

Via een sportclub krijgen we grip op sociale en maatschappelijke ontwikkelingen.

De bitterballen van Ajax

Jurryt van de Vooren

In 2006 presenteerde de voormalige Ajax-fysiotherapeut Salo Muller in het Olympisch Stadion een boek over zijn clubherinneringen van vooral de jaren zestig. Een week later organiseerden de Suriprofs op dezelfde plek een persconferentie, onder meer met Ajax-grootheden als Stanley Menzo en Winston Bogarde.

Beide bijeenkomsten trokken veel grootheden uit de Ajax-geschiedenis, maar toch waren ze compleet verschillend. Bij Muller kregen we Heineken-bier en bitterballen; bij de Suriprofs tropische drankjes en pittige kipsaté. Ik hoefde de archieven niet meer in om te ontdekken dat er in het recente verleden een sociale revolutie was geweest bij Ajax. Bijkomend levensinzicht was dat ook borrels een belangrijke historische bron kunnen zijn.

Wat ik tien jaar geleden met eigen ogen zag, maakt nieuwsgierig naar wat er bij Ajax in de afgelopen vijftig jaar nou precies is gebeurd – en dan niet sportief maar sociaal. Zou er een mogelijkheid bestaan om hier meer over te weten te komen? Ik denk het wel, want de club is al enkele jaren bezig met het digitaliseren van haar archief. Dat helaas niet openbaar is, maar dit terzijde.

Digitalisatie biedt de mogelijkheid om grip te krijgen op grote aantallen data. Uit de ledenadministratie kunnen we herleiden waar de aanhang van Ajax vandaan kwam, zowel leden als supporters. Het is dom, maar dankbaar werk: alle leden en supporters van 1900 waarvan de adresgegevens bekend zijn, invoeren in één groot bestand, inclusief de jaren dat ze op dat adres hebben gewoond. Zo kunnen we zien hoe de sociale omgeving van Ajax zich sinds 1900 heeft ontwikkeld.

Daarbij zou ik de volgende zes aannemelijkheden willen toetsen aan de werkelijkheid, onder meer om er eindelijk eens achter te komen of er inderdaad een verschil is tussen het Ajax van Salo Muller en het Ajax van Stanley Menzo.

In de beginjaren kwamen de Ajax-leden uit Betondorp en nabijgelegen wijken: de eerste geografische cirkel. De club drong niet door tot de Spaarndammerbuurt van DWS, de Kinkerbuurt van Blauw-Wit en Noord, waar de Volewijckers de grootste club

was. Het aantal leden van Ajax in wijken met veel Joodse inwoners als de Plantagebuurt en Amsterdam-Zuid was niet wezenlijk anders dan bij de andere Amsterdamse voetbalclubs in de Eerste Klasse.

In de jaren zestig slaagde Ajax erin om ook aanhang te verwerven in de wijken van de concurrerende clubs: de tweede geografische cirkel. Ajax werd zo de enige stadsclub van Amsterdam, in plaats van één van de vier.

In de jaren zeventig groeide de aanhang van Ajax ook buiten Amsterdam: de derde geografische cirkel. Ajax werd zo een nationale club. Dankzij Johan Cruijff kreeg Ajax wereldwijd aanhang: de vierde geografische cirkel. Ajax werd zo een internationale club. Vanaf de onafhankelijkheid van Suriname van 1975 kreeg Ajax veel nieuwe leden in de Bijlmermeer, waar veel inwoners uit Suriname heentrokken. Het Ajax van Salo Muller is van vóór die tijd; het Ajax van Stanley Menzo is van ná die tijd.

Het onderzoeksresultaat moet op verschillende manieren worden aangeboden, om te beginnen via een gedegen wetenschappelijke analyse. De gegevens worden geordend en beschreven, waarna de data toegankelijk blijven voor onafhankelijke onderzoekers. Als vanzelfsprekend wordt hier rekening gehouden met de privacy van de Ajax-aanhangers.

Verder moet er een publieksvriendelijke presentatie worden gemaakt door de adresgegevens te visualiseren op een reeks landkaarten van 1900 tot en met 2016. Daarvan kan een kort filmpje van een minuut worden gemaakt, waarop we zien dat de aanhang van Ajax vanaf 1900 steeds groter wordt op een steeds groter gebied – van Betondorp tot heel Nederland. Waarbij we natuurlijk allang weten dat Ajax in 2016 meer supporters heeft dan in 1900, maar het gaat om de manier *hoe* dat is gebeurd.

Dan gaat het dus niet meer over Ajax en voetbal, maar over identiteit en stadsgeschiedenis. Via een sportclub krijgen we dan grip op sociale en maatschappelijke ontwikkelingen, die ook zichtbaar moeten zijn bij leden en supporters van Ajax.

Een prachtig onderzoek dus, met maximaal gebruik van nieuwe digitale technieken. Tijdens de presentatie serveren we bitterballen én kipsaté.