.

Ten eerste wil ik met mijn bronneselectie onderzoeken welke verschillen en overeenkomsten er zijn tussen de geselecteerde dagbladen in de mate waarop zij een Rotterdams beeld aan Feyenoord toeschrijven. Ik gebruik hiervoor een landelijke krant en regionale Rotterdamse dagbladen om te analyseren op welke wijze zij verschillen en overeenkomen in de manier waarop zij beelden van Rotterdam gebruiken om de clubcultuur van Feyenoord te beschrijven. Ten tweede wil ik analyseren hoe Feyenoord-clubbladen verschillen van de kranten op welke manier zij Feyenoord een Rotterdams beeld toedichten. Dichten de clubbladen Feyenoord andere Rotterdamse beelden toe omdat zij wellicht minder neutraal zijn dan de kranten? Omdat de periode 1960-2009 een relatief grote periode is waarin ik verschillende bronnen ga onderzoeken, heb er ik bewust voor gekozen om in eerste instantie alleen artikelen te analyseren rond de wedstrijden tussen Feyenoord en Ajax. De Amsterdamse opponent geldt als 'de ander' voor Feyenoord. Ajax is in sportief opzicht de grote rivaal van Feyenoord. Daarnaast wordt het duel tussen de twee voetbalgrootmachten ook gezien als de stedenstrijd tussen Rotterdam en Amsterdam, en niet voor niets wordt daarom de wedstrijd tussen de twee rivalen de 'Klassieker' genoemd.<sup>6</sup> Ik verwacht rond de wedstrijden Feyenoord-Ajax veel (stedelijke) symboliek, en mogelijke stereotyperingen, aan te treffen in mijn bronnenmateriaal. Naast de selectie van artikelen rond Feyenoord-Ajax, heb ik artikelen bestudeerd die verhalen over de successen van Feyenoord. Dit zijn wedstrijden waar Feyenoord nationaal kampioen wordt en waar de club Europese bekert wint. Met de selectie van artikelen rond de kampioenswedstrijden van Feyenoord verwacht ik dat succes mogelijk wordt gekoppeld aan goede eigenschappen van

---

<sup>5</sup> C. Koole, 'Het nieuwe Rotterdam. Een metropool, een tuindorp en een kabouterstad op vijf vierkante meter', *Vrij Nederland*, nr. 26 (1987) 10.

<sup>6</sup> Bormans, *Feyenoord bedankt!*, 56.

Rotterdamers die als basis dienen voor het succes. Met het analyseren van kampioensartikelen en artikelen rond Feyenoord-Ajax tracht ik ook verschillen en overeenkomsten te vinden tussen de twee verschillende soorten artikelen. Zijn er verschillen op welke wijze Feyenoord stedelijke beelden krijgt toegeschreven in de kampioensartikelen en reguliere artikelen rond Feyenoord-Ajax? En hoe zijn deze verschillen te verklaren?

Tenslotte dienen nog twee zaken vermeld te worden in het kader van mijn onderzoek. Hoewel de club Feyenoord lange tijd geschreven werd als 'Feijenoord', houd ik consequent de moderne schrijfwijze 'Feyenoord'. Dit met name om verwarring bij de lezer te voorkomen welk Feyenoord bedoeld wordt. Gaat het hier om het 'Feijenoord' uit de jaren zestig of om 'Feyenoord' uit de jaren negentig? En wordt met 'Feijenoord' de club bedoeld of het Rotterdamse stadsdeel? De context van mijn verhaal en argumentatie moeten duidelijk uitwijzen over welk Feyenoord in welke periode ik het heb en niet de (verwarrende) schrijfwijze moet dit duidelijk maken. Daarnaast concentreer ik mij inhoudelijk op Feyenoord 1, het eerste team en uithangbord van de club. Sinds 1978 valt dit team onder de prof tak van Feyenoord.<sup>7</sup>

## **1.2 Maatschappelijke en wetenschappelijke verantwoording**

Vanuit maatschappelijk oogpunt kan ik mijn onderzoek ten eerste verantwoorden omdat decennialang professioneel voetbal de belangrijkste sport is onze samenleving.<sup>8</sup> Voetbal is entertainment voor een massapubliek. Meer dan honderdduizend mensen in Nederland bezoeken wekelijks het stadion om hun favoriete profclub aan te moedigen. Feyenoord is in Nederland op het gebied van bezoekersaantallen één van de grootste clubs.<sup>9</sup> Maar daarnaast volgen duizenden mensen met behulp van digitale communicatiemiddelen hun geliefde club op afstand. Het zegt ook veel dat Johan Crujff in 2004 als hoogste sporter op de zesde plaats eindigde in de KRO-verkiezing van 'Grootste Nederlander aller tijden'.<sup>10</sup> Maar het profvoetbal dat we daadwerkelijk aanschouwen wanneer we wedstrijden in het stadion of op de televisie volgen, is uiteindelijk maar een onderdeel van een voetbalcultuur. Het uiteindelijke publieke beeld dat een club uitdraagt en oproept op een wedstrijddag, is een

---

<sup>7</sup> In 1978 komt er een scheiding tussen de Stichting Feyenoord (profs) en Sportclub Feyenoord (amateurs).

<sup>8</sup> <http://www.totalsportek.com/most-popular-sports/> (30-9-2016).

<sup>9</sup> <http://www.voetbal.com/toeschouwers/ned-eredivisie-2015-2016/1/> (30-9-2016).

<sup>10</sup> <http://www.volkskrant.nl/archief/even-slikken-pim-fortuyn-als-grootste-nederlander~a678732/> (21-8-2016).



proces van identiteitsvorming dat constant gaande is. Met mijn onderzoek naar de clubcultuur van Feyenoord wil ik over een lange periode van ruim veertig jaar aantonen op welke wijze het huidige beeld van Feyenoord tot stand is gekomen. Ik acht dit onder meer van belang, omdat het professionele voetbal in onze samenleving een belangrijke vorm van vrijetijdsbesteding is. Wellicht leidt mijn onderzoek tot meer inzicht waarom fans zich aangetrokken kunnen voelen tot een voetbalclub.

Er zijn diverse redenen waarom ik denk dat mijn onderzoek op academisch niveau een meerwaarde kan hebben. Ten eerste zijn veel studies naar voetbalculturen verricht door Britse sociologen. Ik ben haast geen Nederlandse studies over voetbalculturen tegengekomen tijdens het zoeken naar literatuur voor mijn thesis. De enige Nederlandse onderzoeken die ik vond, waren studies naar voetbalculturen om het fenomeen hooliganisme beter in kaart te brengen.<sup>11</sup> Veel Britse studies onderzoeken tevens voetbalculturen in relatie tot hooliganisme, maar velen ook met betrekking tot andere sociologische onderzoeksvelden, zoals de rol van klasse en gender in voetbalculturen.<sup>12</sup> Met deze bevinding kan ik gerust beweren dat in Groot-Brittannië meer belangstelling bestaat voor voetbal als subcultuur. Ik hoop dat mijn onderzoek een stimulans vormt voor andere wetenschappers in Nederland om onderzoek te doen naar het belang van voetbalculturen.

Ten tweede wil ik aan het bestaande onderzoek naar voetbalculturen een dimensie toevoegen door een clubcultuur deels te verklaren aan de hand van het belang van stedelijke beelden. Op welke wijze kan een beeld van een stad bepalend zijn welk beeld van een club bestaat? Hebben beelden van een stad, die doorwerken binnen een clubcultuur, effect op supporters waardoor zij zich aangetrokken kunnen voelen tot een club? Op welke wijze heeft de media invloed op de wijze waarop zij beelden van een stad toeschrijven aan een club? Ondanks het relatief grote aanbod aan Britse studies naar voetbalculturen, concentreren weinig studies zich op het belang van een stedelijk beeld in een clubcultuur. Door diverse media te bestuderen die schrijven over Feyenoord, hoop ik meer inzicht in te krijgen waarom Feyenoord Rotterdamse beelden krijgt toegeschreven. En wie schrijft deze

---

<sup>11</sup> Zie hiervoor onder meer: R. Spaaij, 'Men like us, boys like them: violence, masculinity and collective identity in football hooliganism', *Journal of Sport and Social issues*, vol. 32, nr. 4 (2008) 369-392.

<sup>12</sup> Zie hiervoor onder meer: J. Maguire en R. Pearton, 'The impact of elite labour migration on identification, selection and development of European soccer players', *Journal of Sports Sciences*, vol. 18, nr. 9 (2000) 759-769; A. Benkwitz en G. Molnar, 'Interpreting and exploring football fan rivalries: an overview', *Soccer & Society*, vol. 13, nr. 4 (2012) 479-494.

beelden aan de club toe? Zijn dat alleen de media of ook de fans? En op welke wijze hebben sportieve resultaten invloed hoe stedelijke beelden aan een voetbalcultuur worden toegeschreven?

### **1.3 Opzet en deelvragen**

Identiteit en imago zijn twee belangrijke begrippen in mijn onderzoek om het proces van beeldvorming beter te begrijpen. Daarom begin ik in hoofdstuk 2 eerst toe te lichten wat ik onder identiteit en imago versta. In hetzelfde hoofdstuk werk ik vervolgens uit welke identiteit en welk imago Rotterdam krijgt toegeschreven. Hierbij ga ik uit van de deelvraag 'Welke beelden bestaan tussen 1960 en 2009 van de stad Rotterdam en bij wie leven deze beelden?' Deze paragraaf is voornamelijk tot stand gekomen door mijn bevindingen tijdens mijn onderzoeksstage in het Stadsarchief Rotterdam. Ik heb getracht het naoorlogse beeld van Rotterdam te bepalen door een aantal evenementen en stadsplannen te bestuderen. Ik heb voor deze opzet gekozen, want door het bestuderen van verschillende Rotterdamse evenementen en stadsplannen ben ik in staat om een geleidelijke ontwikkeling te schetsen op welke wijze inwoners van Rotterdam, en de stadsbesturen, specifieke beelden van de stad uitdragen, of willen uitdragen. Op deze wijze wordt duidelijk welke beelden van Rotterdam door de tijd heen belangrijk worden geacht en welke als minder relevant worden beschouwd.

In hoofdstuk 3 staan voetbalculturen centraal. In paragraaf 3.3 wordt een historiografie van voetbalculturen besproken en in paragraaf 3.4 staat de voetbalcultuur van Feyenoord centraal. Hoofdstuk 3 acht ik van belang om meer duidelijkheid te geven over de manier waarop fans en media omgaan met een voetbalcultuur en daar vorm aan geven. De deelvraag 'Wat is het belang van het gebruik van stedelijke beelden in een voetbalcultuur?' is leidend om te achterhalen op welke wijze, en waarom fans en de media, een voetbalclub stedelijke beelden kunnen toeschrijven. De specifieke deelvragen en hypotheses voor mijn primaire bronnenanalyse licht ik in hoofdstuk 4 toe. Dat is tevens het hoofdstuk waarin ik mijn onderzoeksmethode en operationalisering uitvoering bespreek. In hoofdstuk 5 en 6 vindt de analyse van de primaire bronnen plaats. In dat hoofdstuk tracht ik ook terugkoppeling naar hoofdstuk 3 te maken, namelijk door te verduidelijken op welke wijze

de media en fans de clubcultuur van Feyenoord bepalen. Hoofdstuk 7 vormt de afsluiting van het onderzoek en biedt ruimte aan mijn conclusie.

## 2 Identiteit en imago

### 2.1 Introductie

In dit hoofdstuk staat de volgende deelvraag centraal: Welke stedelijke beelden bestaan er tussen 1960 en 2009 van Rotterdam? De beelden die ik van Rotterdam bespreek, zijn het resultaat van literatuuronderzoek en van mijn onderzoeksstage in het Stadsarchief Rotterdam. Ik heb daar verschillende Rotterdamse evenementen en stadsplannen bestudeerd om te achterhalen welke stedelijke beelden van Rotterdam dominant zijn voor de periode 1960-2009 en bij welke groepen deze beelden leven. Ik heb ernaar gestreefd om met mijn selectie van evenementen de gehele onderzoeksperiode 1960-2009 te beslaan. *C'70* (1970) heb ik gebruikt om een beeld te vormen van de Rotterdamse maatschappij in de jaren zestig en zeventig. *C'70* geeft uiting aan een gevoel van Rotterdamse burgers dat al stamt uit de jaren zestig en het evenement is een goed voorbeeld hoe het Rotterdamse stadsbestuur voor de jaren zeventig de toekomst van de stad voor ogen heeft. Het *Binnenstadplan* (1985) heb ik bestudeerd om meer te weten te komen over de wensen van bestuurders en burgers in de jaren zeventig en tachtig. De viering van 650 jaar stadsrechten (1990) was voor mij waardevol om te zien op welke wijze het stadsbestuur het jubileum van Rotterdam wilde vieren. De uitverkiezing van Rotterdam tot Culturele Hoofdstad van Europa (2001) en alle festiviteiten daar omheen, heb ik voornamelijk bestudeerd om te kijken welke ontwikkeling Rotterdam heeft doorgemaakt vanaf de jaren zestig tot 2001. Welk geïdealiseerd beeld tussen 1960 en 2009 willen inwoners van Rotterdam en de Rotterdamse stadsbesturen van de stad presenteren? Uiteindelijk komen de volgende vier beelden van Rotterdam aan bod: de haven- en werkstad, de moderne oorlogsstad, de onaantrekkelijke stad en de stad met een minderwaardigheidscomplex.

Voordat ik de stedelijke beelden van Rotterdam bespreek, licht ik in paragraaf 2.2 en 2.3 toe wat ik onder identiteit en imago versta. Deze begrippen zijn van belang als instrumenten om het proces van beeldvorming beter in kaart te brengen. Voor de rest van mijn onderzoek is het niet zozeer noodzakelijk dat ik kan beweren of een stedelijk beeld van Rotterdam daadwerkelijk als identiteit of imago bestempeld kan worden, maar het is belangrijker om te kunnen aantonen dat een specifiek beeld van Rotterdam bestaat. Na de uitleg wat ik onder identiteit en imago versta, volgt een paragraaf waarin het belang van een

unieke stadsidentiteit wordt toegelicht. Dit doe ik aan de hand van wetenschappelijke theorieën van Manuel Castells, Jerome Hodos en Willem Frijhoff.

## 2.2 Identiteit

Ik beschouw een collectieve identiteit als een continu zingevend proces waarbij 'de ander' van essentieel belang is om als maatstaf te dienen. Een groep kan 'de ander' als spiegel gebruiken en zich daarmee op unieke wijze onderscheiden van 'de ander'. En alhoewel met het proces van identiteitsvorming de focus op het heden en de toekomst ligt omdat identiteit geen voltooid proces is, is ook wel degelijk de blik op het verleden gericht. Geschiedenis geeft identiteit historische wortels waarmee een groep zich kan onderscheiden en besef van het verleden zorgt voor cohesie onder de groepsleden.<sup>13</sup> Het collectieve geheugen van de groepsleden conserveert, herinnert en selecteert zowel vreugdevolle momenten als pijnlijke gebeurtenissen. Pijn is vaak ook een krachtig bindmiddel tussen leden van een groep.<sup>14</sup> Het uiteindelijke doel en nut van een collectieve identiteit is dat groepen zich op unieke wijze kunnen onderscheiden en dat identiteit een continu zingevend proces is.

Het begrip identiteit is een lastig begrip om vat op te krijgen, omdat door de vele verschillende zienswijzen van wetenschappers geen eenduidige omschrijving van het begrip bestaat. Vooral vanaf de laatste helft van de twintigste eeuw komt door de invloed van het feminisme, marxisme en de psychoanalyse meer aandacht vanuit de maatschappij en academische wereld voor het fenomeen identiteit.<sup>15</sup> Maar ook door de opkomst van commercialisering en globalisering wordt vanaf het laatste kwart van de twintigste eeuw door groepen en individuen meer stil gestaan bij identiteit.<sup>16</sup> Door verbeterde digitale communicatietechnieken en door de opkomst van verbeterde transportmogelijkheden raken mensen in de wereld gemakkelijker in contact met elkaar en dit zorgt ervoor dat zij eerder over hun (lands)grenzen kijken.<sup>17</sup> Vragen als 'wie ben ik?' en 'waar hoor ik bij?' dringen zich eerder op in een sneller veranderende maatschappij.<sup>18</sup>

---

<sup>13</sup> S. Lawler, *Identity. Sociological perspectives. Second edition* (Cambridge 2014) 163.

<sup>14</sup> Lawler, *Identity*, 37.

<sup>15</sup> *Ibidem*, 3.

<sup>16</sup> *Ibidem*, 3-4.

<sup>17</sup> S. MacDonald, *Memorylands. Heritage and identity in Europe* (Londen 2013) 167.

<sup>18</sup> MacDonald, *Memorylands*, 167-168.

Het is een valkuil om identiteit te definiëren aan de hand van een categorie, want dat is slechts een kenmerk daarvan. Bekende voorbeelden van categorieën zijn: gender, klasse, nationaliteit, ras en religie. Een categorie vertelt iets over een identiteit, maar vertelt niet het volledige verhaal.<sup>19</sup> De verzameling en complexiteit van de gecombineerde categorieën leggen wel het DNA bloot van een identiteit. Vertaald naar mijn onderzoek kan het verleidelijk zijn om de clubcultuur van Feyenoord, de stoere club van 'Geen woorden maar daden' en het zogenaamde 'werkvoetbal', alleen in verband te brengen met de categorieën 'arbeiders' en 'masculiniteit'.

Wanneer identiteit nader wordt bekeken, valt op dat deze vaak alleen relationeel tot de ander bestaat. Een identiteit kan bestaan omdat die tevens pretendeert iets *niet* te zijn. Dit sociale mechanisme is tegelijk een kunstmatige uiting van macht en uitsluiting. Het niet aan een groep willen of mogen toebehoren duidt op een verschil. Verschillen duiden op een eigen unieke identiteit ten opzichte van 'de ander'.<sup>20</sup> Communicatiewetenschapper Stuart Hall noemt dit gebruik van de ander voor het creëren van een eigen identiteit de 'constitutive outside'.<sup>21</sup> Voor mijn onderzoek is in eerste plaats 'de ander' Amsterdam. Wanneer ik later in dit hoofdstuk diverse Rotterdamse beelden bespreek, dan tracht ik te analyseren op welke wijze de 'constitutive outside' Amsterdam als spiegel kan fungeren voor Rotterdam. Tijdens mijn latere bronnenanalyse probeer ik waar te nemen op welke manier Ajax een uitdrager is van specifieke Amsterdamse beelden en op welke wijze de Amsterdamse club invloed heeft op de wijze waarop beelden van Rotterdam de clubcultuur van Feyenoord bepalen.

### 2.3 Imago

Imago lijkt in veel opzichten op identiteit, maar tegelijkertijd vormt deze gedachte een valkuil. Want enerzijds valt onder imago te verstaan dat het een idealistisch, maar gesimplificeerd, zelfbeeld is dat gepresenteerd wordt door de eigen groep aan de buitenwereld.<sup>22</sup> Anderzijds is imago het beeld dat de buitenwereld van iets of iemand heeft.

---

<sup>19</sup> Lawler, *Identity*, 7.

<sup>20</sup> *Ibidem*, 163.

<sup>21</sup> J., Fiske, *Introduction to communication studies* (Londen 1990, tweede druk) 10-11.

<sup>22</sup> A. Gioia e.a., 'Organizational identity, image, and adaptive instability', *The Academy of Management Review*, vol. 25, nr.1 (2000) 66.

Het ideale beeld dat door de groep zelf aan het publiek wordt gepromoot, wordt ook wel 'projected image' genoemd.<sup>23</sup> Ik noem het letterlijk vertaald een 'geprojecteerd imago'. Vaak heeft dit beeld raakvlakken met identiteit, want het is gebaseerd op aspecten van de eigen identiteit. Maar een geprojecteerd imago is hoofdzakelijk een projectie van een geïdealiseerde identiteit.<sup>24</sup> De complexiteit van identiteit wordt gesimplificeerd. Dit kan onder meer tot gevolg hebben dat selectief enkele categorieën van een identiteit worden verbeeld.

Imago betekent ook het beeld dat het publiek van iets of iemand heeft. Dat beeld valt op te splitsen in twee componenten: een 'transient impression' en 'reputation'.<sup>25</sup> Vrij vertaald spreek ik van een 'tijdelijke impressie' en letterlijk vertaald van een 'reputatie'. Zoals het begrip eigenlijk al letterlijk weergeeft, is een tijdelijke impressie het beeld bij het publiek van iets of iemand gebaseerd op een kortstondig evenement.<sup>26</sup> Een reputatie is meer gestoeld op een verzameling van ervaringen bij de buitenwereld over een langere periode. Het spreekt voor zich dat een reputatie hardnekkiger van aard is en daarom moeilijker te veranderen is. Net als bij een geprojecteerd imago spelen naar mijn mening stereotype beelden ook een dominante rol bij een tijdelijke impressie en een reputatie. Enkele facetten van een identiteit voeren de boventoon. Het gehele kleurrijke palet van identiteit blijft buiten beschouwing.

## **2.4 Het belang van een stadsidentiteit**

Voordat ik diverse theorieën met betrekking tot de omgang met stedelijke beelden ga bespreken, sluit ik mij aan bij de visie van de Nederlandse historicus Maurits van Rooijen wanneer hij beweert dat een stad van zichzelf geen entiteit is die iets doet, kan of wil.<sup>27</sup> De eerder besproken theorieën met betrekking tot identiteit en imago gebruik ik om aan te geven wat de zingevende functie is van een beeld van Rotterdam, waarom dit beeld wordt toegeschreven aan Rotterdam, welke categorieën dit beeld bepalen en wat de rol van 'de ander' is tijdens het beeldvormingsproces. Omdat het van belang is rekening te houden met

---

<sup>23</sup> Gioia, 'Organizational identity', 66.

<sup>24</sup> *Ibidem*, 66-67.

<sup>25</sup> *Ibidem*.

<sup>26</sup> *Ibidem*.

<sup>27</sup> M. van Rooijen, 'Een bijzondere stad met koekoekseigenschappen', in: A. de Jonge en M. de Wolff (eds.), *De Rotterdamse cultuur in elf spiegels* (Rotterdam 1993) 54.

welke groepen een beeld van Rotterdam uitdragen en aan de stad toeschrijven, concentreer ik mij op burgers, het stadsbestuur en citymarketing. Op welke wijze dragen zij een beeld van Rotterdam uit en op welke manier oefenen zij daar invloed op uit?

Volgens de Spaanse socioloog Manuel Castells is sinds de late jaren zeventig van de twintigste eeuw in de Westerse wereld sprake van een 'global economy' en is er een informatiemaatschappij gekomen in plaats van een industriële maatschappij.<sup>28</sup> Castells beweert dat in een informatiemaatschappij culturele, economische, militaire en politieke hegemonie gebaseerd is op het constant verzamelen van informatie en kennis.<sup>29</sup> Doordat de wereld steeds kleiner lijkt te worden door de geavanceerde digitale communicatietechnieken waarmee de mensheid op mondiaal niveau snel in contact met elkaar kan komen, wordt volgens Castells kapitaal, arbeid, informatie en management wereldwijd onderling verbonden en tevens afhankelijk van elkaar.<sup>30</sup> Mede doordat grote politieke en economische belangen op het spel staan, worden veel belangen behartigd op transnationaal niveau voor een juiste en effectieve samenwerking. Castells geeft het voorbeeld van Europa dat steeds meer één wordt en verwijst naar de Europese Unie.<sup>31</sup>

De verregaande Europese integratie wakkert volgens hem de angst aan bij burgers dat het belang en de zeggenschap van de eigen natie vervagen. Burgers krijgen schrik dat ze moeten gehoorzamen aan een Europees gezag dat voor hen minder concreet is voor te stellen dan de eigen nationale politiek.<sup>32</sup> Volgens Castells kan deze identiteitscrisis bestreden worden doordat burgers zich sterker gaan identificeren met een stad. De stad kan zich met een eigen identiteit, in tegenstelling tot de natie, wel op internationaal niveau onderscheiden. Op deze manier krijgt de stad een meer zingevende functie met een unieke identiteit. Een fenomeen dat inspeelt op het belang van een unieke stedelijke identiteit, is de opkomst van citymarketing. Citymarketing komt met name vanaf de jaren tachtig van de vorige eeuw sterk op.<sup>33</sup> Citymarketing wordt gevormd door bedrijven, instellingen en gemeenten die samenwerken om hun doelen te bereiken.<sup>34</sup> Citymarketing is er deels op

---

<sup>28</sup> M. Castells, 'European cities, the Informational Society, and the Global Economy', 19 en 21.

<sup>29</sup> Castells, 'European cities', 20.

<sup>30</sup> *Ibidem*, 21.

<sup>31</sup> *Ibidem*, 23.

<sup>32</sup> *Ibidem*, 23-24.

<sup>33</sup> H. Mommaas, *De vrijetijdsindustrie in stad en land. Een studie naar de markt van belevenissen* (Den Haag 2000) 102-104.

<sup>34</sup> Mommaas, *De vrijetijdsindustrie in stad en land*, 104.



gericht om consumenten naar hun regio of stad te lokken en deels ligt de focus op bedrijven om hen te laten vestigen in de buurt. De opkomst van citymarketing zorgt tevens voor een verscherpte (inter)nationale concurrentie tussen steden die trachten zichzelf met een juiste positieve identiteit te onderscheiden van de 'ander'.<sup>35</sup> Citymarketing lijkt zich dus voornamelijk bezig te houden met een geïdealiseerde identiteit om de reputatie van de stad te bevorderen bij de buitenwereld en heeft zeker invloed op de publieke opinie op welke wijze specifieke beelden van Rotterdam daar dominant kunnen zijn. Vooral om Rotterdam als haven- en waterstad en culturele stad te "verkopen". Zie hiervoor straks paragraaf 2.5 en 2.7 waar ik tracht in beeld te brengen hoe de Rotterdamse citymarketing invloed probeert uit te oefenen om een bepaald imago zorgvuldig te behouden of juist een imago probeert te verbeteren. Hierbij oefent zij invloed uit op het Rotterdamse stadsbestuur, de Rotterdamse burgers en (potentiële) bezoekers van buiten de stad.

De Amerikaanse socioloog Jerome Hodos houdt zich net als Castells bezig met de invloed van globalisering. Hij bespreekt voornamelijk het economisch verschil dat ontstaat tussen steden. Hij maakt daarom het onderscheid tussen 'global cities' en 'second cities'.<sup>36</sup> In grote lijnen vervullen global cities een essentiële functie in het netwerk van het wereldwijd kapitalisme. Dit komt onder meer tot uiting doordat relatief veel hoofdkantoren van grote bedrijven zich vestigen in een global city.<sup>37</sup> Een ander kenmerk is dat relatief veel massamedia zich concentreren in en rondom een global city.<sup>38</sup> Dit kenmerk acht ik van groot belang, want mijn vermoeden is dat dit een grote rol speelt hoe Feyenoorders het gevoel kunnen hebben dat de media relatief veel aandacht besteden aan Ajax en Amsterdam.

Amsterdam kan immers als een global city beschouwd worden in vergelijking met de second city Rotterdam.<sup>39</sup> Vooral op het gebied van cultuur onderscheidt Amsterdam zich. Volgens Hodos is een kenmerk van global cities dat deze zich profileren met zowel "hoge" als

---

<sup>35</sup> *Ibidem*, 10.

<sup>36</sup> J. Hodos, *Second Cities. Globalization and local politics in Manchester and Philadelphia* (Oxfordshire 2011) 4-5.

<sup>37</sup> Hodos, 'Globalization and the concept of the second city', *City & Community*, nr. 4 (2007) 316-317.

<sup>38</sup> Hodos, 'Globalization and the concept of the second city', 324.

<sup>39</sup> <http://www.ois.amsterdam.nl/aie/2013/global-cities-indices-wat-meten-ze-precies/95199/> (22-8-2016). Op deze website wordt aan de hand van The Global Competitiveness City Index, The Global Power City Index en The Global City Index berekend waar Amsterdam staat in de wereld op het gebied van aantrekkingskracht, concurrentievermogen en invloed op de wereld. Hoewel deze indexen niet één op één de theorie van Hodos verwoorden, zijn er wel overeenkomsten. De steden New York, Londen en Tokyo scoren hoog op de website en dat zijn tevens steden die Hodos als global cities bestempeld.

populaire cultuur.<sup>40</sup> Dit kan zich onder meer uiten in het percentage burgers dat werkzaam is in de culturele sector. Het onderzoek van de Nederlandse socioloog Jan Jacob Trip toont aan dat Amsterdam de laatste twee decennia op het gebied van culturele productie zich duidelijk onderscheidt van Rotterdam.<sup>41</sup> Uit zijn onderzoek blijkt dat in 1996 en 2002 in Amsterdam een hoger percentage aantal mensen werkzaam was in toeristenindustrie en dat in de hoofdstad een hoger percentage burgers werkzaam was in de "creatieve" sector, zoals journalistiek of wetenschap.<sup>42</sup> Ook het eerdere onderzoek van Robert Kloosterman toont aan dat Amsterdam in 1980 een hogere concentratie van arbeidsdeelname kent in de creatieve sector.<sup>43</sup>

Rotterdam kan daarentegen als typische second city worden beschouwd wanneer gekeken wordt naar de economische activiteit. Volgens Hodos onderscheiden second cities zich door de relatief grote productie of verwerking van materiële goederen en transport- en distributieservices.<sup>44</sup> Dit zijn bij uitstek economische activiteiten die in verband staan met de Rotterdamse haven. Uit het onderzoek van Trip blijkt ook dat Rotterdam in daarop hoger scoort dan Amsterdam als gekeken wordt naar het percentage aantal mensen dat werkzaam is in de sector van productie of verwerking van materiële goederen.<sup>45</sup> Het onderzoek van Kloosterman laat tevens een duidelijk onderscheid zien tussen Amsterdam en Rotterdam op dat gebied.<sup>46</sup>

Hodos stipt nog een ander kenmerkend punt aan van een second city dat straks uitgebreid ter sprake komt in paragrafen 2.6 t/m 2.8. Volgens hem zijn steden (burgers en bestuurders) zich bewust van hun second city identiteit en gaan zij zich ernaar gedragen. Daarom zijn second cities bijvoorbeeld doelbewust bezig met het realiseren van prestigieuze bouwwerken om een betere reputatie te verkrijgen bij de buitenwereld.<sup>47</sup> Second cities zijn op deze manier bewust bezig met een geïdealiseerde identiteit. Deze ontwikkeling wordt grotendeels vanaf de jaren tachtig van de vorige eeuw in gang gezet doordat stadsbesturen

---

<sup>40</sup> Hodos, 'Globalization and the concept of the second city', 324-325.

<sup>41</sup> J. Trip, 'Assessing Quality of place: a comparative study analysis of Amsterdam and Rotterdam', *Journal of Urban Affairs*, vol. 29, nr. 5 (2007) 507.

<sup>42</sup> Trip, 'Assessing Quality of place', 506-508.

<sup>43</sup> R. Kloosterman, 'Double Dutch: polarization trends in Amsterdam and Rotterdam after 1980', *Regional Studies*, vol. 30, nr. 5 (1996) 471-472.

<sup>44</sup> Hodos, 'Globalization and the concept of the second city', 317.

<sup>45</sup> Trip, 'Assessing Quality of place', 507.

<sup>46</sup> Kloosterman, 'Double Dutch', 471-472.

<sup>47</sup> Hodos, 'Globalization and the concept of the second city', 325.

zich meer bewust worden van (inter)nationale concurrentie door een verregerende globalisering. De eerder besproken theorie van Castells waar hij de opkomst van citymarketing in de jaren tachtig bespreekt, sluit goed aan bij de bewering van Hodos dat second cities de wil hebben om hun reputatie te verbeteren. Hier kan citymarketing een belangrijke rol spelen door onder meer de publieke opinie te bespelen of door zich in te zetten dat de stad ruimte gaat bieden aan imposante bouwwerken. Mede doordat uit de theorieën van Castells en Hodos blijkt dat steden zich geleidelijk meer willen profileren met een unieke identiteit, verwacht ik dat dit ook doorwerkt in stedelijke subculturen. De clubcultuur van Feyenoord beschouw ik als een Rotterdamse subcultuur. Mijn verwachting is dat met name vanaf de jaren tachtig stedelijke beelden van Rotterdam binnen de clubcultuur van Feyenoord een belangrijke rol gaan spelen. Daarnaast verwacht ik dat het gevoel van stedelijke ongelijkheid ook doorwerkt in de voetbalcultuur van Feyenoord op welke wijze zij omgaat met haar Amsterdamse aartsrivaal Ajax, zoals dat Feyenoorders zich profileren als de underdog.

Tenslotte is het nog van belang om stil te staan bij een theorie van de Nederlandse historicus Willem Frijhoff. Hij wijst erop dat de identificatie met een stad een doorlopend en dynamisch proces blijft. Frijhoff onderscheidt drie 'ruimtes' in de stad die hun eigen achtergrond en verhaal hebben. Deze ruimtes kunnen met elkaar in conflict komen. Volgens Frijhoff is er een 'physical space', 'urban space' en 'civic space'.<sup>48</sup> Vooral gebouwen, monumenten en andere vormen van infrastructuur zijn kenmerken van een physical space. De urban space is de stad als geplande en geadmireerde ruimte. De civic space is de stad die op een bepaalde manier cultureel beleefd en gewaardeerd wordt door de burgers.<sup>49</sup> De eerder aangehaalde bewering van Van Rooijen sluit goed aan bij de beweringen van Frijhoff. Een stad is van zichzelf geen entiteit. Daarom is het van belang tijdens mijn onderzoek naar Rotterdamse beelden dat ik in kaart breng wie zich hard maakt voor specifieke Rotterdamse beelden en op welke manier deze beelden in relatie staan tot de fysieke ruimte. En of burgers en bestuurders kunnen botsen welk beeld zij van Rotterdam koesteren.

---

<sup>48</sup> W. Frijhoff, 'Physical space, urban space, civic space: Rotterdam's inhabitants and their appropriation to the city's past', in: M. Beyen en B. Deseure, *Local memories in a nationalizing and globalizing world* (Londen 2015) 1-2.

<sup>49</sup> Frijhoff, 'Physical space, urban space, civic space', 1-2.

De theorie van Frijhoff gebruik ik als ruggensteun door me telkens af te vragen wie een bepaald Rotterdams stedelijk beeld claimt, waarom een specifiek stedelijk beeld van Rotterdam wordt verkondigd en op welke stedelijke beelden van Rotterdam een verband hebben met de fysieke ruimte. Hierbij moet wel meteen vermeld worden dat het via bronnen- en literatuuronderzoek gemakkelijker is om de urban space goed in kaart in te brengen (in relatie tot de physical space). In een stad wordt veel bepaald door een stadsbestuur. Vaak komt de mening van de civic space alleen duidelijk tot uiting wanneer zij het ergens niet mee eens is. Uiteraard houden stadsplanners rekening met de wensen van burgers, maar deze komen vaak minder duidelijk direct tot uiting. Daarom worden de Rotterdamse beelden die in paragraaf 2.6 t/m 2.9 worden besproken veelal verklaard vanuit de urban space.

## **2.5 De haven- en werkstad**

De Rotterdamse stadshistoricus Paul van de Laar heeft onderzoek gedaan naar de naoorlogse Rotterdamse jaarboekjes en welke dominante beelden van Rotterdam in deze werken terugkomen. Volgens de historicus onderscheiden de makers van de jaarboekjes vier dominante beelden. In de pre-industriële periode tot het laatste kwart van de negentiende eeuw wordt Rotterdam vooral beschreven als koopstad. Handel en het belang van het rivierfront voor de handel wordt benadrukt.<sup>50</sup> In de periode 1880-1940 verandert de Maasstad van koopstad naar transitopolis. Het beeld ontstaat van Rotterdam dat zij dankzij een bloeiende haven een werkstad wordt. In deze jaren ligt bij het stadsbestuur de eenzijdige focus op functionele havenactiviteit en is het bevorderen van cultuur een ondergeschoven kindje.<sup>51</sup> Tussen 1945-1970 spreekt Van der Laar van een 'Geen-woorden-maar-daden werkstad'.<sup>52</sup> Tijdens de wederopbouwperiode staat de Rotterdamse leus, die vooral aan het einde van de negentiende eeuw de opbouw van de haven typeert, wederom centraal. Ditmaal verwijst het wederom symbolisch naar de focus op de havenactiviteiten. In de periode 1945-1970 krijgt de schaalvergroting en modernisering van de haven voorrang.<sup>53</sup> Tenslotte stipt de stadshistoricus de periode van 1970 tot nu aan. Op basis van de culturele

---

<sup>50</sup> P. van de Laar, 'Het beeld van Rotterdam', in: G. van den Bent e.a. (eds.), *Rotterdams jaarboekje 2007* (Rotterdam 2007) 158.

<sup>51</sup> Van de Laar, 'Het beeld van Rotterdam', 159.

<sup>52</sup> *Ibidem*, 160.

<sup>53</sup> *Ibidem*.

ontwikkelingen die plaatsvinden vanaf grofweg 1970, ontstaat het beeld ontstaat bij de makers van de Rotterdamse Jaarboekjes dat in die periode Rotterdam zich ontwikkelt tot culturele stad van formaat.<sup>54</sup>

Al deze beelden van Rotterdam hebben één gemeenschappelijke deler: het belang van de geografische ligging aan de Maas en daarmee de mogelijkheden tot water- en havenactiviteiten. Ook na 1970, wanneer het stadsbestuur zich sterk inzet om Rotterdam cultureel te promoten, blijft het belang van de Maas als levensader voor de stad een belangrijke factor. In samenwerking met diverse culturele instellingen en bedrijven (citymarketing) wordt de identiteit van Rotterdam als haven- en waterstad publiekelijk benadrukt. Het stadsbestuur neemt onder meer in 1985 het nieuwe *Binnenstadsplan* aan om de binnenstad te revitaliseren.<sup>55</sup> Hierdoor komt de focus te liggen op het verbeteren van de relatie tussen de binnenstad en de waterstad, de zogeheten Stadsdriehoek. Dit moet bereikt worden door onder meer de wandelpromenade van de Leuvehaven en de Boompjes te verfraaien, het verbeteren van het openbaar vervoer, de verdere ontwikkeling van de Kop van Zuid, het realiseren van het Maritiem Museum aan de Leuvehaven en de uitbouw van het Museumpark.<sup>56</sup> En de populariteit van de Wereldhavendagen en de rondvaarten van de Spido zijn tegenwoordig nog steeds tastbare bewijzen van een stad die vanuit toeristisch oogpunt de relatie met het water en de haven wil benadrukken.<sup>57</sup> Uiteraard komt de verbondenheid met het water ook goed tot uiting door de uitdrukking 'Manhattan aan de Maas' dat vanaf de jaren negentig definitief vorm krijgt met haar skyline langs de rivier.<sup>58</sup> Met de bovengenoemde voorbeelden komt tevens duidelijk naar voren dat Rotterdam zich als een typische second city gedraagt. Met diverse stadsplannen en bouwprojecten is de stad bezig haar geïdealiseerde identiteit bij de buitenwereld te verbeteren. Hierbij dient wel vermeld te worden dat dit proces pas vanaf de jaren zeventig duidelijk vorm krijgt. In de voorgaande periodes wordt op economische wijze de basis gelegd voor het beeld van haven- en waterstad, maar dan lijken er geen aanwijzingen te zijn dat dit gebeurt met de gedachte om een geïdealiseerde identiteit aan de buitenwereld te verkopen.

---

<sup>54</sup> *Ibidem*.

<sup>55</sup> Stadsarchief Rotterdam, aanvraagnummer XXIX G 20, *De Rotterdamse binnenstad en het waterfront. Een schets van de toeristisch-recreatieve mogelijkheden* (Rotterdam 1985) Inleiding.

<sup>56</sup> *De Rotterdamse binnenstad*, Inleiding 2. Binnenstad, rivier en havens.

<sup>57</sup> <http://maritiemnieuws.nl/12940/wereldhavendagen-populair-in-heel-nederland/> (14-9-2016).

<sup>58</sup> J. McCarthy, 'The redevelopment of Rotterdam since 1945', *Planning Perspectives*, nr. 14 (1999) 302.

Met de bovenstaande ontwikkelingen en voorbeelden tracht ik te onderstrepen dat de haven- en waterstad een structureel en zingevend identiteitskenmerk is van Rotterdam. Ik beschouw het als een identiteitskenmerk, omdat het onderzoek van Van der Laar laat zien dat de binding met het water als een rode draad door de geschiedenis van Rotterdam loopt. En daarbij is het een sterk onderscheidend kenmerk, vooral gelet op de wereldhaven die Rotterdam huisvest en zijn gelijke niet kent in Nederland. Frijhoffs termen *physical space*, *urban space* en *civic space* zijn ook uitstekend toe te passen op de Rotterdamse identiteit van haven- en waterstad. Het water dient als natuurlijke fysieke aanwezigheid waar een trotse identiteit aan ontleend kan worden door de burgers (*civic space*). Daarnaast wordt al geruime tijd actief beleid gemaakt door stadsbesturen- en planners (*urban space*) met de blik op het water gericht.

Mede door het identiteitskenmerk van haven- en werkstad wordt Rotterdam al lange tijd met stereotyperingen beschreven die vooral een band hebben met de haven. Nuchter, rechtdoorzee, sober en uitgaan van collectieve kracht zijn slechts een greep uit typeringen die veel mensen associëren met de typische haven- en waterstad Rotterdam.<sup>59</sup> Met het wijzen op deze stereotypen beland ik automatisch bij een ander belangrijk aspect van identiteitsvorming: de rol van 'de ander' die als spiegel kan fungeren. Arrogant, flamboyant en vrijzinnig zijn regelmatig gebruikte karaktereigenschappen waarmee Amsterdam en haar inwoners aangeduid worden.<sup>60</sup> Het zijn compleet tegenovergestelde karaktereigenschappen welke de haven- en waterstad Rotterdam vaak krijgt toegeschreven. Hoewel zulke stereotyperingen niet direct wetenschappelijk onderbouwd zijn en oppervlakkig ogen, treedt vaak door deze clichés een self-fulfilling prophecy op.<sup>61</sup> Doordat deze stereotypen zo hardnekkig zijn en breed gedeeld worden in de samenleving, trekken Amsterdam en Rotterdam vaak bepaalde nieuwkomers aan die bewust voor de "vrijstaat" Amsterdam of de "werkstad" of "havenstad" Rotterdam kiezen.<sup>62</sup>

Rondom de stedelijke stereotyperingen worden ook nog eens mythes gecreëerd die stereotyperingen in stand houden of misschien versterken. Architectuurdeskundige Hans van Haaren geeft daar een hedendaags voorbeeld van. Volgens Van Haaren wordt vaak aan

---

<sup>59</sup> P. van Ulzen, *Dromen van een metropool. De creatieve klasse in Rotterdam, 1970-2000* (Rotterdam 2007) 163.

<sup>60</sup> Van Ulzen, *Dromen van een metropool*, 163-164.

<sup>61</sup> *Ibidem*, 169.

<sup>62</sup> *Ibidem*.

het einde van een Rotterdamse vergadering krachtig gezegd: zo doen we dat in Rotterdam. Met deze uitspraak wordt bedoeld dat vergaderingen in Rotterdam praktisch kort van aard zijn, terwijl volgens Van Haaren de vergaderingen net zo lang duren als in Utrecht of Den Haag waar hij tevens heeft gewerkt.<sup>63</sup>

## 2.6 De moderne wederopbouwstad

In diverse media na 2000 wordt vaak beweerd dat Rotterdam een on-Nederlandse stad is.<sup>64</sup> De enige stad in ons land die daadwerkelijk moderne grootstedelijkheid uitademt met een skyline. Daarvoor wordt regelmatig verwezen naar 'Manhattan aan de Maas'. Maar zoals eerder beweerd, heeft de stad voor de oorlog al de uitstraling van een metropool. Vooral tijdens het Interbellum krijgt de stad lof toegezwaaid voor haar moderne uitstraling. Diverse media en Nederlandse, maar ook buitenlandse, toeristen zijn onder de indruk van de moderne hoogbouw, het vele verkeer en de diversiteit aan stadslichten.<sup>65</sup>

Rotterdam behoudt na de oorlog de identiteit van moderne metropool. Het contrast is ook groot met Amsterdam. Waar voor de hoofdstad het roemrijke verleden van de Gouden Eeuw met de pittoresk ogende grachtengordel een belangrijk identiteitskenmerk is, richt Rotterdam zich met haar architectuur en moderne vormgeving op de toekomst. Soms schiet het stadsbestuur daar ook te veel in door getuige het fiasco rondom de viering van 650 jaar stadsrechten. Het evenement moet vooral de futuristische en nieuwe vitaliteit van Rotterdam uitbeelden en aantonen dat Rotterdam veel meer is dan een haven- en industriestad.<sup>66</sup> Het werd uiteindelijk een mislukking door slecht beleid.<sup>67</sup>

Ook tijdens de festiviteiten in 2001 wanneer Rotterdam een jaar lang de titel Culturele Hoofdstad van Europa draagt, spannen de organisatie van het evenement en het Rotterdamse stadsbestuur zich in om aan de buitenwereld te tonen dat Rotterdam veel meer is dan een havenstad. De bedoeling is om Rotterdam te laten gelden als een internationaal moderne kunststad.<sup>68</sup> Hoewel vele bezoekers in een enquête aangeven

---

<sup>63</sup> H. van Haaren. Kanttekeningen bij Rotterdam', in: A. de Jonge en M. de Wolff (eds.), *De Rotterdamse cultuur in elf spiegels* (Rotterdam 1993) 22.

<sup>64</sup> Van Ulzen, *Dromen van een metropool*, 8.

<sup>65</sup> *Ibidem*, 48 en 59.

<sup>66</sup> A. Zijderveld, *Rotterdam 1990. Analyse en evaluatie van de bestuurlijke gang van zaken* (Rotterdam 1991) 10.

<sup>67</sup> Zijderveld, *Rotterdam 1990*, 15.

<sup>68</sup> G. Richards en J. Wilson, 'The impact of cultural events on city image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001', *Urban Studies*, vol. 41, nr 10 (september 2004) 1938.

Rotterdam nog steeds te zien als een haven- en werkstad<sup>69</sup>, wordt het evenement wel als succes bestempeld, omdat het een belangrijke stap is in het langdurige proces om Rotterdam als moderne (kunst)stad meer bekendheid te geven.<sup>70</sup> Hoewel uit de viering van 650 jaar stadsrechten blijkt dat niet elk plan in Rotterdam aanslaat om het kosmopolitische of futuristische karakter te benadrukken, valt het niet te ontkennen dat de stad zich zo'n geïdealiseerde identiteit wil aanmeten.

Dat Rotterdam een futuristisch en modern imago heeft verworven, komt grotendeels door de nasleep van de Tweede Wereldoorlog. Na de verwoestingen van de Tweede Wereldoorlog krijgen de Rotterdamse plannenmakers de ruimte om de binnenstad van de grond af aan op moderne wijze op te bouwen. De uitspraak van Frijhoff dat Rotterdam een maakbare en veranderlijke stad is die nooit af is, geldt bij uitstek voor de naoorlogse periode.<sup>71</sup> De stadsplannen om Rotterdam te moderniseren liggen al klaar voor de oorlog. Deze plannen worden tijdens de oorlog verder uitgewerkt door Willem Gerrit Witteveen (1941) en Cornelis van Traa (1944). De plannen voor het moderniseren gingen zelfs zo ver, dat na het bombardement van 14 mei 1940 bewust voor wordt gekozen om vele monumenten niet te redden - terwijl deze wel gered kunnen worden - in het kader van moderniseren.<sup>72</sup>

Mede daarom bepaalt de Tweede Wereldoorlog, en in het bijzonder het bombardement van 14 mei 1940, voor een groot deel historisch de identiteit van Rotterdam. De oorlog bepaalt in hoge mate hoe ruimtes vorm hebben gekregen, hoe bestuurders daar beleid op hebben gemaakt voor de fysieke invulling daarvan en hoe burgers omgaan met deze geplande invulling van ruimtes. Maar ook emotioneel bepaalt de oorlog veel in de stad doordat een collectieve herinneringscultuur is ontstaan waar een gemeenschap is verbonden door pijn en leed. Hoewel de herdenking van het 14 mei bombardement pas sinds 2007 officieel vorm krijgt met de komst van dagvullend programma<sup>73</sup>, heeft de oorlog

---

<sup>69</sup> Richards en Wilson, 'The impact of cultural events on city image', 1940.

<sup>70</sup> *Ibidem*, 1945.

<sup>71</sup> M. Frijhoff, 'Identiteit verteld: beelden uit Rotterdamse geschiedenis', in: A. Schimmelpenninck van der Oije en J. Okkerman (eds.), *Rotterdams jaarboekje 1996* (Rotterdam 1996) 283.

<sup>72</sup> Van de Laar, 'Modernism in European reconstruction-policy and its perception: the image of rebuilding Rotterdam, 1945-2000', in: G. Wagner-Kyora (eds.), *Wiederaufbau der Städte: Europa seit 1945 / Rebuilding European cities: reconstruction-policy since 1945*, Franz Steiner Verlag (2013) 211 en 214.

<sup>73</sup> S. Hogervorst en P. van Ulzen, *Rotterdam en het bombardement. 75 jaar herinneren en vergeten* (Rotterdam 2015) 16.



impact gehad op vele levens van Rotterdammers. Zij zijn (in)direct getroffen door de Duitse terreur of hebben hun ervaringen weer doorverteld aan een volgende generatie waardoor de oorlog op zinnvolle wijze levendig in herinnering blijft.

Het staat zonder meer vast dat een beeld van Rotterdam is dat het een stad is die bij een (groot) deel van buitenwereld moderniteit uitstraalt. Dit beeld van Rotterdam tracht ik mijn bronnenanalyse waar te nemen door onder meer te focussen op termen als 'modern', 'eigentijds' en 'progressief' die daar eventueel naar kunnen verwijzen. Daarnaast is het beeld van Rotterdam dat het een wederopbouwstad is: een stad die vooral een fysieke identiteit ontleent aan de gevolgen van de oorlog. Dit beeld probeer ik terug te vinden in mijn bronnenanalyse door mij onder meer te concentreren op termen als 'oorlog', 'verwoesting' en 'wederopbouw'. Staat wellicht de leus 'Geen woorden maar daden' in de clubcultuur van Feyenoord in relatie tot het beeld van de naoorlogse wederopbouwperiode van Rotterdam?

## **2.7 De onaantrekkelijke stad**

In deze paragraaf wil ik de identiteitskenmerken van Rotterdam als haven- en waterstad, Rotterdam als oorlogstad en Rotterdam als moderne stad bespreken met een aantal kanttekeningen. De theorie van Hodos sluit goed aan op deze paragraaf. Als Rotterdam als second city wordt beschouwd, dan is het een typisch kenmerk dat deze second city doelgericht bezig is om haar eigen reputatie te verbeteren. In deze paragraaf worden enkele voorbeelden besproken die goed aangeven op welke wijze Rotterdam cultureel wordt gepromoot om haar imago bij de buitenwereld te verbeteren. In deze paragraaf staan voornamelijk het Rotterdamse stadsbestuur en citymarketing centraal op welke zij een geïdealiseerde identiteit presenteren en waarom zij zich daarvoor inzetten.

Naast dat in het Interbellum waardering komt voor Rotterdam met haar grootstedelijke uitstraling, is al vanaf het begin van de twintigste eeuw van Nederlandse burgers die buiten Rotterdam wonen kritiek op de stad, omdat het beeld van Rotterdam bestaat dat het een functionele en zakelijke industriestad is.<sup>74</sup> Vooral Amsterdam is in hun ogen een tegenpool van Rotterdam, omdat deze stad fraaiër oogt. Ook na de oorlog komt Rotterdam niet van het imago van onaantrekkelijke stad af. Vooral tijdens de

---

<sup>74</sup> P. van de Laar, 'Veranderingen in het geschiedbeeld van de koopstad Rotterdam', in: G. van den Bent e.a. (eds.), *Rotterdams jaarboekje 1998* (Rotterdam 1998) 222.

wederopbouwperiode staat Rotterdam bij velen bekend als een tochtige havenstad waar grote onpersoonlijke gebouwen de binnenstad domineren.<sup>75</sup> Meerdere aspecten rondom de manifestatie C'70 bevestigen dit beeld. Dit wordt zowel door de buitenwacht als door Rotterdammers bevestigd in de aanloop naar het evenement.<sup>76</sup>

De naam Communicatie 70 is in 1970 bewust gekozen voor de manifestatie. Het stadsbestuur wil via communicatie meer in contact komen met haar burgers.<sup>77</sup> Dit is nodig, want vele Rotterdamse burgers hebben vooral sinds de jaren zestig kritiek op het stadsbeleid. Vooral het werk *De binnenstads-beleving en Rotterdam* uit 1968 van de sociaal psycholoog Rob Wentholt verwoordt op duidelijke wijze deze kritiek en is een eyeopener voor het Rotterdamse bestuur.<sup>78</sup> Dit werk toont aan dat veel Rotterdammers het gevoel hebben dat de gemeente zich vooral heeft ingezet om de binnenstad op een praktische manier in te richten voor het bedrijfsleven met allerlei grote en zakelijke gebouwen, maar hierdoor is van een gezellig stadscentrum geen sprake.<sup>79</sup> Mede daarom staat C'70 in het teken om de Rotterdamse binnenstad gezellig te maken en meer oog te hebben voor kleinschaligheid.<sup>80</sup>

Ook na 1970 behoudt de stad een reputatie die het best als ongezellig en onaantrekkelijk valt te bestempelen. Niet voor niets wordt het eerder besproken *Binnenstadsplan* in 1985 door het stadsbestuur aangenomen om de binnenstad te revitaliseren. Daarna blijft het bestuur niet stil zitten om het imago van Rotterdam op een hoger plan te tillen. Zo worden diverse imago-onderzoeken in opdracht van de gemeente gedaan. In 1987 doet onder meer het marketinginstituut Interview Burke via telefonische enquêtes onder particulieren onderzoek naar het imago van de havenstad. Het is veelzeggend en weinig verrassend dat Rotterdam, in vergelijking met andere grote Nederlandse steden, het hoogste percentage krijgt toebedeeld op het gebied van

---

<sup>75</sup> Van de Laar, 'Veranderingen in het geschiedbeeld van de koopstad Rotterdam', 256.

<sup>76</sup> Van Ulzen, *Dromen van een metropool*, 70.

<sup>77</sup> Stadsarchief Rotterdam, aanvraagnummer XXIII F 453, *Rotterdam Communicatie C'70: mei-september 1970. Internationale gids C70* (Rotterdam 1970) 7.

<sup>78</sup> Van Ulzen, *Dromen van een metropool*, 70.

<sup>79</sup> Van de Laar, *Stad van formaat*, 543.

<sup>80</sup> *Rotterdam Communicatie C'70: mei-september 1970. Internationale gids C70*, 5.

onaantrekkelijkheid.<sup>81</sup> Veel ondervraagden die buiten Rotterdam wonen, willen de Maasstad niet snel bezoeken voor recreatief plezier en ze willen er niet graag wonen.

In 2001, wanneer Rotterdam is uitverkozen tot Culturele Hoofdstad van Europa en allerlei aanverwante evenementen organiseert, worden bij bezoekers ook enquêtes afgenomen. Hoewel dit andere ondervraagden betreft gezien het eerder genoemde onderzoek van Burke uit 1987, is het wel opmerkelijk om te zien dat Rotterdam met de enquête uit 2001 op het aspect van internationaal aantrekkelijke cultuurstad aanzienlijk beter scoort dan ruim tien jaar eerder.<sup>82</sup> Hoewel het onderzoek uit 2001 betere resultaten oplevert, blijft het in 2001 nog ver achter op 'de ander'. Amsterdam staat in dat jaar op plek 7 bij de ondervraagden. Rotterdam staat op de 16e plaats.<sup>83</sup> Ondanks de komst van vele culturele instellingen na het inwerking treden van het *Binnenstadsplan* en de gedachte bij Nederlandse cultuurkenners dat Rotterdam een eigen cultureel klimaat ontwikkelt<sup>84</sup>, kan blijkbaar een groot deel van Nederland (en daarbuiten) Rotterdam in relatief korte tijd nog niet erkennen als een culturele hotspot.

In het beeld van Rotterdam als ongezellige stad komen Frijhoffs physical space, urban space en civic space duidelijk terug en hebben ze vaak interactie. Het is vooral de fysieke ruimte die de (binnen)stad een ongezellig imago geeft en het zijn de burgers vanuit Rotterdam, en daarbuiten, die daar last van hebben. Het is aan het stadsbestuur om te reageren op deze kritiek met nieuw beleid. Maar dit doen zij ook uit eigenbelang in de vorm van citymarketing om de stad aantrekkelijker te maken voor bedrijven en toeristen om op deze wijze meer geld te genereren.

## 2.8 De tweede stad

Frijhoff beweert dat Rotterdam nooit een cultuurstad is geworden ondanks de komst van de Kunsthal en andere vele cultuurinstellingen.<sup>85</sup> Dat komt volgens hem omdat de Rotterdamse inwoners en het stadsbestuur nooit echt hebben geleerd om een fatsoenlijk verhaal over de

---

<sup>81</sup> Stadsarchief Rotterdam, aanvraagnummer XXX B 28, *Opinie-onderzoek imago Rotterdam. Tabellen en samenvatting* (Rotterdam 1987) 3.

<sup>82</sup> Richards en Wilson, 'The impact of cultural events on city image', 1940-1941.

<sup>83</sup> Richards en Wilson, 'The impact of cultural events on city image', 1944-1945.

<sup>84</sup> L. Tabak, 'Dromen aan de Maas. Rotterdam wil een eigen cultureel klimaat', *Vrij Nederland*, nr. 49 (1990) 30.

<sup>85</sup> W. Frijhoff, 'Beelden, verhalen, daden stadscultuur', in: A. de Jonge en M. de Wolff (eds.), *De Rotterdamse cultuur in elf spiegels* (Rotterdam 1993) 12.

stad te presenteren. Als Rotterdammers over hun stad praten, dan is het volgens Frijhoff als een soort schreeuwende reclamefolder met megalomane uitspraken over de metropool en de havenstad Rotterdam.<sup>86</sup> Met deze kritiek sluit Frijhoff zich grotendeels aan bij de woorden van de architectuurdeskundigen Koos Bosma en Geert Hovingh. Volgens Bosma en Hovingh is de Rotterdamse citymarketing bezig om eendimensionaal imago te creëren en niet zozeer een identiteit. En daarin schuilt voor hen de paradox: er is de wil om een (geïdealiseerde) identiteit te creëren, maar deze is te omschrijven als eendimensionaal, statisch en gestold. Het dynamische en meerzijdige karakter dat identiteit karakteriseert, is niet aanwezig.<sup>87</sup>

Volgens Frijhoff weten Rotterdammers en het stadsbestuur geen verhaal met meerdere lagen over henzelf te vertellen door de eenzijdige fixatie op het bombardement van 14 mei 1940. Verwoesting staat daarin centraal. In deze eendimensionale benadering van de geschiedenis schuilt volgens Frijhoff wel een identiteitskenmerk dat de stad en haar bewoners typeert: een tweede stad syndroom (of: 'second city syndroom'). Frijhoff verwijst hiervoor naar het monument *De Verwoeste Stad* van Ossip Zadkine. Dit monument symboliseert leed en vernietiging. Doordat *De Verwoeste Stad* zo sterk het beeld van vernietiging oproept, verwijst het ook naar slachtofferschap. Volgens Frijhoff past slachtofferschap goed bij de lokale emotie van de Rotterdammers, omdat zij al sinds het begin van de twintigste eeuw hunkeren naar de erkenning die Amsterdam wel krijgt op cultureel en esthetisch vlak.<sup>88</sup> Deze bewering van Frijhoff sluit goed aan op de eerder besproken theorie van Hodos waar een second city streeft naar een betere reputatie. Alleen voegt Frijhoff nog een dimensie toe door te verwijzen naar het gevoel van (Rotterdams) slachtofferschap.

Het laatste beeld van Rotterdam dat bepalend is als variabele binnen mijn bronnenanalyse, is het beeld van Rotterdam als tweede stad. Hier is met name van belang dat een gevoel van minderwaardigheid en slachtofferschap een grote rol speelt. Ook wel een 'tweedestadsyndroom' of 'second city syndroom' genoemd. Ik verwacht in de Rotterdamse kranten en Feyenoord-clubbladen weinig concrete termen tegen te komen die hintten naar een minderwaardigheidsgevoel, omdat het niet waarschijnlijk is dat deze zullen erkennen

---

<sup>86</sup> Frijhoff, 'Beelden, verhalen, daden stadscultuur', 14 en 18.

<sup>87</sup> *Ibidem*, 13-14.

<sup>88</sup> Frijhoff, 'Physical space, urban space, civic space', 34, 36 en 37.

dat Feyenoord of Rotterdam zich achtergesteld voelt ten opzichte van Ajax of Amsterdam. Daarom acht ik het meer van belang om vanuit de context van de artikelen te begrijpen of er eventueel sprake is van een minderwaardigheidsgevoel. Gezien de eerder besproken theorie van Hodos, let ik hoofdzakelijk erop of Feyenoorders het gevoel hebben achtergesteld te worden in de media ten opzichte van Ajacieden. Zo ja, op welke wijze kan dit vertaald worden naar de stedelijke ongelijkheid tussen Amsterdam en Rotterdam. Uiteindelijk combineer ik in mijn bronnenanalyse het beeld van Rotterdam als tweede stad met het beeld van Rotterdam als onaantrekkelijke stad. Dit doe ik omdat bij beide beelden het aspect van een minderwaardigheidsgevoel sterk vertegenwoordigd is.

## **2.9 Deelconclusie**

Rotterdam als haven- en werkstad, Rotterdam als moderne wederopbouwstad en Rotterdam als stad met een minderwaardigheidsgevoel zijn de stedelijke beelden die ik als variabelen gebruik in mijn bronnenanalyse om te toetsen op welke wijze stedelijke beelden van Rotterdam een rol spelen in de clubcultuur van Feyenoord. Ten eerste let ik in bronnenanalyse specifiek op of de aanwezigheid van beelden van Rotterdam in de clubcultuur van Feyenoord in relatie staat tot de stedelijke ontwikkeling van de stad. Hierbij valt in dit hoofdstuk op dat het beeld van Rotterdam als haven- en werkstad als een rode draad door geschiedenis van Rotterdam loopt. Daarnaast lijkt het beeld van Rotterdam als moderne stad zich voornamelijk pas vanaf de jaren tachtig sterk te profileren. Ten tweede is het van belang, gezien de theorieën van Castells en Hodos, om rekening te houden met het opkomend belang van een unieke stadsidentiteit vanaf de jaren tachtig. Werkt dit door in de Rotterdamse sub- en clubcultuur van Feyenoord of is deze cultuur niet gevoelig voor deze ontwikkeling? Is het toeschrijven van specifieke Rotterdamse beelden aan de clubcultuur van Feyenoord wellicht meer afhankelijk van de sportieve resultaten die de club boekt?

## **Hoofdstuk 3      Voetbalculturen**

### **3.1      Introductie**

In de komende paragrafen worden verschillende aspecten besproken die een voetbalcultuur kunnen bepalen. Dit hoofdstuk is van belang om de bronnenanalyse (hoofdstuk 5 en 6) niet alleen vanuit theorieën in relatie tot identiteit, imago, globalisering en stedelijke ontwikkeling (hoofdstuk 2) te verklaren, maar ook vanuit de ontwikkelingen op het gebied van voetbalculturen. Theorieën over voetbalculturen kunnen een dimensie toevoegen aan de verklaring waarom Feyenoord met een beeld van Rotterdam wordt geassocieerd. Op welke wijze heeft de speelstijl van een team daar invloed op? Of op welke manier heeft commercialisering binnen het profvoetbal daar effect op?

In paragraaf 3.2 bespreek ik eerst de invloed van commercialisering en hooliganisme. Ik leg in die paragraaf vooral uit op welke wijze deze fenomenen invloed kunnen uitoefenen op voetbalculturen. Deze paragraaf geldt als achtergrondinformatie voor paragraaf 3.3 waar ik de historiografie van voetbalculturen uiteenzet. In die paragraaf staat vooral centraal welke zienswijze wetenschappers hanteren als volgens hen een stedelijke identiteit een voetbalcultuur (mede) bepaalt. Paragraaf 3.4 dient om de clubcultuur van Feyenoord toe te lichten aan de hand van literatuuronderzoek. In deze paragraaf wordt veelvuldig terug verwezen naar paragraaf 3.3 om aan te geven op welke wijze de eerder besproken aspecten van een voetbalcultuur aanwezig zijn in de clubcultuur van Feyenoord. In paragraaf 3.4 is de rode draad van het verhaal op welke manier vanuit het literatuuronderzoek blijkt hoe het gebruik van beelden van een stad een voetbalcultuur kunnen vormgeven en op welke wijze dit te vertalen valt naar de clubcultuur van Feyenoord. Tenslotte wordt hoofdstuk 3 afgesloten met een deelconclusie.

### **3.2      Commercialisering en hooliganisme**

Vooraf vanaf de late jaren tachtig van de vorige eeuw vinden op Europees niveau grote veranderingen plaats binnen de professionele voetbalsport op het gebied van commercialisering. Hiermee wil ik niet beweren dat voetbal voor de late jaren tachtig geen commerciële elementen kende. Sterker nog: Ian Taylor en Chas Taylor, twee vaak geciteerde Britse sociologen op het gebied van voetbalcultuur, hebben in de jaren zeventig al kritiek op

de commerciële voetbalindustrie en de popsterrenstatus die sommige voetballers krijgen aangemeten.<sup>89</sup> Ook in Nederland is in de jaren zeventig commentaar op de commercialisering binnen het voetbal. Vaak krijgt sterspeler Johan Crujff publiekelijk de zwarte piet toegespeeld, want hij is degene die bij Ajax en het Nederlands Elftal strijdt voor hogere salarissen en premies omdat voetballers als artiesten gezien moeten worden.<sup>90</sup> Maar ook bij Feyenoord zijn voor de jaren tachtig al commerciële ontwikkelingen gaande. Het aanstellen in 1964 van Guus Brox als manager bij de club om het voetbalbedrijf Feyenoord aan te sturen is daar een goed voorbeeld van.<sup>91</sup> Hij is dan de eerste manager bij een Nederlandse club.

De bovengenoemde voorbeelden tonen aan dat voor de jaren tachtig al commerciële ontwikkelingen gaande zijn binnen het profvoetbal. Hoewel dit zich geleidelijk ontplooit, is het gerechtvaardigd om het Heizeldrama van 1985 en de Hillsboroughramp van 1989 als sleutelmomenten te zien wanneer de commercialisering binnen het internationale voetbal een grote vlucht neemt.<sup>92</sup> Deze twee stadionrampen zorgen ervoor dat voetbalbonden de veiligheid in stadions willen verbeteren en dat de bonden zich gaan inspannen om hooliganisme terug te dringen.<sup>93</sup> Verregaande commercialisering is daar mede een groot gevolg van. De conclusie luidt na de Hillsboroughramp: afschaffen van staanplaatsen en moderniseren van stadions om de veiligheid te garanderen. De Britse nationale bonden nemen dit advies over, maar ook de FIFA en UEFA doen dit. Vanzelfsprekend nemen andere nationale bonden deze nieuwe regels ook over omdat zij zich mede dienen te houden aan de regels van de UEFA en de FIFA.

Na 1989 verandert het voetbal drastisch. In heel Europa worden stadions vernieuwd of betrekken clubs geheel nieuwe thuishavens. Zo wordt ook het stadion van Feyenoord, De Kuip, in 1994 grondig gerenoveerd.<sup>94</sup> Niet alleen de veiligheid en uitbannen van hooliganisme staan voorop tijdens deze internationale vernieuwingsdrang, maar clubs

---

<sup>89</sup> Zie bijvoorbeeld: I. Taylor, 'Football mad': a speculative sociology of football hooliganism', in: E. Dunning (eds.), *The sociology of sport: a selection of readings* (Londen 1971) 356, 357 en 359.

<sup>90</sup> W. Jesse, 'Crujff is 100 percent fit', *Het Vrije Volk* (13-10-1970).

<sup>91</sup> Bormans, *Feyenoord bedankt!*, 20-21.

<sup>92</sup> Met het Heizeldrama sterven door hooliganisme 39 fans tijdens de finale van de Europacup I tussen Juventus en Liverpool. Tijdens de Hillsborough-ramp sterven 96 mensen door verdrukking doordat de politie te veel fans ineens toelaat.

<sup>93</sup> M. Maassen, *Betaalde liefde. Voetbal, van volksport tot entertainment-industrie* (Nijmegen 1999) 81-83.

<sup>94</sup> <https://www.dekuip.nl/het-stadion-de-kuip/stadion-feijenoord/over-stadion-feijenoord> (30-9-2016).

dienen met hun nieuwe stadion ook commercieel aantrekkelijker te worden. De clubs mikken met hun duurdere zitvakken op de middenklasse en minder op de mannen uit 'working class' die vaak geassocieerd worden met hooliganisme.<sup>95</sup> Daarnaast worden de nieuwe stadions ontmoetingsplekken voor het bedrijfsleven en vloeit door deze ontmoetingen meer kapitaal richting de clubkas door sponsorcontracten die daar worden afgesloten.<sup>96</sup> Door de grote veranderingen wordt het internationale voetbal in de jaren negentig financieel gezien en op het gebied van prestige uit het slop getrokken.

### 3.3 Historiografie voetbalculturen

Twee zaken vallen op met het onderzoek naar voetbalculturen. Ten eerste wordt het grootste deel van het onderzoek naar voetbalculturen gedaan door Britten, met name door sociologen. Ten tweede houden de meeste sociologen zich bezig met twee fenomenen binnen voetbalculturen: commercialisering en hooliganisme. Hoewel studies naar voetbalculturen in de jaren zeventig van de vorige eeuw beginnen, is in de jaren tachtig een grote toename te constateren van deze studies. Dit heeft in de eerste plaats te maken met hooliganisme. Dit sociaal fenomeen rondom voetbalwedstrijden zorgt ervoor dat op grote schaal sociologen zich gaan interesseren in voetbalculturen.<sup>97</sup> Maar door de invloed van commercialisering vanaf het eind van de jaren tachtig komt in de jaren negentig ook aandacht voor voetbalfans en op welke wijze zij reageren op commercialisering.<sup>98</sup> Commercialisering en hooliganisme staan wel in verband met elkaar, omdat eerstgenoemde grotendeels een antwoord is om hooliganisme tegen te gaan en het professionele voetbal voor de massa als vrijetijdsbesteding veiliger en gezelliger te maken.<sup>99</sup>

Maar omdat veel aandacht van Britse sociologen uitgaat naar commercialisering en hooliganisme, zijn relatief weinig onderzoeken te vinden waar het belang van een stedelijk beeld voor een clubcultuur onderzocht wordt. Uiteindelijk heb ik in totaal vier toonaangevende, en relatief veel geciteerde, onderzoeken gevonden waar het belang van een stad voor een voetbalcultuur centraal staat. Deze werden tussen 1993 en 2002

---

<sup>95</sup> A. Brown, 'United we stand. Some problems with fan democracy', in: Brown (eds.), *Fanatics!*, 54.

<sup>96</sup> Maassen, *Betaalde liefde*, 86-88.

<sup>97</sup> S. Redhead, 'Always look on the bright side of life', in: Redhead (eds.), *The passion and the fashion. Football fandom in the New Europe* (Aldershot 1993) 4-5.

<sup>98</sup> Redhead, 'Always look on the bright side of life', 5.

<sup>99</sup> M. Maassen, *Betaalde liefde. Voetbal, van volksport tot entertainment-industrie* (Nijmegen 1999) 81-83.



gepubliceerd. Hoewel vanaf de jaren tachtig het onderzoek naar voetbalculturen toeneemt, heb ik dus geen studies uit dit decennium gevonden die het belang van een stedelijk beeld onderzoeken.

De Franse onderzoeker Christiaan Bromberger stelt dat een stedelijk beeld een belangrijk onderdeel kan zijn van de clubcultuur, maar hij koppelt dat aspect niet zozeer aan fenomenen als commercialisering of hooliganisme. Omdat de theorie van Bromberger uit 1993 niet gebonden is aan commercialisering en hooliganisme, mag worden aangenomen dat zijn theorie niet alleen betrekking heeft op de jaren tachtig en negentig, maar ook op de decennia daarvoor. Volgens Bromberger is de speelstijl van een club een representatie van de collectieve identiteit van de club en is deze representatie verbonden aan het beeld van de speelstad.<sup>100</sup> Hij neemt als voorbeelden de clubs Juventus, Napoli en Olympique Marseille. Juventus uit Turijn speelt vaak zakelijk en sober.<sup>101</sup> Dit reflecteert het gedachtegoed van de Fiat, de grote Turijnse sponsor van de club. Fiat staat bekend als een industrieel bedrijf dat efficiëntie nastreeft.<sup>102</sup> Napoli speelt daarentegen meer met emotie en hun teams spelen spectaculairder.<sup>103</sup> Het emotievolle en creatieve voetbal reflecteert tegelijkertijd de mentaliteit van de temperamentvolle Napolitanen.<sup>104</sup> Volgens Bromberger worden vaak buitenlandse spelers aanbeden bij Olympique Marseille, omdat de stad een geschiedenis kent waar van oudsher buitenlanders een zekere rijkdom aan de stad schenken.<sup>105</sup>

Hoewel met het bovenstaande lijkt dat Bromberger alle fans van een club als een homogeen geheel beschouwd die hun op dezelfde wijze club supporteren, is dat niet zo. Hij licht hiervoor Juventus uit om aan te tonen dat fans van één club van elkaar kunnen verschillen. Juventus speelt weliswaar vaak sober en zakelijk, maar dat wil niet zeggen dat alle spelers van het team deze speelstijl hanteren. De Fransman Michel Platini speelde van 1982 tot 1987 voor de club en stond bekend als een stylist. De Pool Zbigniew Boniek kwam van 1982 tot 1985 voor Juventus uit en had de naam een bekwame middenvelder te zijn die noeste arbeid niet schuwde. Platini werd volgens Bromberger meer geadoreerd door de

---

<sup>100</sup> C. Bromberger, 'Fireworks and the ass', in: S. Redhead (eds.), *The passion and the fashion. Football fandom in the new Europe* (Aldershot 1993) 91.

<sup>101</sup> Bromberger, 'Fireworks and the ass', 91.

<sup>102</sup> *Ibidem*.

<sup>103</sup> *Ibidem*.

<sup>104</sup> *Ibidem*, 91-92.

<sup>105</sup> *Ibidem*.

kunstenaars en hoger opgeleiden die op de duurdere lange zijde in het stadion zaten, omdat zij zich meer konden verenigen met het artistieke spel van de Fransman.<sup>106</sup> Boniek werd geadoreerd door de jongeren uit het arbeidersmilieu die op de goedkopere plekken achter het goal zaten. Zij konden zich meer vereenzelvigen met het arbeidsethos van de Pool.<sup>107</sup> Hoewel de verklaringen van Bromberger plausibel lijken, is het gevaar dat deze te generaliserend zijn. Waarom zou een succesvolle lichtvoetige speler bij supporters uit het arbeidersmilieu niet populairder kunnen zijn dan een speler die vooral op karakter en inzet speelt? Daarnaast lijkt het voor de hand te liggen wanneer Bromberger verklaart dat clubs een specifieke speelstijl hanteren omdat het bij het stedelijk beeld van de speelstad past, er ook door het technisch beleid van de club specifieke spelers worden gekocht die uit de voeten kunnen met hun unieke speelstijl. Bromberger geeft niet aan of clubs zo'n technisch beleid hanteren.

De Britten Euan Hague en John Mercer publiceren vijf jaar na het werk van Bromberger een studie naar het belang van de stad Kirkcaldy voor de club Raith Rovers uit Schotland. Hun onderzoek verschilt van die van Bromberger, omdat zij het belang van een stedelijk beeld voor een clubcultuur niet alleen relateren aan de wedstrijddag. De aanhang van Raith Rovers is zeer lokaal gebonden en de club leeft sterk in haar speelstad. Het is volgens de onderzoekers niet zo dat iedere inwoner van de stad intens meeleeft met de sportieve resultaten van de voetbalclub, maar het is vooral het stadion dat onderdeel uitmaakt van het collectief geheugen.<sup>108</sup> Zo geven Hague en Mercer aan dat stadions een belangrijke rol spelen in het alledaagse leven, ook wanneer de club niet speelt. Het stadion is namelijk altijd goed zichtbaar en vormt een herkenningspunt.<sup>109</sup> En op wedstrijddagen staat het stadion symbool voor de fans die ergens in de stad gezamenlijk de pubs bevolken en verwijst het tevens op die dagen naar de herkenbare verkeersdrukte in de stad.<sup>110</sup> Omdat het stadion een belangrijke en symbolische functie vervult in de gemeenschap, vinden de onderzoekers het ook logisch dat er veel protest komt in 1992 tegen de verhuisplannen van

---

<sup>106</sup> *Ibidem*, 92.

<sup>107</sup> *Ibidem*.

<sup>108</sup> E. Hague en J. Mercer, 'Geographical memory and urban identity in Scotland: Raith Rovers FC and Kirkcaldy', *Geography*, vol. 83, nr. 2 (1998) 109-110.

<sup>109</sup> Hague en Mercer, 'Geographical memory and urban identity in Scotland', 110.

<sup>110</sup> *Ibidem*.

het stadion naar een plek buiten Kirkcaldy waar meer uitbreidingsmogelijkheden zijn.<sup>111</sup> Mede door het protest van de supporters en stadsbewoners van Kikcaldy, wordt van hogerhand besloten af te zien van de verhuizing.<sup>112</sup>

Er zijn twee kritiepunten aan te leveren op het onderzoek van Hague en Mercer. Ten eerst lijkt het alsof het stadion alleen een plek is waar alleen positieve herinneringen aan worden verbonden. Zeker beredeneerd vanuit het fenomeen hooliganisme kan beweerd worden dat stadions niet alleen plekken zijn waar gelukzalige momenten worden beleefd. De Britse onderzoeker John Bale stelt vast dat stadion ook plaatsen kunnen zijn van 'topophobia'.<sup>113</sup> Plekken die je liever wilt vermijden uit angst voor geluidsoverlast, hooliganisme of verkeersdrukte.<sup>114</sup> Ten tweede blijft in de studie van Hague en Mercer buiten beschouwing op welke wijze een club en haar speelstad een zingevende identiteit kunnen verlenen aan fans die op geen enkele wijze geografische binding hebben met de club en de speelstad. De volgende twee onderzoekers die besproken worden, Gary Robson en Anthony King, besteden wel aandacht aan dat aspect.

De Britse socioloog Robson heeft een studie verricht naar de Engelse voetbalclub Millwall uit South East Londen. In zijn werk *No one likes us, we don't care* (2000) tracht hij de sociale identiteit van de club uit te diepen en dit doet hij door onder meer door het beeld van de clubcultuur te verklaren aan de hand van een stedelijk beeld dat van South East Londen bestaat. Volgens Robson staat South East Londen Londen al sinds de Middeleeuwen structureel bekend als een gebied dat wordt geassocieerd met criminaliteit.<sup>115</sup> Met name vanaf de negentiende eeuw staat het stadsdeel ook synoniem voor de working class, masculiniteit en wordt het geassocieerd met dokwerkers.<sup>116</sup> Volgens Robson worden deze stereotype beelden van South East Londen vaak al decennialang met een negatieve connotatie geïnterpreteerd door buitenstaanders en dit wordt in de twintigste eeuw mede in stand gehouden door de massamedia.<sup>117</sup> Daarnaast heeft de club Millwall voornamelijk vanaf de jaren zeventig met de opkomst van hooliganisme landelijk gezien een slechte naam

---

<sup>111</sup> *Ibidem*, 108.

<sup>112</sup> *Ibidem*.

<sup>113</sup> J. Hughson e.a., *The uses of sport. A critical study* (Londen 2005) 182.

<sup>114</sup> Hughson, *The uses of sport. A critical study*, 182.

<sup>115</sup> G. Robson, *No one likes us, we don't care*, 44-45.

<sup>116</sup> *Ibidem*, 61-62.

<sup>117</sup> *Ibidem*, 35-36.

doordat fans van de club regelmatig betrokken zijn bij voetbalrellen.<sup>118</sup> Hierdoor ontstaat een twee-eenheid tussen Millwall en South East Londen waar negatieve connotaties de boventoon voeren. Omdat van South East Londen al lange tijd een weinig positief beeld bestaat, wordt de plaatselijke voetbalclub daar automatisch mee geassocieerd. En omdat de plaatselijke club regelmatig negatief in het nieuws komt, bevestigt dit de reputatie van het stadsdeel als crimineel en ruig deel van Londen. Zelfs wanneer over Millwall niets negatiefs te melden valt, wordt regelmatig in de media de naam van de club aan ander negatief nieuws verbonden.<sup>119</sup> Robson beweert dat de naam 'Millwall' daarom veel meer betekent dan alleen een verwijzing naar een plaatselijke voetbalclub. Metaforisch verwijst het naar hooliganisme, South East Londen, vandalisme en working class fascisme.<sup>120</sup>

Maar het is niet alleen eenrichtingsverkeer op welke wijze het beeld van Millwall als zwarte schaap van de voetbalgemeenschap vorm krijgt. De fans van de club trekken zich de kritieken op hun club en "hun" South East Londen aan, zelfs als zij niet uit dit stadsdeel komen of daar wonen. Volgens Robson voelen fans van Millwall, hoewel zij elkaar allemaal niet persoonlijk kennen, uit een gemeenschappelijke band en vormen zij naar de theorie van Benedict Anderson een 'imagined community'<sup>121</sup>, mede omdat zij dezelfde waarden hanteren en deze vinden zij ook symbolisch terug in "hun" South East Londen. Deze plaats staat symbool voor een arbeiders- en havenwerkermentaliteit die wordt uitgedrukt met termen als 'collectieve kracht', 'cynische humor', 'eerlijk', 'hard werken', 'kracht', 'mannelijk', 'rauw' en 'volhouden'.<sup>122</sup> Mede door het sterke onderlinge collectieve begrip komen de fans van Millwall in de jaren tachtig met een reactie op de kritieken en vinden zij in de kritieken een herwaardering van hun identiteit. De veelzeggende geuzenleus 'No one likes us, we don't care' wordt een belangrijk onderdeel van de clubcultuur van Millwall tot de dag vandaag.<sup>123</sup> Met deze leus zetten de fans zich af tegen publieke opinie die South East Londen en Millwall niet kan waarderen, maar tegelijkertijd bevestigen de fans met deze leus dat zij als supporters van Millwall, en vertegenwoordigers van South East Londen, buitenbeentjes

---

<sup>118</sup> *Ibidem*, 19.

<sup>119</sup> *Ibidem*, 35-36.

<sup>120</sup> *Ibidem*, 19.

<sup>121</sup> B. Anderson, *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism. Revised and extended edition* (Londen 2010) 6-7.

<sup>122</sup> Robson, *No one likes us, we don't care*, 61-62.

<sup>123</sup> *Ibidem*, 35.

zijn en daar helemaal niet mee zitten. Mede door de invloed van commercialisering is op veel artikelen uit de merchandise van de club de geuzenleus van de club terug te vinden en wordt mede op deze manier de onderlinge band van de fans versterkt.<sup>124</sup>

Naast hooliganisme kan commercialisering ook het belang van een stedelijk beeld in een clubcultuur versterken. De Brit Anthony King behandelt dit aspect in zijn werk *The end of the terraces*.<sup>125</sup> In zijn boek vervullen fans, net als bij Robson, een belangrijke rol om een clubcultuur een herkenbaar gezicht te geven. King onderzoekt in de jaren negentig het gedrag en de uitingen van de fans van Manchester United. Volgens King voegen zij een nieuwe dimensie aan hun clubidentiteit toe door de stad Manchester een prominentere plek toe te wijzen binnen hun clubcultuur. De gemene deler vanaf de jaren negentig voor een groep fans van Manchester United is volgens King bij uitstek de stad Manchester die hen symbolisch verbindt. Want ook al hebben deze fans op geen enkele wijze een geografische binding met Manchester, zij voelen zich wel innig met de stad verbonden, omdat de stad op specifieke wijze symbool staat voor de club Manchester United.<sup>126</sup> De fans laten hun band met de stad en club zien door een bepaalde 'casual' kledingstijl te dragen die volgens hen naar de stad Manchester verwijst.<sup>127</sup> Deze specifieke groep fans, die King 'The Lads' noemt, zijn haast allemaal mannen, al sinds de jaren zestig fan, bezoeken veel wedstrijden en stellen zich kritisch op ten opzichte van de commerciële veranderingen binnen hun club.<sup>128</sup> Hun keuze voor de casual kledingstijl en het niet dragen van replicashirts van Manchester United, is tegelijk een symbolisch protest tegen de commercialisering binnen de club en de nieuwe bezoekers. Het shirt herbergt niet langer een club- en stadsidentiteit, omdat 'dagjesmensen' nu vaak op de tribunes zitten met het tricot aan zonder op enige wijze een band te hebben met de club en de stad Manchester.<sup>129</sup> Daarnaast krijgt de stad Manchester op een andere manier een prominente rol binnen de voetbalcultuur van 'The Lads'. Manchester staat voor de fans symbool als een beschaafde, moderne en kosmopolitische stad waar het culturele leven zich de afgelopen decennia sterk heeft ontwikkeld en dat waarderen de fans, omdat

---

<sup>124</sup> *Ibidem*, 35.

<sup>125</sup> A. King, *The end of the terraces. The transformation of English football in the 1990s. Revised edition* (Londen 2002).

<sup>126</sup> A. King, 'Football fandom and post-national identity in the New Europe', *British Journal of Sociology*, vol. 51, nr. 3 (2000) 422.

<sup>127</sup> King, *The end of the terraces*, 156.

<sup>128</sup> *Ibidem*, 155-156.

<sup>129</sup> *Ibidem*, 156.

de stad een paar decennia terug bekend stond als een grauwe industriestad.<sup>130</sup> De gedachte vanaf de jaren negentig bij de fans is dat Manchester meer een Europese stad is dan een Britse. 'The Lads' profileren zich graag als Europees en niet zozeer als Brits. Een Britse identiteit associëren zij met bekrompen, nationalistisch en xenofob.<sup>131</sup>

De onderzoeken van King en Robson komen op verschillende manieren met elkaar overeen. Ten eerste uiten beide onderzoekers kritiek op andere sociologen die onderzoek doen naar voetbalculturen. Hoewel vanaf de jaren negentig relatief veel onderzoek komt naar commercialisering binnen het voetbal en hoe fans daarmee omgaan, ontbreekt volgens King en Robson vaak de wetenschappelijke diepgang om gedrag van fans werkelijk te kunnen verklaren. Vooral King uit in duidelijke bewoordingen kritiek. Andere onderzoekers zijn volgens King blanke mannen en zijn met het Britse voetbal opgegroeid in de tijd dat Britse teams in de jaren zestig en zeventig een gouden periode doormaken.<sup>132</sup> In deze decennia boeken Britse clubs relatief veel succes en kunnen veel volgers, waaronder de latere Britse sociologen, zich identificeren met de spelers omdat ze nog zo "gewoon" zijn en nog niet overbetaald worden.<sup>133</sup> Veel sociologen zien hun geliefde sport in de jaren negentig drastisch veranderen en commercialiseren. De voetbalcultuur lijkt daardoor minder vertrouwd.<sup>134</sup> Het gevolg is dat veel sociologen onderzoek publiceren met een nostalgische inslag en daardoor zijn veel studies te beschrijvend, populistisch en te weinig kritisch.<sup>135</sup> Daardoor missen deze vaak de diepgang om onder meer veranderingen onder supportersgroepen te kunnen verklaren. Daarnaast suggereert King dat veel sociologen ageren tegen de commercialisering om gemakkelijk te scoren bij een (blank en hoger opgeleid) publiek dat zij goed kennen.<sup>136</sup> Robson vindt vooral dat veel studies naar supporters- en voetbalculturen vanuit te algemene theorieën verklaard worden. Voornamelijk worden die verklaard door te verwijzen naar te algemene concepten die van toepassing zijn op het werkersmilieu en typisch masculien gedrag.<sup>137</sup>

---

<sup>130</sup> King, 'Football fandom and post-national identity in the New Europe', 433-434.

<sup>131</sup> *Ibidem*, 430.

<sup>132</sup> King, *The end of the terraces*, 11 en 180-181.

<sup>133</sup> *Ibidem*, 180-181.

<sup>134</sup> *Ibidem*, 12-13.

<sup>135</sup> *Ibidem*, 12.

<sup>136</sup> *Ibidem*, 12.

<sup>137</sup> G. Robson, *No one likes us, we don't care*, 1-3.

Ten tweede komt duidelijk in de studies van King en Robson naar voren dat de rol van 'de ander' cruciaal is om een eigen supportersidentiteit te construeren en in stand te houden. Hierbij hebben ze gemeen dat het belang van een stedelijk beeld voor een club- en supporterscultuur niet alleen geldt op de wedstrijddag, maar ook doorwerkt in het dagelijks leven. Dit sluit tegelijkertijd aan bij de kritiek van andere sociologen die onderzoek doen naar voetbalculturen, zoals Chris Stone. Hij beweert dat vele onderzoeken naar voetbalculturen van de jaren zeventig tot in de jaren negentig zich teveel richten op de gevoelens van fans tijdens een wedstrijd in het stadion.<sup>138</sup> Stone beweert dat een voetbalidentiteit niet alleen rondom een wedstrijd bestaat, maar die bestaat ook als een fan onder meer op zijn werk, thuis of in de pub met familie of vrienden over zijn club praat.<sup>139</sup>

Ten derde laten King en Robson met hun onderzoek zien dat de naam van de voetbalclubs veel meer betekent dan een verwijzing naar een plaatselijke club. In de ogen van fans en/of media kan een voetbalclub tevens symbool staan voor een stad(sdeel) en metaforisch verwijzen naar specifieke waarden. De studies van King en Robson verschillen van elkaar, omdat uit de studie Robson geconcludeerd kan worden dat de Britse onderzoeker de fans van Millwall als één groep ziet. King laat zien dat fans van dezelfde club onderling sterk van elkaar kunnen verschillen. Dit is tevens een kritiekpunt van King richting vele voorgaande studies op het gebied van voetbalculturen. Omdat volgens King veel wetenschappers bezig zijn om vanuit een nostalgische inslag de invloed van commercialisering te verklaren door te onderzoeken wie de "authentieke" supporter is<sup>140</sup>, zijn er in vele studies geen goede analyses terug te vinden op welke wijze de fans vorm geven aan een voetbalcultuur op het gebied van passiviteit en participatie.<sup>141</sup>

De besproken onderzoeken bevatten een aantal interessante theorieën die ik wil toepassen op mijn literatuur- en bronnenonderzoek naar de clubcultuur van Feyenoord. De beweringen van Bromberger zijn boeiend om te analyseren op welke wijze de speelstijl van Feyenoord affiniteit heeft met een stedelijk beeld van Rotterdam. Hague en Mercer laten

---

<sup>138</sup> C. Stone, 'The role of football in everyday life', *Soccer & Society*, vol. 8, nr. 2 (2007) 171.

<sup>139</sup> Stone, 'The role of football in everyday life', 171-172.

<sup>140</sup> Zie hiervoor onder meer: R. Giulianotti, 'Supporters, followers, fans, and flaneurs. A taxonomy of spectator identities in football', *Journal of Sport & Social Issues*, vol. 26, nr. 1 (2002) 25-46; L. Davis, 'Football fandom and authenticity: a critical study discussion of historical and contemporary perspectives', *Soccer & Society*, vol. 16, nr. 2 (2014) 422-436.

<sup>141</sup> King, *The end of the terraces*, 12-13.

zien dat het stadion in het alledaagse leven een symbolische binding heeft met de speelstad. Robson toont aan dat vanuit de naam van een voetbalclub een metaforische kracht kan uitgaan die de club overstijgt en daardoor kan de naam van de club tevens synoniem staan voor specifieke stedelijke beelden. King geeft met 'The Lads' aan dat supportersgroepen door invloed van commercialisering nadrukkelijk een stedelijke identiteit gaan uitdragen en tevens toont King aan dat supporters van een club niet altijd eensgezindheid zijn. Tenslotte tonen King en Robson aan dat het gebruik van een stedelijke identiteit in een clubcultuur een manier is om als groep af te zetten tegen 'de ander'.

### **3.4 Clubcultuur Feyenoord**

In deze paragraaf staan verschillende werken centraal die de clubcultuur van Feyenoord belichten. Alle boeken die ik voor deze paragraaf heb gebruikt, zijn geen wetenschappelijke maar populaire werken. Ik heb deze boeken gekozen, omdat de auteurs voornamelijk verhalen over hoe de clubcultuur van Feyenoord begrepen moet worden. Deze werken bieden meer inzicht welke aspecten belangrijk zijn binnen de clubcultuur van Feyenoord en waarop deze (historisch) gebaseerd zijn. Alle boeken over Feyenoord heb ik als secundaire literatuur toegepast voor deze paragraaf en niet als primaire bron. Het is mijn doel om met deze paragraaf het verband tussen Rotterdamse beelden en Feyenoord te verduidelijken. De uiteindelijke diepgaande analyse op welke wijze beelden van Rotterdam tussen 1960-2009 deel uitmaken van de clubcultuur van Feyenoord, vindt in de hoofdstukken 5 en 6 plaats.

Het is opvallend dat veel van deze boeken, die verhalen over de clubcultuur van Feyenoord, vrij recent zijn. Veel werk over de club lijkt verschenen te zijn na 2000. Althans, dat blijkt uit mijn selectie waar ik heb gezocht naar toonaangevende werken die verhalen over Feyenoord. Wellicht valt de aanwas van werk over Feyenoord te verklaren aan de hand van twee ontwikkelingen. Ten eerste heb ik in de inleiding aangegeven dat Feyenoord tussen 1992 en 2002 een relatief succesvolle periode doormaakt. Misschien zorgt dit succes voor meer belangstelling voor Feyenoord waar uitgeverijen op inspelen. Ten tweede kan het meespelen dat commercialisering, zoals in paragraaf 3.2 besproken, ervoor heeft gezorgd dat het profvoetbal in algemene zin (weer) populairder wordt. Anderzijds kan beweerd worden dat de aanwas van boekwerken over Feyenoord losstaat van Feyenoord en



voetbalculturen. Wellicht heeft dit louter te maken met een ontwikkeling binnen de boekensector.

Omdat ik in deze paragraaf wil aantonen hoe de clubcultuur van Feyenoord zich verhoudt tot Rotterdam, lijkt het mij het beste om meerdere facetten van de clubcultuur te bespreken en hoe deze in relatie staan tot Rotterdam. Vanuit de theorie van Robson beredeneerd wordt het beeld van Rotterdam-Zuid besproken en toegelicht hoe dit beeld zou kunnen doorwerken in de clubcultuur van Feyenoord. Uiteraard komt ook 'de ander' aan bod. Op welke wijze spelen Ajax en Amsterdam een rol op de manier waarop de clubcultuur van Feyenoord vorm krijgt? Tenslotte besteed ik aandacht aan iconen van Feyenoord en liederen over de club. Op welke manier laten deze een relatie tussen Feyenoord en Rotterdam zien?

In het vuistdikke jubileumwerk *Feyenoord 100 jaar* (2008) vallen in de inleiding een aantal zaken op. In een poging het DNA van de club te beschrijven, worden veelvuldig de begrippen 'karakter' en 'volksclub' gebruikt.<sup>142</sup> Ook in het werk *Feyenoord bedankt!* (2002) wordt Feyenoord regelmatig met die termen omschreven.<sup>143</sup> Bovendien worden in beide boeken Feyenoord en haar supportersschare, het Legioen, als een soort Siamese tweeling beschouwd.<sup>144</sup> 'Trouw' is hier het sleutelbegrip, want het Legioen steunt Feyenoord door dik en dun.<sup>145</sup> Maar aan die loyaliteit kan getwijfeld worden en er is een gegronde reden om de trouwheid van het Legioen een mythe te noemen. Weliswaar zit het stadion in de jaren zestig, begin jaren zeventig en na 2000 haast altijd vol<sup>146</sup>, maar waar waren de fans eind jaren tachtig als Feyenoord een sportief slechte periode doormaakt? Zo beleeft Feyenoord in het seizoen 1987/'88 een dieptepunt met een seizoensgemiddelde van ongeveer 9800 fans in De Kuip.<sup>147</sup> Pas vanaf de succesjaren in de jaren negentig komt trekt De Kuip geleidelijk meer thuispubliek.<sup>148</sup> Daarbij dient ook gelijk vermeld te worden dat ook in de periode 2002-

---

<sup>142</sup> Michel van Egmond e.a., *Feyenoord 100 jaar* (Rotterdam) 10, 12 en 21.

<sup>143</sup> Bormans, *Feyenoord bedankt!*, 16, 57 en 75.

<sup>144</sup> Van Egmond, *Feyenoord 100 jaar*, 12.

<sup>145</sup> *Ibidem*.

<sup>146</sup> Bormans, *Feyenoord bedankt!*, 28 en 32-33.

<sup>147</sup> *Ibidem*, 33.

<sup>148</sup> *Ibidem*, 36-48.

2009, een sportief magere periode, de fans de club blijven steun en steevast zorgen voor een volle Kuip.<sup>149</sup>

Ongeacht of het waar is of Feyenoord een trouw publiek heeft, het beeld bestaat dat de club nauw verbonden is met begrippen als 'karakter', 'trouw' en 'volksclub'. Volgens Robson zijn dit ook typische begrippen die samenhangen met clubs waar een haven- en arbeidersmentaliteit heerst.<sup>150</sup> In de verschillende werken over Feyenoord wordt deze clubmentaliteit gekoppeld aan Rotterdam-Zuid, het stadsdeel dat van oudsher bekend staat als een rauw gebied waar relatief veel (haven)arbeiders wonen en werken.<sup>151</sup> Hoewel Jan Oudenaarden aantoont dat het een mythe is dat Feyenoord vanaf het begin een club is geweest voor en door arbeiders (bootwerkers)<sup>152</sup>, domineert wel dit beeld in de literatuur over de club. Beredeneerd vanuit de theorie van Robson kan beweerd worden dat Feyenoord metaforisch verwijst naar Rotterdam-Zuid dat op haar beurt weer symbool staat voor noeste en eerlijke arbeid. Feyenoord en Rotterdam-Zuid lijken elkaar metaforisch te versterken. Het beeld van Rotterdam-Zuid waar een arbeidersmentaliteit heerst, straalt af op Feyenoord. Wanneer Feyenoord wordt geassocieerd met het beeld van een nuchtere arbeidersmentaliteit, kan dit tevens als een bevestiging gelden dat het stadsdeel Rotterdam-Zuid een representatie is het van arbeidersmilieu.

Tot kort na de oorlog is stadsgenoot Sparta de grote rivaal van Feyenoord. Het is het verschil tussen de hoed en de pet; een strijd tussen de kakkers van Noord en de Boeren van Zuid.<sup>153</sup> De sterke rivaliteit tussen beide teams verdwijnt geleidelijk vanaf de late jaren zestig. Enerzijds omdat Sparta weinig sportieve successen boekt en Feyenoord juist wel. Feyenoord gaat daarom voornamelijk Ajax beschouwen als de belangrijkste rivaal in de strijd om het zilverwaar.<sup>154</sup> Anderzijds wordt geleidelijk de plaatselijke tegenstelling Noord-Zuid minder van belang. Mede omdat Feyenoord grote triomfen viert, krijgt de club een landelijke

---

<sup>149</sup> [http://www.transfermarkt.nl/feyenoord-rotterdam/besucherschancenentwicklung/verein/234/sort/zuschauer\\_gesamt.desc](http://www.transfermarkt.nl/feyenoord-rotterdam/besucherschancenentwicklung/verein/234/sort/zuschauer_gesamt.desc) (30-9-2016).

<sup>150</sup> Robson, *No one likes us, we don't care*, 61-62.

<sup>151</sup> Bormans, *Feyenoord bedankt!*, 16; Van Egmond, *Feyenoord 100 jaar*, 37; J. Oudenaarden, *De geschiedenis van Feyenoord. Deel 1. De oertijd 1908-1921* (Rotterdam 2014) 18-20.

<sup>152</sup> In het begin waren veel spelers van het eerste elftal van Feyenoord caféhouders en kantoorbedienden. Bron: Oudenaarden, *De geschiedenis van Feyenoord*, 74.

<sup>153</sup> Bewoners van Rotterdam-Zuid worden lange tijd door Rotterdammers van de Rechtermaasoever 'boeren' genoemd, omdat het beeld bestaat dat velen van hen eerst een boerenbestaan hadden in Brabant of op de Zeeuwse eilanden. Velen komen eind negentiende en begin twintigste eeuw als werkzoekende naar Rotterdam om werk te zoeken als (hand)arbeider. Bron: Bormans, *Feyenoord bedankt!*, 52-53.

<sup>154</sup> *Ibidem*, 56.

aanhang en niet zozeer uit Rotterdam-Zuid.<sup>155</sup> En de Sparta-wijk Spangen verandert vanaf de jaren zeventig sterk van samenstelling. De vele nieuwe migrantenfamilies die zich settelen in Spangen, hebben een minder sterke band met Sparta dan de oorspronkelijke bewoners.<sup>156</sup>

Ajax wordt uiteindelijk de grootste rivaal van Feyenoord en stedelijke sentimenten spelen hier wel degelijk een rol. In de werken *Het volk over Feijenoord* (1970) en *Feyenoord bedankt!* komen Feyenoord-fans aan het woord en velen lichten toe op welke manier Ajax een representant van Amsterdam is. Meerdere fans geven aan dat veel Ajax-spelers last hebben van te veel Amsterdamse bluf en arrogantie.<sup>157</sup> Daarnaast geven meerdere supporters aan dat Feyenoord in hun ogen het tegenovergestelde symboliseert. Feyenoord staat voor normaal doen, hard werken en een gezonde arbeidersgeest.<sup>158</sup> Wat ook veelvuldig terugkomt in de werken, is het gevoel dat Ajax wordt voorgetrokken in de media en Feyenoord wordt achtergesteld.<sup>159</sup> De uitspraak van Feyenoord-fan Elroy spreekt boekdelen: 'Het is altijd in de media Amsterdam dit en Amsterdam dat. Ik word daar gewoon schijtziek van.'<sup>160</sup> Feyenoord-fan Ron geeft wel aan dat hij het gevoel heeft dat de antipathie tegen Ajax en de mediawereld vanaf de late jaren tachtig toeneemt, mede doordat Ajax veel prijzen wint en Feyenoord tot 2000 veel wedstrijden verliest van haar aartsrivaal.<sup>161</sup> Maar het gevoel dat Feyenoord achtergesteld wordt, kan volgens Feyenoord-fan Henny het solidariteitsgevoel onder supporters ook versterken. Henny: 'Feyenoord is het buitenbeentjesgevoel. Altijd knokken tegen de rest van de wereld.'<sup>162</sup>

Ook in de verering van iconen komt het metaforische beeld terug dat Feyenoord vooral een eerlijke en volkse arbeidersmentaliteit representeert. Neem het werk *Feyenoord. De top & flop 100* waarin een top 100 wordt gepresenteerd van beste Feyenoord-spelers. Op de eerste positie staat Coen Moulijn. Naast het roemen van zijn technische voetbalkwaliteiten, wordt de sterspeler tevens geprezen om zijn bescheiden karakter.<sup>163</sup> Op plek twee en drie staan Willem van Hanegem en Puck van Heel. Van Hanegem wordt

---

<sup>155</sup> *Ibidem.*

<sup>156</sup> *Ibidem.*

<sup>157</sup> *Ibidem*, 56 en 58; J. Niezen, *Het volk over Feijenoord* (Goes 1970) 11 en 40.

<sup>158</sup> Bormans, *Feyenoord bedankt!*, 57-58; Niezen, *Het volk over Feijenoord*, 11 en 61.

<sup>159</sup> Bormans, *Feyenoord bedankt!*, 57-58 en 111-113; Niezen, *Het volk over Feijenoord*, 37 en 53.

<sup>160</sup> Bormans, *Feyenoord bedankt!*, 58.

<sup>161</sup> *Ibidem*, 111-113.

<sup>162</sup> *Ibidem*, 75.

<sup>163</sup> Johan Derksen e.a., *Feyenoord. De top & flop 100. Sterren en miskopen volgens Johan Derksen, Henk Spaan en Hugo Borst* (Goes 2008) 8-9.

bejubeld als een man van het volk en Van Heel als trouw en bescheiden.<sup>164</sup> Wat ook opvallend is, zijn de bijnamen die sommige populaire Feyenoorders krijgen en deze verwijzen op hun beurt naar de rauwe no-nonsense mentaliteit waar Feyenoord voor staat. Zo heet onder meer Rinus Israël 'IJzeren Rinus', Theo Laseroms 'De Tank', John de Wolf 'Rambo John de Wolf' en Henk Fraser 'Kung Fu Fraser'.<sup>165</sup> De toekenning van deze specifieke bijnamen staat niet op zich, want in de literatuur over Feyenoord is vaak terug te lezen dat de speelstijl van Feyenoord het best getypeerd kan worden als 'werkvoetbal' en 'karaktervol'.<sup>166</sup> Daarnaast wordt beweerd dat de fans ook dit type voetbal willen zien.<sup>167</sup> Naast de spelers, vereert Feyenoord een iconisch beeld (zie afbeelding 1) binnen het stadion dat symbolisch verwijst naar de arbeidersidentiteit van de club. 'Het monster van de Kuip' symboliseert met het materiaal waaruit het gemaakt is, en de vorm van het beeld, aspecten van een typische havenstad.

---

<sup>164</sup> Derksen, *Feyenoord*, 10-13.

<sup>165</sup> Bormans, *Feyenoord bedankt!*, 79.

<sup>166</sup> *Ibidem*.

<sup>167</sup> *Ibidem*, 80.



**Afbeelding 1:** De Voetballer ('Het monster van De Kuip' of 'Manus Gorilla') van Hendrik Chabot  
Dit beeld staat sinds de opening van De Kuip in 1937 in de centrale hal van het stadion. Het beeld typeert op verschillende manieren de identiteit van Feyenoord. Ten eerste is het beeld gemaakt uit gewapend beton. De harde uitstraling van het materiaal past goed bij het rauwe arbeidersbestaan en beeldt op symbolische wijze onverzettelikheden uit. Ten tweede heeft de figuur een gedrongen en bonkig uiterlijk, het postuur dat goed past bij het prototype arbeider.

**\*Bron afbeelding:** <https://www.sculptureinternationalrotterdam.nl/collectie/de-voetballer> (28-9-2016).

Tenslotte heb ik het werk *Het lied van Feyenoord* (Amsterdam 2001) bestudeerd om waar te nemen op welke wijze liederen over Feyenoord een stedelijk beeld van Rotterdam representeren. Er vallen daarbij een aantal zaken op. Ten eerste is het clublied *Hand in hand kameraden* geen origineel Feyenoord-lied.<sup>168</sup> Vanaf 1963 met de eerste internationale successen van Feyenoord begint het *Hand in hand kameraden* het lijflied van de club te worden, mede geholpen door Jackie van Dam die ervoor zorgt dat de Feyenoord-versie van het lied in Nederlandse hitparade komt.<sup>169</sup> Hoewel beweerd kan worden dat *Hand in hand kameraden* verwijst naar de typische kameraadschap en trouw die past bij een volksclub als

---

<sup>168</sup> P. Groenendijk en J. Tigges, *Het lied van Feyenoord* (Amsterdam 2001) 9.

<sup>169</sup> Groenendijk en Tigges, *Het lied van Feyenoord*, 9-10.

Feyenoord, moet hierbij wel vermeld worden dat dit geen origineel Feyenoord-lied is. Anderzijds is het wellicht wel kenmerkend dat dit lied vanaf 1963 tot de dag van vandaag toonaangevend is geworden binnen de clubcultuur van Feyenoord. Ten tweede valt op dat de aanwas van nieuwe Feyenoord-liederen samenhangt met sportief succes. In de jaren zestig, begin jaren zeventig en in de jaren negentig worden relatief veel Feyenoord-liederen uitgebracht en in de magere jaren tachtig zijn haast geen nieuwe liederen te ontdekken.<sup>170</sup> Ten derde is alleen het beeld van een haven- en waterstad het enige beeld van Rotterdam dat terugkomt in de liederen. Hierbij valt het op dat voornamelijk in de jaren negentig Feyenoord wordt geassocieerd met de Maas en de Brienoordbrug.<sup>171</sup> Vaak wordt de Brienoordbrug aangehaald, omdat vanaf daar de lichten van De Kuip goed in de verte te zien zijn en vele fans rijden via deze brug richting het stadion.<sup>172</sup> Het populaire *Mijn Feyenoord* van Lee Towers uit de jaren negentig symboliseert wellicht het meest duidelijk de band tussen Feyenoord en Rotterdam als haven- en waterstad. De term 'sterk' komt meerdere malen terug in de songtekst.<sup>173</sup> Deze term past goed bij het beeld van een onverzettelijke arbeiders- en havenwerkermentaliteit waar Feyenoord synoniem voor staat.

### 3.5 Deelconclusie

De functie van het gebruik van stedelijke beelden in een clubcultuur lijkt duidelijk. Het kan in de eerste plaats een clubidentiteit versterken omdat het op metaforische wijze meer (historische) diepgang geeft. Voor fans van een club kan het beeld van een stad, of stadsdeel, een ijkpunt vormen waarop de eigen clubidentiteit op verder borduurt. Voor de media kan het beeld van de stad, of het stadsdeel, een verklaring vormen op welke wijze de clubcultuur van de plaatselijke club begrepen moet worden. Ten tweede worden stedelijke beelden in een clubcultuur ingezet zodat fans zich kunnen spiegelen aan 'de ander'. Een andere club en haar speelstad kunnen fungeren als oriëntatiepunten voor fans van de tegenpartij om een beeld te vormen waar zij in ieder geval *niet* voor staan.

Uit de literatuur over Feyenoord blijkt dat de club voornamelijk wordt geassocieerd met Rotterdam als haven- en waterstad waar een arbeidersgeest de boventoon voert. Deze

---

<sup>170</sup> *Ibidem*, 67 en 75.

<sup>171</sup> *Ibidem*, 91, 92, 96, 101, 104 en 115.

<sup>172</sup> *Ibidem*, 92.

<sup>173</sup> Fragment uit songtekst: *Sterk in Rotterdam. Sterk in Nederland. Niets is sterker dan dat ene woord: Feyenoord. Mijn Feyenoord.*

associatie wordt gebruikt om het karakter van de club in algemene zin toe te lichten. Maar ook om de speelstijl van Feyenoord te benadrukken, zie hiervoor tevens de bewering van Bromberger dat de speelstijl van een club een uiting is van de collectieve identiteit. Uit de boeken over Feyenoord komt duidelijk naar voren dat de oorsprong van het karakter van Feyenoord gezocht moet worden in het verleden. De link met Rotterdam-Zuid, waar gezwogd en gesjouwd werd, is heel sterk. In deze redenering is duidelijk de theorie van Robson terug te vinden wanneer hij beweert dat de naam van de voetbalclub metaforisch kan verwijzen de plaats waar de club vandaan komt. Daarnaast komt in de supportersboeken duidelijk terug dat onder Feyenoord-fans een sterke antipathie heerst tegen Ajax en Amsterdam, omdat het idee bestaat dat hun waarden fundamenteel verschillen met die van Feyenoord en Rotterdam. Bovendien heerst het gevoel onder Feyenoord-fans dat Ajax en Amsterdam worden voorgetrokken in de media. Het beeld dat Feyenoord kampt met een (Rotterdams) minderwaardigheidsgevoel wordt hiermee bevestigd. In hoofdstuk 2 stelde ik vast dat ook het beeld bestaat van Rotterdam als moderne wederopbouwstad, maar dit beeld lijkt afwezig in de literatuur over Feyenoord. In mijn bronnenanalyse (hoofdstuk 5 en 6) tracht ik te analyseren of de hierboven genoemde tendensen ook zichtbaar zijn in mijn geselecteerde bronnen.

## Hoofdstuk 4      Onderzoeksmethode bronnenanalyse

### 4.1      Argumentatie dagbladenkeuze

Voor mijn primaire bronnenanalyse heb ik kranten en clubbladen geselecteerd. Voor de dagbladen heb ik *De Telegraaf* en het *Rotterdamsch Nieuwsblad* (en het latere *Rotterdams Dagblad* en *Algemeen Dagblad*) geanalyseerd. Deze kranten lopen mijn gehele onderzoeksperiode 1960-2009 door. Het *Rotterdamsch Nieuwsblad* loopt tot 1991. Vanaf dat jaar fuseert de krant met *Het Vrije Volk* en gaat het verder onder de naam *Rotterdams Dagblad*. In 2005 houdt dit dagblad op te bestaan en gaat het op in het *Algemeen Dagblad* (AD) waarbij wel de naam *Rotterdams Dagblad* in zekere vorm blijft bestaan. Deze naam prijkt op regionale edities van het AD in de regio Rijnmond. De artikelen die ik in de kranten heb geanalyseerd, zijn voor- en nabeschouwingen van de wedstrijden Feyenoord-Ajax en artikelen rond de kampioenswedstrijden van Feyenoord. Ik maak hoofdzakelijk gebruik van kranten om beeldvorming te onderzoeken, omdat dagbladen houvast geven omdat deze structureel verschijnen. Ik kan er op rekenen dat kranten aandacht besteden aan de aankomende, of laatst gespeelde, Feyenoord-Ajax. Mijn doel met mijn kranteselectie is om uitspraken te doen over Feyenoord en waarom zij specifieke beelden van Rotterdam krijgt toegeschreven. Hechten regionale kranten, in vergelijking met *De Telegraaf*, meer belang aan beelden van de stad Rotterdam om de clubcultuur van Feyenoord weer te geven? Zo ja, op welke wijze uit zich dit?

De reden waarom ik van de regionale kranten het *Rotterdamsch Nieuwsblad* heb geselecteerd en niet *Het Vrije Volk*, heeft in de eerste plaats te maken met continuïteit. Het *Rotterdamsch Nieuwsblad* loopt weliswaar tot 1991, maar de opvolger (*Rotterdamsch Dagblad*) lijkt meer een continuering van het *Rotterdamsch Nieuwsblad* dan van *Het Vrije Volk*. Het *Rotterdamsch Nieuwsblad* en *Rotterdams Dagblad* verslaan het nieuws "neutraler" dan *Het Vrije Volk*. Ook de Rotterdamse oud-journalisten van het *Rotterdamsch Nieuwsblad*, Piet Ocks en Rob Vente die in paragraaf 4.4 nader worden geïntroduceerd, beamen dit.<sup>174</sup> *Het Vrije Volk* was gestoeld op socialistisch gedachtegoed en deze idealen kwamen regelmatig tot uiting in hun berichtgeving. Vente: "Voor mij was het allemaal te links. Het

---

<sup>174</sup> Interview Piet Ocks (Bergschenhoek, 7-7-2016); Interview Rob Vente (Papendrecht, 6-7-2016).



ging mij te ver dat zij ook de lezers opriepen om PvdA te gaan stemmen."<sup>175</sup> Volgens Ocks en Vente stond *Het Vrije Volk* ook bekend als een 'Feyenoord-krant', omdat veel van hun lezers uit Rotterdam-Zuid kwamen. Vaak waren dit arbeidersgezinnen die zich verbonden voelden met het socialistische gedachtegoed van *Het Vrije Volk*.<sup>176</sup> Omdat de gekleurde Feyenoordclubbladen later in mijn onderzoek een prominente plek opeisen, heb ik ervoor gekozen om een Rotterdams dagblad te analyseren dat minder een reputatie heeft om als 'Feyenoord-krant' bekend te staan. Dat wil zeggen dat de krant minder bekend stond als uitdrager van een mentaliteit van 'Geen woorden maar daden'.

Overigens wil dit niet zeggen dat er geen ruimte in het *Rotterdamsch Nieuwsblad* was om openlijk de liefde aan Feyenoord te verklaren. Ik licht één duidelijk voorbeeld uit. In maart 1969 speelt Ajax in Parijs een beslissingswedstrijd in de kwartfinale van de Europacup I tegen Benfica. Vente is als sportverslaggever meegestuurd en ziet Ajax winnen en na afloop barst in Parijs een Ajax-feest los.<sup>177</sup> Vente heeft moeite om daar onderdeel van uit te maken en schrijft met een knipoog over zijn belevenissen. "Want hoe voelt een geboren en getogen Rotterdammer zich tussen de Amsterdammers? Wel, rot. Uitgesproken rot."<sup>178</sup> Toch schrijft hij verderop in het artikel dat hij zelfs als Rotterdammer en Feyenoord-aanhanger werd meegenomen in de euforie en '(...) in een lichte aanval van Ajax-koorts' het clublied van Ajax had meegezongen.<sup>179</sup>

*De Telegraaf* is een landelijk dagblad, maar met een redactie opererend vanuit Amsterdam en op voetbalgebied sterk sympathiserend met Ajax.<sup>180</sup> Henk Evenblij, hij wordt nader geïntroduceerd in paragraaf 4.4, erkent dat zijn voormalig werkgever al jarenlang bekendstaat als een 'Ajax-krant'.<sup>181</sup> Volgens hem is het Ajax-keurmerk vanaf de jaren negentig met de Europese successen van de club alleen maar sterker geworden bij *De Telegraaf* en recent nog verder aangewakkerd door de gewonnen landstitels van Ajax.<sup>182</sup> Wat tevens het imago versterkt dat *De Telegraaf* al lange tijd bekend staat als een

---

<sup>175</sup> Interview Rob Vente.

<sup>176</sup> Interview Piet Ocks; Interview Rob Vente.

<sup>177</sup> <http://www.sportgeschiedenis.nl/2009/03/05/een-spontaan-ajax-feest-in-parijs.aspx> (7-8-2016).

<sup>178</sup> R. Vente, 'Iedereen had Ajax-koorts', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (6-3-1969).

<sup>179</sup> Vente, 'Iedereen had Ajax-koorts'.

<sup>180</sup> M. Wolf, *Het geheim van de Telegraaf. Geschiedenis van een krant* (Amsterdam 2009) 429-431.

<sup>181</sup> Interview Henk Evenblij (Rotterdam 8-7-2016).

<sup>182</sup> Ajax won in 1995 de Champions League en het jaar daarop verloren ze in de finale van de Champions League. Daarnaast behaalde de club vanaf 2011 vier nationale kampioenschappen achtereenvolgend.

spreekbuis voor Ajax, is dat vanaf eind jaren zestig veel aandacht uitgaat naar het Ajax-icoon Johan Cruyff. Zo heeft hij zelf ook lange tijd een column in de krant.<sup>183</sup>

*De Telegraaf* voelt zich sterk verbonden met Ajax, maar om de twee volgende redenen kies ik voor het dagblad in relatie tot mijn onderzoek naar Feyenoord. Ten eerste omdat het landelijk wordt uitgegeven en relatief veel schrijft over Feyenoord. Evenblij bevestigt dat ook. Volgens hem krijgen Ajax, Feyenoord, PSV en het Nederlands Elftal altijd de meeste ruimte in *De Telegraaf* op voetbalgebied.<sup>184</sup> Ik verwacht daarom in *De Telegraaf* relatief veel informatie over de clubcultuur van Feyenoord van te treffen en wellicht ook informatie op welke wijze stedelijke beelden van Rotterdam aan Feyenoord wordt toegeschreven. Ten tweede kies ik bewust voor *De Telegraaf*, omdat ik op deze wijze kan vergelijken hoe een landelijke krant de clubcultuur van Feyenoord in relatie brengt met beelden van Rotterdam en op welke wijze dit verschilt met de regionale dagbladen.

#### **4.2 Toelichting dagbladenanalyse**

Zoals eerder in paragraaf 1.1 besproken, heb ik de periode van 1960 tot 2009 geselecteerd voor mijn onderzoek en analyseer ik hoofdzakelijk artikelen in relatie tot de wedstrijden tussen Ajax en Feyenoord. Ik doe dit op een kwalitatieve en kwantitatieve manier. Het beginjaar 1960 voor mijn onderzoek heb ik speciaal gekozen omdat Feyenoord in het seizoen 1960-'61 voor het eerst landskampioen wordt na de invoering van het betaald voetbal. Het is tevens het begin van een succesvolle periode voor de club die uiteindelijk tot 1974 duurt. Daarna markeer ik een periode van sportief verval van 1975 tot 1991. De jaren 1992 tot aan de winst van de UEFA Cup in 2002 bestempel ik als een succesvolle periode. De periode 2003-2009 beschouw ik met geen enkele landstitel of Europese prijs voor Feyenoord als een sportief mindere periode.

De reden dat ik een relatief grote tijdsperiode onderzoek, heeft te maken met de deelvraag die ik in hoofdstuk 6 en 7 via mijn kranten- en clubbladenanalyse tracht te beantwoorden. Via de bronnenanalyse wil ik historisch in kaart brengen welke beelden van Rotterdam de clubcultuur van Feyenoord vorm geven. Heeft de stedelijke ontwikkeling van Rotterdam invloed op welke beelden van Rotterdam deel uitmaken van de clubcultuur van

---

<sup>183</sup> Wolf, *Het geheim van de Telegraaf*, 431.

<sup>184</sup> *Ibidem*.

Feyenoord? Of wordt door globalisering, en de toename van het belang van een unieke stedelijke identiteit, ervoor dat de relatie tussen Feyenoord en Rotterdam hechter wordt? Of staat de clubcultuur geheel los van de ontwikkeling van stedelijke identiteiten en heeft verregaande commercialisering binnen het profvoetbal invloed op welke wijze beelden van Rotterdam de clubcultuur van Feyenoord vormgeven? Met het zoeken naar historische verklaring waarom bepaalde beelden van Rotterdam deel uitmaken van de clubcultuur van Feyenoord, houd ik tevens rekening met interveniërende variabele of sportieve prestaties invloed hebben op de clubcultuur van Feyenoord in de mate waarop het Rotterdamse beelden krijgt toegeschreven.

Normaal gesproken spelen Ajax en Feyenoord tweemaal per seizoen tegen elkaar, dit kan meer worden als zij elkaar in bekerduels of de zogenaamde Supercupwedstrijden treffen.<sup>185</sup> Naast de reguliere competitieduels heb ik ook alle andere officiële wedstrijden in de periode 1960-2009 tussen Ajax en Feyenoord meegenomen in mijn kwalitatieve en kwantitatieve analyse. In totaal zijn op basis van de bovengenoemde selectie 116 wedstrijden geselecteerd. Dit levert een totaal aan 767 krantenartikelen op die geschikt zijn voor mijn onderzoek. De verdeling van de artikelen is als volgt: voor de Rotterdamse kranten heb ik totaal 390 artikelen (177 voorbeschouwing en 213 nabeschouwing) en voor *De Telegraaf* 377 artikelen (108 voorbeschouwing en 269 nabeschouwing) bestudeerd. De artikelen die in aanmerking kwamen voor de analyse moesten tenminste 200 woorden bevatten. Ik heb dit minimum aantal woorden aangehouden, omdat kleinere artikelen vaak alleen korte feitelijke informatie bevatten. Deze berichten variëren van meldingen hoe laat wedstrijden het komend weekend beginnen tot blessuregevallen en transferperikelen. Daarnaast gold als criterium dat de voorbeschouwingen maximaal twee dagen voor de wedstrijd in de krant afgedrukt stonden en ik heb alleen de nabeschouwingen bestudeerd die in de eerstvolgende krant na de wedstrijd Feyenoord-Ajax waren verschenen.

Naast de officiële wedstrijden tussen Ajax en Feyenoord, heb ik ervoor gekozen om verslagen rondom kampioenswedstrijden van Feyenoord te analyseren.<sup>186</sup> De kampioenswedstrijden zijn voor mijn onderzoek momenten wanneer Feyenoord een

---

<sup>185</sup> Supercupwedstrijden zijn wedstrijden aan het begin van het seizoen tussen de kampioen van Nederland en de Nederlandse bekerwinnaar van het vorige seizoen. Vanaf 1991 bestaat deze traditie in Nederland. In 1949 werd het ook eenmaal georganiseerd zonder verdere opvolging.

<sup>186</sup> De onderzochte kampioenswedstrijden. Feyenoord landkampioen: 1961, 1962 1965, 1969, 1971, 1974, 1984, 1993 en 1999. Feyenoord als Europese bekerwinnaar: 1970, 1974 en 2002.

nationale titel behaalt of een Europese beker wint. De zogenaamde kampioensartikelen heb ik alleen op kwalitatieve wijze onderzocht en dienen voornamelijk als vergelijkmateriaal voor de eerder genoemde voor- en nabeschouwingen. Op welke wijze komen geanalyseerde tendensen van de voor- en nabeschouwingen terug in de kampioensartikelen en hoe vallen deze te verklaren? De voor- en nabeschouwingen vormen met andere woorden het hoofdbestanddeel van mijn krantenanalyse en de kampioensartikelen worden voornamelijk gebruikt om eerder gevonden ontwikkelingen te kunnen staven. Daarnaast kan het bestuderen van kampioenswedstrijden nieuw licht werpen op de interveniërende variabele op welke wijze sportieve resultaten invloed hebben op het gebruik van Rotterdamse beelden in de clubcultuur van Feyenoord.

In totaal zijn dertien wedstrijden onderzocht met betrekking tot behaalde kampioenschappen. Negen wedstrijden voor nationale kampioenschappen en vier wedstrijden (UEFA Cup finale 1974 ging over twee wedstrijden) voor Europese bekens. Voor de wedstrijden met het behalen van het nationale kampioenschap leverde dat een totaal aan 118 geanalyseerde artikelen (41 *De Telegraaf* en 77 Rotterdamse kranten) op. Er zijn 97 artikelen (35 *De Telegraaf* en 62 Rotterdamse kranten) onderzocht met betrekking tot de Europese bekerfinales. Al deze onderzochte kampioensartikelen maken geen deel uit van de eerdere selectie artikelen waar ik de voor- en nabeschouwingen analyseer van de wedstrijden Feyenoord-Ajax.

#### **4.3 Toelichting clubbladen**

Voor mijn clubbladenanalyse heb ik uitgaven bestudeerd die door de (sport)club Feyenoord zijn uitgegeven en daarnaast heb ik bladen van de supportersvereniging geanalyseerd. Ik heb ernaar gestreefd een balans te vinden in de bladen uitgegeven door de club en de supportersvereniging, omdat ik op deze wijze hoop een goed beeld te schetsen van de wijze waarop de verschillende bladen de clubcultuur van Feyenoord beschrijven en met welke Rotterdamse beelden zij dat doen. Op welke wijze verschillen de bladen op de manier waarop zij beelden van Rotterdam gebruiken om de clubcultuur van Feyenoord vorm te geven en hoe valt dit te verklaren? Daarnaast heb ik de clubbladen gekozen om een vergelijking tussen clubbladen en kranten te maken op welke wijze zij de clubcultuur van Feyenoord verbeelden door het gebruik van stedelijke beelden van Rotterdam. Voor zowel

de officiële clubbladen als de supportersbladen geldt dat ik deze heb gebruikt om artikelen rond Feyenoord-Ajax te analyseren en voor- en nabeschouwingen te bestuderen met betrekking tot de kampioenswedstrijden. De gekozen clubbladen representeren vooral de fans en volgers van Feyenoord. Hoofdzakelijk zijn dit mensen die Feyenoord 1 een warm hart toedragen, want relatief het meeste nieuws in de bladen gaat over de eerste selectie van Feyenoord.

*De Feijenoorder*, *Feyenoord Magazine* en de *Feyenoord Krant* zijn uitgaven van de (Sport)club. *De Feijenoorder* is het oudste blad en voornamelijk verbonden aan de amateurtak van Feyenoord, maar het blad behandelt ook de profclub. Omdat ik een onderzoek verricht naar de clubcultuur van de profclub Feyenoord, heb ik mij alleen geconcentreerd op de artikelen die over de profclub gaan. *De Feijenoorder* wordt maandelijks op de eerste zaterdag van de maand tussen 1917 tot 1983 uitgegeven. Het blad is gratis voor leden en niet-leden kunnen via een betaald abonnement het thuis gestuurd krijgen. Het orgaan kan getypeerd worden als een typisch clubblad. Het eerste elftal wordt kleinschalig verslagen in het blad, want de jeugdelftallen en reserveteams krijgen meer ruimte. Daarnaast verhaalt het clubblad regelmatig over bijzondere prestaties van een lid, maar ook blessures, ziektes en het overlijden van leden wordt uitgebreid besproken. Uiteindelijk houdt *De Feijenoorder* in 1983 op te bestaan door bezuinigingsmaatregelen.<sup>187</sup> Dit heeft mede te maken met de splitsing in 1978 van Feyenoord. De club wordt opgedeeld in een amateurtak (Sportclub Feyenoord) en een profclub (Feyenoord Rotterdam). Door de splitsing is er minder geld beschikbaar en daardoor verdwijnt het clubblad.

*Feyenoord Magazine* is in 1984 de opvolger van *De Feijenoorder* en ook verbonden aan de sportclub. Ook hier geldt dat ik alleen artikelen heb geanalyseerd die berichten over de profclub van Feyenoord. Hans Fortuin, vanaf 1990 als redacteur verbonden aan *Feyenoord Magazine*, verklaart dat dit nieuwe blad mogelijk werd gemaakt door een particulier initiatief.<sup>188</sup> Het nieuwe blad wordt maandelijks uitgegeven en is tevens gratis voor leden. Niet-leden kunnen een betaald abonnement afnemen. Volgens Fortuin schommelt de oplage altijd tussen de 1000 en 1100 stuks.<sup>189</sup> Ongeveer 1000 leden en 100 niet-leden die een abonnement afnemen. *Feyenoord Magazine* verschilt ten opzichte van *De Feijenoorder*

---

<sup>187</sup> 'Van de redactie', *De Feijenoorder*, 67e jrg., nr. 4 (1983) 59.

<sup>188</sup> *Interview Hans Fortuin* (Rotterdam, 22-9-2016).

<sup>189</sup> *Interview Hans Fortuin*.

omdat het door advertenties en meer foto's vlotter eruit ziet. Fortuin verklaart dit verschil door te verwijzen naar het winstoogetek dat de particuliere uitgever voor ogen had.<sup>190</sup>

*Feyenoord Magazine* loopt tot juli 1995. Aan het clubblad komt een einde omdat de particuliere uitgever besluit met het blad te stoppen.

De *Feyenoord Krant* is in beheer van het bedrijf van Jan D. Swart en wordt gezamenlijk met de profclub van Feyenoord vanaf juli 1993 uitgegeven. Michel van Egmond is vanaf het begin als journalist bij de clubkrant betrokken en wordt later hoofdredacteur van het blad. Hij kan zich geen exacte oplagecijfers herinneren, maar weet wel dat het blad al snel in de eerste weken ongeveer een oplage haalt van ongeveer 25.000 stuks.<sup>191</sup> De *Feyenoord Krant* wijkt op een viertal manieren sterk af van de eerder besproken clubbladen. Ten eerste is de *Feyenoord Krant* daadwerkelijk een krant en geen magazine. Het is een blad naar Italiaans model, zoals naar het voorbeeld van de bekende sportkrant *Gazzetta dello Sport*. Ten tweede biedt de krant alleen ruimte aan de profclub van Feyenoord. Ten derde dient iedereen voor het medium te betalen en wordt de krant niet maandelijks uitgegeven, maar tweewekelijks. Op deze manier is de informatie meer up to date en bevat het daarom ook meer wedstrijdverslagen dan de eerder besproken bladen. Ten vierde heeft de *Feyenoord Krant* een hoog professioneel sportjournalistiek karakter. Michel van Egmond, Hugo Borst, Emile Schelvis en Koos Postema zijn enkele journalisten die meeschrijven en dat zijn gerenommeerde Nederlandse sportjournalisten (in de dop). Het blad houdt in 2007 op te bestaan en gaat dan over in het glossy magazine *Feyenoord Magazine*.

De bladen de *Feyenoord-supporter* en *Hand in Hand* zijn uitgaven van de supportersvereniging. De eerstgenoemde bestaat maar een korte tijd. De *Feyenoord-supporter* wordt in september 1979 voor het eerst uitgegeven. De reden waarom dit orgaan ontstaat, is omdat het sinds 1975 verscheen in het *Stadion Sportnieuws*, ook een uitgave van de supportersvereniging. *Stadion Sportnieuws* is een contactorgaan en wedstrijdprogramma gebundeld. Dit is niet praktisch, want *Stadion Sportnieuws* moet tien dagen voor de wedstrijd al gedrukt worden. Hierdoor is de informatie omtrent de wedstrijd niet up to date. Met de scheiding tussen wedstrijdprogramma en contactorgaan voor de fans wordt het euvel verholpen, omdat het wedstrijdprogramma later gedrukt kon worden. De *Feyenoord-*

---

<sup>190</sup> *Ibidem*.

<sup>191</sup> Interview Michel van Egmond (Rotterdam, 22-9-2016).

*supporter* is een maandelijks blad gratis voor leden en niet-leden kunnen het tegen betaling aanschaffen. Jeannette Floor, die later nader wordt geïntroduceerd, denkt te herinneren dat de *Feyenoord-supporter* in het begin een oplage had van ongeveer 1500 stuks.<sup>192</sup> Geleidelijk zou dat aantal volgens haar groeien en uiteindelijk zijn (dan heet het blad inmiddels *Hand in Hand*) hoogtepunt bereiken als in 2010 de oplage rond de 25.000 schommelt.<sup>193</sup> Inhoudelijk biedt het blad ruimte aan mededelingen van het bestuur, opmerkelijk supportersnieuws, nieuws rondom toekomstige supportersevenementen, interviews met spelers van Feyenoord en worden er brieven en oproepen geplaatst van fans.

In 1987 verandert het blad van naam in *Hand in Hand*. Dit is nog steeds het bestaande blad van de supportersvereniging. De structuur van het orgaan blijft hetzelfde, maar gaandeweg is wel te zien dat *Hand in Hand* dikker wordt en meer rubrieken krijgt. Wat opvalt, is dat nieuws over de profclub belangrijker wordt. Het doel om een contactorgaan te zijn voor supporters gaat niet verloren, maar krijgt wel stevige concurrentie van achtergrondartikelen met betrekking tot het eerste elftal van Feyenoord. Wat kenmerkend is voor *De Feyenoord-supporter* en *Hand in Hand*, is dat hoewel ze contactorganen voor fans zijn, ze vaak geen uitgebreide brieven met een duidelijk mening van een supporter bevatten. Er vindt wel interactie in de bladen plaats tussen fans, maar meer via oproepjes om onder meer elkaar te helpen om aan kaarten te komen voor wedstrijden of verzamelaars die berichten plaatsen op zoek naar (historisch) Feyenoord-materiaal. De eerder besproken Hans Fortuin is niet alleen als journalist actief geweest voor *Feyenoord Magazine*, maar schrijft ook al lange tijd voor *Hand in Hand*. Volgens hem is het zeer opvallend dat meer dan de helft van de leden van het blad niet uit Rotterdam komt en dit geldt tevens voor de vrijwillige redactie van *Hand in Hand*.<sup>194</sup> Dit gegeven onderstreept nogmaals, zoals in paragraaf 3.4 besproken, dat de fans van Feyenoord overal vandaan komen.

Mijn uiteindelijke selectie artikelen uit de clubbladen betreft minder artikelen in vergelijking met de krantenartikelen. Dit komt hoofdzakelijk omdat de clubbladen minder actueel zijn en soms ook onregelmatiger worden uitgegeven. Bovendien hebben de clubbladen ook andere belangen die ervoor kunnen zorgen dat het eerste elftal van Feyenoord minder wordt besproken. Nieuws over andere teams en artikelen over

---

<sup>192</sup> Interview Jeannette Floor (Rotterdam 27-9-2016).

<sup>193</sup> Interview Jeannette Floor.

<sup>194</sup> Interview Hans Fortuin.

supportersevenementen kunnen de clubbladen tevens domineren. Uiteindelijk heb ik voor *De Feijenoorder* 29 artikelen, *Feyenoord Magazine* 5 artikelen, de *Feyenoord Krant* 14 artikelen, *Feyenoord-supporter* 7 artikelen en voor *Hand in Hand* 14 artikelen als relevant beschouwd. Deze geselecteerde artikelen bevatten informatie omtrent de wedstrijd Feyenoord-Ajax. Daarnaast heb ik nog enkele artikelen uit de geselecteerde gebruikt die verhalen over de behaalde nationale kampioenschappen en gewonnen Europese bekercups tussen 1960 en 2009. Tenslotte heb ik nog een kleine selectie artikelen geanalyseerd waar een duidelijk beeld wordt geschetst van de clubcultuur van Feyenoord waar een beeld van Rotterdam een rol in speelt. Deze artikelen vormen geen onderdeel van de selectie voor- en nabeschouwingen van de wedstrijden Feyenoord-Ajax en van de selectie kampioensartikelen. Uiteindelijk heb ik alle artikelen uit de clubbladen op een kwalitatieve manier geanalyseerd. Voornamelijk omdat de publicatie van artikelen onregelmatiger is in vergelijking met de krantenartikelen en doordat de selectie van clubbladenartikelen zich niet specifiek toespitsen op de voor- en nabeschouwingen Feyenoord-Ajax.

#### **4.4 Geïnterviewden**

Om de artikelen van de geselecteerde dag- en clubbladen van meer achtergrondinformatie te voorzien, heb ik verschillende (oud-)journalisten van de dag- en clubbladen geïnterviewd die regelmatig artikelen schreven over de wedstrijden tussen Feyenoord en Ajax of in algemene zin schreven over Feyenoord. Dit heb ik met name gedaan om meer informatie te krijgen op welke wijze de artikelen tot stand kwamen, maar ook heb ik de geïnterviewden benaderd om te discussiëren of ik bepaalde beelden over Feyenoord en Rotterdam in de bladen op een juiste wijze heb geïnterpreteerd. Ik heb gesproken met Rob Vente (1949) die van 1961 tot 2006 als sportjournalist voor het *Rotterdamsch Nieuwsblad*, *Rotterdams Dagblad* en *Algemeen Dagblad* heeft gewerkt. Met hem heb ik gesproken over zijn ervaringen bij het *Rotterdamsch Nieuwsblad* in de jaren zestig en zeventig. Piet Ocks (1946) werkte van 1969 tot 2002 als sportjournalist voor het *Rotterdamsch Nieuwsblad* en *Rotterdams Dagblad*. Met Ocks heb ik met name de periode 1980-2000 besproken. Voor *De Telegraaf* heb ik Henk Evenblij gesproken. Hij werkte van 1980 tot 2010 voor *De Telegraaf* en was daarvan dertien jaar actief als Feyenoord-watcher voor het dagblad. Helaas heb ik voor *De Telegraaf* geen sportjournalist kunnen traceren die mij meer kon vertellen over hoe de



sportsectie in de jaren zestig en zeventig te werk ging. De eerder aangehaalde Hans Fortuin heb ik geïnterviewd om meer achtergrondinformatie te verkrijgen over *Feyenoord Magazine* en *Hand in Hand*. Jeannette Floor heeft vanaf het begin meegewerkt aan de *Feyenoord-supporter* en *Hand in Hand*. Zodoende heb ik haar geïnterviewd met betrekking tot deze twee bladen. Tenslotte heb ik de eerder aangehaalde Michel van Egmond gesproken met betrekking tot de *Feyenoord Krant*.

#### **4.5 Hypotheses en deelvragen**

Vooraf wist ik dat het moeilijk zou zijn om een stedelijke identiteit of stedelijk imago direct in verband te brengen met een voetbalcultuur. Met behulp van de theorieën uit hoofdstuk 2 kan ik bestuderen of bepaalde Rotterdamse beelden terugkomen in de clubcultuur van Feyenoord. De volgende deelvraag staat daarom centraal in het volgende hoofdstuk: Welke aspecten van een Rotterdamse identiteit worden door de onderzochte bronnen toegeschreven aan de clubcultuur van Feyenoord en hoe valt dit te verklaren? Mijn hypothese is dat de visie van dagbladen sterk kan verschillen van clubbladen in de manier waarop zij tegen Feyenoord aankijken. Ik verwacht ten eerste dat de regionale kranten in, vergelijking met *De Telegraaf*, meer belang hechten aan Rotterdam en dat daarom Rotterdamse beelden in deze dagbladen belangrijkere rol hebben in de clubcultuur van Feyenoord. Ten tweede is mijn hypothese dat de kranten, in vergelijking met de clubbladen, Feyenoord neutraler benaderen en ik verwacht dat de clubbladen een meer chauvinistische toon laten horen. Hierdoor kunnen kranten en clubbladen van elkaar verschillen in het toeschrijven van Rotterdamse beelden aan de clubcultuur van Feyenoord.

Tijdens mijn bronnenanalyse houd ik tevens rekening met de interveniërende variabele van sportieve resultaten. Op welke wijze hebben deze invloed hebben op het toeschrijven van een Rotterdams beeld aan de clubcultuur van Feyenoord? Mijn hypothese is dat wanneer de club sportief in verval raakt, het bestuur en de fans in een crisissituatie geraken. In zo'n periode worden naar mijn mening ankers gezocht die houvast geven aan een identiteit. Ik verwacht dat die ankers voornamelijk beelden zullen zijn die gerelateerd zijn aan termen als 'nuchter', 'geen woorden maar daden', 'strijd' en 'de mouwen opstropen'. Het kan enerzijds verwijzen naar de oorsprong van de club als een voetbalclub ontstaan voor en door arbeiders. Anderzijds kunnen de bovengenoemde termen het

verlangen uiten om op praktische wijze het gebrek aan voetbalkwaliteiten te compenseren met (typisch Rotterdamse) inzet.

Daarnaast verwacht ik nog drie ontwikkelingen waar te nemen. Door de invloed aan het einde van de jaren tachtig van commercialisering verwacht ik dat voetbal populairder wordt in de jaren negentig. Daardoor zullen meer voetbalartikelen verschijnen, zoals voor- en nabeschouwingen rond Feyenoord-Ajax. En waar het lijkt dat Rotterdam geleidelijk vanaf de jaren 1970 niet langer synoniem staat voor de typische havenstad, maar ook meer culturele waardering schijnt te krijgen, verwacht ik niet dat Feyenoord een breder pallet aan beelden krijgt toegeschreven. Gezien het huidig dominerend clichébeeld van Feyenoord als arbeidersclub, houd ik er rekening mee dat een nuchtere mentaliteit van 'Geen woorden maar daden' dominant blijft. Ten derde is mijn verwachting dat geleidelijk vanaf de jaren tachtig het belang van een Rotterdamse identiteit toeneemt in de clubcultuur van Feyenoord. Deze verwachting is gebaseerd op de invloed van globalisering en het toenemende belang van een unieke stedelijke identiteit, zoals in paragraaf 2.3 besproken.

#### **4.6 Operationalisering**

Hoofdstuk 2 fungeert als kapstok voor mijn operationalisering. In dat hoofdstuk besprak ik de diverse beelden van Rotterdam en welke reputatie de stad kan hebben bij de buitenwacht. Voor mijn bronnenanalyse gebruik ik de besproken beelden van Rotterdam om te analyseren op welke wijze deze terugkomen bij de diverse media die over Feyenoord berichten. Ten eerste analyseer ik op welke wijze Feyenoord met typische stereotyperingen van een haven- en waterstad en een bijhorende mentaliteit wordt geassocieerd. Hoewel termen als 'arbeid', 'hard werken', 'de mouwen opstropen', 'geen woorden maar daden' en 'kracht van het collectief' niet per definitie een mentaliteit van haven- en waterstad definiëren, kunnen deze wel naar zo'n beeld verwijzen. Maar het is tevens de kunst om te bestuderen wat een mentaliteit van 'Geen woorden maar daden' *niet* inhoudt. Op welke wijze en in welke periode worden eventueel schijnbaar tegenovergestelde kenmerken als arrogant, flamboyant en sierlijk aan Feyenoord toegeschreven? En op welke wijze worden deze begrippen toegepast op 'de ander'? Krijgt Ajax wellicht deze kenmerken toegeschreven vanuit Rotterdamse hoek om het verschil met Feyenoord aan te duiden?

Ten tweede bestaat het beeld van Rotterdam als moderne stad en als wederopbouwstad door het bombardement. Op welke wijze wordt het beeld van moderniteit en oorlog toegepast op Feyenoord? Het gebruik van termen als 'oorlog', 'strijd' en 'wederopbouw' in de clubcultuur van Feyenoord kan wellicht verwijzen naar het bewust gebruiken van een oorlogsbeeld in de clubcultuur. Ook kijk ik naar mogelijk tegenstrijdige termen in relatie tot het beeld van een moderne wederopbouwstad die aan de clubcultuur van Feyenoord worden toegeschreven. Wordt de club wellicht niet omschreven als modern en grootstedelijk, maar wellicht als ouderwets en provinciaal? En op welke wijze zijn verwijzingen naar oorlog en wederopbouw typisch een onderdeel van de clubcultuur van Feyenoord? Algemene voetbalverslagen bevatten vaak begrippen, zoals 'strijd', 'legioen' en 'gesloten verdediging', die kunnen verwijzen naar oorlog.

Het beeld van Rotterdam als onaantrekkelijke stad en de stad met een minderwaardigheidscomplex, combineer ik als derde onderzoeksvariabele. Naar mijn mening vullen deze beelden elkaar aan. Omdat het beeld bestaat dat de stad (cultureel) onaantrekkelijk is in vergelijking met Amsterdam, ontstaat het beeld dat de Rotterdamse bestuurders en burgers kampen met een gevoel van minderwaardigheid. In relatie tot Feyenoord heb ik met name gekeken op welke wijze de dagbladen Feyenoord een minderwaardigheidscomplex toeschrijven en hoe clubbladen mogelijk uiting geven aan deze frustratie. Ik heb ook trachten te analyseren op welke manier juist geen sprake is van een minderwaardigheidscomplex. Hiervoor kan ik onder meer verwijzen naar artikelen met een trotse of lovende inhoud waar wellicht de speelstijl van Feyenoord als 'frivool' wordt bestempeld of dat de spelers misschien als 'ware kampioenen' worden beschreven.

De analyse van alle bovengenoemde beelden pas ik op kwalitatieve en kwantitatieve wijze toe met betrekking tot mijn bronnenanalyse. Het kwantitatieve aspect zit alleen in de dagbladenanalyse. Dit komt omdat de aanvoer van voor- en nabeschouwingen in de kranten constant is en specifiek verwijzen naar de (aanstaande) wedstrijd tussen Ajax en Feyenoord. De clubbladen hebben niet zulke actuele berichten. In die selectie zit minder regelmaat en maakt deze minder geschikt voor een kwantitatieve analyse. *De Telegraaf* en de Rotterdamse kranten heb ik op de volgende kwantitatieve elementen onderzocht: per jaar het totaal aan voor- en nabeschouwingen voor de wedstrijden Feyenoord-Ajax en hoeveel keer per jaar in de voor- en nabeschouwingen een onderzocht beeld aan Feyenoord wordt

toegeschreven. De categorieën voor de onderzochte beelden zijn op te splitsen in: haven- en waterstad, de wederopbouwstad, de moderne stad en stad met een minderwaardigheidscomplex. Ik heb per artikel geanalyseerd op welke wijze een term verwijst naar een onderzocht beeld en dit per jaar bij elkaar opgeteld. Het resultaat van deze data-analyse komt onder meer tot uiting in de grafieken 1 t/m 4. De analyse van de kampioensartikelen gebeurt op kwalitatieve wijze en is vooral bedoeld om te bestuderen op welke wijze deze artikelen verschillen van de voor- en nabeschouwingen van Feyenoord-Ajax wanneer er beelden van Rotterdam aan Feyenoord worden toegeschreven. Tenslotte worden de interviews met de journalisten en redacteurs gebruikt als kwalitatieve meerwaarde om specifieke trends in kranten en clubbladen van meer achtergrondinformatie te voorzien.

## Hoofdstuk 5      Krantenanalyse Feyenoord

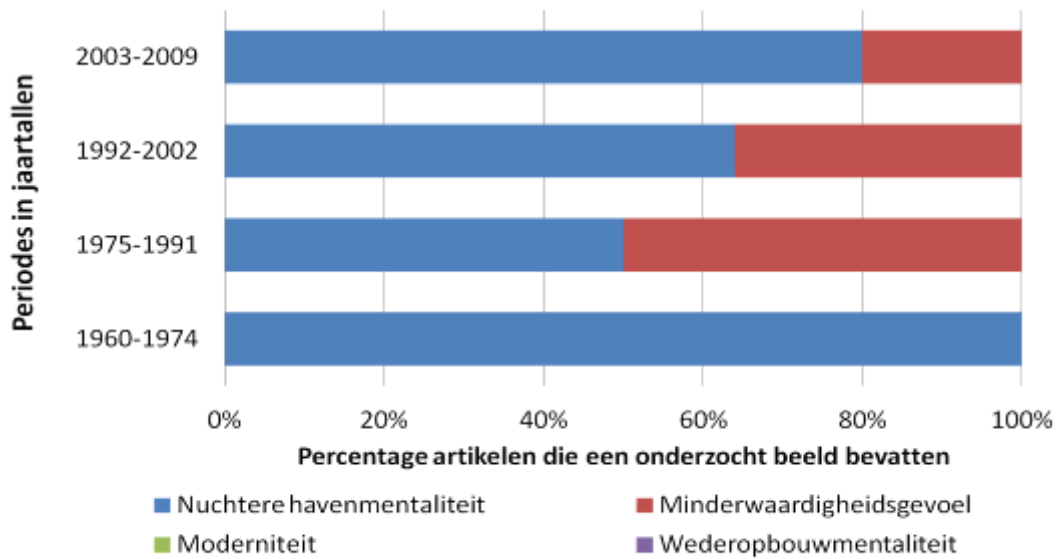
### 5.1      Introductie

Om het overzichtelijk te houden, bespreek ik mijn onderzoeksresultaten per periode. Dit zijn de eerder geïntroduceerde periodes 1960-1974 (succes), 1975-1991 (verval), 1992-2002 (succes) en 2003-2009 (verval) die samenhangen met de sportieve resultaten van Feyenoord. In paragraaf 5.2 t/m 5.5 bespreek ik mijn bevindingen op het gebied van de voor- en nabeschouwingen Feyenoord-Ajax. Per periode licht ik toe welke ontwikkelingen in de Rotterdamse kranten en in *De Telegraaf* waar te nemen zijn op welke wijze zij een beeld van Rotterdam aan Feyenoord toeschrijven. In deze paragrafen wordt veelvuldig verwezen naar de grafiek 1 t/m 4 die mijn betoog moeten verhelderen. In paragraaf 5.6 worden de kampioensartikelen besproken. Hier is voornamelijk van belang om door de tijd heen te analyseren welke onderzochte beelden Feyenoord krijgt toegewezen wanneer zij succes boekt. Daarnaast wordt vergeleken op welke wijze tijdens een kampioenschap een Rotterdams beeld in een bepaalde periode afwijkt van de toegeschreven beelden in de voor- en nabeschouwingen van Feyenoord-Ajax in dezelfde periode. Paragraaf 5.4 vormt uiteindelijk de deelconclusie van dit hoofdstuk.

### 5.2      Analyse periode 1960-1974

In de periode 1960-1974 spelen Ajax en Feyenoord 33 keer tegen elkaar. Voor de Rotterdamse kranten - het *Rotterdamsch Nieuwsblad* in deze periode - levert dat totaal 72 voor- en nabeschouwingen op. Van die 72 artikelen bezitten 11 artikelen een onderzocht beeld waarmee Feyenoord wordt aangeduid. Dat komt neer op 15%, een relatief klein percentage. Grafiek 1 geeft weer dat alle elf aangetroffen beelden in het *Rotterdamsch Nieuwsblad* in relatie staan tot een nuchtere havenmentaliteit. Deze variabele staat in relatie tot Rotterdam als haven- en werkstad. Het is niet zo verwonderlijk dat deze variabele domineert, want grafiek 2 toont aan dat het beeld van een nuchtere havenmentaliteit tijdens mijn gehele onderzoeksperiode domineert in de Rotterdamse kranten. Een aantal zaken vallen op wanneer Feyenoord een nuchtere havenmentaliteit door de Rotterdamse krant krijgt toebedeeld.

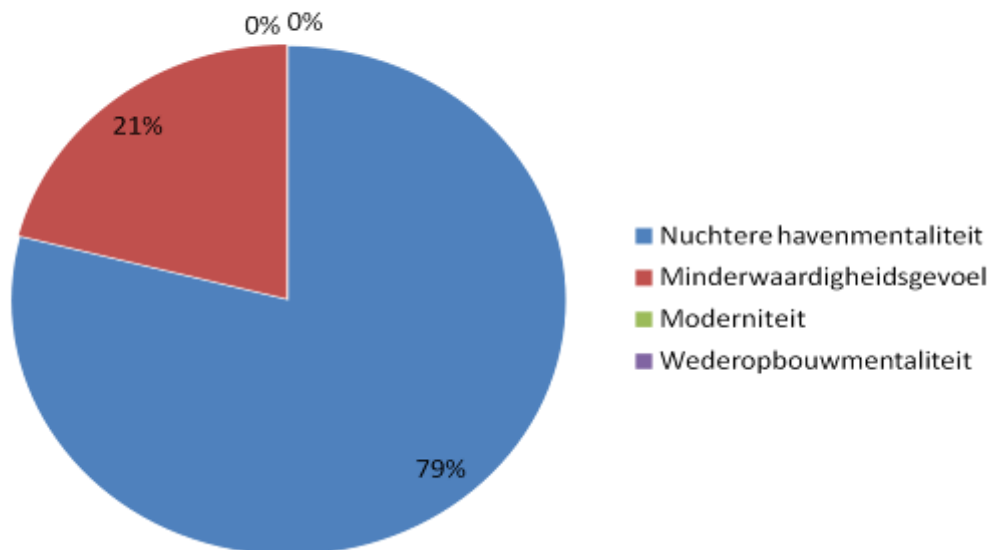
**Percentage aanwezigheid onderzochte beelden in voor- en nabeschouwingen Feyenoord-Ajax in Rotterdamse kranten tussen 1960-2009**



Bronnen: Rotterdamsch Nieuwsblad (1960-1991), Rotterdam Dagblad (1991-2005) en AD (2005-2009)

**Grafiek 1**

**Het totaalpercentage onderzochte beelden in voor- en nabeschouwingen Feyenoord-Ajax in Rotterdamse kranten tussen 1960-2009**



Bronnen: Rotterdamsch Nieuwsblad (1960-1991), Rotterdam Dagblad (1991-2005) en AD (2005-2009)

**Grafiek 2**

Ten eerste is het opmerkelijk dat Feyenoord pas in 1968 voor het eerst in een voorbeschouwing met een nuchtere havenmentaliteit wordt geassocieerd. Journalist Bas in 't Hout omschrijft Feyenoorder Coen Moulijn als een nuchtere Rotterdammer '(...) die met beide benen op de grond staat...' en '(...) niet van bluf kan worden beticht.'<sup>195</sup> De reden waarom pas in 1968 het *Rotterdamsch Nieuwsblad* Feyenoord op directe wijze associeert met een nuchtere havenmentaliteit, staat waarschijnlijk in verband met de groeiende prestigestrijd tussen Ajax en Feyenoord. Daarmee lijkt ook de behoefte bij de Rotterdamse media te ontstaan om beide kemphanen met verschillende en unieke karakters tegen elkaar af te zetten. Naast hun gebruikelijke strijd om nationale prijzen, staan beide clubs in 1968 aan de vooravond van hun internationale successen en zijn ze op internationaal niveau ook elkaars opponenten geworden in de strijd om het zilverwaar.<sup>196</sup> Ajax wint vanaf 1971 driemaal op rij de Europacup I en bereikt in 1969 voor het eerst de finale van het toernooi waarin het verliest van AC Milan. Feyenoord weet als eerste Nederlandse club in 1970 de Europacup I te winnen. Dat beide clubs meer tot de verbeelding gaan spreken door hun aanzien, is ook terug te zien wanneer in de late jaren zestig meer voor- en nabeschouwingen verschijnen als Ajax en Feyenoord elkaar treffen, dit geldt zowel voor het *Rotterdamsch Nieuwsblad* als *De Telegraaf*. En de voor- en nabeschouwingen worden uitgebreider door onder meer interviews. Zie daarvoor ook afbeelding 2. In 1969 wordt de eerste paginagrote voorbeschouwing in het *Rotterdamsch Nieuwsblad* afgedrukt waar op de voorpagina van de sportsectie alleen ruimte is voor de komende wedstrijd Feyenoord-Ajax.

Ten tweede is het opvallend dat wanneer Feyenoord in de late jaren zestig door het *Rotterdamsch Nieuwsblad* wordt omschreven met een nuchtere havenmentaliteit, tevens de behoefte is om het karakter van 'de ander' te schetsen. Ajax wordt vaak neergezet als een ploeg die bestaat uit blufferige betweters die ook nog eens arrogant zijn. Zo schrijft Vente in 1967 dat de Ajacieden in aanloop naar Feyenoord-Ajax '(...) een tikkeltje arrogant en zelfverzekerd zijn.'<sup>197</sup> In 't Hout vraagt zich in 1968 spottend af de Ajacieden '(...) de enige uitverkorenen zijn?'<sup>198</sup> Hierbij dient wel vermeld te worden dat in de periode 1960-1974 geen enkele keer door het *Rotterdamsch Nieuwsblad* arrogantie op een direct manier

---

<sup>195</sup> B. in 't Hout, 'Coen Moulijn: Deksel sympathieke actie', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (20-1-1968).

<sup>196</sup> Feyenoord wordt zesmaal landskampioen in de periode 1960-1974. Ajax veroverd in dezelfde periode ook zesmaal het landskampioenschap.

<sup>197</sup> R. Vente, 'Ajax is nu eenmaal nogal zeker van zichzelf', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (2-9-1967).

<sup>198</sup> In 't Hout, 'Open brief', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (10-3-1968).

geassocieerd wordt met Amsterdam. Dit terwijl wel meerdere malen de nuchtere havenmentaliteit van de Feyenoorders direct in verband wordt gebracht met Rotterdam. Het eerder genoemde voorbeeld over Moulijn is daar een goed voorbeeld van, net als een artikel van Vente uit 1970 waarin hij Feyenoord-speler Cor Veldhoen omschrijft als een '(...) nuchtere, reëel denkende Rotterdammer.<sup>199</sup> Overigens dient wel gezegd te worden dat het *Rotterdamsch Nieuwsblad* niet alleen negatief over de Ajacieden schrijft in termen van arrogantie. Vaak is er ook bewondering voor het vertoonde spel en de resultaten die de Amsterdammers boeken. Wellicht is het mooiste voorbeeld hiervan een artikel van Vente uit april 1971. Ajax overklast Feyenoord in haar eigen Kuip en het Rotterdamse publiek zingt Ajax zelfs in de laatste minuten toe. Vente schrijft dat hij bewondering heeft voor het speelse Ajax en door hen geïmponeerd is.<sup>200</sup>

---

<sup>199</sup> Vente, 'Cor Veldhoen wil terug naar de top', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (26-4-1970).

<sup>200</sup> Vente, 'Rotterdamse hulde: 'Ajax, Ajax'', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (8-4-1970).



Zondag is het Feijenoord-Ajax

Laseroms: Cruyff is werkelijk een geweldig genie!

De wijze waarop ze spelen is bekend

ROTTERDAM — Cruyff is werkelijk een geweldig genie... Het is bekend dat hij de beste speler van Nederland is.



THEO LASEROMS

• Een heel eind... De wedstrijd tussen Feyenoord en Ajax zal spannend worden.

• Fris van de lever... Laseroms heeft een goede vorm.

• Niet lachen... Het is belangrijk om serieus te nemen.

• 'Wijzelf goed'... Het team heeft vertrouwen in zichzelf.

VOOR U HET... HET WETEN WAARD... BONUS... Advertisement for a magazine or newspaper.

Opstellingen nog geheim

De opstellingen van Feyenoord en Ajax zijn nog geheim.

De wedstrijd zal spannend worden.

De spelers zullen goed presteren.

GROOT: FEIJENOORD HEEFT VERDEDIGERS VAN GROTE KLASSE!

„Voetbalintelligentie is zeer belangrijk”

AMSTERDAM — Zoals zij het (veelal) spreken, is het veel gemakkelijker. Wij hebben van jongstal meerkoren...



HENK GROOTHUIS

De 18jarige Groothuis, twaalf keer voetballend, merkt dat zijn voorkeur voor het linksvoetige verdedigen...

• Automatisch... De spelers zullen automatisch goed presteren.

• Kansen voor Johan... Johan Cruyff heeft veel kansen.

• Idiott beroep... Het is een idiott beroep.

• Wat is oud?... Het is oud.

SPORTAVONTUREN VAN CHRIS CRACK... BONGGS... CARAVAN NIEUWS!!... Advertisement for a sports magazine.

Ten derde is het opmerkelijk in het *Rotterdamsch Nieuwsblad* dat het toeschrijven van een nuchtere havenmentaliteit aan Feyenoord haast altijd in relatie staat tot de prijzenswaardige karakters van de Feyenoorders en niet zozeer tot de speelstijl. Een nuchtere havenmentaliteit wordt slechts tweemaal in de periode 1960-1974 direct in verband gebracht met de speelstijl van Feyenoord. In 1969 wordt over Feyenoord-verdediger Theo Laseroms geschreven dat hij '(...) algemeen beschouwd wordt als een voornaam exponent van het stevige en nuchtere voetbal waarmee Feyenoord zich dit seizoen naar de top waagde.<sup>201</sup> In 1973 schrijft Lex Muller over de speelstijl van Feyenoord dat '(...) Feyenoord dikwijls geroemd wordt om zijn strijdlustige karakter.<sup>202</sup> Hoewel het maar tweemaal gebeurt dat Feyenoord geassocieerd wordt met een nuchtere speelstijl, is het wel opvallend dat in de Rotterdamse krant vanaf het eind van de jaren zestig geleidelijk afscheid wordt genomen van de frivole speelstijl die Feyenoord eerder nog kenmerkt in de vroege jaren zestig. Begrippen als 'meesterlijk', 'technisch superieur' en 'frivool' worden tot halverwege de jaren zestig regelmatig aan Feyenoord toegeschreven.<sup>203</sup> Maar daarbij moet wel vermeld worden dat Feyenoord niet vanaf eind jaren zestig opeens bekend staat als een werkersploeg pur sang. Zie hiervoor ook afbeelding 2. Zo worden onder meer de verdedigers van Feyenoord door Ajacied Henk Groot omschreven als verdedigers van grote klasse met veel voetbalintelligentie.<sup>204</sup>

*De Telegraaf* besteedt in verhouding tot het *Rotterdamsch Nieuwsblad* significant meer aandacht aan Feyenoord-Ajax. Waar de Rotterdamse krant in de periode 1960-1974 totaal 72 voor- en nabeschouwingen besteedt aan De Klassieker, overtreft *De Telegraaf* ruim dit aantal. Deze krant produceert totaal 179 voor- en nabeschouwingen. Maar het percentage onderzochte beelden die aan Feyenoord worden toegeschreven, ligt significant lager in vergelijking met de Rotterdamse krant. Slechts drie artikelen (2%) bevatten een onderzocht beeld. Grafiek 3 toont aan dat in twee artikelen Feyenoord een nuchtere havenmentaliteit wordt toegeschreven en één artikel associeert Feyenoord met een minderwaardigheidscomplex. Dezelfde verhouding in *De Telegraaf* komt in grote lijnen terug gedurende mijn gehele onderzoeksperiode, zie daarvoor grafiek 4. In 1967 schrijft *De*

---

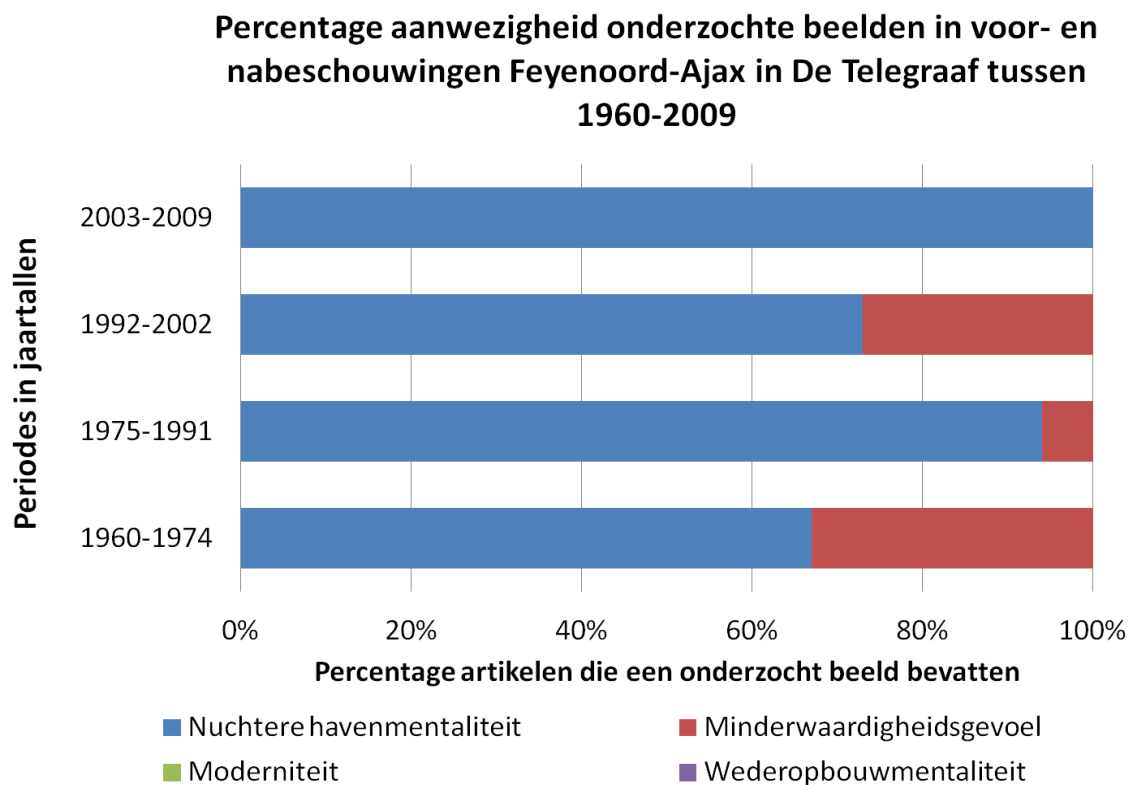
<sup>201</sup> 'Laseroms: Cruyff is werkelijk een geweldig genie!', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (18-4-1969).

<sup>202</sup> L. Muller, 'Ajax één helft aan de zwier', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (4-3-1973).

<sup>203</sup> 'Na Ajax-offensief kwam Coen, en meteen ging Feyenoord naar zege', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (16-10-1961); 'Feyenoord speelde Ajax nuchter naar nederlaag', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (25-3-1963).

<sup>204</sup> 'Groot: Feyenoord heeft verdedigers van grote klasse!', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (20-4-1969).

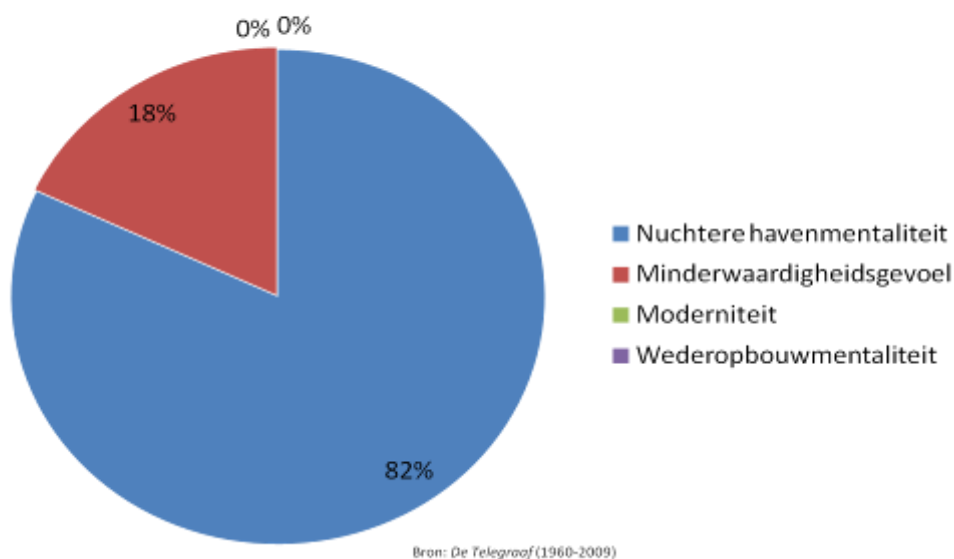
*Telegraaf* negatief over de Feyenoord-spelers wanneer zij hebben gewonnen van Ajax, maar dat zij na afloop blijven klagen over de Ajax-spelers en hun misplaatste superioriteitsgevoelens.<sup>205</sup> Er wordt niet door *De Telegraaf* met directe bewoordingen beweerd dat Feyenoord kampt met een minderwaardigheidscomplex, maar tussen de regels door heeft het daar toch sterk de schijn van.



**Grafiek 3**

<sup>205</sup> 'Het was voor Feyenoord vooral een morele triomf', *De Telegraaf* (3-9-1967).

### Het totaalpercentage onderzochte beelden in voor- en nabeschouwingen Feyenoord-Ajax in De Telegraaf tussen 1960-2009



#### Grafiek 4

Wanneer Feyenoord in *De Telegraaf* een nuchtere havenmentaliteit krijgt toebedeeld, heeft dat beide keren te maken met speelstijl en niet zozeer met de karakters van de Feyenoorders. De speelstijl van Feyenoord wordt in de twee artikelen omschreven als de 'kracht van het collectief' en dat Feyenoord op het veld opereert als 'een eenheid'.<sup>206</sup> Overigens wordt geen enkele keer de speelstijl in verband gebracht met Rotterdam of een typisch Rotterdamse mentaliteit. Over het algemeen kan beweerd worden dat *De Telegraaf* in periode 1960-1974, in vergelijking met het *Rotterdamsch Nieuwsblad*, meer oog heeft voor de voetbaltechnische concepten en minder de behoefte heeft om Ajax en Feyenoord met stereotypen te karakteriseren. Wat wel opvalt, is dat *De Telegraaf* vooral vanaf 1970 geleidelijk meer in de ban raakt van het vermeende hoogstaande technische spel van Ajax. Waar voor 1970 Feyenoord regelmatig wordt geroemd omwille haar speelstijl, wordt tussen 1970 en 1974 alleen Ajax met superlatieven als 'frivool', 'klasse', 'souplesse' en 'superieur'

<sup>206</sup> A. Geelof, 'Van Hanegem: topteams zijn verschillend', *De Telegraaf* (20-12-1970); R. van Couwenhoven, 'Iedereen is bij ons in topvorm', *De Telegraaf* (6-11-1971).

omschreven.<sup>207</sup> Waarschijnlijk staat de hierboven genoemde ontwikkeling in relatie tot de Europacups I die Ajax tussen 1971 en 1973 wint. Daarnaast speelt waarschijnlijk tevens een grote rol dat *De Telegraaf* meer vanuit het oogpunt van Ajax schrijft en dat daarom in de voor- en nabeschouwingen de Amsterdamse club de meeste aandacht krijgt.

### 5.3 Analyse periode 1975-1991

In de periode 1975-1991 treffen Ajax en Feyenoord elkaar 34 keer. De Rotterdamse kranten besteden met totaal 78 voor- en nabeschouwingen aandacht aan deze wedstrijden. Het is opmerkelijk dat slechts twee artikelen een onderzocht beeld bevatten waarmee Feyenoord wordt omschreven. Feyenoord wordt door de Rotterdamse kranten geassocieerd met een nuchtere havenmentaliteit en met een minderwaardigheidsgevoel, zie ook grafiek 1. In 1981 schrijft Ocks dat het team van Feyenoord het moet hebben van nuchtere wilskracht en dat Ajax juist creatief en technisch vaardig is.<sup>208</sup> Hoewel het duidelijk is dat een nuchtere wilskracht direct in verbinding staat met een nuchtere havenmentaliteit, koppelt de journalist van dienst dit niet direct aan Rotterdam.

De fans van Feyenoord geven in 1980 uiting aan een minderwaardigheidsgevoel. Tijdens Ajax-Feyenoord vallen Rotterdamse relschoppers met een gerichte actie een mediabus van de NOS aan die verslag doet van de wedstrijd.<sup>209</sup> Deze fans van Feyenoord vallen de medewerkers van de NOS aan, omdat zij van mening zijn dat Feyenoord te weinig uitzendtijd krijgt en dat zij daarom het gevoel hebben dat hun club wordt geboycot. Het vandalisme van de Feyenoord-fans past goed bij een trend die vooral goed zichtbaar is in de Rotterdamse kranten. Vanaf 1978 tot begin jaren negentig domineren uitingen van hooliganisme rond Feyenoord-Ajax de krantenkoppen in het *Rotterdamsch Nieuwsblad* en *Rotterdams Dagblad*. Het aanwezige geweld rond De Klassieker lijkt ervoor te zorgen dat de wedstrijd minder aanzien krijgt. In diverse artikelen rond Feyenoord-Ajax valt regelmatig terug te lezen dat de fans, in tegenstelling tot voorgaande jaren, niet meer massaal warm

---

<sup>207</sup> Van Couwenhoven, 'Iedereen is bij ons in topvorm'; A. Witkamp, 'Klasse en karakter', *De Telegraaf* (18-2-1974).

<sup>208</sup> P. Ocks, 'Feyenoord weer even opgelucht', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (31-1-1982).

<sup>209</sup> 'Oorlog rond Ajax-Feyenoord', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (10-3-1980).

lopen voor de wedstrijd en dat niet alle ontmoetingen tussen de twee rivalen voor een uitverkocht huis zorgen.<sup>210</sup>

Maar hoofdwarschijnlijk heeft het tanende aanzien van Feyenoord-Ajax in de periode 1975-1991 niet alleen te maken met hooliganisme. De clubs spreken waarschijnlijk ook minder tot de verbeelding door sportief verval en minder goed veldspel.<sup>211</sup> Vooral *De Telegraaf* bericht regelmatig tussen 1975 en 1991 dat het vertoonde spel van beide clubs in vergelijking met voorgaande jaren sterk is verminderd. Het topvoetbal van weleer waarmee Ajax en Feyenoord internationale successen behaalden, is volgens de kenners een gepasseerd station.<sup>212</sup> Zie hiervoor ook afbeelding 3 waar het sportieve verval van Ajax en Feyenoord treffend op symbolische wijze in beeld wordt gebracht. Het is ook veelzeggend dat tussen 1975 en 1979 *De Telegraaf* als vermeende 'Ajax-krant' het spel van de Amsterdamse club sterk veroordeelt. Het voetbal van Ajax wordt als 'laf' en 'saai computervoetbal' bestempeld dat louter op 'kracht' is gebaseerd.<sup>213</sup> Maar dat beeld van Ajax begint vanaf 1980 structureel te kenteren. Gezien de berichten in *De Telegraaf* begint de Amsterdamse club vanaf de jaren tachtig synoniem te staan voor aanvallend en technisch verfijnd voetbal. Deze ontwikkeling gaat gepaard met een andere interessante ontwikkeling: de speelstijl van Feyenoord wordt vanaf 1980 regelmatig in *De Telegraaf* omschreven als puur werkvoetbal. 'Inzet', 'karakter' en een mentaliteit van 'geen woorden maar daden' zijn terugkerende termen die Feyenoord krijgt toegeschreven.<sup>214</sup> Maar ook minder vleiende opmerkingen als 'Feyenoord vocht, trok, gleed en schopte (...)' vallen de Rotterdamers ten deel.<sup>215</sup>

---

<sup>210</sup> Vente, 'Een vreemde zie je in De Kuip niet meer', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (3-9-1977); 'Weer weinig publiek', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (20-8-1981).

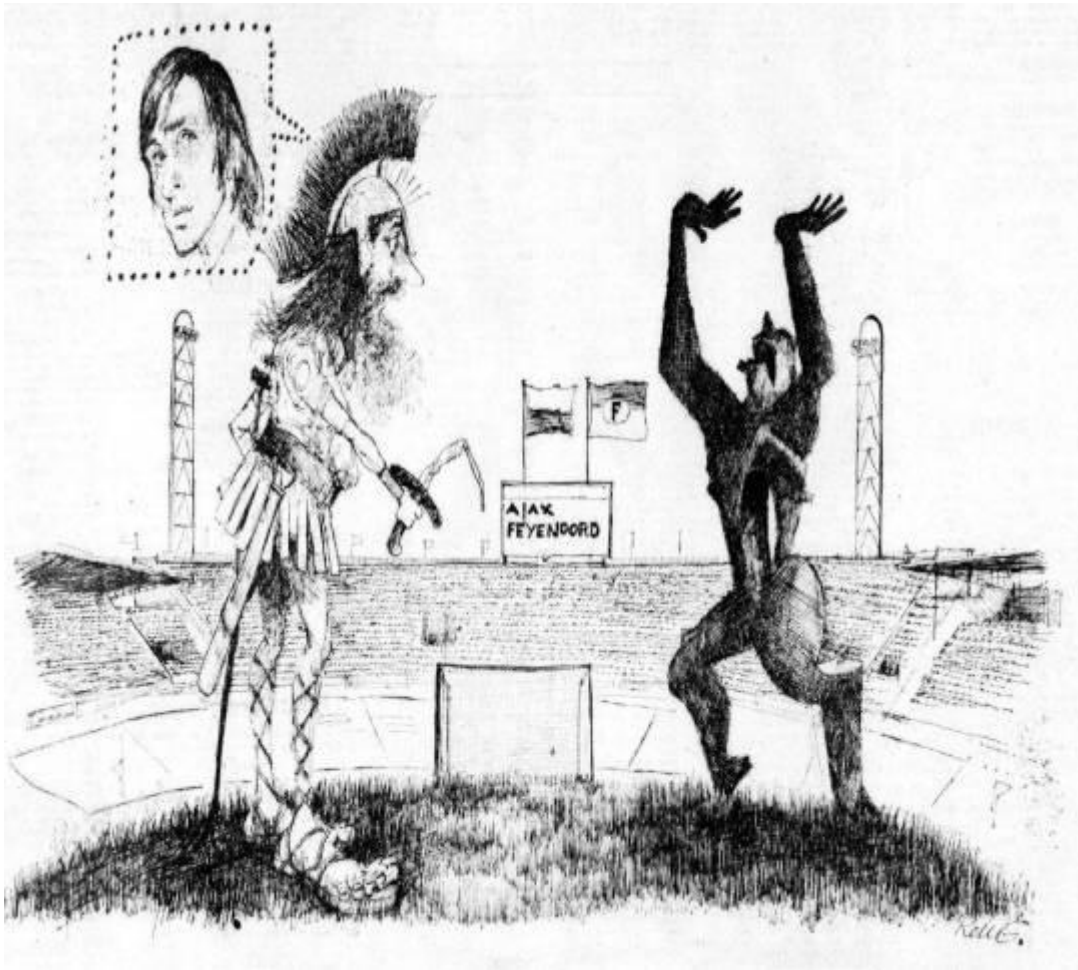
<sup>211</sup> Feyenoord wordt tussen 1975-1991 eenmaal landskampioen en wint geen enkele internationale prijs. Ajax wordt zevenmaal landskampioen en wint in 1987 de Europacup II. Maar beide clubs spelen een marginale rol in de Europacup I.

<sup>212</sup> J. de Deugd, 'We moeten wakker worden', *De Telegraaf* (8-3-1975); W. van Hanegem, 'Topvoetbal kun je vergeten', *De Telegraaf* (13-11-1976); H. Woudstra, 'Aanvallend voetbal is broodnodig', *De Telegraaf* (11-2-1978).

<sup>213</sup> 'Hadden we maar een Mokummer in de spits', *De Telegraaf* (10-3-1975); Van Hanegem, 'Topvoetbal kun je vergeten', N. van der Zwet Slotenmaker, 'Topper zonder top', *De Telegraaf* (25-4-1977); Woudstra, 'Aanvallend voetbal is broodnodig'.

<sup>214</sup> Woudstra, 'Vroeger was het beter', *De Telegraaf* (1-2-1982); De Deugd, 'Ajax gerust de winter in', *De Telegraaf* (29-11-1982); De Deugd, 'Karakter Feyenoord geeft doorslag', *De Telegraaf* (27-2-1984); De Deugd, 'Karakter geeft doorslag: 1-3', *De Telegraaf* (26-11-1984).

<sup>215</sup> J. de Groot, 'Ajax was niet lucky in De Kuip', *De Telegraaf* (16-2-1984).



**Afbeelding 3:** Deze spotprent verbeeldt het beginnende sportieve verval van Ajax en Feyenoord. Aan de linkerkzijde staat een Griekse soldaat (verwijzing naar Ajax, een held uit de Griekse mythologie) die weinig daadkrachtig is gezien zijn slappe zwaard. Zijn gedachten zijn bij sterspeler Cruijff die dan net vertrokken is naar FC Barcelona. Aan de rechterzijde wordt Feyenoord verbeeld door *De Verwoeste Stad*, het Rotterdamse oorlogsmonument van Ossip Zadkine dat verwoesting en wanhoop uitstraalt. (Bron: *De Telegraaf*, 22-9-1973)

Uiteindelijk publiceert *De Telegraaf* tussen 1975 en 1991 in totaal 155 voor- en nabeschouwingen. Van die artikelen bevatten zeventien (11%) een onderzocht beeld. Zestien (94%) van die zeventien artikelen bevatten het onderzochte beeld van een nuchtere havenmentaliteit, zie ook grafiek 3. Net als in de voorgaande periode gebruikt *De Telegraaf* het beeld van een nuchtere havenmentaliteit om puur de speelstijl van Feyenoord aan te duiden. Een verschil met de vorige periode is dat *De Telegraaf* nu wel een nuchtere havenmentaliteit koppelt aan Rotterdam. Het is opvallend genoeg tweemaal dezelfde

journalist die dit doet. Jan de Deugd duidt in 1979 het team van Feyenoord aan als 'Rotterdamse werktjes' en in 1984 noemt hij ze 'Rotterdamse werkers'.<sup>216</sup> Een ander verschil met de vorige periode is dat het beeld van Feyenoord ontstaat dat zij louter op voetbalgebied hun fysiek, inzet en karakter te bieden hebben. Voetbalintelligentie of technische capaciteiten zijn kwaliteiten die alleen Ajax krijgt toegedicht. Op deze wijze lijkt geleidelijk het historische beeld van Feyenoord te ontstaan alsof de club het altijd moet hebben van werkvoetbal. Zo schrijft De Deugd onder meer in 1984 '(...) dat zoals zo vaak in het verleden won Feyenoord de kraker op karakter'.<sup>217</sup> Hoewel *De Telegraaf* niet impliciet een directe voorkeur uitspreekt voor Ajax, lijkt het er sterk op dat de krant over het algemeen in de periode 1975-1991 de Amsterdamse club op voetbaltechnisch gebied vele malen hoger aanslaat dan Feyenoord.

In slechts één (6%) van de zestien artikelen die een onderzocht beeld bevatten wordt Feyenoord geassocieerd met een minderwaardigheidscomplex. Dat gebeurt in 1980. Wim Jansen, clubicoon van Feyenoord, is vanuit Amerika terug naar Nederland gekomen en heeft getekend bij Ajax. Bij zijn terugkeer in De Kuip ontstaat het befaamde ijsbalincident. Jansen krijgt van een boze Feyenoord-fan een ijsbal op zijn oog en dient de wedstrijd vroegtijdig te staken. In *De Telegraaf* valt te lezen dat een deel van het publiek 'kleinzielig' is en niet kan verkroppen dat Jansen voor de grote concurrent heeft gekozen.<sup>218</sup>

#### **5.4 Analyse periode 1992-2002**

Ajax en Feyenoord ontmoeten elkaar 22 keer tussen 1992 en 2002. Het *Rotterdams Dagblad* publiceert voor Feyenoord-Ajax in die periode totaal 127 voor- en nabeschouwingen. Elf (9%) artikelen bevatten een onderzocht beeldkenmerk. In zeven (64%) van de elf artikelen wordt Feyenoord een nuchtere havenmentaliteit toegedicht, zie ook grafiek 1. In de vier (36%) andere artikelen is het onderzochte beeld van een minderwaardigheidsgevoel terug te lezen.

In vergelijking met de vorige periode zijn relatief gezien meer Rotterdamse beelden in het *Rotterdams Dagblad* terug te vinden in relatie tot Feyenoord. Waarschijnlijk spelen de

---

<sup>216</sup> De Deugd, 'Vaclav Jezek kon wel huilen', *De Telegraaf* (30-4-1979); Ibidem, 'Karakter Feyenoord geeft doorslag'.

<sup>217</sup> Ibidem, 'Karakter Feyenoord geeft doorslag'.

<sup>218</sup> De Groot, 'Wim Jansen houdt zich koest', *De Telegraaf* (5-12-1980).



sportieve resultaten van de Rotterdamse club een grote rol.<sup>219</sup> Vaak wanneer de Rotterdamse krant Feyenoord een nuchtere havenmentaliteit toeschrijft, gebeurt dit op lovende wijze om de kracht van het succesvolle Feyenoord uit te drukken. Regelmatig wordt het karakter van Feyenoord-spelers uitgelicht en hun goede nuchtere karakter benadrukt.<sup>220</sup> Net als in de periode 1960-1974 wordt door een Rotterdamse krant een nuchtere havenmentaliteit gekoppeld aan karakters, niet zozeer aan speelstijl. Maar anders dan in de eerdere periode, legt het *Rotterdams Dagblad* in de periode 1992-2002 geen direct verband tussen een nuchtere havenmentaliteit en Rotterdam. Het is moeilijk om dit te verklaren. Wellicht bestaat van Feyenoord in de periode 1992-2002 al het beeld dat zij bij uitstek een nuchtere havenmentaliteit representeert. Dit op direct wijze verwoorden kan als overbodig worden gezien. Anderzijds kan wellicht gesteld worden dat de Rotterdamse kranten minder stedelijke sentimenten laten meespelen en zich vooral concentreren op het puur sportieve aspect.

Een ander verschil met de periode 1960-1974 is, dat Ajax relatief weinig als arrogant wordt neergezet. Kennelijk is er minder behoefte om 'de ander' met stereotypen te omschrijven. Wellicht heeft dit met de sportieve superioriteit van de Amsterdammers te maken. Hoewel Feyenoord in de periode 1992-2002 sportief opleeft, doet Ajax dit ook en overtreft zij Feyenoord.<sup>221</sup> De superioriteit van Ajax wordt in 1993 en 1995 onderstreept als zij tweemaal met 0-5 in De Kuip weet te winnen. Het lijkt erop dat de Rotterdamse kranten Ajax minder met negatieve stereotypen beschrijven als Ajax duidelijk de bovenliggende partij is. Zie hiervoor ook de periode 1960-1974. Tot eind jaren zestig wordt Ajax door het *Rotterdams Nieuwsblad* vaak als arrogant neergezet. Wanneer Ajax vanaf 1971 driemaal op rij internationaal de beste is, dicht de Rotterdamse krant de Amsterdamse club veel minder negatieve eigenschappen toe.

Maar wat wel waarschijnlijk samenhangt met de sportieve superioriteit van Ajax, is in de periode 1992-2002 de aanwezigheid van een minderwaardigheidsgevoel in het

---

<sup>219</sup> Feyenoord wordt in 1993 en 1999 landskampioen. In 2002 wint Feyenoord de UEFA Cup. Daarnaast ontvoert Feyenoord zich als een 'cupfighter' door in 1991, 1992, 1994 en 1995 de nationale beker te winnen.

<sup>220</sup> M. van der Kraan, 'We gaan voor elkaar door het vuur', *Rotterdams Dagblad* (30-3-1993); Van der Kraan, 'Hij hoort echt bij Feyenoord, he?', *Rotterdams Dagblad* (22-2-1997); Ibidem, 'Koploper leeft ontspannen toe naar topper', *Rotterdams Dagblad* (19-12-1998).

<sup>221</sup> Ajax wint aan internationaal aanzien door eerst in 1992 de UEFA Cup te winnen. In 1995 wint Ajax de Champions League (opvolger Europacup I) en in 1996 verliest Ajax de finale van de Champions League.

*Rotterdams Dagblad*. Er is met name van Feyenoorders de kritiek dat de nationale media te veel op de hand zijn van het succesvolle Ajax. Zo schrijft de Rotterdamse journalist Dick van den Polder over de NOS: '(...) die jongens hebben, als Ajax in het geding is, wel vaker moeite om een beetje neutraal te blijven.'<sup>222</sup> Feyenoord-trainer Arie Haan stelt in 1996 dat de media veel aandacht heeft voor het frivole Ajax, maar dat '(...) Feyenoord helemaal geen krediet heeft bij de media.'<sup>223</sup>

*De Telegraaf* produceert in de periode 1992-2002 totaal 89 voor- en nabeschouwingen. Elf (12%) artikelen bevatten een onderzocht beeld. In acht van de elf artikelen is een nuchtere havenmentaliteit terug te vinden die aan Feyenoord wordt toegeschreven, zie ook grafiek 3. Drie artikelen verwijzen naar een minderwaardigheidsgevoel. De artikelen die een nuchtere havenmentaliteit bevatten, zijn in zekere zin een continuering van de artikelen uit de periode 1975-1980 waar in *De Telegraaf* Feyenoord een nuchtere havenmentaliteit krijgt toegeschreven. Een nuchtere havenmentaliteit staat volgens de journalisten in relatie tot de speelstijl van Feyenoord. Termen als 'harde werkers', 'ijver', 'kracht van het collectief' en 'werkvoetbal' worden gebruikt om de speelstijl van de club te onderstrepen.<sup>224</sup>

Een aantal zaken vallen op wanneer een nuchtere havenmentaliteit aan Feyenoord wordt toegeschreven. Waar in de periode 1975-1991 het beeld van een nuchtere havenmentaliteit in relatie tot Feyenoord vooral negatief wordt benaderd, gebeurt dit in de periode 1992-2002 afwisselend positief en negatief. Zo wordt in een voorbeschouwing de 'kracht van het collectief' geroemd en dag later wordt in de nabeschouwing het 'werkvoetbal' veroordeeld omdat het de Feyenoord-spelers '(...) aan hersens ontbreekt.'<sup>225</sup> Een overeenkomst met de voorgaande periode is dat nu wederom een nuchtere havenmentaliteit in *De Telegraaf* direct wordt gekoppeld aan Rotterdam. Zo vraagt Evenblij zich in 1993 af waar '(...) die typische bootwerkersmentaliteit was waar Rotterdamers

---

<sup>222</sup> D. van den Polder, 'Feyenoord mag zonder schaamte op de counter gokken', *Rotterdams Dagblad* (8-5-1993).

<sup>223</sup> 'Het stoort me verschrikkelijk dat Feyenoord helemaal geen krediet heeft', *Rotterdams Dagblad* (23-11-1996).

<sup>224</sup> C. Taylor, 'Show Ajax smaakt naar meer', *De Telegraaf* (1-4-1993); S. Oostindie, 'Feyenoord: samen staan we sterk', *De Telegraaf* (8-5-1993); Taylor, 'Ajax wil nog geen voortrekkersrol', *De Telegraaf* (10-5-1993); H. Evenblij, 'Feyenoord geeft zich over', *De Telegraaf* (10-5-1993); Evenblij, 'Keihard werken', *De Telegraaf* (24-2-1997); Driessen, 'Hart vol van Feyenoord', *De Telegraaf* (7-8-1999).

<sup>225</sup> Oostindie, 'Samen staan we sterk'; Taylor, 'Ajax wil nog geen voortrekkersrol'.

patent op lijken te hebben?<sup>1226</sup> Hij doet deze uitspraak nadat Feyenoord een dag eerder kansloos verloor van Ajax.

In drie artikelen van *De Telegraaf* wordt verwezen naar een minderwaardigheidsgevoel bij Feyenoord. Het is opmerkelijk dat Feyenoord in de periode 1992-2002 een minderwaardigheidsgevoel door de 'Ajax-krant' krijgt toegeschreven wanneer de Rotterdamse club goede papieren heeft om Ajax te verslaan of daadwerkelijk verslagen heeft. Volgens *De Telegraaf* kampt Feyenoord met een minderwaardigheidscomplex gezien de vele (en soms grote) overwinningen van Ajax op Feyenoord uit het nabije verleden. Zo geeft Valentijn Driessen in augustus 1999 het hoofdartikel van de sportkatern de titel 'Feyenoord ontgroeit complex' nadat de Rotterdammers na vele jaren Ajax hebben verslagen.<sup>227</sup> De twee andere artikelen in *De Telegraaf* die hintten naar een minderwaardigheidsgevoel bij Feyenoord, associëren dit onderzochte beeld met Rotterdam. Zo schrijft Evenblij in december 2000, nadat Feyenoord heeft gewonnen van Ajax, dat 'Aan het Ajax-syndroom leek maar geen eind aan te komen' en dat '(...) Rotterdam helemaal gek werd van Amsterdam.'<sup>228</sup>

## 5.5 Analyse periode 2003-2009

Tussen 2003 en 2009 spelen Ajax Feyenoord achttien keer tegen elkaar. Voor zowel het *Rotterdams Dagblad* (en opvolger *AD* in 2005) als *De Telegraaf* geldt dat relatief minder gebruik wordt gemaakt van de door mij onderzochte beelden wanneer zij Feyenoord-Ajax voor- en nabespreken. Dit heeft waarschijnlijk een verband met de sportieve resultaten en minder aanzien van de clubs. Zowel Ajax als Feyenoord spelen vooral op internationaal niveau een marginale rol en daarnaast dateert het laatste landskampioenschap van Feyenoord uit 1999 tot op heden. Het *Rotterdams Dagblad* en *AD* publiceren totaal 103 artikelen waarvan vijf (5%) een onderzocht beeld bevatten. *De Telegraaf* drukt totaal 76 voor- en nabeschouwingen af en twee (3%) artikelen bevatten een onderzocht beeld.

Vier van de vijf artikelen in de Rotterdamse kranten die een onderzocht beeld bevatten, verwijzen naar een nuchtere havenmentaliteit in relatie tot Feyenoord. Zie ook grafiek 1. Wanneer een nuchtere havenmentaliteit wordt toegepast in een sportartikel,

---

<sup>226</sup> Evenblij, 'Feyenoord geeft zich over'.

<sup>227</sup> Driessen, 'Feyenoord ontgroeit complex', *De Telegraaf* (9-8-199).

<sup>228</sup> Evenblij, 'Ajax op pijnbank'.

wordt dat, net als de in voorgaande periodes, gebruikt om de goede karakters van de Feyenoorders te benoemen. Zo wordt lovend over Robin van Persie geschreven dat hij '(...) een exponent is van een uiterst bescheiden jonge lichter van Rotterdamse kant' en over Paul Bosvelt valt te lezen dat hij als 'rood-witte krachtbron' en met zijn 'wilskracht' symbool staat voor Feyenoord.<sup>229</sup> In deze artikelen wordt geen direct verband gelegd tussen een nuchtere havenmentaliteit en Rotterdam. Eén artikel verwijst in het *AD* naar een minderwaardigheidsgevoel bij Feyenoord. Columnist Chris van Nijnatten stelt het gebrek aan prijzen bij Feyenoord aan de kaak en stelt dat '(...) voetballiefhebbers uit de hoofdstad (...) op Feyenoord neerkijken.<sup>230</sup>

De twee artikelen in *De Telegraaf* die onderzocht beeld bevatten, verwijzen naar een nuchtere havenmentaliteit. Net als in de voorgaande periodes wordt met een nuchtere havenmentaliteit gedoeld op de speelstijl van Feyenoord. De termen 'strijdlust', 'verbetenheid', 'werken' en 'zwoegen' worden hier voor gebruikt.<sup>231</sup> In geen van deze artikelen wordt een verband gelegd tussen het onderzochte beeld en Rotterdam.

## 5.6 Analyse kampioenswedstrijden

In de periode 1960-1974 wint Feyenoord zes landskampioenschappen.<sup>232</sup> Wat bij de nabeschouwingen, zowel in het *Rotterdamsch Nieuwsblad* als *De Telegraaf* na het behalen van een kampioenschap in de jaren zestig opvalt, is dat Feyenoord dan nog met name de club van Rotterdam-Zuid is. Telkens wordt melding van gemaakt dat het grote feest op Zuid plaatsvindt en dat heel Zuid uitloopt voor het kampioensteam.<sup>233</sup> In de kranten komt het nadrukkelijk naar voren dat Zuid het middelpunt vormt voor de kampioensfeesten. Dat Feyenoord nadrukkelijk de club van Zuid genoemd wordt, komt in de periode 1960-1974 geen enkele keer naar voren in de voor- en nabeschouwingen van Feyenoord-Ajax. Dit geldt zowel voor de Rotterdamse kranten als voor *De Telegraaf*. Maar geleidelijk krijgen de

---

<sup>229</sup> Van der Kraan, 'Ajax heeft meer toekomst dan Feyenoord', *De Telegraaf* (10-2-2003); Ibidem, 'Finale kroon op Bosvelts werk', *De Telegraaf* (17-4-2003).

<sup>230</sup> C. van Nijnatten, 'De vraag is of de leiding van Feyenoord moet jagen op groot succes', *AD* (24-6-2006).

<sup>231</sup> Oostindie, 'Strijdlust beloond', *De Telegraaf* (17-4-2003); Dirk Kuyt is alles waar Feyenoord voor staat', *De Telegraaf* (12-4-2004).

<sup>232</sup> Feyenoord wordt in 1961, 1962, 1965, 1969, 1971 en 1974 kampioen.

<sup>233</sup> R. de Deugd, 'Feijenoord landskampioen!', *De Telegraaf* (29-5-1961); 'Zuid huldigde kampioenen met ticker-parade', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (14-5-1962); K. de Gast, 'Het was een dolle boel in Rotterdam-Zuid', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (26-4-1965); 'Rotterdam weer in hand in hand', *De Telegraaf* (27-5-1969).

kampioensfeesten van Feyenoord anders vorm. Dit komt door een 'invented tradition' uit 1970. Feyenoord wint in dat jaar de Europacup I. Het team en de technische staf worden na het behalen van de belangrijkste Europese prijs voor clubteams op het balkon van het stadhuis van Rotterdam gehuldigd en ruim 200.000 mensen juichen hen toe.<sup>234</sup> Telkens als Feyenoord daarna een grote prijs wint, wordt dat met de fans gevierd op het bordes van het stadhuis. In 1974 en 1984 wordt Feyenoord ook landskampioen. Ook dan vinden feesten op Zuid plaats, maar de festiviteiten zijn dan niet langer exclusief op Zuid. De Coolsingel neemt tevens een belangrijke plek in voor de ceremonies.

Vanaf het kampioenschap in 1993 maken de onderzochte kranten voor het eerst geen melding van een kampioensfeest op Zuid. Feyenoord wordt alleen gehuldigd op de Coolsingel. Marcel van der Kraan, journalist van het *Rotterdams Dagblad*, stipt met het landskampioenschap in 1999 zelfs aan dat tijdens het kampioensfeest de balkonscene op het stadhuis centraal staat en daar is zelfs een geheel draaiboek voor gemaakt.<sup>235</sup> Zie hiervoor ook afbeelding 4 waar in 1999 duizenden fans het feest met de Feyenoord-selectie vieren op de Coolsingel, en hoe op symbolische wijze het embleem van Feyenoord is verbonden met de binnenstad van Rotterdam. De enige keren dat er geen feest is op de Coolsingel, is in 1974 en 2002 met het winnen van de UEFA Cup door trieste omstandigheden.<sup>236</sup>

Hoewel al in de vroege jaren zestig melding wordt gemaakt dat '(...) heel de stad 'met Feyenoord meeleeft, wordt met de huldiging op de Coolsingel telkens symbolisch het beeld versterkt dat Feyenoord Rotterdam representeert als trots van de stad.<sup>237</sup> Het is uiteraard ook vrij logisch dat de beleidsmakers van Rotterdam het een prettig idee vinden dat het succes van Feyenoord ook op de stad Rotterdam mag afstralen. De woorden van de echtgenote van burgemeester Thomassen spreken in 1970 na het behalen van de grootste Europese prijs boekdelen. 'Rotterdam is jullie ontzaglijk dankbaar!', zijn de woorden die zij publiekelijk op het balkon van het stadhuis ten overstaan van alle aanwezige fans richt tot de spelers en de technische staf van Feyenoord.<sup>238</sup> De Rotterdamse beleidsbepalers maken in 1970 ook handig gebruik van het succes door de cup te stallen in een paviljoen tijdens het

---

<sup>234</sup> De Gast, 'Dit maak je nooit meer mee', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (8-5-1970).

<sup>235</sup> M. van der Kraan, 'Een dag in het teken van Het Balkon', *Rotterdams Dagblad* (26-4-1999).

<sup>236</sup> In 1974 zorgen rellen tijdens de finalewedstrijd Feyenoord-Tottenham Hotspurs voor een zwart randje. In 2002 wordt vlak voor de finale politicus Pim Fortuyn vermoord.

<sup>237</sup> 'De vlag uit als Feyenoord morgen kampioen wordt', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (27-5-1961).

<sup>238</sup> De Gast, 'Dit maak je nooit meer mee'.

C'70 festival in de binnenstad. De bezoekers van het evenement krijgen de mogelijkheid om voor een knaak met de gewonnen cup te poseren.



**Afbeelding 4:** Het *Rotterdams Dagblad* heeft op symbolische wijze het logo van Feyenoord achter deze foto bewerkt. Feyenoord en Rotterdam zijn één en vinden elkaar in het hart van de stad tijdens het kampioensfeest in 1999.

(Bron: *Rotterdams Dagblad*, 26-4-1999)

Een ander punt dat in het oog springt, is in beide kranten de volledige afwezigheid van het toeschrijven van een minderwaardigheidsgevoel aan Feyenoord. Dit geldt voor de gehele onderzoeksperiode 1960-2009 op het gebied van de kampioensartikelen. Waar *De Telegraaf* in de periode 1992-2002 Feyenoord af en toe een minderwaardigheidscomplex toeschrijft door te verwijzen naar de vele nederlagen tegen Ajax in die periode, is daar rond de kampioenswedstrijden geen sprake van. Integendeel, de club wordt vaak gefeliciteerd. Feyenoord krijgt dan vleiende benamingen als 'klasse'<sup>239</sup>, 'subliem'<sup>240</sup> en '(...) een echte voetbalkAMPIOEN'<sup>241</sup> toebedeeld.

Het onderzochte beeld van een nuchtere havenmentaliteit komt veelvuldig terug in de kampioensartikelen. Het is daarbij opmerkelijk dat het *Rotterdamsch Nieuwsblad* en *De Telegraaf* voor de kampioenswedstrijden van 1961, 1962 en 1965 Feyenoord alleen associeert met Zuid. Nergens wordt de club direct geassocieerd met een nuchtere havenmentaliteit. Pas vanaf het kampioenschap in 1969 komt daar verandering in. De spelers worden in de Rotterdamse krant 'achttien karaats Rotterdammers' genoemd en daarmee direct verwijzend naar hun nuchterheid en eenvoudigheid.<sup>242</sup> Dit gebeurt vooral in de Rotterdamse kranten. Zo wordt Feyenoord-voorzitter Guus Couwenberg bejubeld omdat hij met beide benen op de grond staat. 'Hij is teveel Rotterdammer en te weinig dromer', schrijft het *Rotterdamsch Nieuwsblad*.<sup>243</sup> De krant roemt Couwenberg dat hij nuchter blijft, ondanks dat Feyenoord hoogstwaarschijnlijk internationaal hoge ogen kan gooien met het goede spelersmateriaal. Het prijzen van de nuchtere havenmentaliteit van de Feyenoorders, met regelmatig een directe verwijzing naar Rotterdam, loopt in het *Rotterdamsch Nieuwsblad* en *Rotterdams Dagblad* door tot de laatste grote prijs in 2002. Maar daarnaast wordt het roemen van de nuchterheid in de Rotterdamse kranten ook veelvuldig gebruikt om de speelstijl van Feyenoord bewieroken. Dit gebeurt met name vanaf het kampioenschap in 1993. Termen als 'karakter', 'mouwen opstropen' en 'onverzettelijkheid' worden genoemd als een belangrijk ingrediënt voor de behaalde kampioenschappen.<sup>244</sup>

---

<sup>239</sup> M. Mensing en A. Geelof, 'Titel is resultaat van harde werken', *De Telegraaf* (27-5-1969).

<sup>240</sup> De Deugd, 'Grandioos, Feyenoord!', *De Telegraaf* 6-5-1974).

<sup>241</sup> C. Taylor, 'Wel geinig', *De Telegraaf* (1-6-1993).

<sup>242</sup> T. Schuurmans, 'Als ik die huizen zie met dat wasgoed', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (27-5-1969).

<sup>243</sup> Schuurmans, 'Als ik die huizen zie met dat wasgoed'.

<sup>244</sup> Van der Kraan, 'Ik ben nog nooit zo explosief geweest', *Rotterdams Dagblad* (1-6-1993); 'Feyenoord kampioen', *Rotterdams Dagblad* (26-4-1999).

Hierbij dient wel vermeld te worden dat de geroemde speelstijl niet direct wordt verbonden aan Rotterdam.

Maar wat wellicht het meest opmerkelijk is, is dat de kracht en de schoonheid van het collectief zo dominant wordt geroemd in de Rotterdamse kranten. Vooral vanaf 1970 begint dat met het winnen van de Europacup I. De prijs, en alle latere prijzen, is tevens een prijs van het Legioen, de trouwe supportersschare van Feyenoord.<sup>245</sup> Telkens wordt Feyenoord door journalisten, spelers en prominenten geprezen als een club van het volk. Het *Rotterdamsch Nieuwsblad* vindt het ook vreemd dat wanneer Ajax in 1971 haar eerste Europacup I wint, eerst naar paleis Soestdijk wordt gereisd om langs koningin Juliana te gaan. Wanneer Feyenoord in 1970 de Europacup I wint, rijden ze zoals een echte volksclub betaamt direct door richting de Coolingsingel om het feest met de fans te vieren. Bij Feyenoord komt het publiek op de eerste plaats, zo is de gedachte.<sup>246</sup> Maar hierbij moet wel meteen vermeld worden dat wanneer de Rotterdamse kranten verwijzen naar het 'volk', er niet direct verwezen wordt naar het Rotterdamse volk.

*De Telegraaf* begint pas met het kampioenschap van 1993 de Feyenoorders uitvoerig te complimenteren voor hun nuchtere mentaliteit, zonder dit overigens direct te koppelen aan Rotterdam. Zo wordt in 1993 trainer Willem van Hanegem op een voetstuk geplaatst vanwege zijn nuchterheid<sup>247</sup> en worden de Feyenoord-spelers in 1999 gecompimenteerd omdat het zo '(...) verfrissend om te zien is dat de spelers van Feyenoord zo normaal zijn.'<sup>248</sup> Het is opvallend dat vanaf dezelfde periode *De Telegraaf* Feyenoord roemt om haar nuchtere mentaliteit, de krant ook benadrukt dat de club een echte mooie volksclub is, zonder dit kenmerk direct in verband te brengen met Rotterdam<sup>249</sup>. In de voorgaande kampioensjaren wordt de club door *De Telegraaf* niet expliciet beschreven als een volksclub. Het is hierbij opmerkelijk dat het beeld van een nuchtere havenmentaliteit door *De Telegraaf* niet wordt toegepast op de speelstijl, maar op het karakter van de spelers. In de voor- en nabeschouwingen Feyenoord-Ajax in de *De Telegraaf* wordt het beeld van een

---

<sup>245</sup> De Gast, 'Dit maak je nooit meer mee'; Vente, 'Zeer uitbundig....maar kort', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (6-5-1974); Van den Polder, 'Als we geen kampioen worden, wordt 't een erg lange busreis', *Rotterdams Dagblad* (28-5-1993); Van der Kraan, 'Met name Clemens Zwijnenberg', *Rotterdams Dagblad* (23-4-1999).

<sup>246</sup> P. van Beckum, 'Hulde van Amsterdam voor Ajax', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (4-6-1971).

<sup>247</sup> Driessen, 'Feyenoord feestweek', *De Telegraaf* (29-5-1993).

<sup>248</sup> S. Oostindie, Feyenoord verreweg de beste', *De Telegraaf* (26-4-1999).

<sup>249</sup> Oostindie, 'Feest van iedereen;', *De Telegraaf* (1-6-1993); Evenblij, 'Goalsingel', *De Telegraaf* (26-4-1999).



nuchtere havenmentaliteit, regelmatig met een negatieve connotatie, gebruikt om de speelstijl van Feyenoord te omschrijven.

Waar *De Telegraaf* eerder mee begint dan het *Rotterdamsch Nieuwsblad*, is dat de krant vanaf 1969 volop stilstaat bij de successen van Feyenoord dat deze grotendeels gebaseerd zijn op de voetbalkwaliteiten nuchter en effectief kracht- en werkvoetbal.<sup>250</sup> In de Rotterdamse kranten worden deze eigenschappen pas in de jaren negentig qua speelstijl in de kampioensartikelen aan Feyenoord toegeschreven. Hoewel de woorden van *De Telegraaf* rond de kampioenschappen van Feyenoord lovend zijn om het succesvolle werkvoetbal te prijzen, moet tevens in acht worden genomen dat de club niet geprezen vanwege haar technisch hoogstaande voetbal. In 1961, 1962 en 1965 ligt dat nog anders. Zo wordt in 1965 Feyenoord in *De Telegraaf* omschreven als '(...) de representant van het betere voetbal.'<sup>251</sup> Het beeld van Feyenoord dat zij verzorgd kan voetballen, lijkt geleidelijk in *De Telegraaf* te verdwijnen vanaf de jaren zeventig. Ook de eerder besproken voor- en nabeschouwingen met betrekking tot Feyenoord-Ajax bevestigen dit beeld waar Feyenoord met name vanaf de jaren tachtig wordt omschreven als een club die het speltechnisch moet hebben van nuchter kracht- en werkvoetbal.

## 5.6 Deelconclusie

Het beeld van een nuchtere havenmentaliteit is in relatie tot Feyenoord het meest constant en dominant aanwezig in de Rotterdamse kranten en *De Telegraaf* tijdens mijn gehele onderzoeksperiode. Hierbij dient wel opgemerkt te worden dat *De Telegraaf* relatief minder gebruik maakt van dit onderzochte beeld. Het beeld van een nuchtere havenmentaliteit valt op te delen in twee componenten. Het heeft betrekking tot de karakters van spelers van Feyenoord, maar het kan tevens doelen op de speelstijl van de club. Hoewel een nuchtere havenmentaliteit met betrekking tot de spelopvatting (kracht- en werkvoetbal) de schijn heeft in verbinding te staan met het beeld van Rotterdam als haven- en werkstad, is hier in alle onderzochte kranten niet altijd direct bewijs voor gevonden. Dit geldt zowel wanneer de speelstijl positief als negatief wordt beschreven.

---

<sup>250</sup> Mensing en Geelof, 'Titel is resultaat van hard werken'; De Deugd, 'Grandioos Feyenoord'; Driessen, 'Feyenoord feestweek'; Oostindie, 'Feyenoord verreweg de beste'.

<sup>251</sup> De Deugd, 'Feijenoord: nu Europacup-daden', *De Telegraaf* (26-4-1965).

Er is wel een direct verband tussen Feyenoord, Rotterdam en een nuchtere havenmentaliteit wanneer het goede karakter van de spelers van Feyenoord wordt besproken. Dit directe verband is in de voor- en nabeschouwingen alleen in de Rotterdamse kranten terug te vinden en daarnaast komt dit beeld terug in de kampioensartikelen van de Rotterdamse kranten. Het verband tussen een nuchtere havenmentaliteit en sportieve uitslagen lijkt hierbij erg sterk. De goede waarden die een nuchtere havenmentaliteit kenmerken, komen vooral tot uiting in de succesperiodes 1960-1975 en 1992-2002, en in de kampioensartikelen. Hier lijkt een dimensie aan de theorie van Robson te worden toegevoegd. Een voetbalclub kan op metaforische wijze een beeld bevestigen dat bestaat van haar speelstad, of stadsdeel, waarmee zij verbonden is. Maar die metaforische kracht die de twee-eenheid tussen club en stad(sdeel) versterkt, komt in de media vooral sterk tot uiting wanneer over succes wordt geschreven. Hiermee kan meteen beweerd worden dat de interveniërende variabele van sportieve resultaten een grote rol lijkt te spelen of Feyenoord in verband wordt gebracht specifieke Rotterdamse beelden.

De goede sportieve resultaten lijken volgens de Rotterdamse kranten grotendeels tot stand te komen door het Rotterdamse no-nonsense karakter dat de spelers bezitten. Het is daarbij opmerkelijk dat Ajacieden in de periode 1960-1974 in het *Rotterdamsch Nieuwsblad* regelmatig omschreven worden als arrogant. Waarschijnlijk gebeurt dit om het positieve en unieke beeld van Feyenoord te versterken. In de periode 1992-2002 is wederom in de Rotterdamse kranten te lezen dat de Feyenoorders op positieve wijze met een Rotterdamse nuchtere havenmentaliteit worden omschreven, maar opvallend genoeg is dan haast geen gebruik van 'de ander' om dit beeld kracht bij te zetten. Dit gebeurt waarschijnlijk niet, omdat het enigszins vreemd is om de Ajacieden negatief af te schilderen wanneer zij in de onderlinge duels met Feyenoord vaak ruim de bovenliggende partij zijn.

*De Telegraaf* verschilt met de Rotterdamse kranten in het toekennen van een nuchtere havenmentaliteit aan Feyenoord, omdat zij dit vooral op positieve en negatieve doet op het gebied van speelstijl. Alleen in de kampioensartikelen wordt een nuchtere havenmentaliteit geassocieerd met het karakter van de club. Feyenoord wordt dan, net als in de Rotterdamse kranten, geprezen als een ware volksclub. In *De Telegraaf* is het opvallend dat zij Feyenoord in de periode 1975-1991, en dan vooral in de jaren tachtig, structureel een nuchtere havenmentaliteit toeschrijft. Een verklaring waarom *De Telegraaf* vanaf de jaren

tachtig Feyenoord een nuchtere havenmentaliteit toebedeelt, is omdat de club met haar spelopvatting steeds minder op Ajax gaat lijken. Waar tot in de jaren zeventig Feyenoord, net als Ajax, regelmatig geroemd wordt vanwege haar verzorgde spel, wordt de club door *De Telegraaf* vanaf de jaren tachtig gezien als vaandeldrager van het werkvoetbal en Ajax als exponent van het technisch hoogstaande voetbal. Omdat *De Telegraaf* dit beeld van Feyenoord, in positieve en negatieve zin, structureel blijft herhalen, kan wellicht bij het publiek het beeld ontstaan dat Feyenoord altijd al werkvoetbal heeft gespeeld.

Hoewel in *De Telegraaf* haast nooit een nuchtere havenmentaliteit direct in verband wordt gebracht met Rotterdam, heeft het daar wel sterk de schijn van. Veelgebruikte termen die gebruikt worden in *De Telegraaf* om een nuchtere havenmentaliteit vorm te geven, zoals 'mouwen opstropen', 'hard werken' en 'kracht van het collectief', lijken metaforisch te verwijzen naar het beeld van Rotterdam als een volkse haven- en werkstad. De theorie van Robson lijkt hier van toepassing wanneer hij beweert dat specifieke beelden die publiekelijk bestaan van een club kunnen verwijzen naar beelden van een stad, of stadsgedeelte, waar de club mee geassocieerd wordt. Daarnaast zou de theorie van Bromberger hier op kunnen aansluiten wanneer de speelstijl van een club op symbolische wijze aansluit op een beeld dat van de club en de speelstad bestaat, en wellicht versterkt de speelstijl ook dit beeld. En wanneer het beeld in *De Telegraaf* ontstaat dat Feyenoord altijd werkvoetbal heeft gespeeld, zou dit naadloos kunnen aansluiten bij het beeld van de historische identiteit van Feyenoord dat zij representatief is voor Rotterdam-Zuid waar vroeger veel bootwerkers woonden. Daarnaast kan het beeld van werkvoetbal aansluiten bij het beeld van Rotterdam als haven- en werkstad. Net als met de theorie van Robson kan een beeld van een club en stad(sdeel) elkaar bevestigen en versterken. Als van Feyenoord het beeld bestaat dat zij kracht- en werkvoetbal speelt, sluit dit aan bij het beeld van Rotterdam(-Zuid) als haven- en werkstad. Anderson kan beredeneerd worden dat van een club uit een haven- en werkstad verwacht wordt dat zij kracht- en werkvoetbal spelen.

Het onderzochte beeld van een minderwaardigheidsgevoel is met name in de periode 1992-2002 terug te vinden in de krantenartikelen. Dit geldt zowel voor de Rotterdamse kranten als *De Telegraaf*. Hierbij is het opvallend dat haast geen enkele keer een vermeend minderwaardigheidsgevoel direct wordt gekoppeld aan Rotterdam. Al hebben de uitingen van een minderwaardigheidsgevoel in de Rotterdamse kranten daar wel de schijn van. In

deze kranten wordt Ajax verweten de lieveling van de media te zijn en daardoor veel positieve aandacht te krijgen. Gelet op de beweringen van Hodos, is het een kenmerk van een global city dat in en rondom deze stad veel media zijn gevestigd.<sup>252</sup> Dit kan wellicht tot gevolg hebben dat veel van deze media subculturen uit de global city Amsterdam meer kunnen benadrukken en dat kan eventueel als gevolg hebben dat Rotterdammers op het gebied van media-aandacht zich achtergesteld voelen. Dit gevoel kan bij Feyenoorders en Rotterdammers in de periode 1992-2002 versterkt worden, omdat Feyenoord in deze periode sportief opkrabbelt na vele magere jaren en hun fans het gevoel kunnen hebben dat ze meer media-aandacht verdienen.

De onderzochte beelden van moderniteit en een wederopbouwmentaliteit ben ik tijdens het krantenonderzoek niet tegengekomen. Zowel in voor- en nabeschouwingen als met de kampioenswedstrijden niet. Er is wel één voorbeeld op het gebied van moderniteit en een wederopbouwmentaliteit dat zich in een grijs gebied bevindt, dit betreft afbeelding 3. De spotprent waar de "heldhaftige" Ajax het opneemt tegen *De Verwoeste Stad*. Het monument van Zadkine heeft onmiskenbaar een relatie met moderniteit, omdat het bombardement van 1940 indirect voor moderniteit heeft gezorgd in het centrum van Rotterdam. Anderzijds verwijst het beeld naar een Rotterdamse wederopbouwmentaliteit, omdat na het bombardement de stad opnieuw opgebouwd dient te worden. Maar het monument wordt in de spotprent niet zozeer gebruikt om het oorlogsverleden van Rotterdam uit te drukken, maar meer om de wanhoop weer te geven die tevens symbool staat voor de sportieve malaise waar Feyenoord op dat moment mee te kampen heeft. Vanwege deze reden heb ik de spotprent, en het gebruik van *De Verwoeste Stad*, niet zozeer beschouwd als uiting van moderniteit of een wederopbouwmentaliteit waar Feyenoord mee geassocieerd wordt.

---

<sup>252</sup> Zie paragraaf 2.4.

## Hoofdstuk 6      Analyse club- en supportersbladen

### 6.1      Introductie

In de paragrafen 6.2 t/m 6.4 worden de verschillende club- en supportersbladen geanalyseerd. In paragraaf 6.2 worden de supportersbladen *De Feyenoord-supporter* en *Hand in Hand* besproken. In paragraaf 6.3 het clubblad *De Feijenoorder* en in de paragraaf die volgt de *Feyenoord Krant*. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een deelconclusie. Het streven is om in dit hoofdstuk ten eerste aan te tonen welke Rotterdamse beelden de club- en supportersbladen Feyenoord toedichten en waarom. Ten tweede dient dit hoofdstuk om de verschillen en overeenkomsten aan te tonen tussen de bladen op de wijze waarop zij Feyenoord een specifiek beeld toeschrijven. Ten derde laat dit hoofdstuk zien op welke wijze kranten van club- en supportersbladen kunnen verschillen in het toeschrijven van Rotterdamse beelden aan Feyenoord. Net als met de krantenanalyse tracht ik duidelijkheid te scheppen door rekening te houden met de eerder genoemde periodes (1960-1975, 1976-1991, 1992-2002 en 2003-2009). Fenomenen en trends waarop ik ben gestuit, worden in het perspectief van een tijdsperiode besproken. Hierbij houd ik ook rekening op welke wijze zo'n fenomeen of trend in relatie staat tot de interveniërende variabele van sportieve resultaten.

### 6.2      Analyse supportersbladen

Ten eerste is in de supportersbladen *De Feyenoord-supporter* (1979-1987) en *Hand in Hand* (1987-heden) opvallend dat in de artikelen over de wedstrijden Feyenoord-Ajax geen enkele keer een onderzocht Rotterdams beeld wordt gekoppeld aan Feyenoord. Dit heeft enerzijds als reden dat de bladen geen enkele keer uitgebreid vooruitblikken op Feyenoord-Ajax. Anderzijds zijn de nabeschouwingen zeer kort en feitelijk van aard in de vorm van een summier wedstrijdverslag. Dezelfde tendensen zijn terug te vinden in *De Feijenoorder* die in paragraaf 6.3 besproken wordt. Hoogstwaarschijnlijk is de opzet van de bladen met de afwezigheid van uitgebreide voor- en nabeschouwingen te verklaren doordat deze maandelijks worden uitgegeven en daardoor in relatie tot competitiewedstrijden niet up to date zijn. Daarnaast is het bijzonder om te vermelden dat in de kampioensnummers van de supportersbladen geen specifiek stedelijk beeld van Rotterdam aan Feyenoord wordt toegeschreven.

Het is logisch dat een contactorgaan voor supporters zich bezighoudt met supporterszaken. Hierbij is het opvallend dat vanaf de jaren tachtig relatief veel artikelen in beide supportersbladen gaan over op welke wijze Feyenoord-supporters zich dienen te gedragen. Dit sluit aan bij het beeld van de Rotterdamse kranten waar in hetzelfde decennium Feyenoord ongewild onderwerp is van hooliganisme. De redacteuren van de supportersbladen houden zich bezig met de reputatie die fans van Feyenoord krijgen toebedeeld door de media. Door vandalisme en opstootjes rond de wedstrijden krijgen de fans het verwijt 'tuig' te zijn.<sup>253</sup> Mede daardoor verkondigen de redacteuren hoe een Feyenoord-fan zich dient te gedragen en ageren zij tegen diegenen die zich in hun ogen de naam van een Feyenoord-supporter te grabbel gooien.<sup>254</sup> Zo worden onder meer Feyenoord-hooligans door Saskia Hölscher 'nietige dictatortjes' genoemd.<sup>255</sup> De redacteuren ageren tegen het hooliganisme, omdat zij hopen dat met het terugdringen van supportersrellen de goede sfeer terugkeert in het stadion. Volgens sommige redacteuren staan de minder goede sfeer en teruglopende supportersaantallen in verband met elkaar.<sup>256</sup> Hoewel relatief veel artikelen gaan over het juiste gewenste gedrag van een Feyenoord-fan, wordt geen enkele keer zo'n geïdealiseerde (in)direct identiteit gekoppeld aan een stedelijk beeld van Rotterdam.

Ten derde is het opmerkelijk dat, in relatie tot de eerder besproken kranten, het beeld van een nuchtere havenmentaliteit haast niet voorkomt in de supportersbladen. Alleen eind jaren tachtig en begin jaren negentig komt het een enkele keer ter sprake. Het is hierbij opvallend dat Feyenoord-speler André Stafleu eerder tijdens een interview uit 1980 beweert dat het bestuur zich moet inspannen om meer toppers naar De Kuip te halen, want '(...) op harde werkers raken de mensen ook op uit gekeken.'<sup>257</sup> Aan het einde van de jaren tachtig en begin jaren negentig, wanneer Feyenoord in sportief zwaar weer verkeert, luidt *Hand in Hand* juist de noodklok dat Feyenoord te weinig 'werkers' en 'karaktervoetballers' in

---

<sup>253</sup> Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P1874. J., Bakker, 'Wat een tuig zijn we toch', *De Feyenoord-supporter*, 3e jrg., nr. 2 (1981) 9.

<sup>254</sup> Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P1874. E. van Rooijen, 'Feyenoord's prestaties gebaat bij positieve houding fans', *Hand in Hand*, jrg. 9, nr.10 (1988) 2; J. Floor, 'Vanaf de tribune gezien', *Hand in Hand*, jrg. 11, nr. 8 (1989) 16; S. Hölscher, 'De zwijgende meerderheid is het slachtoffer', jrg. 11, nr.10 (1989) 7.

<sup>255</sup> Hölscher, 'Feyenoord verjongt!', jrg. 11, nr. 10, 8.

<sup>256</sup> J. van der Schoor, 'Spel of show', *De Feyenoord-supporter*, jrg. 1, nr. 2 (1979) 5.

<sup>257</sup> 'Signalement', *De Feyenoord-supporter*, jrg. 2, nr.4 (1980).

de ploeg heeft '(...) zoals we in Rotterdam graag zien.'<sup>258</sup> Hier wordt het beeld van een juiste arbeiders- en havenwerksmentaliteit aan het juiste karakter gekoppeld dat een Feyenoord-voetballer dient te hebben en tevens wordt het in verband gebracht met de speelstijl van de club. Kennelijk wordt door *Hand in Hand* een goede Rotterdamse werkmentaliteit als het juiste basisingrediënt beschouwd om Feyenoord weer terug aan de top te brengen. Het is hierbij opvallend dat deze uitspraak wordt gedaan in tijden van sportieve crisis. In de Rotterdamse kranten wordt een nuchtere havenmentaliteit juist aan de karakters van Feyenoord-spelers toegedicht tijdens momenten van succes. Maar de symbolische waarde van een nuchtere havenmentaliteit komt in de clubbladen en kranten wel overeen: wanneer Feyenoord-spelers een nuchtere havenmentaliteit bezitten, dan volgt er succes.

Overigens claimen de eerder geïntroduceerde sportjournalisten Evenblij, Ocks en Vente dat de leiding van Feyenoord nooit bewust werkvoetballers heeft gehaald, omdat deze zouden aansluiten bij de gedachte dat de club werkvoetbal moet spelen.<sup>259</sup> Zij beweren dat Feyenoord altijd spelers heeft gehaald die ten eerste die budgettair haalbaar waren en er werd specifiek ingekocht voor bepaalde posities waar meer kwaliteit nodig was.<sup>260</sup> Met de komst van sportieve successen in de periode 1992-2002 verstomt de oproep in *Hand in Hand* om een typisch Rotterdamse werkmentaliteit terug te zien op het veld. Wellicht heeft dit mede te maken dat het Feyenoord na 1991 wordt geroemd omdat ze juist spelers bezitten waarvan het beeld bestaat dat zij een nuchtere havenmentaliteit bezitten, zoals 'Rambo' John de Wolf en 'Kung Fu' Henk Fraser die vaak met termen als 'mouwen opstropen' en 'hard werken' worden geassocieerd.<sup>261</sup> Nadat met winst van de UEFA Cup in 2002 geleidelijk een einde komt aan de succesvolle periode van Feyenoord, wordt tussen 2002 en 2009 geen oproepen meer in *Hand in Hand* geconstateerd dat meer Rotterdams werkvoetbal het succes weer kan terugbrengen.

Ten vierde springt in het oog dat een minderwaardigheidsgevoel nagenoeg afwezig is in de supportersbladen. In de jaren tachtig heeft *De Feyenoord-supporter* een rubriek waar een blik op andere media wordt geworpen op de manier waarop zij over Feyenoord schrijven. Zelfs na (grote) nederlagen tegen Ajax wordt in deze rubriek niet geageerd tegen

---

<sup>258</sup> S. Hölscher, 'Feyenoord verjongt', *Hand in Hand*, jrg. 10, nr.6 (1989) 3.

<sup>259</sup> Interview Henk Evenblij; Interview Piet Ocks; Interview Rob Vente.

<sup>260</sup> *Ibidem*.

<sup>261</sup> F. Vogel, 'Jeugd moet Feyenoord uit identiteitscrisis halen', *Hand in Hand*, jrg. 20, nr.8 (1998) 29.

de 'Ajax-krant' *De Telegraaf* of de Amsterdamse krant *Het Parool* wanneer zij positief over Ajax schrijven. Alleen in de periode 1992-2002 zijn er enkele artikelen in *Hand in Hand* die hintten naar een 'second city syndroom'. Verschillende malen wordt geklaagd dat de landelijke media, en dan met name de NOS, Ajax voortrekt en de club overdreven bewierookt.<sup>262</sup> Het is opvallend dat soortgelijke voorbeelden in dezelfde periode ook voorkomen in de Rotterdamse kranten met voor- en nabeschouwingen op Feyenoord-Ajax.

Het Rotterdamse beeld van moderniteit is afwezig in de supportersbladen. Ook het Rotterdamse beeld van een wederopbouwmentaliteit is nagenoeg afwezig. Slechts één keer wordt daarnaar verwezen. Alleen in 1990, als Rotterdam 650 jaar stadsrechten viert, is in *Hand in Hand* te lezen dat '(...) Rotterdam niet kapot is te krijgen en Feyenoord ook niet. Op de 650e verjaardag van Rotterdam laten we zien wat terugvechten is!'<sup>263</sup> Hiermee doelt de redacteur mede op de sportieve inhaalslag die Feyenoord na teleurstellende jaren dient te maken.

### 6.3 Analyse De Feijenoorder

Wat opvallend is in het officiële clubblad *De Feijenoorder* (1917-1983), is dat in de periode 196-1974 het onduidelijk is of Feyenoord beschouwd moet worden als de representant van Rotterdam-Zuid of van de gehele stad Rotterdam. Net als in de eerder besproken kranten wordt in de kampioensnummers, tot het kampioenschap van 1984, nadrukkelijk het feest op Rotterdam-Zuid in beeld gebracht.<sup>264</sup> Zo valt in 1965 te lezen dat '(...) Feijenoord een begrip op Zuid is' en dat '(...) de rijtoer door Zuid een groot succes is.'<sup>265</sup> Maar tevens wordt in de kampioensnummers, door de redacteurs van het blad en door Rotterdamse stadsbestuurders, Feyenoord geprezen als een club waar heel Rotterdam trots op kan zijn.<sup>266</sup> Niet alleen rond kampioenswedstrijden wordt Feyenoord gezien als de representant van Rotterdam. Op 13 november 1966 speelt Feyenoord uit bij Ajax zonder de steun van de

---

<sup>262</sup> Y. Matthijsse, 'Forumavond leidt tot discussie', *Hand in Hand*, jrg. 15, nr.10 (1993) 18; T. Brands, 'Waardering', *Hand in Hand*, jrg. 16, nr.4 (1994) 34; Ibidem, 'Sjonnie', *Hand in Hand*, jrg. 17, nr. 2 (1995) 3.

<sup>263</sup> S. Hölscher, 'De bal is rond', *Hand in Hand*, jrg. 12, nr. 1 (1990) 5.

<sup>264</sup> Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer 1137. *De Feijenoorder*, jrg. 45, nr. 7 (1961) 62 en 65; L. Heesakker, 'Een moeilijk seizoen, prachtig besloten', *De Feijenoorder*, jrg. 53, nr. 7 (1969) 181.

<sup>265</sup> Heesakker, 'De nasleep', *De Feijenoorder*, jrg. 49, nr. 5 (1965) 135.

<sup>266</sup> Heesakker, 'Rotterdamse belangen', *De Feijenoorder*, jrg. 51, nr. 1 (1967) 13; *De Feijenoorder*, jrg. 51, nr. 1 (1967) 13; Ibidem, 'Een moeilijk seizoen, prachtig besloten' 181; R. Langerak, 'Feijenoord aan de Europese top!', *De Feijenoorder*, jrg. 54, nr. 6 (1970) 131.



eigen fans.<sup>267</sup> De KNVB stelt deze maatregel in ten behoeve van de veiligheid. Scheidsrechter Leo Horn vraagt zicht openlijk af '(...) wie nou een hele stad als Rotterdam buitenspel zet?'<sup>268</sup> Wanneer Feyenoord wordt beschreven als de representant voor de gehele stad Rotterdam, wordt er niet verwezen naar een specifiek Rotterdams beeld welke de club en de stad gezamenlijk uitdragen.

Een uniek beeld, ten opzichte van de andere onderzochte club- en supportersbladen, is dat in *De Feijenoorder* regelmatig wordt geschreven dat Feyenoord de verpersoonlijking is van het verzorgde en hoogstaande voetbal.<sup>269</sup> Dit gebeurt met name in de jaren zestig. Het label 'werkvoetbal' lijkt dan nog niet van toepassing op Feyenoord en ook de karakteristieke trekken van 'karaktervoetballers' lijken minder van toepassing op de club uit Rotterdam-Zuid. De uitspraak van Piet de Wolf, oud-trainer van Feyenoord, uit 1961 spreekt boekdelen: 'Artisticiteit en succes vormen samen het BEGRIP FEIJENOORD'.<sup>270</sup> Jaren later beaamt Fred Blankemeijer, oudgediende van Feyenoord<sup>271</sup>, dat zijn club altijd bekend heeft gestaan als een technische ploeg en dat jammer genoeg de laatste decennia het clichébeeld van Feyenoord als verbeelding van het werkvoetbal is gaan domineren.<sup>272</sup> Het beeld van Feyenoord als representant van het werkvoetbal begint met name vanaf het seizoen 1968/'69 in de media vorm te krijgen. Feyenoord wordt dat jaar kampioen, maar krijgt veel kritiek te voortduren op de speelstijl, want die zou teveel op kracht gebaseerd zijn en te weinig op technische vermogens.<sup>273</sup> Hoewel kracht- en werkvoetbal de schijn heeft om in verband te staan met de havenmentaliteit van Rotterdam, zijn er geen directe aanwijzingen in *De Feijenoorder* dat deze kritiek in verband wordt gebracht met een stedelijk beeld van Rotterdam als haven- en waterstad.

Maar in de periode 1960-1974 publiceert *De Feijenoorder* regelmatig artikelen die wel Feyenoord direct verbinden aan het beeld van Rotterdam als haven- waterstad. Zo krijgt burgemeester Van Walsum in het kampioensnummer van 1961 de ruimte om te beweren

---

<sup>267</sup> Heesakker, 'Rotterdamse belangen'.

<sup>268</sup> *Ibidem*.

<sup>269</sup> *De Feijenoorder*, jrg. 45, nr. 7 (1961) 132; Heesakker, 'Eén en twee', *De Feijenoorder*, jrg. 48, nr. 3 (1964) 5.

<sup>270</sup> *De Feijenoorder*, jrg. 45, nr. 7 (1961) 144.

<sup>271</sup> Fred Blankemeijer (1926-2010) was van 1940 tot 2008 verbonden aan Feyenoord. Eerst als speler, later onder meer als bestuurder en perschef.

<sup>272</sup> Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P2673. M. van Egmond, 'Fred Blankemeijer. De emeritus', *Feyenoord Krant*, jrg 6., nr 20 (1999) 14.

<sup>273</sup> A. Couwenberg, 'Onze dubbel', *De Feijenoorder*, jrg. 53, nr. 6 (1969) 164.

dat het kampioenschap door '(...) door grote inspanning en eerlijke strijd tot stand kwam. Op echt Rotterdamse manier dus!<sup>274</sup> In 1965 beweert Feyenoord-voorzitter Cor Kieboom dat Feyenoord goed past bij de Linkermaasoever van Rotterdam, omdat daar 'wordt gewerkt'.<sup>275</sup> Hier wordt duidelijk de associatie gemaakt tussen Rotterdam-Zuid, waar een nuchtere havenmentaliteit heerst, en Feyenoord die tevens uiting geeft aan die mentaliteit. In datzelfde jaar drukt *De Feijenoorder* ook een speelse afbeelding af die Feyenoord op symbolische verbindt met het beeld van de havenstad Rotterdam en vice versa (zie afbeelding 5). En in 1974 legt de redacteur het verband tussen Feyenoord en haar historische arbeidersidentiteit door te verwijzen naar '(...) dat de club geboren is uit het enthousiasme en de wilskracht van de werkers uit het oude Rotterdam.'<sup>276</sup> Maar wat wellicht het best structureel de band tussen Feyenoord en het beeld van Rotterdam als haven- en waterstad laat zien, is de cover van *De Feijenoorder* (zie afbeelding 6) waar verschillende facetten van Rotterdam als haven- en werkstad samenkomen. In al deze bovengenoemde voorbeelden staan met name de karaktereigenschappen van een Feyenoorder centraal die in verband staan met een mentaliteit die Rotterdam als haven- en waterstad typeert.

Een ander onderzocht beeld dat regelmatig terugkomt in *De Feijenoorder*, is het minderwaardigheidsgevoel. Dit komt met name in de periode 1960-1974 voor. Dit gevoel komt vooral tot stand op welke wijze de media met Feyenoord omgaan en hoe zij in de ogen van *De Feijenoorder* een voorkeur hebben voor Amsterdam en Ajax. Het minderwaardigheidsgevoel komt vooral terug in de jaren zestig. Zo wordt onder meer in 1961 in een kleine voorbeschouwing op Ajax-Feyenoord door de redacteur van het clubblad beweert dat Feyenoord '(...) op naar de mooiste stad van ons land gaat. Dat horen we 10 tot 15 keer per week in liedjes door de radio.'<sup>277</sup> En na het Feyenoord-kampioenschap van 1969 deelt de redacteur een sneer uit, naar onder meer *De Volkskrant*, door te beweren dat '(...) Amsterdammers liever Ajax kampioen zien worden.'<sup>278</sup> Het is hierbij vaak opvallend dat *De Feijenoorder* ageert tegen Amsterdam dat als middelpunt van alle media-aandacht lijkt te

---

<sup>274</sup> *De Feijenoorder*, jrg. 45, nr. 7 (1961) 131.

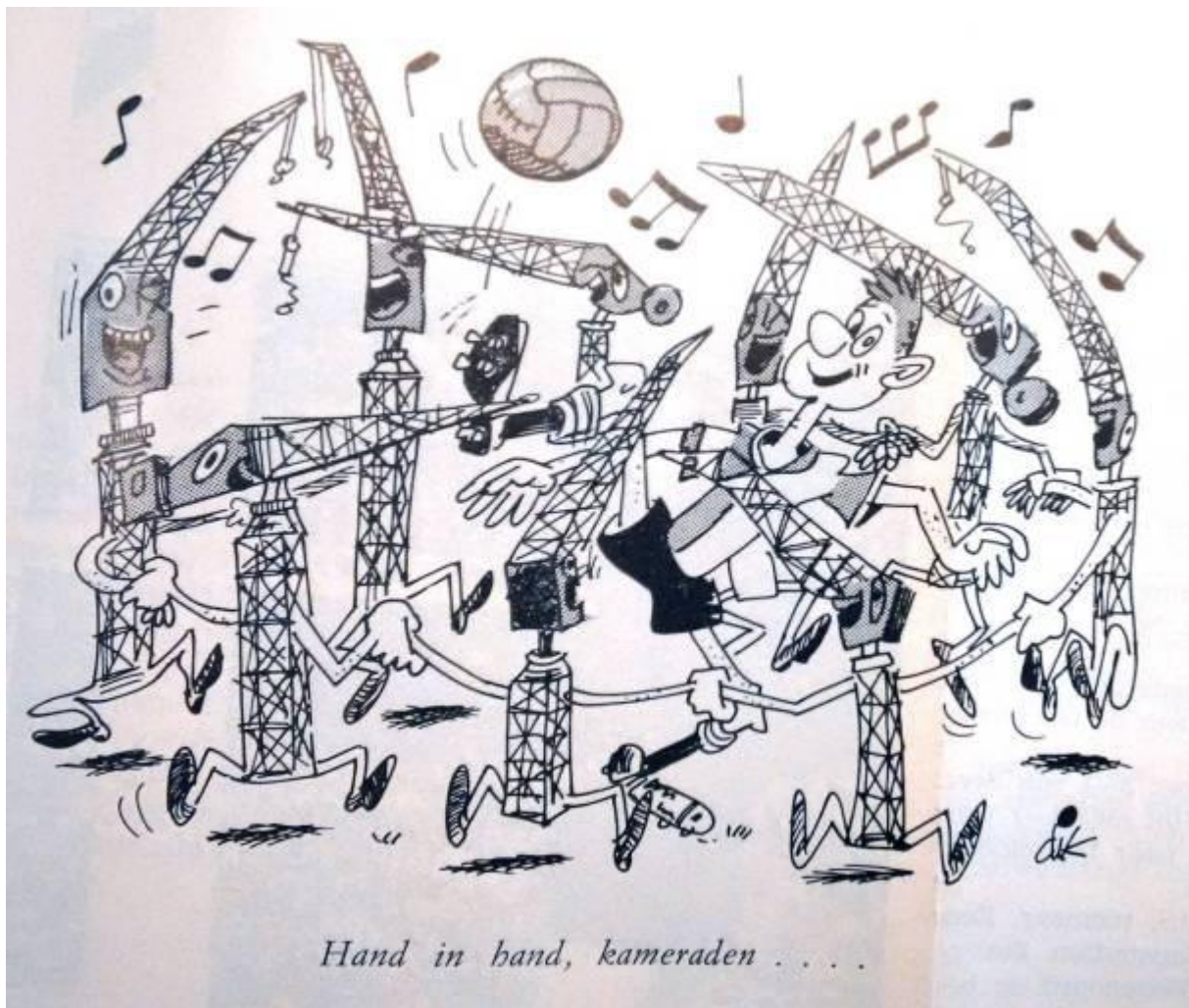
<sup>275</sup> Heesakker, 'De nasleep', *De Feijenoorder*, jrg. 49, nr. 5 (1965) 135.

<sup>276</sup> Ibidem, 'Feyenoord kampioen van Europa!', *De Feijenoorder*, jrg. 58, nr. 6 (1974) 135.

<sup>277</sup> 'Losse notities', *De Feijenoorder*, jrg. 45, nr. 3 (1961) 57.

<sup>278</sup> Heesakker, 'Wij zijn weer landskampioen!', *De Feijenoorder*, jrg. 53, nr. 6 (1969) 129.

gelden en de kritiek is niet zozeer tegen Ajax gericht.<sup>279</sup> Ajax wordt ook vaak gefeliciteerd met overwinningen op Feyenoord of met behaalde (inter)nationale titels.<sup>280</sup> Het is meer stedelijke rivaliteit die in *De Feijenoorder* heerst dan sportieve rivaliteit tussen Ajax en Feyenoord. Het plaatsen van een grote foto in het clubblad (zie afbeelding 7) van een RET-tram die op het Leidseplein rijdt, onderstreept het belang van stedelijke rivaliteit in het clubblad.



**Afbeelding 5:** De typische kranen van de (Rotterdamse) haven zingen samen met een Feyenoord-speler 'Hand in hand, kameraden', het lijflied van Feyenoord.

(Bron afbeelding: *De Feijenoorder*, jrg. 49, nr. 6. 119).

---

<sup>279</sup> 'Losse notities'.

<sup>280</sup> Ibidem, 'Eén en twee'; ibidem, 'Bravo Ajax!', *De Feijenoorder*, jrg. 53, nr. 5 (1969).

Een verwijzing naar het beeld van Rotterdam als moderne stad en stad met een wederopbouwmentaliteit, komt slechts één keer voor in *De Feijenoorder*. Maar het voorbeeld legt niet alleen een verband tussen Feyenoord en Rotterdam als moderne wederopbouwstad, maar doelt indirect tevens naar mijns inzien op de stedelijke rivaliteit tussen Amsterdam en Rotterdam. In 1968 wordt in een artikel uitgebreid stilgestaan bij de komst van de Rotterdamse metro.<sup>281</sup> Het verwijst naar Rotterdam als moderne stad met een wederopbouwmentaliteit, omdat de komst van de metro past bij de stad die bekend staat dat zij zich 'aanpast' aan de moderne tijd en dat gaat gepaard met een mentaliteit dat het best te omschrijven valt als 'altijd blijven doorzetten'.<sup>282</sup> Tevens kan het bespreken van de komst van de metro als een steek onder water aan het adres van Amsterdam beschouwd worden, omdat wordt benadrukt dat Rotterdam de eerste metro van het land heeft.

In 1983 houdt *De Feijenoorder* op te bestaan en wordt het opgevolgd door *Feyenoord Magazine*. In dit blad worden nagenoeg geen stedelijke beelden van Rotterdam gekoppeld aan Feyenoord. Wat wel in dit cluborgaan opvallend is, is dat vanaf eind jaren tachtig de sportieve en bestuurlijke crisis van de club vaak wordt besproken. In een aantal artikelen wordt gepleit dat Feyenoord, zowel in de bestuurskamer als op het veld, te weinig echte Rotterdammers in dienst heeft.<sup>283</sup> De verwachting is dat wanneer de club meer Rotterdammers in dienst heeft, dat Feyenoord afscheid neemt van een identiteitscrisis en dat succes vanzelf weer komt. Jeannette Floor en Hans Fortuin beweren beide dat hier voornamelijk bedoeld wordt dat een echte Rotterdam een mentaliteit van 'geen woorden maar daden' heeft.<sup>284</sup> Ook hier, net als in de Rotterdamse kranten en *Hand in Hand*, wordt sportief succes verbonden aan het bezitten van nuchtere havenmentaliteit dat een Feyenoorder moet bezitten en dat als voorwaarde geldt voor succes.

---

<sup>281</sup> Ibidem, 'Rotterdam heeft een metro', *De Feijenoorder*, jrg. 52, nr. 2 (1968) 36.

<sup>282</sup> Ibidem, 'Rotterdam heeft een metro'.

<sup>283</sup> Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P2369. P. Spelbrink, 'Van de hoofdredactie', *Feyenoord Magazine*, jrg. 6, nr. 5 (1989) 3; T. Heesakker, 'Het was kil en koud', *Feyenoord Magazine*, jrg. 8, nr. 1 (1991) 1; H. Ager, 'Feyenoorders, Rotterdammers gezocht met roodwitte harten', *Feyenoord Magazine*, jrg. 8, nr. 4 (1991) 5.

<sup>284</sup> Interview Jeannette Floor; Interview Hans Fortuin



**Afbeelding 6:** Voorkant clubblad *De Feijenoorder*. Deze afbeelding vind ik op elk voorblad terug van *De Feijenoorder* voor mijn gehele onderzoeksperiode. De tekst 'Uit eigen kracht voortgebracht' slaat met name op de groei van Feyenoord als club en het realiseren van De Kuip. De club is onder meer groot geworden door de vele arbeiders die lid waren en Feyenoord weet met name tussen de jaren vijftig en zeventig veel inkomsten te genereren door hoge bezoekersaantallen. Mede door veel leden en veel belangstelling voor de club, en door een lening van de bank, kon daardoor De Kuip in 1937 gerealiseerd worden. De sterke arm die het stadion omhoog houdt kan verwijzen naar het belang van Rotterdamse arbeiders. De schepen en het water verwijzen naar Rotterdam als havenstad.

(Bron afbeelding: *De Feijenoorder*, jrg. 45, nr. 5 (1961).

## Amsterdammers, op naar het Feyenoord-stadion



*Deze RET-tram reed in Amsterdam*

*(zie volgende pagina).*

203

**Afbeelding 7:** In 1975 rijdt een RET-tram met bestemming 'Feyenoord-stadion' over het Leidseplein in Amsterdam. De RET-tram werd ingezet om een nieuwe tramlijn te testen. *De Feijenoorder* drukte paginagroot deze afbeelding af.

(Bron: *De Feijenoorder*, jrg. 59, nr. 10 203-204.)

#### 6.4 Analyse *Feyenoord Krant*

De *Feyenoord Krant* start in 1993 en uiteindelijk gaat *Feyenoord Magazine* in 1995 op in deze krant. In een aantal opzichten lijkt de *Feyenoord Krant* op zijn "voorganger". Veel artikelen rond de wedstrijden van Feyenoord zijn neutraal vanuit sportjournalistiek oogpunt geschreven en er komen relatief weinig Rotterdamse onderzochte beelden aan bod in relatie tot de clubcultuur van Feyenoord. Geen enkele keer wordt Feyenoord in verband gebracht met de onderzoeksvariabele moderniteit of een wederopbouwmentaliteit. Slechts één keer wordt Feyenoord in verband gebracht met het onderzochte beeld van haven- en waterstad.<sup>285</sup>

Maar in één opzicht vormt de *Feyenoord Krant* een unieke bron ten opzichte van alle andere onderzochte bronnen. De Rotterdamse acteur, schrijver en zanger Gerard Cox schrijft een vaste column in het blad. In een deel van deze columns veroordeelt Cox het hooliganisme van Feyenoord-fans, maar het overgrote deel gaat in de periode 1992-2002 over een minderwaardigheidscomplex. Een deel van de columns is gericht tegen de massamedia die Amsterdam en Ajax gunstig gezind zijn. Zo walgt Cox er onder meer van dat met name de *NOS* en *De Volkskrant* - vooral Mart Smeets van *Studio Sport* en Paul Onkenhout van de sportafdeling van *De Volkskrant* moeten het ontgelden - Ajax regelmatig 'Godenzonen' noemen en dat ze ervoor pleiten dat in het Nederlands Elftal voornamelijk Ajacieden moeten spelen.<sup>286</sup> Cox noemt de media daarom regelmatig de 'Mokumse Mafia' of spreekt ironisch van 'mijn Amsterdamse vrienden'.<sup>287</sup> Een ander deel van zijn columns waar een minderwaardigheidsgevoel centraal staat, verhaalt over de arrogantie van Ajacieden en Amsterdammers, vaak vertaald in termen als 'Amsterdams gesnoef', 'hoogmoed' en 'superioriteitsgevoel'.<sup>288</sup> Hierbij is het kenmerkend dat Cox zich vaak als een echte Rotterdammer opstelt door onder meer typisch Rotterdamse termen te gebruiken, zoals 'de

---

<sup>285</sup> Voorzitter Jorien van den Herik zegt na het behalen van het landskampioenschap in 1999 dat Feyenoord zich niet kan veroorloven achterover te leunen, want '(...) er moet nog steeds hard gewerkt worden, zoals een echte Rotterdammer betaamt.' Bron: J. van den Herik, 'Cox, Jorien en Leo op 2', *Feyenoord Krant*, jrg. 6, nr. 20 (1999) 2.

<sup>286</sup> G. Cox, 'Onrendabel superioriteitsgevoel', *Feyenoord Krant*, jrg. 1, nr. 8 (1993) 2; Cox, 'Wierook', *Feyenoord Krant*, jrg. 1, nr. 18 (1994) 2.

<sup>287</sup> Ibidem, 'Amsterdamse Oranje-blubber', *Feyenoord Krant*, jrg. 1, nr. 7 (1993) 2.

<sup>288</sup> Ibidem, 'Onrendabel superioriteitsgevoel'; Ibidem, 'Over Bosz, De Kromme, twee middenlinies en die Esajas', *Feyenoord Krant*, jrg. 2, nr. 18 (1995) 2; Ibidem, 'Koois en Cox op 2', *Feyenoord Krant*, jrg. 4, nr. 9 (1996) 2.

bal een kaan geven' (de bal een schop geven).<sup>289</sup> Mede omdat hij zichzelf als een echte Rotterdammer ziet, oordeelt hij regelmatig hard over de door hem verfoeide laffe Rotterdamse underdogmentaliteit ten opzichte van Amsterdam en Ajax.<sup>290</sup> Hoewel Cox beweert dat zijn aversie tegen de massamedia, Ajax en Amsterdam grotendeels cabaret is en vooral niet serieus genomen moet worden<sup>291</sup>, speelt hij wel met het beeld dat Feyenoord en Rotterdam met een minderwaardigheidsgevoel kampen. En dit lokt veel reacties uit.

Deze reacties zijn onder te verdelen in steunbetuigingen en reacties van mensen die zijn columns afkeuren. Zo noemt de Rotterdamse televisiemaker, en Feyenoord-supporter, Joris Lutz gekscherend de columnschrijver een 'Feyenoordfundamentalist'.<sup>292</sup> Ajax-voorzitter Michael van Praag neemt de columns serieuzer en beweert dat Cox met zijn columns fans van Ajax en Feyenoord aanzet tot haat en zijn uitlatingen dragen niet bij om hooliganisme terug te dringen.<sup>293</sup> De *Feyenoord Krant* publiceert regelmatig ook brieven van fans die gericht zijn aan Cox. Uit deze brieven valt op te maken dat ongeveer de helft van de inzenders de columnist steunt en de andere helft hem bekritiseert. Degenen die hem steunen, hekelen vooral dat de media Ajax vaak ophemelen, zoals Wiebe van Onna uit Huissen die er 'kotsmisselijk' van wordt dat Ajax 'altijd aangebeden' wordt.<sup>294</sup> Fans die kritiek uiten op Cox vrezen vooral dat door de columns Feyenoord niet meer het label 'minderwaardigheidscomplex' kwijtraakt en zij hekelen zijn opjuttende stijl, zoals D. Barends die Cox verwijt een 'hooligan-met-pen' te zijn.<sup>295</sup> Hoewel het altijd discutabel blijft of het beeld van Feyenoord die achtergesteld wordt door de massamedia op waarheid berust, geeft in 2003 een ervaringsdeskundige uit Hilversum Cox wel gelijk. Sportjournalist Theo Reitsma is van mening dat veel sportjournalisten een voorkeur hebben voor Ajax omdat Ajax dichterbij Hilversum ligt.<sup>296</sup>

Van Egmond, lange tijd hoofdredacteur van *De Feyenoord Krant*, durft anno 2016 geen schatting te maken of daadwerkelijk alle ingezonden brieven toentertijd aan het adres

---

<sup>289</sup> Ibidem, 'De wet van de remmende voorsprong', *Feyenoord Krant*, jrg. 2, nr. 16 (1995) 2.

<sup>290</sup> Ibidem, 'Onrendabel superioriteitsgevoel'; Ibidem, 'Cox, Jorien en Jan D. op 4', *Feyenoord Krant*, jrg. 7, nr. 4 (1999) 4.

<sup>291</sup> Vente, 'Zo kennen we Cox weer', *Feyenoord Krant*, jrg.5, nr. 19 (1998) 11.

<sup>292</sup> Cox, 'De wet van de remmende voorsprong'.

<sup>293</sup> Ibidem, 'Koos en Cox op 2', *Feyenoord Krant*, jrg. 3, nr. 8 (1995) 2.

<sup>294</sup> W. van Onna, 'Media', *Feyenoord Krant*, jrg. 2, nr. 18 (1995) 19.

<sup>295</sup> D. Barends, 'De pot verwijt de ketel, zo is 't toch', *Feyenoord Krant*, jrg. 6, nr. 20 (1999) 23.

<sup>296</sup> 'Theo Reitsma: 'Ajax ligt voor Hilversum dichtbij'', *Feyenoord Krant*, jrg. 10, nr. 14 (2003) 19.



van Cox de verhouding hebben van 50% voor en 50% tegen de columnist.<sup>297</sup> Wat Van Egmond zich wel weet te herinneren, is dat de columnist destijds vaak in *De Kuip* op zijn schouders wordt geslagen voor zijn kritische columns.<sup>298</sup> Voor Van Egmond komt het in het begin als een verrassing dat Cox over het minderwaardigheidsgevoel van Feyenoord en Rotterdam schrijft.<sup>299</sup> Hij weet niet of dit gevoel bij de columnist vanaf de jaren negentig begint te spelen of dat Cox, als Feyenoorder en Rotterdammer, al decennialang met dit gevoel rondloopt. Wat hij zich wel meent te herinneren, is dat de gevleugelde uitspraak van Cox, 'Feyenoord-supporter ben je niet voor je lol', ongeveer half jaren negentig ontstaat.<sup>300</sup> Ook de eerder geïntroduceerde Hans Fortuin beaamt dit.<sup>301</sup> Mocht deze hartenkreet van de columnist inderdaad in die periode geuit zijn, dan onderstreept die wel het "slachtofferrepertoire" van de columnist in *De Feyenoord Krant*. Van Egmond beweert wel dat Cox daadwerkelijk destijds het oprechte gevoel heeft dat Feyenoord en Rotterdam worden achtergesteld in de media ten opzichte van Ajax en Amsterdam.<sup>302</sup> Op mijn vraag of Cox werd gestuurd met zijn onderwerpen in zijn columns is Van Egmond heel stellig. 'Ten eerste hoor je columnisten niet te sturen en ten tweede is Cox niet de man die gestuurd wil worden', aldus de voormalig hoofdredacteur van de *Feyenoord Krant*.<sup>303</sup> Tenslotte voegt Van Egmond eraan toe dat Cox als columnist de plank zeker niet missloeg, want een columnist moet prikkelen en het debat aanwakkeren.<sup>304</sup> De (ingezonden) brieven van fans en reacties van prominente Nederlanders zijn het bewijs dat de columnist zijn doel had bereikt.

#### 6.4 Deelconclusie

In de supportersbladen *De Feyenoord-supporter* en *Hand in Hand* worden relatief weinig onderzochte stedelijke beelden gebruikt om de clubcultuur van Feyenoord vorm te geven. Het is in *Hand in Hand* wel opvallend dat eind jaren tachtig, in tijden van sportieve crisis, de roep om "echte" Rotterdammers voor op het veld sterk wordt. Echte Rotterdammers staan blijkbaar met hun arbeidsethos en goede karakter synoniem voor daadkrachtig succesvol

---

<sup>297</sup> Interview Michel van Egmond.

<sup>298</sup> *Ibidem*.

<sup>299</sup> *Ibidem*.

<sup>300</sup> *Ibidem*.

<sup>301</sup> Interview Hans Fortuin.

<sup>302</sup> Interview Michel van Egmond.

<sup>303</sup> *Ibidem*.

<sup>304</sup> *Ibidem*.

optreden om de club uit een diep dal te halen. Hier wordt wel op duidelijke wijze Feyenoord gekoppeld aan het beeld van Rotterdam als haven- en waterstad met de bijhorende non-nonsense mentaliteit. Net zoals in de Rotterdamse kranten staat in *Hand in Hand* zo'n houding en mentaliteit synoniem voor succes en verklaart het tevens succes, of het gebrek daaraan wanneer Feyenoord-spelers niet over een nuchtere havenmentaliteit beschikken. Hiermee wordt nogmaals het belang van de interveniërende variabele 'sportieve uitslagen' bevestigd wanneer en op welke wijze specifieke beelden van Rotterdam aan Feyenoord worden toegeschreven.

*De Feijenoorder* verschilt sterk van de andere club- en supportersbladen omdat zij vooral benadrukt dat Feyenoord vooral een club van Rotterdam-Zuid is en dat Feyenoord vooral op voetbalgebied een naam hoog te houden heeft met technisch verfijnd voetbal. De latere bladen uit de jaren tachtig en negentig vertegenwoordigen minder deze beelden. Daarnaast draagt *De Feijenoorder* sterk uit dat Feyenoord haar historisch bestaansrecht ontleend aan de arbeidersbevolking die al lange tijd op Zuid leeft en dat deze mensen, en Feyenoord, een sterke band met de Rotterdamse haven hebben. Het voorblad van *De Feijenoorder* verbeeldt dit op symbolische wijze. Hoewel dit gegeven het beeld lijkt te onderstrepen dat *De Telegraaf* in de periodes 1975-1991 en 1992-2002 indirect stelselmatig beweerd dat Feyenoord van oudsher een volkse arbeidersclub is, is het grote verschil met *De Feijenoorder* dat zij laten zien dat een arbeidersclub zeker niet automatisch geassocieerd moet worden met 'werkvoetbal'. In dit geval lijkt de theorie van Bromberger, dat een speelstijl aansluit bij het beeld van een club en het beeld dat bestaat van de speelstad, niet van toepassing. Anderzijds kan tevens beweerd worden dat de associatie tussen arbeidersclub en werkvoetbal een relatief nieuw fenomeen is. Wellicht was de combinatie frivool voetbal en arbeidersclub tot in de jaren zeventig iets waar niemand van opkeek.

In *De Feijenoorder* komt tevens regelmatig naar voren dat in de periode 1960-1974 een Rotterdams minderwaardigheidsgevoel ten opzichte van Amsterdam leeft. De massamedia krijgen het verwijt Amsterdam vaak overdreven te bewieroken. Het is hierbij opmerkelijk dat het vooral een stedenstrijd betreft en niet zozeer een strijd tussen Ajax en Feyenoord. Net als in de Rotterdamse kranten, kunnen zulke uitingen van een minderwaardigheidsgevoel aansluiten bij de theorie van Hodos wanneer hij beweert dat relatief veel media zich vestigen rond een global city. Mogelijk leidt dit tot meer aandacht

voor subculturen uit Amsterdam. Een verschil tussen *De Feijenoorder* en de Rotterdamse kranten is de periode. De Rotterdamse kranten uiten vooral in de periode 1992-2002 hun onvrede over Ajax en dat zij meer media-aandacht krijgt.

De *Feyenoord Krant* heeft vooral een professioneel karakter met een hoge vorm van neutrale sportjournalistiek waar haast geen onderzochte beelden worden gekoppeld aan Feyenoord. Echter, is er één uitzondering. Dat is Cox met zijn columns. Hij laat zien dat in de periode 1992-2002 het beeld van een minderwaardigheidsgevoel onder Feyenoorders en Rotterdammers wel degelijk leeft gezien de vele positieve en negatieve reacties. Cox hekelt vooral de massamedia die in de eerste plaats Amsterdam voortrekken. Daarnaast ergert Cox zich aan diezelfde media dat zij Ajax continu op een voetstuk plaatsen omdat zij uit Amsterdam komt. De opmerkingen van Cox en de artikelen van de Rotterdamse kranten uit de periode 1992-2002 die verhalen over een minderwaardigheidsgevoel, onderstrepen dat in de periode 1992-2002 het minderwaardigheidsgevoel onder Feyenoorders en Rotterdammers waarschijnlijk dan het sterkst leeft en opkomt. Het ontstaan van de uitspraak 'Feyenoord-supporter ben je niet voor je lol' en de blijvende populariteit daarvan, is daar een goed voorbeeld van.

## Hoofdstuk 7      Conclusie

In hoofdstuk 2 besprak ik vier dominante beelden van Rotterdam voor mijn onderzoeksperiode 1960-2009 die ik tevens als onderzoeksvariabelen heb genomen voor mijn bronnenanalyse. In hoofdstuk 5 en 6 heb ik geanalyseerd op welke wijze de beelden van een haven- en waterstad, moderne stad, stad met een wederopbouwmentaliteit en stad met een minderwaardigheidsgevoel deel uitmaken van de clubcultuur van Feyenoord. Ik heb in mijn bronnenanalyse weinig begrippen met betrekking tot een wederopbouwmentaliteit in de clubcultuur van Feyenoord kunnen ontdekken. Ik ben wel regelmatig termen als 'strijd', 'collectief' en 'onverzettelijkheid' tegengekomen in relatie tot Feyenoord. Maar ik heb deze in verband gebracht met een mentaliteit die hoort bij een haven- en waterstad. Mede ook omdat Van der Laar beweert dat de typerende en veelzeggende Rotterdamse mentaliteit van 'geen woorden maar daden', die in mijn gehele onderzoeksperiode door mijn bronnen ook wordt toegepast op Feyenoord, in eerste instantie eind negentiende en begin twintigste eeuw ontstaat met de opbouw van de Rotterdamse haven.

De onderzoeksvariabele 'moderniteit' wordt in mijn onderzochte bronnen niet verbonden aan de clubcultuur van Feyenoord. Hoewel het lastig is te om te kunnen bepalen of beelden van Rotterdam, en de ontwikkeling daarvan, één op één doorwerken op de identiteit van Feyenoord, kan met de afwezigheid van het Rotterdamse beeld van moderniteit binnen de clubcultuur van Feyenoord beweerd worden dat de identiteitsontwikkeling van Feyenoord en Rotterdam los staan van elkaar. Waar vanaf de jaren tachtig het beeld ontstaat dat Rotterdam moderniteit uitstraalt, wordt dit beeld nergens in mijn bronnen toegepast op Feyenoord.

Achteraf kan ik concluderen dat ik relatief veel aandacht heb besteed aan de beelden 'moderniteit' en 'wederopbouwmentaliteit' op welke wijze deze het beeld van Rotterdam bepalen. Maar deze beelden worden in de door mij onderzochte bronnen niet geassocieerd met Feyenoord. Ik ervaar dit niet zozeer als een tekortkoming van mijn onderzoek. Op een zekere manier bevestigen het ontbreken van 'moderniteit' en 'wederopbouwmentaliteit' ook een specifiek beeld van Feyenoord, vooral eerstgenoemde. De begrippen die bij moderniteit horen, zoals 'futuristisch', 'modern' en 'progressief', lijken ver af te staan van het dominante Rotterdamse beeld waarmee Feyenoord geassocieerd in mijn gehele onderzoeksperiode

wordt: de onderzoeksvariabele 'nuchtere havenmentaliteit' die verwijst naar de verschillende aspecten van het beeld van Rotterdam als haven- en waterstad. Daarnaast sluiten mijn onderzoeksresultaten niet geheel uit dat Feyenoord met 'moderniteit' of een 'wederopbouwmentaliteit' wordt geassocieerd. Hoofdzakelijk zijn mijn bronnen vervaardigd door journalisten. Hoewel soms een mening van een fan naar voren komt, vormen meningen en uitingen van Feyenoord-fans niet het hoofdbestanddeel van mijn bronnenanalyse. Meer onderzoek onder deze verschillende soorten supporters, bijvoorbeeld met behulp van enquêtes, kan nieuw licht werpen op welk beeld zij van hun club hebben. Mede gebaseerd op de theorie van King, die laat zien dat supporters van een club verre van een homogeen geheel zijn, kan het interessant zijn of verschillende soorten fans van Feyenoord van elkaar verschillen welk beeld zij hebben van hun club. Hebben verschillende generaties Feyenoord-supporters verschillende zienswijzen op welke wijze zij hun clubcultuur beleven? Maken Feyenoord-fans die een geografische band met Rotterdam hebben sneller de associatie tussen hun club en beelden van Rotterdam? Voor dit onderzoek was er te weinig tijd en (schrijf)ruimte om een supportersonderzoek naast het bestaande onderzoek uit te voeren.

Voordat ik verder toelicht welk verband bestaat tussen Feyenoord, een 'nuchtere havenmentaliteit' en een 'minderwaardigheidsgevoel', dien ik stil te staan bij het belang van de onderzochte club- en supportersbladen. Vooraf had ik verwacht in die bronnen relatief veel informatie te vinden over het toepassen van Rotterdamse beelden om de rivaliteit, en het verschil, tussen Feyenoord en Ajax aan te duiden. In vergelijking met de resultaten van mijn krantenonderzoek viel dit tegen. Waarschijnlijk omdat de bladen vaak niet actueel zijn, missen zij het momentum wanneer Ajax en Feyenoord elkaar treffen. Gezien de voor-en nabeschouwingen in de onderzochte kranten kan rond die dagen sterk het gevoel opkomen dat er sprake is van een heftige (steden)rivaliteit. Doordat de club- en supportersbladen relatief minder relevante informatie bevatten voor mijn onderzoek, zijn mijn onderzoeksresultaten hoofdzakelijk gebaseerd op mijn krantenanalyse en dienen de club- en supportersbladen vaak ter ondersteuning om mijn bevindingen uit dagbladen te staven.

Feyenoord wordt met name in de Rotterdamse kranten de club- en supportersbladen op een directe wijze geassocieerd met de onderzoeksvariabele 'nuchtere havenmentaliteit'. De Rotterdamse geschreven media laten regelmatig op chauvinistische toon blijken dat zij graag een nuchtere havenmentaliteit wensen terug te zien in de clubcultuur van Feyenoord.

In de kranten en bladen domineert een mentaliteit van de working class en staan uitingen van het 'gewone' Rotterdamse arbeidersbestaan hoog in het vaandel. Zoals Robson in zijn werk *No one likes us, we don't care* aangeeft, kan vanuit een clubnaam veel metaforische kracht uitgaan. De naam 'Feyenoord' verwijst daarom niet alleen naar de club, maar staat op de eerste plaats vooral symbool voor Rotterdam-Zuid, de plaats waar de club Feyenoord geografisch ontstaat. Dit stadsdeel staat op haar beurt weer synoniem voor het beeld van de Rotterdamse haven- waterstad en een bijhorende arbeiders- en havenwerkersmentaliteit. Termen als 'arbeid', 'collectief', 'geen woorden maar daden', 'karakter', 'nuchter', 'onverzettelikheden' en 'trouw' voeren hier de boventoon. Er kan zelfs beweerd worden dat de associatie tussen het beeld van Rotterdam als haven- en werkstad en Feyenoord als verpersoonlijking daarvan zo sterk wordt, dat wellicht het beeld ontstaat dat Rotterdam metaforisch verwijst naar Feyenoord en niet alleen andersom. Dit laatste is een aspect dat onderbelicht blijft in het werk van Robson waar hij onderzoekt op welke wijze de metaforische kracht die uitgaat van South-East Londen het beeld van de club Millwall bepaalt. Wellicht is het interessant om verder onderzoek te doen op welke wijze beeldvorming van een club invloed heeft op het beeld van de stad, of het stadsdeel, die zij vertegenwoordigt. Vertelt dit iets over de kracht van een beeld dat bestaat van een club? In een toekomstig (supporters)onderzoek zou tevens de vraag gesteld kunnen worden op welke wijze Rotterdam(-Zuid) symbool staat voor Feyenoord.

In de periode 1960-19764 wordt Ajax regelmatig door de clubbladen en Rotterdamse kranten op zingevende wijze ingezet als spiegel waarmee de goede en unieke Feyenoord-identiteit wordt versterkt, want Ajax wordt vaak omschreven met negatieve termen als 'arrogant' en 'hooghartig'. Omdat Feyenoord structureel wordt geassocieerd met Zuid, wordt de club ook beschreven met dezelfde beelden en waarden die het stadsdeel kenmerken. Wanneer Feyenoord vanaf de jaren zeventig internationale successen boekt en een 'invented tradition' met het feest op de Coolsingel bij het stadhuis vorm krijgt, staat Feyenoord geleidelijk ook metaforisch bekend als de verpersoonlijking van Rotterdam. 'Het stadhuis' en 'Coolsingel' zijn vanaf de succesperiode 1992-2002 dan twee nieuwe krachtige metaforen waarmee Feyenoord geassocieerd wordt zonder dat de oude kracht van Feyenoord als vertolker van het beeld van haven- en waterstad verloren gaat. Het beeld van Feyenoord op de Coolsingel en de feestvierende menigte lijkt juist het beeld te versterken

dat de club bij uitstek een ware volksclub is die vooral haar aanhang heeft onder de gewone man.

De metaforische kracht die uitgaat van de naam Feyenoord in relatie tot de haven- en werkstad Rotterdam, lijkt voornamelijk in de periodes 1975-1991 en 1992-2002 op een andere wijze versterkt te worden. Het beeld van Feyenoord als verpersoonlijk van het beeld van Rotterdam als haven- en waterstad wordt in zekere zin gladgestreken. Waar in de periode 1960-1975 vooral de nadruk ligt op het karakter van een Feyenoorder, wordt in de periodes 1975-1991 en 1992-2002 de associatie tussen de speelstijl van Feyenoord en Rotterdam als haven- en werkstad vooral benadrukt. Ten eerste schotelt *De Telegraaf* het publiek structureel het beeld voor dat de kracht, en tevens het onvermogen, van Feyenoord schuilt in werkvoetbal. Gelijktijdig wordt in diezelfde krant het beeld gecreëerd dat Feyenoord altijd al dit voetbal heeft gespeeld. Om de theorie van Bromberger te gebruiken: de speelstijl sluit aan bij het beeld van Feyenoord als arbeidersclub zonder franje. De tijden lijken vergeten toen Feyenoord in de periode 1960-1975 regelmatig door *De Telegraaf*, het *Rotterdamsch Nieuwsblad* en *De Feijenoorder* wordt geprezen voor het verfijnde technische spel dat vaak gepaard gaat met een onverzettelijk karakter. Dit gegeven kan tevens een implicatie betekenen voor de theorie van Bromberger. Wellicht kan het beeld van een club bestaan dat zij historisch gezien altijd een bepaald type voetbal speelt, maar dit wil niet daadwerkelijk zeggen dat dit altijd zo het geval is geweest. De club zelf, haar fans en de media kunnen een bepaald beeld van de club propageren dat aansluit bij de zingevende identiteit van de club. Anderzijds kan een eerder voorgesteld supportersonderzoek meer duidelijkheid geven of elke Feyenoord-fan op het zogenaamde werkvoetbal zit te wachten. Kunnen sommige fans niet tegelijkertijd een arbeiderscultuur waarderen, maar daarnaast verlangen naar technisch hoogstaand voetbal?

Ten tweede helpen de Rotterdamse kranten en Feyenoord-clubbladen vanaf de periode 1975-1991 het beeld van het typische Feyenoord-werkvoetbal te versterken. Vaak wordt in tijden van sportieve armoede eerst de nadruk op de Feyenoord-spelers gelegd omdat zij de juiste onverzettelijke mentaliteit missen. Een periode later wanneer weer succes wordt geboekt, wordt de aanwezigheid van mentaliteit van 'geen woorden maar daden' geprezen. De fysieke en mentale aspecten van de Feyenoord-spelers worden ruimschoots bejubeld, maar weinig journalisten of redacteuren lijken zich druk te maken om

het veldspel van het team en of het van een dusdanig technisch niveau is. Op deze wijze krijgt een gladgestreken geïdealiseerde Feyenoord-identiteit vooral in de periode 1992-2002 gestalte. Feyenoord lijkt steeds meer op de pure en natuurlijke verpersoonlijking van Rotterdam als haven- en arbeidersstad waar voor frivoliteiten geen plek lijkt te zijn. Anderzijds dient niet vergeten te worden dat vanaf de periode 1975-1991 het beeld, vooral in *De Telegraaf*, vorm krijgt dat Ajax het voorname exponent lijkt te zijn van het verzorgde en technische voetbal. Als Ajax als de ultieme 'ander' geldt, dan is het wellicht logisch dat aanhangers van beide clubs zich graag zien als de tegenpool met een unieke identiteit.

Het beeld van een minderwaardigheidscomplex is een onderzoeksvariabele die regelmatig voorkomt in de Rotterdamse kranten, *De Feijenoorder* en de *Feyenoord Krant* wanneer zij verhalen over de clubcultuur van Feyenoord. Een minderwaardigheidsgevoel in deze bronnen heeft voornamelijk te maken met het idee dat Feyenoord te weinig media-aandacht krijgt en Ajax te veel. Het is opvallend dat de roep in de clubbladen en Rotterdamse kranten om meer media-aandacht voor Feyenoord plaatsvindt in de succesperiodes 1960-1974 en 1992-2002. Het is hierbij wel opmerkelijk dat wanneer Feyenoord sportief een goede periode doormaakt, Ajax dit ongeveer tegelijkertijd ook doet. Sterker nog: Ajax weet dan op meerdere momenten in de periodes 1960-1974 en 1992-2002 Feyenoord af te troeven op het gebied van (inter)nationaal succes. Uiteindelijk hangen de twee bovengenoemde punten samen met het Rotterdamse bezwaar dat alles wat Amsterdams is, te veel aandacht krijgt in de media. Op het gebied van het minderwaardigheidsgevoel binnen de clubcultuur van Feyenoord lijken de theorieën van Hodos en Frijhoff elkaar aan te vullen en te versterken. Als in en rond de global city Amsterdam de massamedia zich concentreren, bestaat de kans dat zij veel aandacht schenken aan subculturen uit Amsterdam. Wanneer het beeld ontstaat dat dit gebeurt, kan een representatie van een second city dieper in haar slachtofferrol duiken en uiting geven aan een minderwaardigheidsgevoel.

In de jaren negentig lijkt de polarisatie tussen Ajax en Feyenoord, en daarmee tussen Amsterdam en Rotterdam, scherper en komt het minderwaardigheidscomplex meer ter sprake in de Rotterdamse kranten en in de *Feyenoord Krant*. Hier kunnen een aantal mogelijke oorzaken voor aangevoerd worden. De sterke toename vanaf de jaren tachtig van het belang van een unieke stedelijke identiteit, zie hiervoor de theorieën van Castells en



Hodos, kan ervoor zorgen dat de stedenstrijd tussen Amsterdam en Rotterdam intensiever wordt. Mocht deze strijd ook door stedelijke subculturen uitgevochten worden, dan zou dit ook in de sfeer van voetbalculturen kunnen gebeuren wanneer aanhangers van Feyenoord zich sterk maken voor een unieke Feyenoord-identiteit, maar het gevoel hebben dat hun clubidentiteit ten opzicht van 'de ander' van ondergeschikt belang is in de media. Maar het lijkt meer waarschijnlijk dat de strijd tussen Amsterdam en Rotterdam voor Feyenoorders heftiger wordt door sportieve resultaten. Ten eerste verliest Feyenoord in de jaren negentig relatief vaak van Ajax met grote cijfers. Ten tweede boekt Ajax grote internationale successen en is de kans groot dat de Nederlandse media daar relatief veel aandacht aan besteden. Ten derde kruipt Feyenoord uit een sportief dal en boekt het succes, maar het lijkt alsof de media daar weinig oog voor hebben in verband met de successen van Ajax. Wederom kan op deze wijze bevestigd worden dat de rol groot is van de interveniërende variabele 'sportieve resultaten' op welke wijze, en wanneer, een Rotterdams beeld deel uitmaakt van de clubcultuur van Feyenoord. De invloed van sportieve resultaten op welke wijze beelden van Rotterdam deel uitmaken van de clubcultuur van Feyenoord, werpt vooral nieuw licht op de theorie van Robson. Hoewel clubs sterk verbonden kunnen zijn met een stad, of een stadsdeel, dat zij in zekere zin vertegenwoordigen, laat mijn onderzoek zien dat beelden van Rotterdam hoofdzakelijk op basis van sportieve resultaten op een zingevende manier deel uitmaken van de clubcultuur van Feyenoord.

Het zijn in de jaren negentig vooral de columns van Cox in de *Feyenoord Krant* die laten zien dat een minderwaardigheidsgevoel aan de kant van Feyenoord en Rotterdam wel degelijk speelt onder Feyenoorders en Rotterdammers. De vele reacties van de lezers die de columns van Cox waarderen of afserveren kunnen hiervoor als bewijsmateriaal aangevoerd worden. De columns van de Rotterdamse cabaretier tonen twee belangrijke aspecten aan. Ten eerste geven de verschillende reacties van fans een aspect weer dat aansluit bij het gedachtegoed van King: fans van voetbalclub zijn verre van een homogeen geheel en dus niet elke Feyenoorder kampt met een minderwaardigheidscomplex. Ten tweede kunnen de columns van Cox, en de positieve reacties daarop, wel het Rotterdamse 'buitenbeentjesgevoel' van Feyenoord versterken. De gevleugelde uitspraak 'Feyenoord-supporter ben je niet voor je lol' van Cox, die waarschijnlijk in dezelfde tijd is uitgesproken als de hier besproken columns, onderstreept dit gevoel. Waar eerder in paragraaf 2.2

besproken is dat pijn ook de band tussen de groepsleden versterkt, kan beweerd worden dat Feyenoord-fans collectieve kracht halen uit het unieke 'buitenbeentjesgevoel'.

Hoewel kan worden gesteld dat de clubcultuur van Feyenoord in verband kan worden gebracht met het beeld van Rotterdam als stad met een minderwaardigheidsgevoel, dienen hier wel een aantal kanttekeningen bij geplaatst te worden. Ten eerste kom ik mijn bronnenanalyse relatief meer meldingen tegen dat Feyenoord geassocieerd wordt met het beeld van Rotterdam als haven- en werkstad, dan met het beeld Rotterdam als stad met een minderwaardigheidsgevoel. Ten tweede zijn in de periodes 1960-1975 en 1992-2002 meerdere momenten te markeren dat een uiting van een Rotterdams minderwaardigheidsgevoel plaatsvindt in relatie tot Feyenoord. Maar de meeste meldingen staan in relatie tot de columns van Cox. Hoewel de columns van Cox het meest levendige bewijs zijn dat een Rotterdams minderwaardigheidsgevoel mogelijk deel uitmaakt van de clubcultuur van Feyenoord, dient niet uit het oog verloren te worden dat slechts één man zijn mening structureel over deze kwestie laat horen. Daarnaast interpreteer ik het als een minderwaardigheidsgevoel en wellicht heeft hij, en zijn lezers, wellicht daar een andere kijk op. Tenslotte dient niet vergeten te worden dat er geen duidelijkheid bestaat of Cox alles heeft gemeend in zijn columns.

Concluderend kan ik beweren dat het beeld van Rotterdam als haven- en werkstad gedurende mijn hele onderzoeksperiode 1960-2009 het meest belangrijk is binnen de clubcultuur van Feyenoord. Met mijn bronnenanalyse kan ik aantonen dat tussen 1960 en 2009 het beeld van Rotterdam als haven- en waterstad een belangrijk deel vormt van de clubcultuur van Feyenoord. Het beeld heeft betrekking tot het juiste karakter van een Feyenoorder en tot de speelstijl van Feyenoord. Vooral vanaf de periode 1992-2002 lijkt een verregaande symbiose plaats te vinden tussen het beeld van de haven- en werkstad Rotterdam en het beeld dat Feyenoord werkvoetbal speelt om op deze wijze een sterke en unieke Feyenoord-identiteit te vormen. De samensmelting van deze beelden kan tevens ervoor zorgen dat het historische beeld ontstaat dat Feyenoord altijd al representant is geweest van een nuchtere havenmentaliteit en daarom ook van oudsher al het zogenaamde werkvoetbal speelt. Daarnaast speelt in het toekennen van nuchtere havenmentaliteit aan Feyenoord de interveniërende variabele van sportieve resultaten een zeer grote rol. Succes, en het uitblijven daarvan, wordt tijdens mijn gehele onderzoeksperiode onmiskenbaar

gekoppeld aan de aan- en afwezigheid van Rotterdamse no-nonsense karakters binnen de selectie van Feyenoord. Feyenoord *is* daarom altijd in voor- en tegenspoed 'geen woorden maar daden'.

## Literatuur- en bronnenweergave

### Literatuurlijst

Anderson, B., *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism. Revised and extended edition* (Londen 2010).

Bormans, R., *Feyenoord bedankt! De supporters en hun club* (Nijmegen 2002).

Bosma, J. en Hovingh, G., 'Rotterdam in de overgang. Stedenbouwkunde tussen identiteit en imago's', *Bulletin: Koninklijk Nederlands Oudheidkundige Bond*, vol. 89, nr. 2 (1990) 11-14.

Bromberger, C., 'Fireworks and the ass', in: Redhead, S. (eds.), *The passion and the fashion. Football fandom in the new Europe* (Aldershot 1993) 89-102.

Brown, A., 'United we stand. Some problems with fan democracy', in: Brown (eds.), *Fanatics! Power, identity and fandom in football* (Londen 1998) 50-68.

Castells, M., 'European cities, the Informational Society, and the Global Economy', *New Left Review*, nr. 204 (1994) 18-32.

Derksen, J., e.a., *Feyenoord. De top & flop 100. Sterren en miskopen volgens Johan Derksen, Henk Spaan en Hugo Borst* (Goes 2008).

Egmond, van, M., e.a., *Feyenoord 100 jaar* (Rotterdam).

Fiske, J., *Introduction to communication studies* (Londen 1990, tweede druk).

Frijhoff, W., 'Identiteit verteld: beelden uit Rotterdamse geschiedenis', in: A. Schimmelpenninck van der Oije en J. Okkerman (eds.), *Rotterdams jaarboekje 1996* (Rotterdam 1996). 279-301.

Frijhoff, 'Physical space, urban space, civic space: Rotterdam's inhabitants and their appropriation to the city's past', in: M. Beyen en B. Deseure, *Local memories in a nationalizing and globalizing world* (Londen 2015) 1-20.

Gioia e.a., A., 'Organizational identity, image, and adaptive instability', *The Academy of Management Review*, vol. 25, nr.1 (2000) 63-81.

Groenendijk, P., en Tigges, J., *Het lied van Feyenoord* (Amsterdam 2001).

Haaren, van, H., 'Kanttekeningen bij Rotterdam', in: A. de Jonge en M. de Wolff (eds.), *De Rotterdamse cultuur in elf spiegels* (Rotterdam 1993) 19-30.

Hague, E., en Mercer, J., 'Geographical memory and urban identity in Scotland: Raith Rovers FC and Kirkcaldy', *Geography*, vol. 83, nr. 2 (1998) 105-116.

Hodos, J., *Second Cities. Globalization and local politics in Manchester and Philadelphia* (Oxfordshire 2011).

Hogervorst, S., en Ulzen, van, P., *Rotterdam en het bombardement. 75 jaar herinneren en vergeten* (Rotterdam 2015).

Hughson, J., e.a., *The uses of sport. A critical study* (Londen 2005) 182.

King, A., 'Football fandom and post-national identity in the New Europe', *British Journal of Sociology*, vol. 51, nr. 3 (2000) 419-442.

King, *The end of the terraces. The transformation of English football in the 1990s. Revised edition* (Londen 2002).

Kloosterman, R., 'Double Dutch: polarization trends in Amsterdam and Rotterdam after 1980', *Regional Studies*, vol. 30, nr. 5 (1996) 467-476.

Koole, C., 'Het nieuwe Rotterdam. Een metropool, een tuindorp en een kabouterstad op vijf vierkante meter', *Vrij Nederland*, nr. 26 (1987) 6-16.

Laar, van der, P., 'Het beeld van Rotterdam', in: G. van den Bent e.a. (eds.), *Rotterdams jaarboekje 2007* (Rotterdam 2007) 144-165.

Laar, van der, 'Modernism in European reconstruction-policy and its public perception: the image of rebuilding Rotterdam, 1945-2000', in: G. Wagner-Kyora (eds.), *Wiederaufbau der Städte: Europa seit 1945 / Rebuilding European cities: reconstruction-policy since 1945*, Franz Steiner Verlag (2013) 202-231.

Ibidem, 'Veranderingen in het geschiedbeeld van de koopstad Rotterdam', in: G. van den Bent e.a. (eds.), *Rotterdams jaarboekje 1998* (Rotterdam 1998) 221-265.

Lawler, S., *Identity. Sociological perspectives. Second edition* (Cambridge 2014).

Lee, S., 'Grey shirts to grey shirts. The political economy of English football in the 1990's', in: Brown, *Fanatics!*, 32-44.

Maassen, M., *Betaalde liefde. Voetbal, van volksport tot entertainment-industrie* (Nijmegen 1999).

MacDonald, S., *Memorylands. Heritage and identity in Europe* (Londen 2013).

McCarthy, J., 'The redevelopment of Rotterdam since 1945', *Planning Perspectives*, nr. 14 (1999) 291-309.

Mommaas, M., *De vrijetijdsindustrie in stad en land. Een studie naar de markt van belevenissen* (Den Haag 2000).

Niezen, J., *Het volk over Feijenoord* (Goes 1970).

Oudenaarden, J., *De geschiedenis van Feyenoord. Deel 1. De oertijd 1908-1921* (Rotterdam 2014).

Redhead, S., 'Always look on the bright side of life', in: *The passion and the fashion*, 1-12.

Richards, G., en Wilson, J., 'The impact of cultural events on city image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001', *Urban Studies*, vol. 41, nr. 10 (2004) 1931-1951.

Robson, G., *No one likes us, we don't care. The myth and reality of Millwall fandom* (Oxford 2000).

Rooijen, van, M., 'Een bijzondere stad met koekoekseigenschappen', in: A. de Jonge en M. de Wolff (eds.), *De Rotterdamse cultuur in elf spiegels* (Rotterdam 1993) 54-57.

Stone, C., 'The role of football in everyday life', *Soccer & Society*, vol. 8, nr. 2 (2007) 169-184.

Tabak, L., 'Dromen aan de Maas. Rotterdam wil een eigen cultureel klimaat', *Vrij Nederland*, nr. 49 (1990) 30-35.

Taylor, I., 'Football mad': a speculative sociology of football hooliganism', in: E. Dunning (eds.), *The sociology of sport: a selection of readings* (Londen 1971) 352-377.

Trip, J., 'Assessing Quality of place: a comparative study analysis of Amsterdam and Rotterdam', *Journal of Urban Affairs*, vol. 29, nr. 5 (2007) 501-517.

Ulzen, van, P., *Dromen van een metropool. De creatieve klasse in Rotterdam, 1970-2000* (Rotterdam 2007).

Wolf, M., *Het geheim van De Telegraaf. Geschiedenis van een krant* (Amsterdam 2009).

Zijderveld, A., *Rotterdam 1990. Analyse en evaluatie van de bestuurlijke gang van zaken* (Rotterdam 1991).

### **Websites**

<http://www.joop.nl/nieuws/nos-betaalde-70-miljoen-voor-samenvattingen-eredivisie> (15-2-2016).

<http://www.vi.nl/nieuws/vi-dankt-bestaan-aan-feyenoordfans.htm> (4-8-2016).

<http://www.sportgeschiedenis.nl/2009/03/05/een-spontaan-ajax-feest-in-parijs.aspx> (7-8-2016).

<http://www.volkskrant.nl/archief/even-slikken-pim-fortuyn-als-grootste-nederlander~a678732/> (21-8-2016).

<http://www.ois.amsterdam.nl/aie/2013/global-cities-indices-wat-meten-ze-precies/95199/> (22-8-2016)

<http://maritiemnieuws.nl/12940/wereldhavendagen-populair-in-heel-nederland/> (14-9-2016).

<http://www.totalsportek.com/most-popular-sports/> (30-9-2016).

<http://www.voetbal.com/toeschouwers/ned-eredivisie-2015-2016/1/> (30-9-2016).

<https://www.dekuip.nl/het-stadion-de-kuip/stadion-feijenoord/over-stadion-feijenoord> (30-9-2016).

[http://www.transfermarkt.nl/feyenoord-rotterdam/besucherzahlenentwicklung/verein/234/sort/zuschauer\\_gesamt.desc](http://www.transfermarkt.nl/feyenoord-rotterdam/besucherzahlenentwicklung/verein/234/sort/zuschauer_gesamt.desc) (30-9-2016).

### **Bronnen (dagbladen)**

Witkamp, A., 'De triomf van Coen, de tragiek van Sjakie', *De Telegraaf* (6-2-1961).

'De vlag uit als Feijenoord morgen kampioen wordt', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (27-5-1961).

Deugd, de, R., 'Feijenoord landskampioen!', *De Telegraaf* (29-5-1961).

'Superieur Feijenoord strafte systeem-zwak Ajax af: 3-1', *De Telegraaf* (16-10-1961).

'Zuid huldigde kampioenen met ticker-parade', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (14-5-1962).

Witkamp, 'Co Prins vergokte zijn prachtige kans', *De Telegraaf* (25-3-1963).

Gast, K., 'Het was een dolle boel in Rotterdam-Zuid', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (26-4-1965).

Deugd, de, 'Feijenoord: nu Europacup-daden', *De Telegraaf* (26-4-1965).

Hout, in 't, B., 'Coen Moulijn: Deksel sympathieke actie', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (20-1-1968).

Hout, in 't, 'Open brief', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (10-3-1968).

Witkamp, 'Feyenoord was als ploeg beter', *De Telegraaf* (18-11-1968).



Vente, R., 'Iedereen had Ajax-koorts', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (6-3-1969).

Mensing, M., en Geelof, A., 'Titel is resultaat van harde werken', *De Telegraaf* (27-5-1969).

Schuurmans, T., 'Als ik die huizen zie met dat wasgoed', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (27-5-1969).

'Rotterdam weer in hand in hand', *De Telegraaf* (27-5-1969).

Vente, 'Rotterdamse hulde: Ajax, Ajax', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (8-4-1970).

Gast, de, 'Dit maak je nooit meer mee', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (8-5-1970).

Jesse, W., 'Cruijff is 100 percent fit', *Het Vrije Volk* (13-10-1970).

Beckum, van, P., 'Hulde van Amsterdam voor Ajax', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (4-6-1971).

Vente, 'Israel: het is niet meer aan ons', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (16-4-1972).

Deugd, de, 'Feyenoord klasse beter', *De Telegraaf* (2-7-1972).

Vente, 'Ernst Happel: competitie morgen niet beslist', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (2-3-1973).

Deugd, de, 'Grandioos, Feyenoord!', *De Telegraaf* (6-5-1974).

Vente, 'Zeer uitbundig....maar kort', *Rotterdamsch Nieuwsblad* (6-5-1974).

Deugd, de, 'Hadden we maar een Mokummer in de spits', *De Telegraaf* (10-3-1975).

Ibidem, 'Feyenoord leeft weer!', *De Telegraaf* (5-4-1976).

Zwet Slotenmaker, van der, N., 'Topper zonder top', *De Telegraaf* (25-4-1977)

Deugd, de, 'Schoppen troef in arme topper', *Telegraaf* (10-3-1979).

Ibidem, 'Feyenoord: toch nog karakter', *De Telegraaf* (20-8-1981).

Ibidem, 'Ajax gerust de winter in', *De Telegraaf* (29-11-1982).

Ibidem, 'Supergoed', *De Telegraaf* (19-9-1983).

Groot, de, J., 'Ajax was niet lucky in De Kuip', *De Telegraaf* (16-2-1984).

Polder, van den, P., 'Feyenoord mag zonder schaamte op de counter gokken', *Rotterdams Dagblad* (8-5-1993).

Polder, van den, 'Als we geen kampioen worden, wordt 't een erg lange busreis', *Rotterdams Dagblad* (28-5-1993).

Kraan, van der, M., 'Ik ben nog nooit zo explosief geweest', *Rotterdams Dagblad* (1-6-1993).

Oostindie, S., 'Feest van iedereen;', *De Telegraaf* (1-6-1993).

Taylor, C., 'Wel geinig', *De Telegraaf* (1-6-1993).

Kraan, van der, 'Met name Clemens Zwijnenberg', *Rotterdams Dagblad* (23-4-1999).

Evenblij, H., 'Goalsingel', *De Telegraaf* (26-4-1999).

Kraan, van der, 'Een dag in het teken van Het Balkon', *Rotterdams Dagblad* (26-4-1999).

Oostindie, 'Feyenoord verreweg de beste', *De Telegraaf* (26-4-1999).

Driessen, V., 'Hart vol van Feyenoord', *De Telegraaf* (7-8-1999).

Evenblij, 'Ajax op pijnbank', *De Telegraaf* (11-12-2000).

Ibidem, 'Feyenoord lacht het laatst', *De Telegraaf* (14-5-2001).

Ibidem, 'Feyenoord-Ajax: heuse zespuntenwedstrijd', *De Telegraaf* (29-11-2003).

### **Bronnen (club- en supportersbladen)**

Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer 1137. 'Losse notities', *De Feijenoorder*, jrg. 45, nr. 3 (1961) 57.

Heesakker, L., 'Eén en twee', *De Feijenoorder*, jrg. 48, nr. 3 (1964) 5.

Heesakker, 'De nasleep', *De Feijenoorder*, jrg. 49, nr. 5 (1965) 135-137.

Ibidem, 'Rotterdamse belangen', *De Feijenoorder*, jrg. 51, nr. 1 (1967) 13-14.

Ibidem, 'Rotterdam heeft een metro', *De Feijenoorder*, jrg. 52, nr. 2 (1968) 36-37.

Couwenberg, A., 'Onze dubbel', *De Feijenoorder*, jrg. 53, nr. 6 (1969) 164.

Heesakker, 'Wij zijn weer landskampioen!', *De Feijenoorder*, jrg. 53, nr. 6 (1969) 129-132.

Ibidem, 'Een moeilijk seizoen, prachtig besloten', *De Feijenoorder*, jrg. 53, nr. 7 (1969) 180-184.

Ibidem, 'Feyenoord kampioen van Europa!', *De Feijenoorder*, jrg. 58, nr. 6 (1974) 135-142.

Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P1874. Bakker, J., 'Wat een tuig zijn we toch', *De Feyenoord-supporter*, 3e jrg., nr. 2 (1981) 9.

'Van de redactie', *De Feijenoorder*, 67e jrg., nr. 4 (1983) 59.

Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P1874. Rooijen, van, E., 'Feyenoord's prestaties gebaat bij positieve houding fans', *Hand in Hand*, jrg. 9, nr.10 (1988) 2.

Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P2369. Spelbrink, P., 'Van de hoofdredactie', *Feyenoord Magazine*, jrg. 6, nr. 5 (1989) 3.

Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P1874. Floor, J., 'Vanaf de tribune gezien', *Hand in Hand*, jrg. 11, nr. 8 (1989) 16.

Hölscher, S., 'Feyenoord verjongt', *Hand in Hand*, jrg. 10, nr.6 (1989) 3.

Hölscher, 'De zwijgende meerderheid is het slachtoffer', *Hand in Hand*, jrg. 11, nr.10 (1989) 7-8.

Ibidem, 'De bal is rond', *Hand in Hand*, jrg. 12, nr. 1 (1990) 5.

Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P2369. Heesakker, T., 'Het was kil en koud', *Feyenoord Magazine*, jrg. 8, nr. 1 (1991) 1.

Ager, H., 'Feyenoorders, Rotterdammers gezocht met roodwitte harten', *Feyenoord Magazine*, jrg. 8, nr. 4 (1991) 5.

Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P1874. Matthijsse, Y., 'Forumavond leidt tot discussie', *Hand in Hand*, jrg. 15, nr.10 (1993) 18.

Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P2673. Cox, G., 'Amsterdamse Oranje-blubber', *Feyenoord Krant*, jrg. 1, nr. 7 (1993) 2.

Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P1874. Brands, T., 'Waardering', *Hand in Hand*, jrg. 16, nr.4 (1994) 34.

Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P2673. Cox, 'Onrendabel superioriteitsgevoel', *Feyenoord Krant*, jrg. 1, nr. 8 (1993) 2; Cox, 'Wierook', *Feyenoord Krant*, jrg. 1, nr. 18 (1994) 2.

Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P1874. Brands, 'Sjonnie', *Hand in Hand*, jrg. 17, nr. 2 (1995) 3.

Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P2673. Cox, 'De wet van de remmende voorsprong', *Feyenoord Krant*, jrg. 2, nr. 16 (1995) 2.

Ibidem, 'Over Bosz, De Kromme, twee middenlinies en die Esajas', *Feyenoord Krant*, jrg. 2, nr. 18 (1995)

Onna, van, W., 'Media', *Feyenoord Krant*, jrg. 2, nr. 18 (1995) 19.

Cox, 'Koos en Cox op 2', *Feyenoord Krant*, jrg. 3, nr. 8 (1995) 2.

Ibidem, 'Koos en Cox op 2', *Feyenoord Krant*, jrg. 4, nr. 9 (1996) 2.

Vente, 'Zo kennen we Cox weer', *Feyenoord Krant*, jrg.5, nr. 19 (1998) 11.

Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P1874. Vogel, F., 'Jeugd moet Feyenoord uit identiteitscrisis halen', *Hand in Hand*, jrg. 20, nr.8 (1998) 29.

Stadsarchief Rotterdam, inventarisnummer P2673. Herik, van den, J., 'Cox, Jorien en Leo op 2', *Feyenoord Krant*, jrg. 6, nr. 20 (1999) 2.

Barends, D., 'De pot verwijt de ketel, zo is 't toch', *Feyenoord Krant*, jgr. 6, nr. 20 (1999) 23.

Egmond, van, M., 'Fred Blankemeijer. De emeritus', *Feyenoord Krant*, jrg 6., nr 20 (1999) 14-15.

Cox, 'Cox, Jorien en Jan D. op 4', *Feyenoord Krant*, jrg. 7, nr. 4 (1999) 4.

### **Overige bronnen**

Stadsarchief Rotterdam, aanvraagnummer XXIX G 20, *De Rotterdamse binnenstad en het waterfront. Een schets van de toeristisch-recreatieve mogelijkheden* (Rotterdam 1985).

Stadsarchief Rotterdam, aanvraagnummer XXX B 28, *Opinie-onderzoek imago Rotterdam. Tabellen en samenvatting* (Rotterdam 1987).

Stadsarchief Rotterdam, aanvraagnummer XXIII F 453, *Rotterdam Communicatie C'70: mei-september 1970. Internationale gids C70* (Rotterdam 1970).

### **Interviews**

*Interview Rob Vente* (Papendrecht, 6-7-2016).

*Interview Piet Ocks (Bergschenhoek, 7-7-2016);*

*Interview Henk Evenblij (Rotterdam, 8-7-2016).*

*Interview Hans Fortuin (Rotterdam, 22-9-2016).*

*Interview Michel van Egmond (Rotterdam, 22-9-2016).*

*Interview Jeannette Floor (Rotterdam 27-9-2016).*