



Bevolkingsonderzoek

Bezoeken en volgen van topsportevenementen in de media

Gevolgen voor sport, sociale cohesie en welzijn

Ton Leenen

Paul Hover



Colofon

Bezoeken en volgen van topsportevenementen in de media

Gevolgen voor sport, sociale cohesie en welzijn

Auteurs

Ton Leenen (Mulier Instituut)

Paul Hover (Mulier Instituut)

Met medewerking van:

Jelle Schoemaker (Hogeschool van Arnhem en Nijmegen)

Wesley van den Breul (De Haagse Hogeschool)

Willem de Boer (Hogeschool van Arnhem en Nijmegen)

Koen Breedveld (De Haagse Hogeschool)

Mei 2026

Het MOVES-onderzoek wordt gedaan door onderzoekers van:



Universiteit
Utrecht

THE HAGUE
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES



MOVES wordt gefinancierd door:



Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport



ZonMw



Kerncijfers

% mee eens¹

Sportdeelname, -verband en betrokkenheid

Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland...

... ben ik meer betrokken geraakt bij de sport	43
... ben ik vaker gaan sporten	25
... ben ik met een nieuwe sport begonnen	20
... ben ik lid geworden van een sportvereniging	20
... ben ik positiever naar sport gaan kijken	40
... ben ik mij meer bewust van het belang van zelf sporten	38
... ben ik de regels van de sport (beter) gaan begrijpen	48

Sociale cohesie

Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland...

... heb ik nieuwe mensen leren kennen waar ik na het evenement nog contact mee heb gehad	27
... heb ik de banden met mensen waarmee ik het evenement bezocht verstevigd	32
... heb ik vaker met anderen over topsport kunnen praten	44

Welzijn

Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland...

... kan ik momenten van plezier of geluk ervaren	60
... kan ik momenten van teleurstelling en frustratie ervaren	46
... voel ik me trots op Nederland omdat het topsportevenement in Nederland plaatsvindt	55
... voel ik me trots op de sportprestaties van de Nederlandse sporters tijdens het evenement	65

Bezoeken en volgen via de media

Topsportevenementen in Nederland bezoek ik liever dan dat ik die volg via de media	30
Via de media kun je topsportevenementen beter volgen dan als bezoeker	60
Als ik een topsportevenement via de media bekijk, voel ik me minder betrokken dan als bezoeker van het evenement	44
Topsportevenementen die via media worden uitgezonden kunnen lang duren; ik zou graag (meer) korte samenvattingen van de belangrijkste momenten willen zien	34

¹ Percentage Nederlanders (18-94 jaar) die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden dat het eens is met de stellingen.

Key figures

% agree¹

Sport participation, affiliation and involvement

By visiting and/or following elite sports events in the Netherlands...

... I have become more involved in the sport	43
... I have started exercising more frequently	25
... I have started a new sport	20
... I have become a member of a sports club	20
... I have developed a more positive view of sport	40
... I have become more aware of the importance of exercising myself	38
... I have come to understand the rules of the sport (better)	48

Social cohesion

By visiting and/or following elite sports events in the Netherlands...

... I have met new people with whom I have had contact after the event	27
... I have strengthened bonds with people with whom I visited the event	32
... I have been able to talk about elite sports with others more often	44

Wellbeing

By visiting and/or following elite sports events in the Netherlands...

... I can experience moments of pleasure or happiness	60
... I can experience moments of disappointment and frustration	46
... I feel proud of the Netherlands because the elite sports event takes place in the Netherlands	55
... I feel proud of the sporting achievements of Dutch athletes during the event	65

Visiting and following via the media

I prefer visiting elite sports events in the Netherlands to following them via the media	30
Via the media you can follow elite sports events better than as an on-site visitor	60
When I watch an elite sports event via the media, I feel less involved than as an on-site visitor	44
Elite sports events broadcast via the media can last a long time; I would like to see (more) short highlights of the key moments	34

¹ Percentage of Dutch people (aged 18-94) who visited one or more elite sports events in the Netherlands and/or followed them via the media who agree with the statements.

Inhoud

Colofon	1
Kerncijfers	2
Key figures	3
1. Inleiding	5
Inleiding	5
Doelstelling	5
Onderzoeksvragen	6
Methode	6
Leeswijzer	7
2. Sportdeelname, sociale cohesie en welzijn	9
Sportdeelname	9
Sociale cohesie	22
Welzijn	28
3. Bezoeken en volgen via de media	36
4. Conclusie en reflectie	45
Conclusie	45
Reflectie	46
Literatuur	47

1. Inleiding

In dit hoofdstuk beschrijven we de inleiding, de doelstelling en de onderzoeksvragen. Daarnaast schetsen we de methode en presenteren we een leeswijzer.

Inleiding

In Nederland worden al jaren vele internationale topsportevenementen georganiseerd. Over het aantal bezoekers en volgers bestaan duidelijke cijfers. Maar er is maar beperkt kennis over de maatschappelijke impact van die evenementen, en over belemmerende en bevorderende omstandigheden voor het vergroten van de maatschappelijke impact.¹

Het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS), NOC*NSF en de Vereniging Sport en Gemeenten (VSG) hebben de Nederlandse Topsportevenementen Strategie (NTS) 2021-2030 ontwikkeld met als doel om met internationale topsportevenementen meer Nederlanders te bereiken en te inspireren.² De ambities van het strategisch kader topsport 2032 en in Sportakkoord II liggen hiermee in lijn.³

Doelstelling

Met het onderzoek beogen we de gevolgen van de consumptie van topsportevenementen in beeld te brengen. Het betreft topsportevenementen die in Nederland zijn georganiseerd. Consumptie kan op twee manieren: door bezoek en door het evenement te volgen via de media. De bezoekers van sportevenementen zijn zowel (co)producent als consument.⁴ De gevolgen waar we ons op richten hebben betrekking op sport, sociale cohesie en welzijn. Volwassen Nederlanders zijn de doelgroep.

Dit onderzoek sluit inhoudelijk aan bij ander onderzoek dat binnen het MOVES-onderzoeksconsortium heeft plaatsgevonden. Dat onderzoek, onder dezelfde doelgroep, heeft betrekking op bereik en betrokkenheid.⁵

¹ Breedveld & Hover (2016). NLsportraad (2017); Hover & Slender (2018); NLsportraad (2019).

² Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, NOC*NSF en Vereniging Sport en Gemeenten (z.d.).

³ Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (2022, 2025).

⁴ Crawford (2004).

⁵ Schoemaker & Van den Breul (2025).

Onderzoeksvragen

De onderzoeksvragen zijn:

1. Wat zijn de gevolgen van het bezoeken of volgen van topsportevenementen voor sportieve aspecten? We onderscheiden:
 - a. betrokkenheid bij sport;
 - b. sportdeelname, -frequentie en verband;
 - c. houding ten aanzien van sport;
 - d. sportregels begrijpen.
2. Wat zijn de gevolgen van het bezoeken of volgen van topsportevenementen voor aspecten van sociale cohesie? Sociale cohesie verwijst naar de mate van verbondenheid en samenhang binnen een groep mensen of de samenleving als geheel. We onderscheiden:
 - a. nieuwe mensen leren kennen;
 - b. banden met bestaande relaties verstevigen;
 - c. samen praten over topsport.
3. Wat zijn de gevolgen van het bezoeken of volgen van topsportevenementen voor aspecten van het welzijn? Welzijn is de mate van tevredenheid met de leefsituatie. We onderscheiden:
 - a. plezier en geluk ervaren;
 - b. teleurstelling en frustratie ervaren;
 - c. trots op Nederland;
 - d. trots op prestaties van Nederlandse sporters.
4. Hoe verhoudt het bezoeken van een topsportevenement zich tot het volgen daarvan via de media? We onderscheiden:
 - a. voorkeur voor bezoeken of volgen via media;
 - b. betrokkenheid bij evenement;
 - c. wensen voor samenvattingen.

Methode

We hebben gegevens verzameld via een online vragenlijst onder Nederlanders van 18 jaar en ouder. In het vierde kwartaal van 2024 hebben 3.807 respondenten uit het online panel van onderzoeksbureau Bilendi de vragenlijst ingevuld.

Om afwijkingen ten opzichte van de landelijke bevolkingssamenstelling te corrigeren, hebben we de data gewogen naar leeftijd, geslacht en regio.⁶ De weegfactoren variëren van 0,37 tot 2,66. Dat zijn acceptabele factoren. Wanneer het aantal respondenten bij een deelgroep beperkt is, moeten we de uitkomsten als indicatief interpreteren. De analyses hebben we uitgevoerd in R, met behulp van de programmeeromgeving RStudio.

Leeswijzer

Hoofdstuk 2 gaat over de gevolgen van het bezoeken of volgen van topsportevenementen voor aspecten van sportdeelname, sociale cohesie en welzijn. Hoe het bezoeken van een topsportevenement zich verhoudt tot het volgen daarvan via de media, staat centraal in hoofdstuk 3. De conclusie staat in hoofdstuk 4. Kerncijfers hebben we aan het begin van deze publicatie opgenomen.

In deze publicatie onderscheiden we deelgroepen. Bepaalde groepen vragen om een toelichting. Die geven we hierna.

Sportdeelname

- Sporter: iemand die aan sport doet.
- Niet-sporter (gesport <10 jaar): iemand die niet aan sport doet, maar dat in de afgelopen tien jaar wel gedaan heeft.
- Niet-sporter (niet gesport <10 jaar): iemand die niet aan sport doet en dat in de afgelopen tien jaar ook niet gedaan heeft.

Migratieachtergrond (herkomst)

- Geen migratieachtergrond: iemand met een Nederlandse herkomst.
- Migratieachtergrond: iemand met een Marokkaanse/Nederlands-Marokkaanse, Turkse/Nederlands-Turkse, Surinaamse/Nederlands-Surinaamse, Antilliaanse/Nederlands-Antilliaanse, Indonesische/Nederlands-Indonesische, Duitse/Nederlands-Duitse of andere herkomst.

⁶ CBS (2025). De bevolkingscijfers van het CBS zijn gebaseerd op de situatie per 1 januari 2024. De steekproef is afgenomen in het laatste kwartaal van 2024. Kleine verschillen tussen de steekproef en de landelijke cijfers kunnen mede het gevolg zijn van demografische verschuivingen gedurende het jaar.

Beperking (langdurige ziekte, beperking of handicap)

- Belemmerd: iemand met een langdurige ziekte, beperking of handicap die belemmert tijdens dagelijkse activiteiten.
- Niet-belemmerd: iemand zonder een langdurige ziekte, beperking of handicap die belemmert tijdens dagelijkse activiteiten.

Naar sport kijken

- Geen tv-sport: iemand die geen sport op televisie kijkt.
- Gemiddeld tv-sport: iemand die 1 tot 6 uur per week sport op televisie kijkt.
- Intensief tv-sport: iemand die meer dan 6 uur per week sport op televisie kijkt.

Betrokkenheid bij topsportevenementen⁷

- Afzijdig: bezoekt of volgt geen evenementen en toont de laagste interesse.
- Casual: volgt hooguit één evenement via media en heeft lage betrokkenheid.
- Geïnteresseerd: toont duidelijke interesse in sport en topsportevenementen, met een positievere houding.
- Aangetrokken: volgt gemiddeld drie evenementen en heeft een hoge algemene sportinteresse.
- Verbonden: bezoekt zelf evenementen en voelt een sterke emotionele binding met topsport.
- Loyaal: bezoekt en volgt veel evenementen; topsport is een belangrijk deel van de identiteit.

⁷ Gebaseerd op Schoemaker & Van den Breul (2025).

2. Sportdeelname, sociale cohesie en welzijn

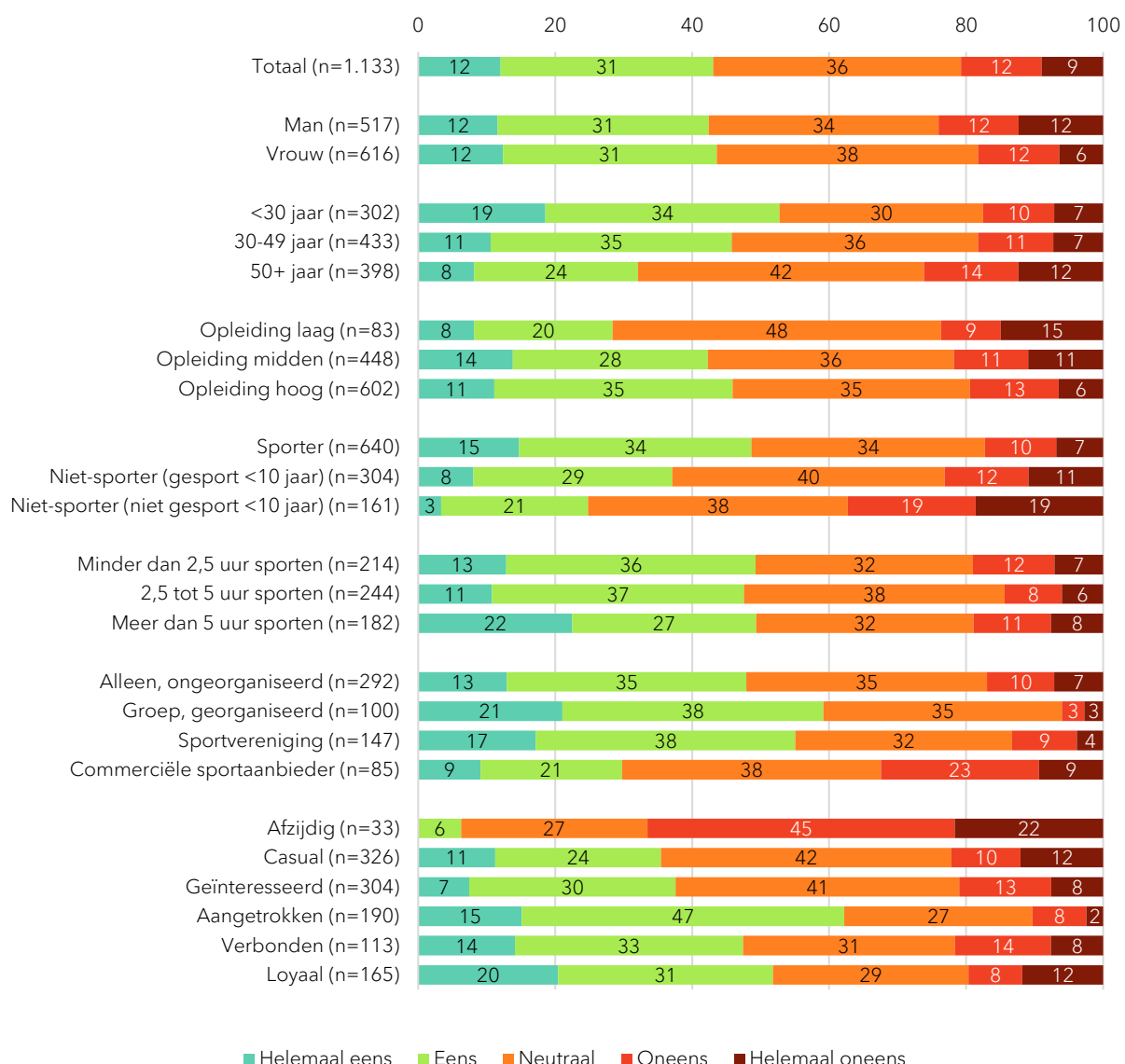
In dit hoofdstuk geven we antwoord op de eerste, de tweede en de derde onderzoeksvraag:

- Wat zijn de gevolgen van het bezoeken of volgen van topsportevenementen voor sportieve aspecten?
- Wat zijn de gevolgen van het bezoeken of volgen van topsportevenementen voor aspecten van sociale cohesie?
- Wat zijn de gevolgen van het bezoeken of volgen van topsportevenementen voor aspecten van het welzijn?

Sportdeelname

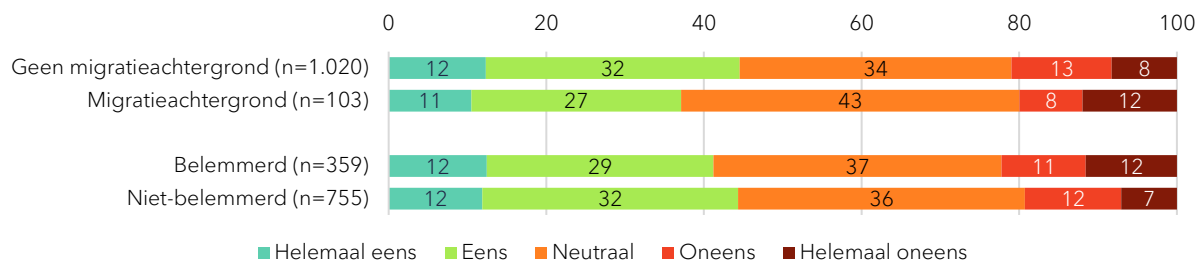
Ruim vier op de tien Nederlanders geven aan dat zij door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen meer betrokken zijn geraakt bij sport (**figuur 1**). Onder jongeren onder de 30 jaar ligt dit aandeel van 53 procent hoger dan onder 50-plussers (32%).

Figuur 1 - Mening over stelling 'Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland ben ik meer betrokken geraakt bij de sport' volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



Van de Nederlanders zonder migratieachtergrond geeft 44 procent aan meer betrokken te zijn geraakt bij sport, tegenover 38 procent van de Nederlanders met een migratieachtergrond (figuur 2).

Figuur 2 – Mening over stelling ‘Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland ben ik meer betrokken geraakt bij de sport’, naar herkomst en ervaren belemmeringen door een langdurige ziekte, beperking of handicap, volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



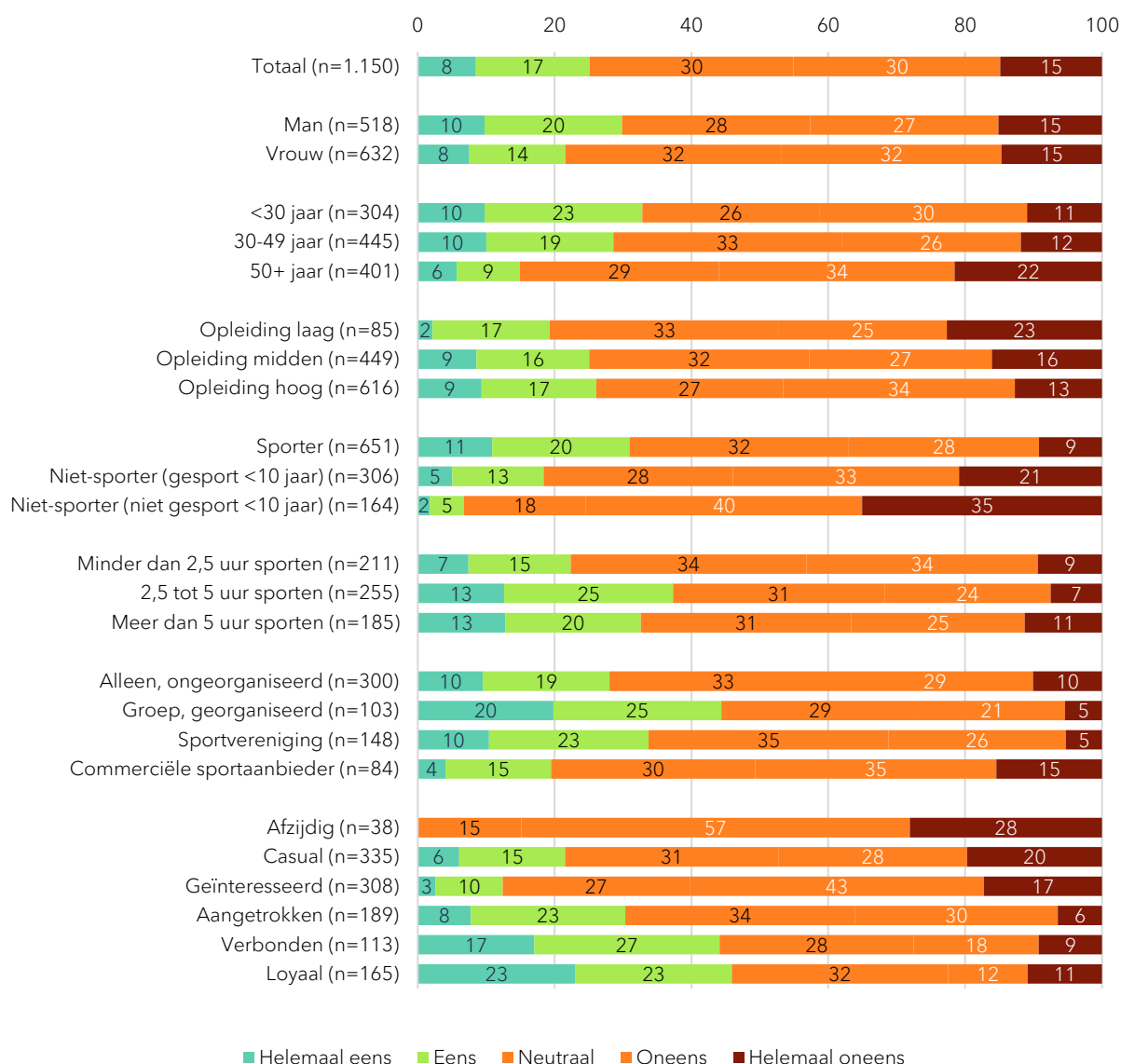
Een op de vier Nederlanders geeft aan door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen vaker te zijn gaan sporten (figuur 3). Vooral personen die al sporten, gaan vaker sporten. Dit strookt met uitkomsten uit de literatuur.⁸

Opvallend is het relatief hoge aandeel niet-sporters dat zegt vaker te zijn gaan sporten door het bezoeken of volgen van topsportevenementen. Die uitkomst is lastig te rijmen met resultaten uit wetenschappelijk onderzoek. Verwacht mag worden dat niet-sporters de invloed van topsportevenementen op hun sportgedrag overschatten. Het volgen van een topsportevenement (en het aanschouwen van topsporters en hun prestaties) kan jarenlang ingesleten gedrag (niet sporten) niet zomaar veranderen.⁹

⁸ Bijvoorbeeld Weed et al. (2015).

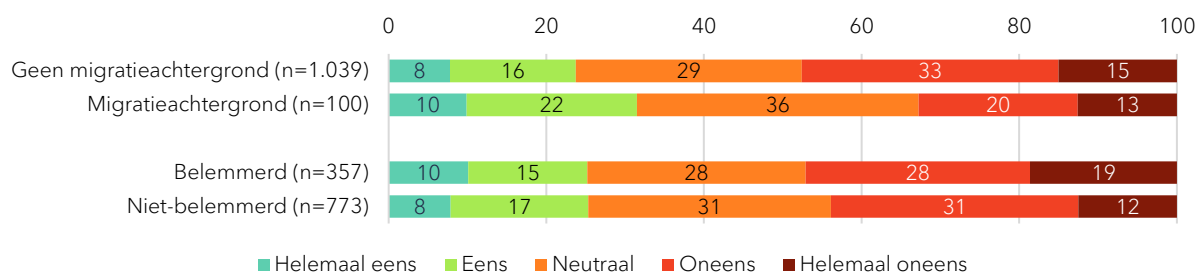
⁹ Bursa & Mailer (2020); Weed (2009); Frawley (2013); Sotiriadou et al. (2008).

Figuur 3 – Mening over stelling ‘Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland ben ik vaker gaan sporten’ volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



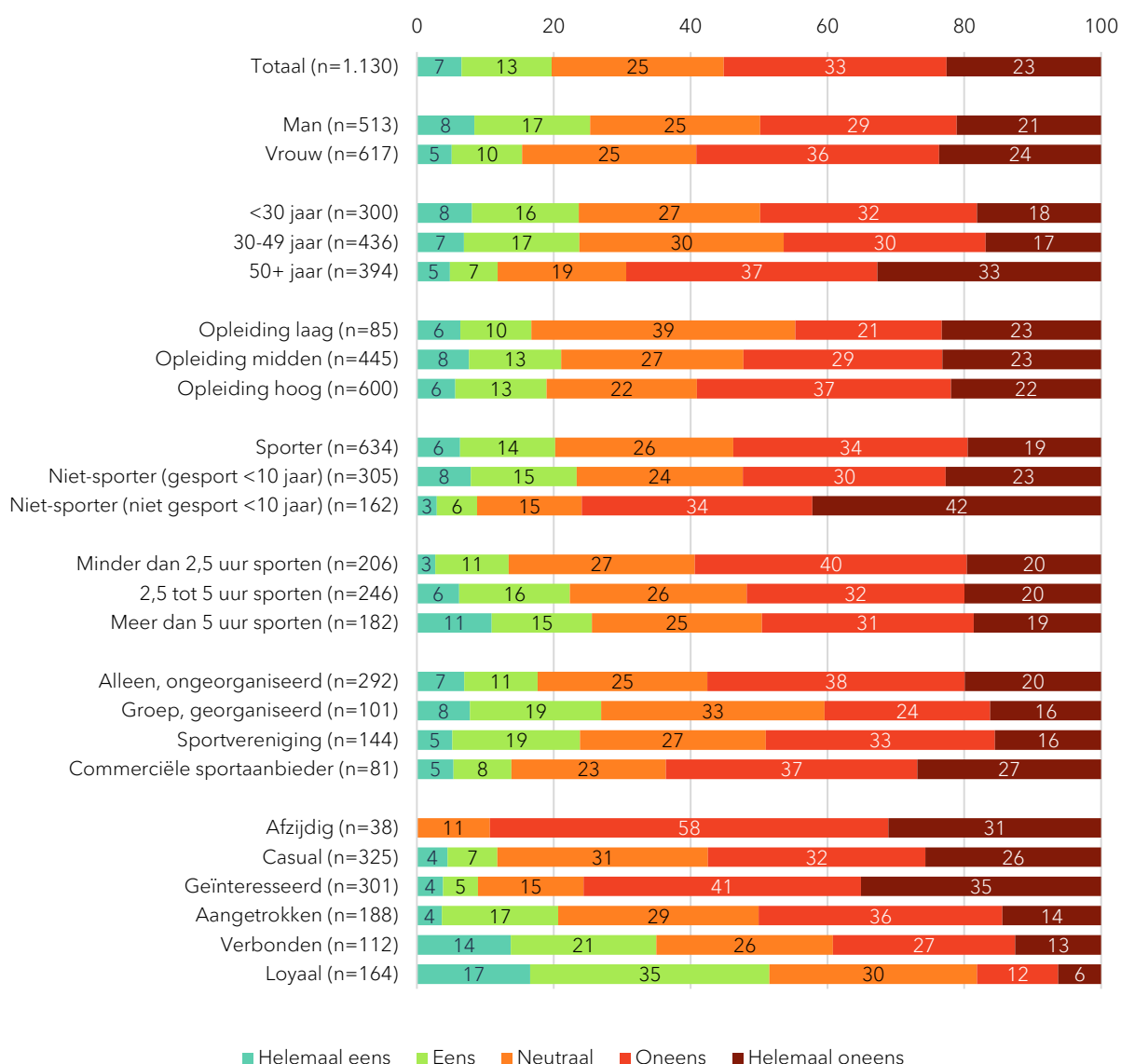
Bij Nederlanders met een migratieachtergrond is het aandeel dat vaker is gaan sporten (32%) vergelijkbaar met het aandeel dat neutraal is (36%) of niet vaker is gaan sporten (33%). Van de Nederlanders zonder migratieachtergrond geeft bijna de helft aan niet vaker te zijn gaan sporten (48%) (figuur 4).

Figuur 4 – Mening over stelling ‘Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland ben ik vaker gaan sporten’, naar herkomst en ervaren belemmeringen door een langdurige ziekte, beperking of handicap, volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



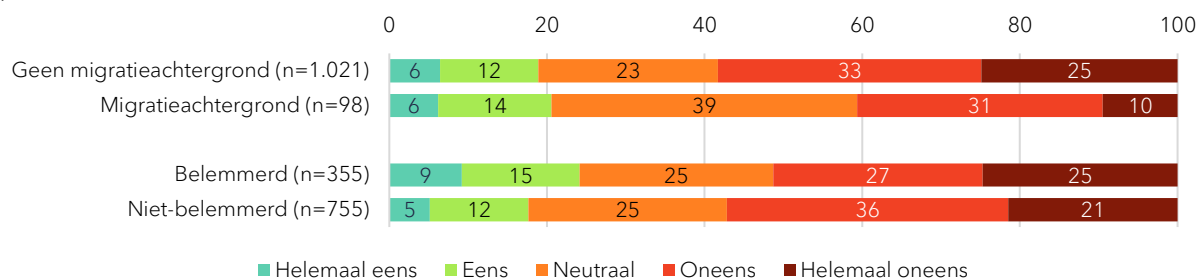
20 procent van de Nederlanders is door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen met een nieuwe sport begonnen (figuur 5). Van de niet-sporters die in de afgelopen tien jaar ook niet hebben gesport, is 9 procent aan een nieuwe sport begonnen. Bij niet-sporters die in de afgelopen tien jaar wel hebben gesport, ligt dit aandeel op 23 procent. Dat ligt dicht bij het aandeel van de sporters (20%).

Figuur 5 - Mening over stelling 'Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland ben ik met een nieuwe sport begonnen' volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



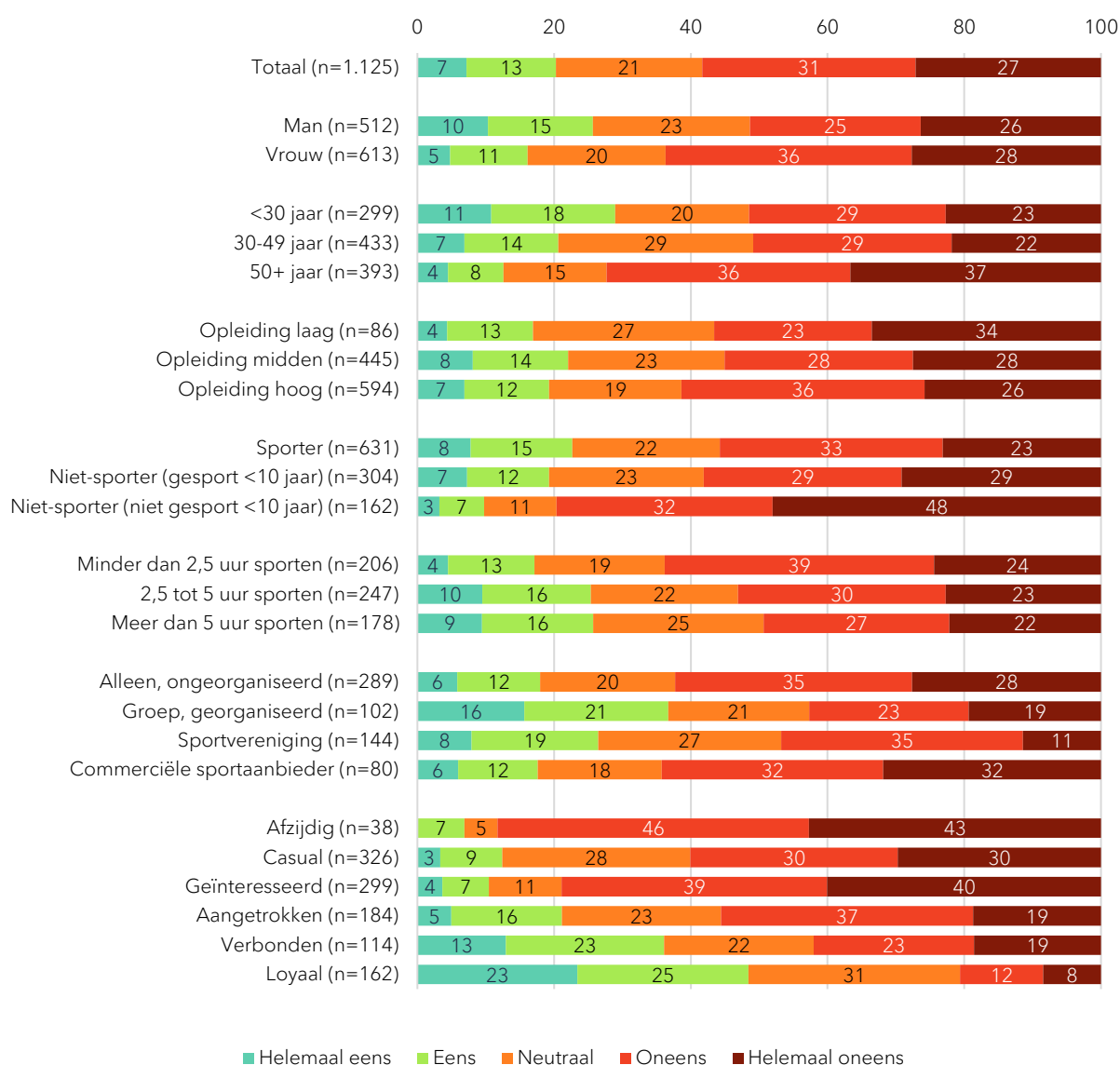
Van de Nederlanders met een migratieachtergrond geeft 41 procent aan niet met een nieuwe sport te zijn begonnen, tegenover 58 procent van de Nederlanders die geen migratieachtergrond hebben (figuur 6).

Figuur 6 – Mening over stelling ‘Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland ben ik met een nieuwe sport begonnen’, naar herkomst en ervaren belemmeringen door een langdurige ziekte, beperking of handicap, volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



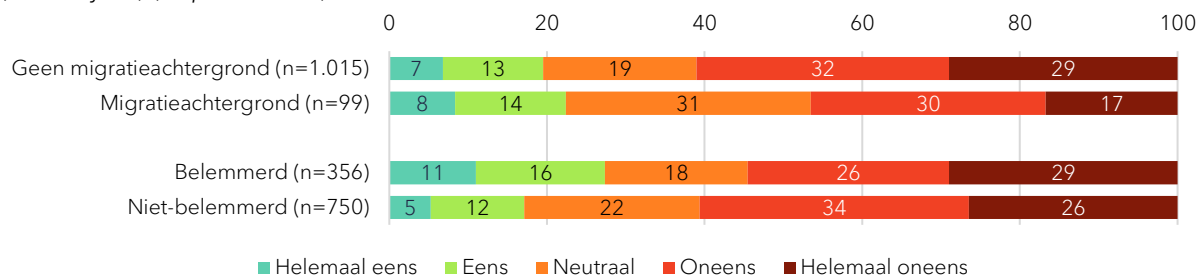
Eén op de vijf Nederlanders (20 procent) geeft aan door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen lid te zijn geworden van een sportvereniging (figuur 7). Onder mensen die tot de loyale betrokkenheidsgroep behoren, ligt dit aandeel met 48 procent aanzienlijk hoger.

Figuur 7 - Mening over stelling 'Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland ben ik lid geworden van een sportvereniging' volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



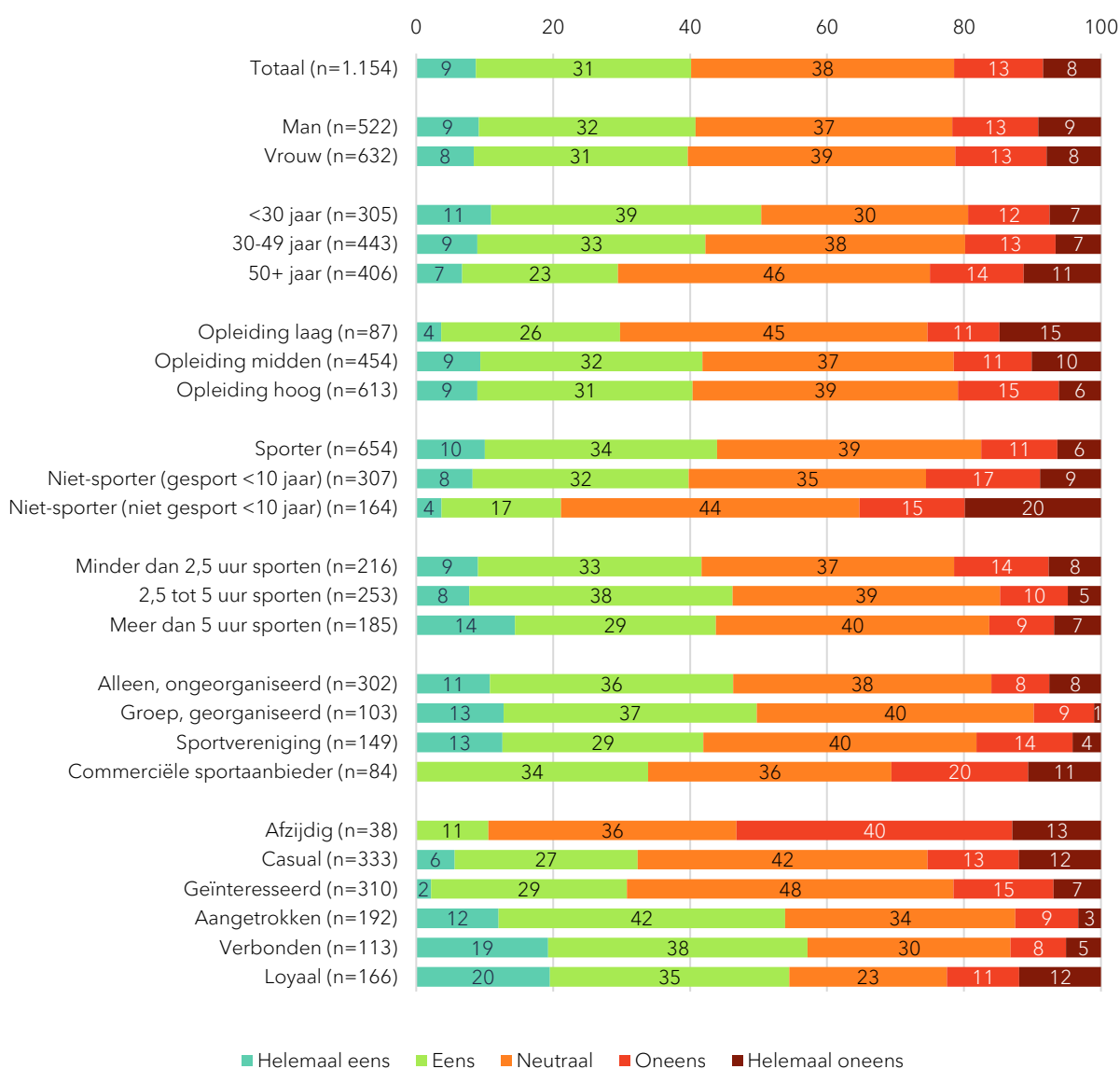
Van de Nederlanders met een migratieachtergrond geeft 22 procent aan lid te zijn geworden van een sportvereniging door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen, tegenover 20 procent van de Nederlanders zonder migratieachtergrond. Bij Nederlanders die belemmeringen ervaren in het dagelijks functioneren, ligt dit aandeel hoger (27%) dan bij Nederlanders zonder ervaren belemmeringen (17%) (figuur 8).

Figuur 8 - Mening over stelling 'Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland ben ik lid geworden van een sportvereniging', naar herkomst en ervaren belemmeringen door een langdurige ziekte, beperking of handicap, volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



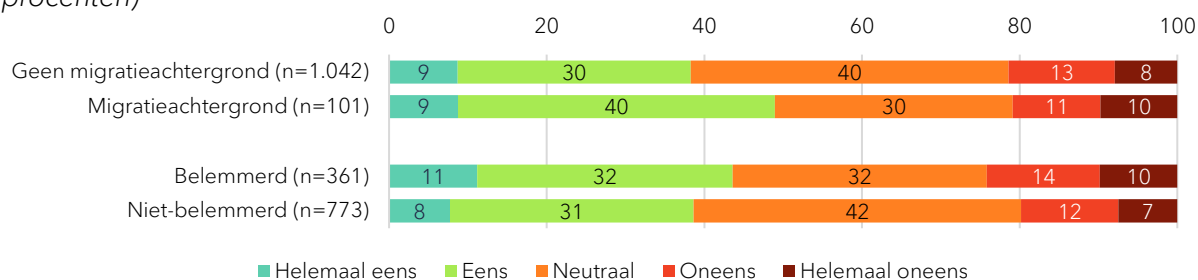
Vier op de tien Nederlanders (40%) geven aan dat zij door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen een positiever beeld van sport hebben gekregen (figuur 9). Onder de aangetrokken, verbonden en loyale volgers loopt dit aandeel op tot respectievelijk 54, 57 en 55 procent.

Figuur 9 - Mening over stelling 'Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland ben ik positiever naar sport gaan kijken' volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



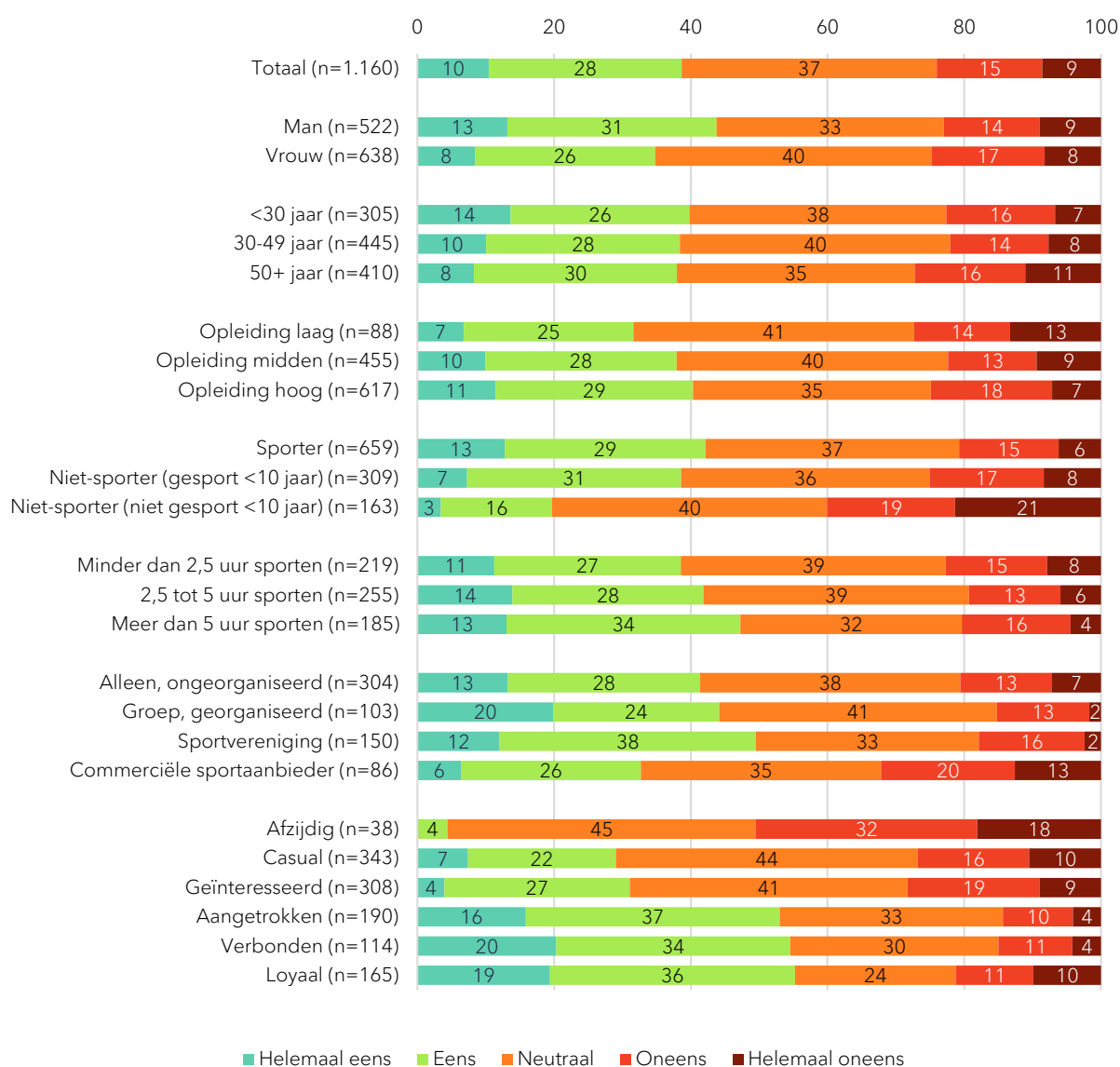
Van de Nederlanders met een migratieachtergrond geeft 49 procent aan positiever naar sport te zijn gaan kijken door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen, tegenover 39 procent van de Nederlanders die geen migratieachtergrond hebben (figuur 10).

Figuur 10 – Mening over stelling ‘Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland ben ik positiever naar sport gaan kijken’, naar herkomst en ervaren belemmeringen door een langdurige ziekte, beperking of handicap, volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



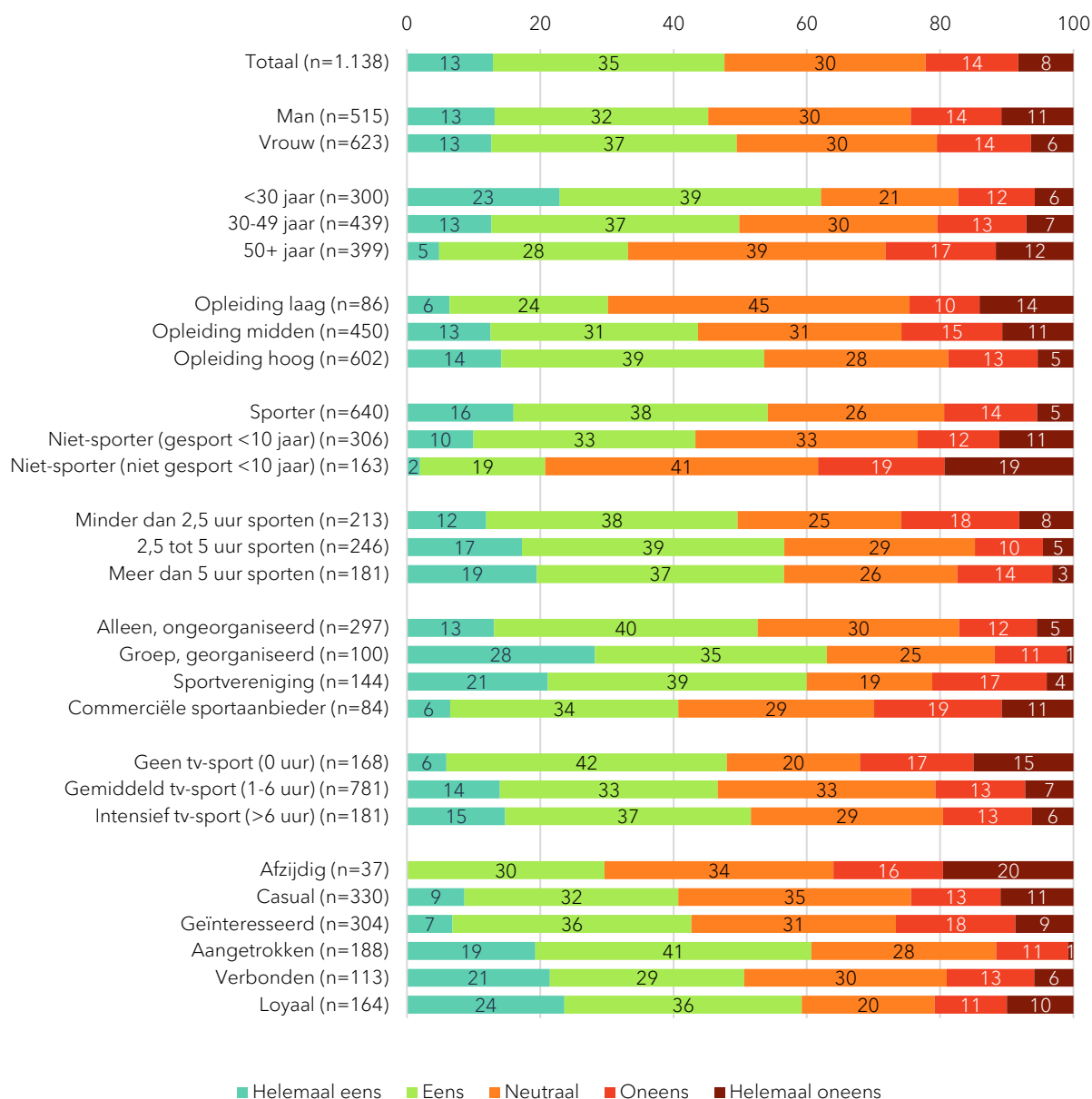
Ruim een derde van de Nederlanders (38%) geeft aan dat zij zich door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen meer bewust zijn geworden van het belang van zelf sporten (figuur 11). Onder niet-sporters die in de afgelopen tien jaar niet hebben gesport, ligt dit aandeel op 19 procent.

Figuur 11 – Mening over stelling ‘Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland ben ik mij meer bewust van het belang van zelf sporten.’ volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



48 procent van de Nederlanders geeft aan dat zij door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen de regels van de sport beter begrijpen (figuur 12). Bij intensieve tv-sportvolgers ligt dit op 52 procent.

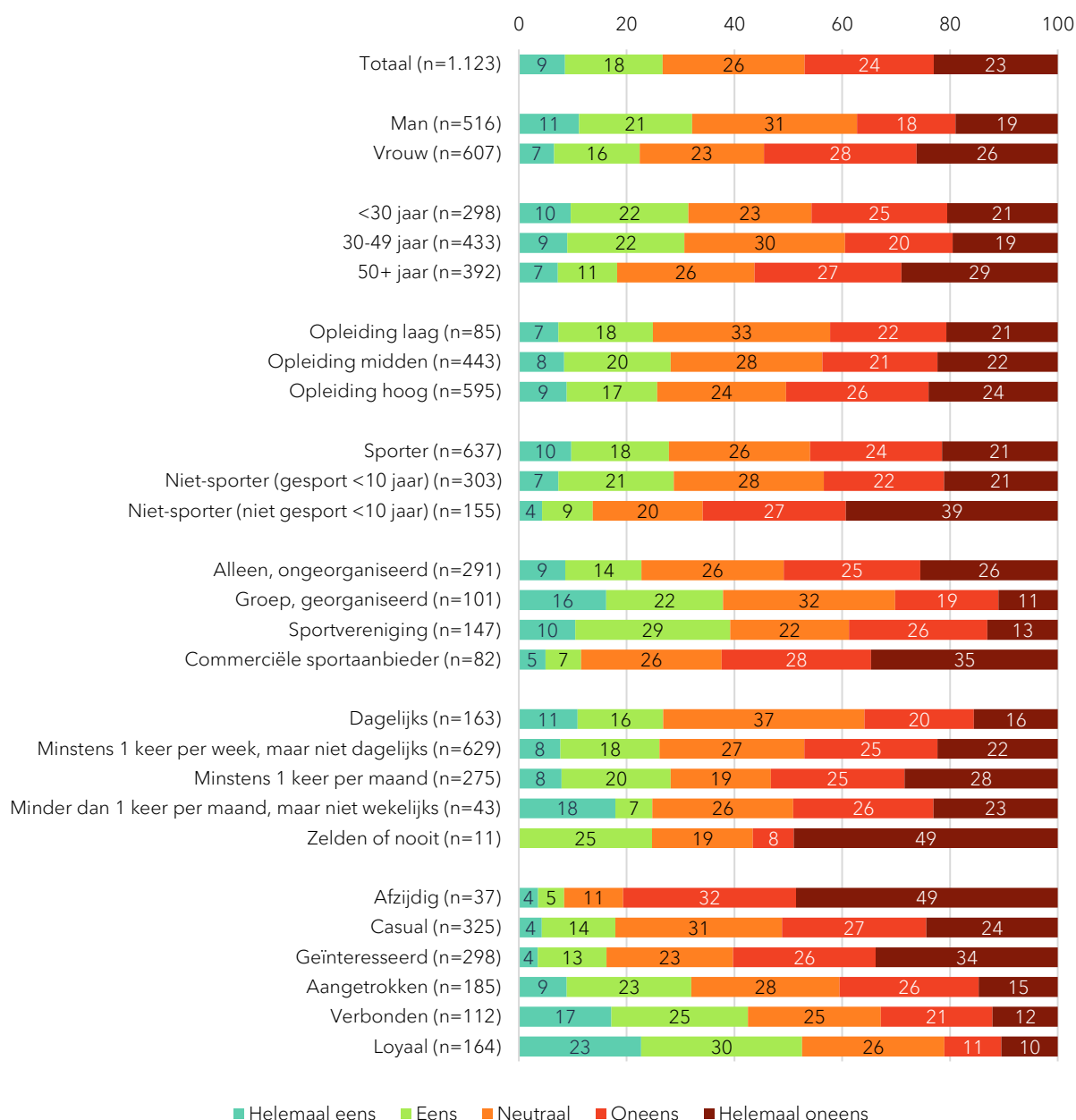
Figuur 12 - Mening over stelling 'Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland ben ik de regels van de sport (beter) gaan begrijpen' volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



Sociale cohesie

Ongeveer een kwart van de Nederlanders (27%) geeft aan door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen nieuwe mensen te hebben leren kennen met wie ze na het evenement nog contact hebben gehad (figuur 13). Dit aandeel is vrijwel gelijk bij mensen met dagelijks sociaal contact (27%), mensen die minstens één keer per week contact hebben (26%), bij maandelijks contact (28%), en bij minder dan maandelijks contact (25%).

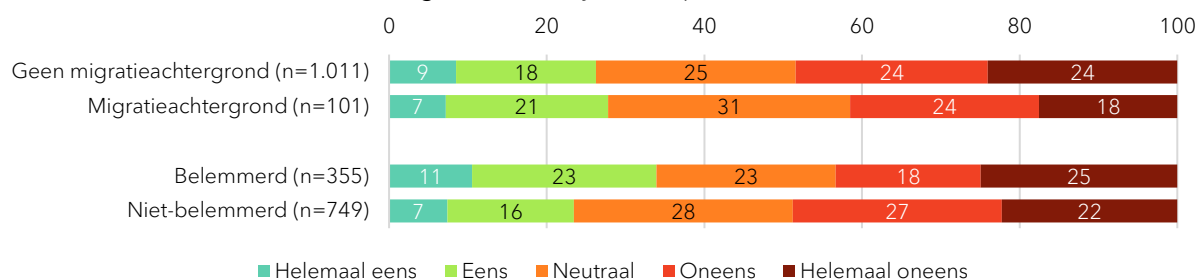
Figuur 13 – Mening over stelling ‘Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland heb ik nieuwe mensen leren kennen waar ik na het evenement nog contact mee heb gehad’ volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten) ⁹



Voor mensen die veel evenementen bezoeken of volgen (loyalen) heeft ruim de helft nieuwe mensen leren kennen. Dit aandeel neemt af naarmate het bezoeken en volgen van evenementen minder wordt (figuur 13).

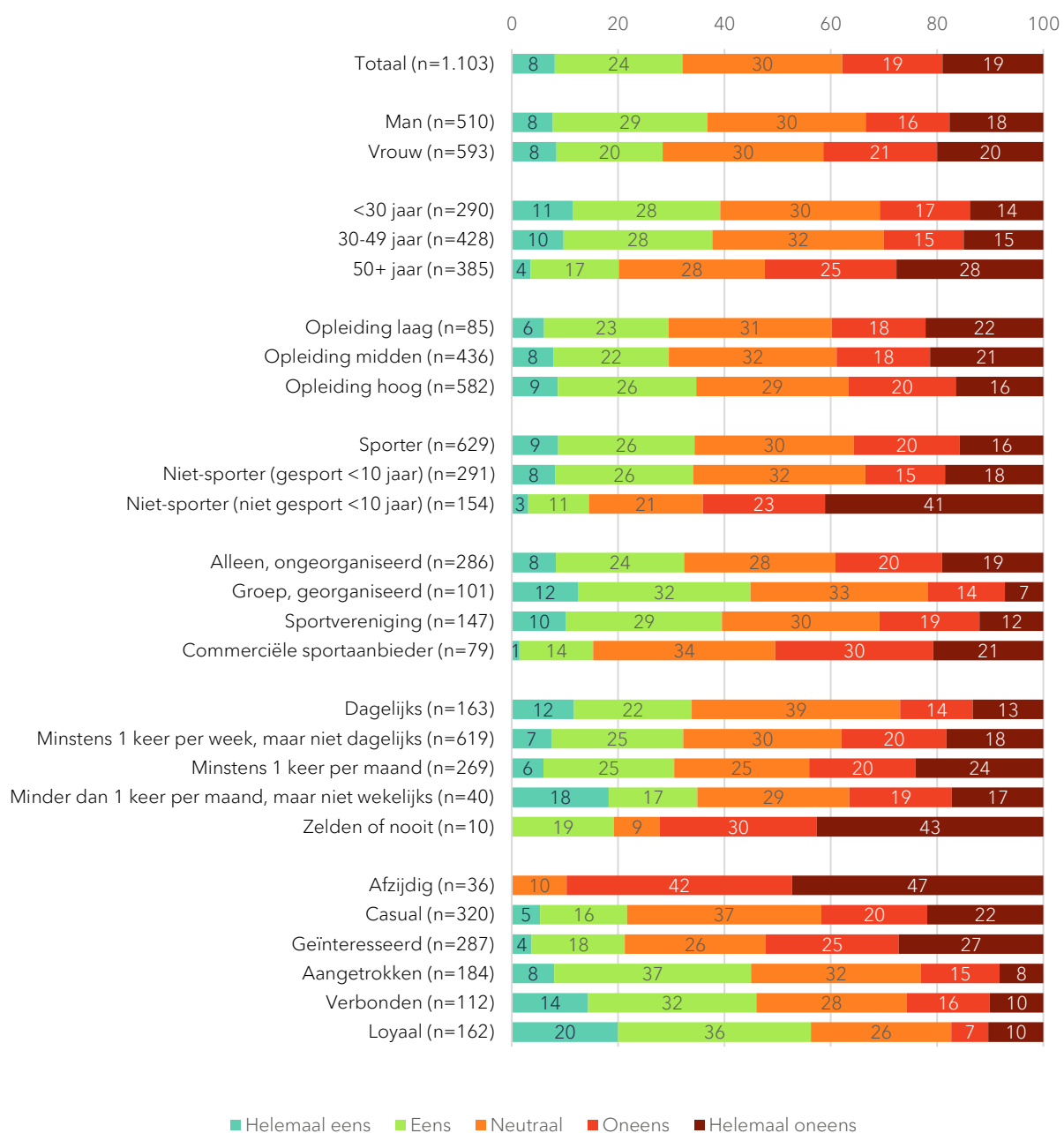
Van de Nederlanders die belemmeringen ervaren in het dagelijks functioneren, geeft 34 procent aan nieuwe mensen te hebben leren kennen met wie ze na het evenement nog contact hadden, tegenover 23 procent van de Nederlanders zonder ervaren belemmeringen (figuur 14).

Figuur 14 – Mening over stelling ‘Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland heb ik nieuwe mensen leren kennen waar ik na het evenement nog contact mee heb gehad’, naar herkomst en ervaren belemmeringen door een langdurige ziekte, beperking of handicap, volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten) ⁹



Een derde van de Nederlanders (32%) ervaart dat het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen hun banden met medebezoekers heeft versterkt (figuur 15). Dit aandeel loopt op naarmate de betrokkenheid groter is: bij casual en geïnteresseerden is dit ongeveer 21 procent, bij aangetrokken en verbonden bijna de helft (45-46%), en bij loyale volgers zelfs 56 procent.

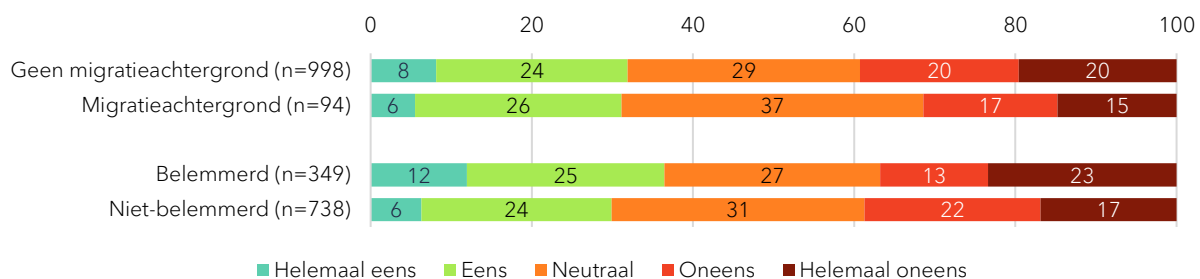
Figuur 15 - Mening over stelling 'Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland heb ik de banden met mensen waarmee ik het evenement bezocht versterkt' volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)³



Voor mensen die veel evenementen bezoeken of volgen (loyalen) heeft ruim de helft de banden met bekenden en vrienden aangehaald. Dit aandeel neemt af naarmate het bezoeken en volgen van evenementen minder wordt (figuur 15).

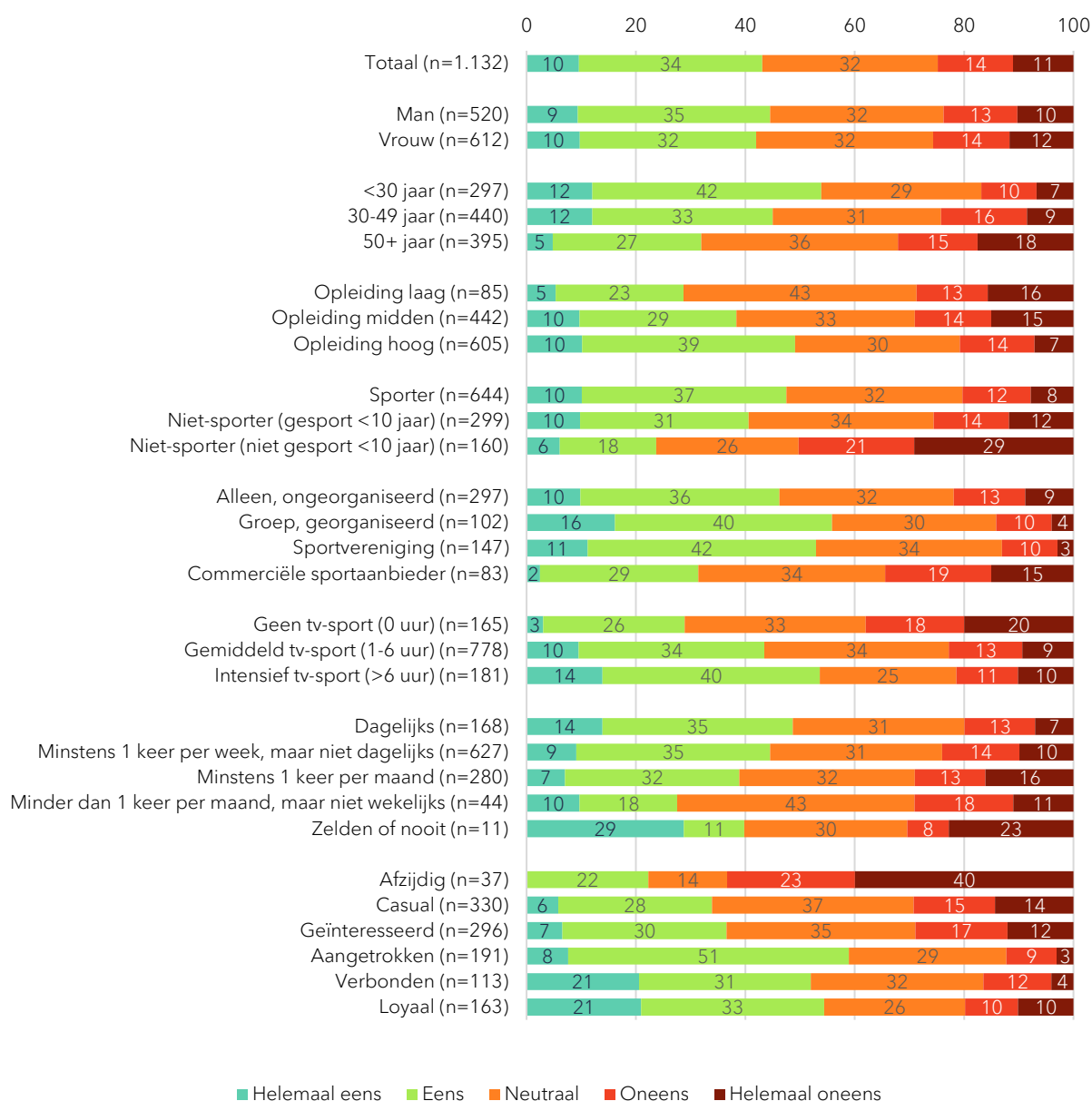
Van de Nederlanders die belemmeringen ervaren in het dagelijks functioneren, geeft 37 procent aan dat door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen de banden met mensen waarmee zij het evenement bezochten zijn verstevigd, tegenover 30 procent van de Nederlanders zonder ervaren belemmeringen (figuur 16).

Figuur 16 – Mening over stelling ‘Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland heb ik de banden met mensen waarmee ik het evenement bezocht verstevigd’, naar herkomst en ervaren belemmeringen door een langdurige ziekte, beperking of handicap, volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten) ⁹



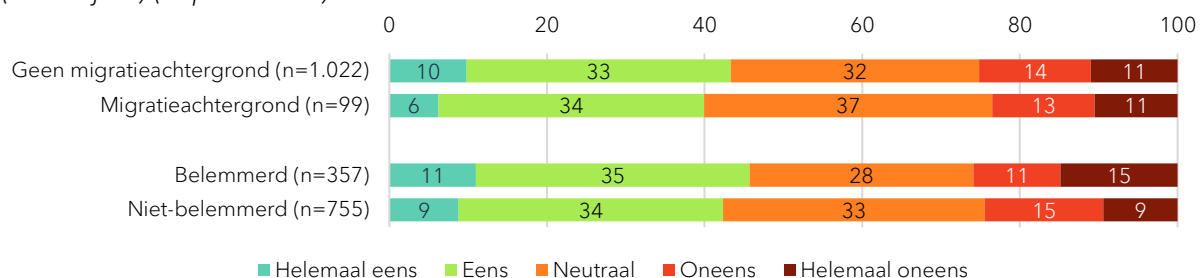
44 procent van de Nederlanders geeft aan door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen vaker met anderen over topsport te praten (figuur 17). Dit aandeel ligt hoger bij intensieve tv-sportvolgers (54%), bij sporters die in georganiseerd groepsverband sporten (56%) en bij mensen die dagelijks contact hebben met anderen (49%).

Figuur 17 - Mening over stelling 'Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland heb ik vaker met anderen over topsport kunnen praten' volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)³



Van de Nederlanders die belemmeringen ervaren in het dagelijks functioneren, geeft 46 procent aan vaker met anderen over topsport te hebben gesproken door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen, tegenover 43 procent van de Nederlanders geen belemmeringen ervaren (figuur 18).

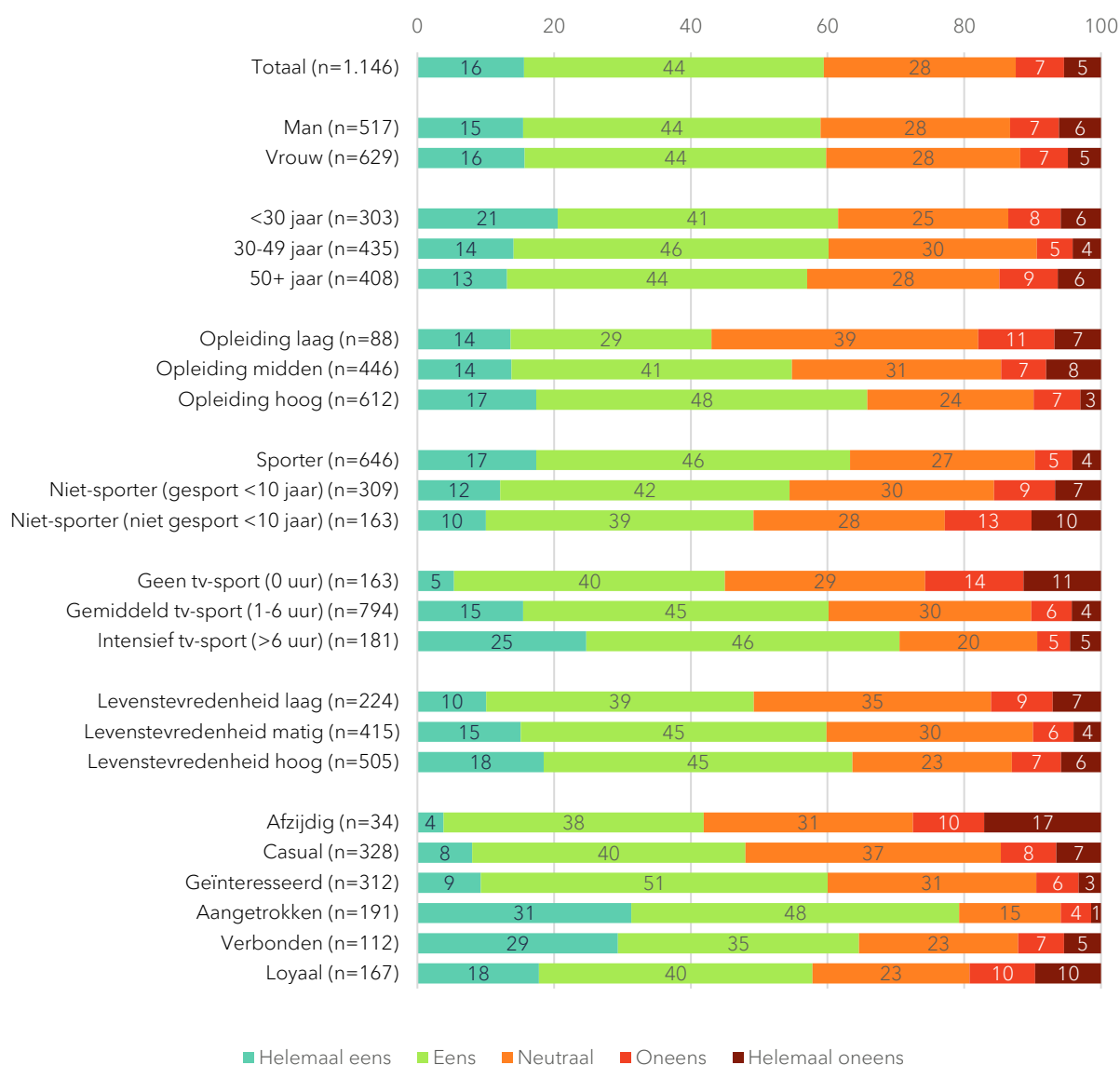
Figuur 18 – Mening over stelling ‘Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland heb ik vaker met anderen over topsport kunnen praten’, naar herkomst en ervaren belemmeringen door een langdurige ziekte, beperking of handicap, volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten) ⁹



Welzijn

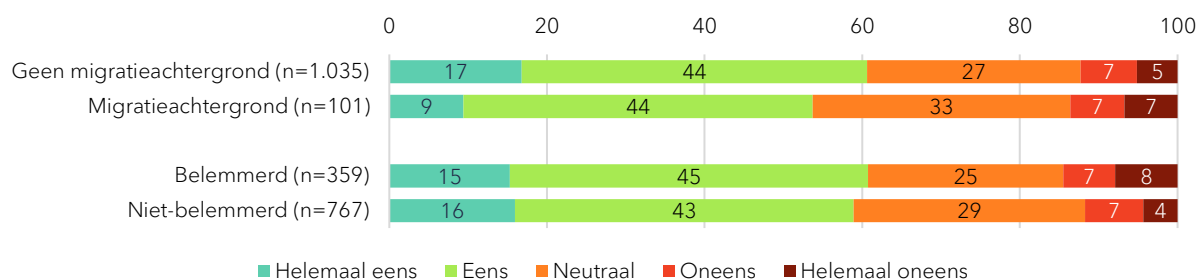
Drie op de vijf Nederlanders (en 64% van de mensen met hoge levenstevredenheid) ervaren door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen momenten van plezier of geluk. Dit aandeel ligt lager bij mensen met een lage levenstevredenheid (47%) (figuur 19).

Figuur 19 - Mening over stelling 'Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland kan ik momenten van plezier of geluk ervaren' volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



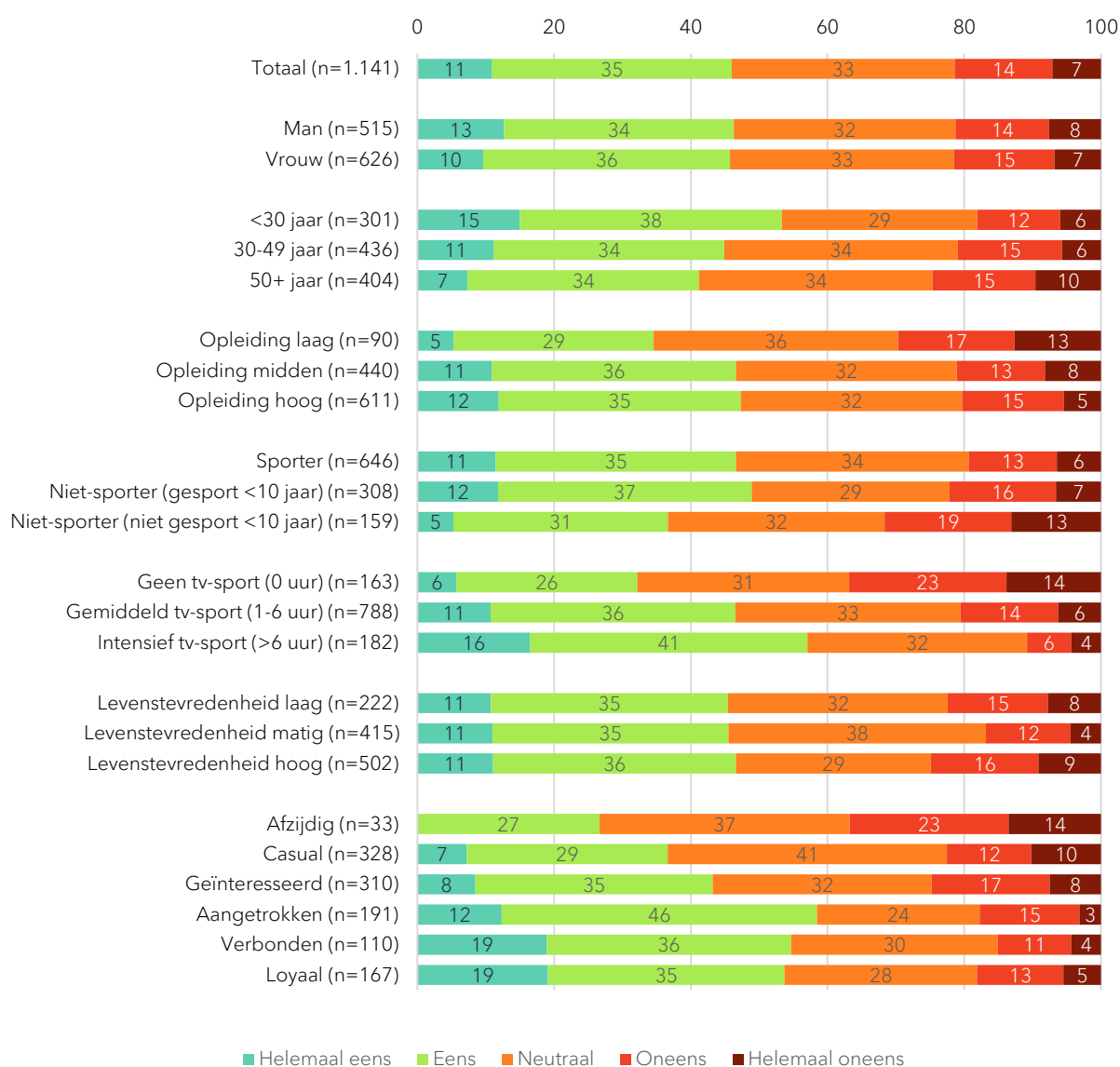
Van de Nederlanders met een migratieachtergrond geeft 53 procent aan momenten van plezier of geluk te ervaren door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen, tegenover ruim drie op de vijf Nederlanders zonder migratieachtergrond (figuur 20).

Figuur 20 - Mening over stelling 'Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland kan ik momenten van plezier of geluk ervaren', naar herkomst en ervaren belemmeringen door een langdurige ziekte, beperking of handicap, volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



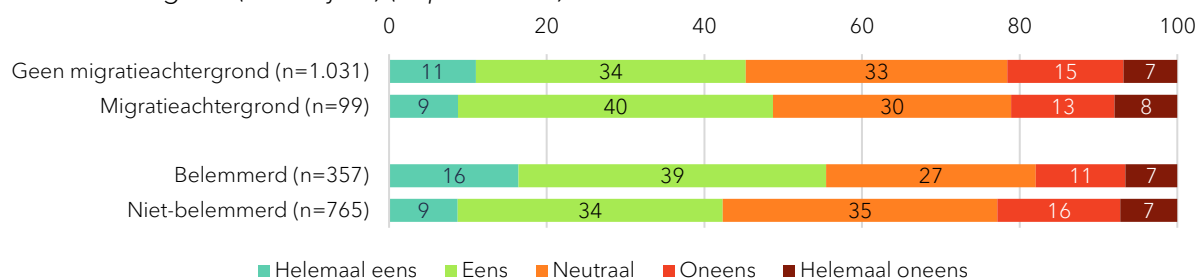
Naast de momenten van plezier of geluk rapporteert 46 procent van de Nederlanders dat het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen ook tot teleurstelling of frustratie kan leiden (figuur 21). Bij intensieve tv-sportvolgers is dat 57 procent, en onder jongeren tot 30 jaar ligt dit aandeel op 53 procent.

Figuur 21 - Mening over stelling 'Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland kan ik momenten van teleurstelling en frustratie ervaren' volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



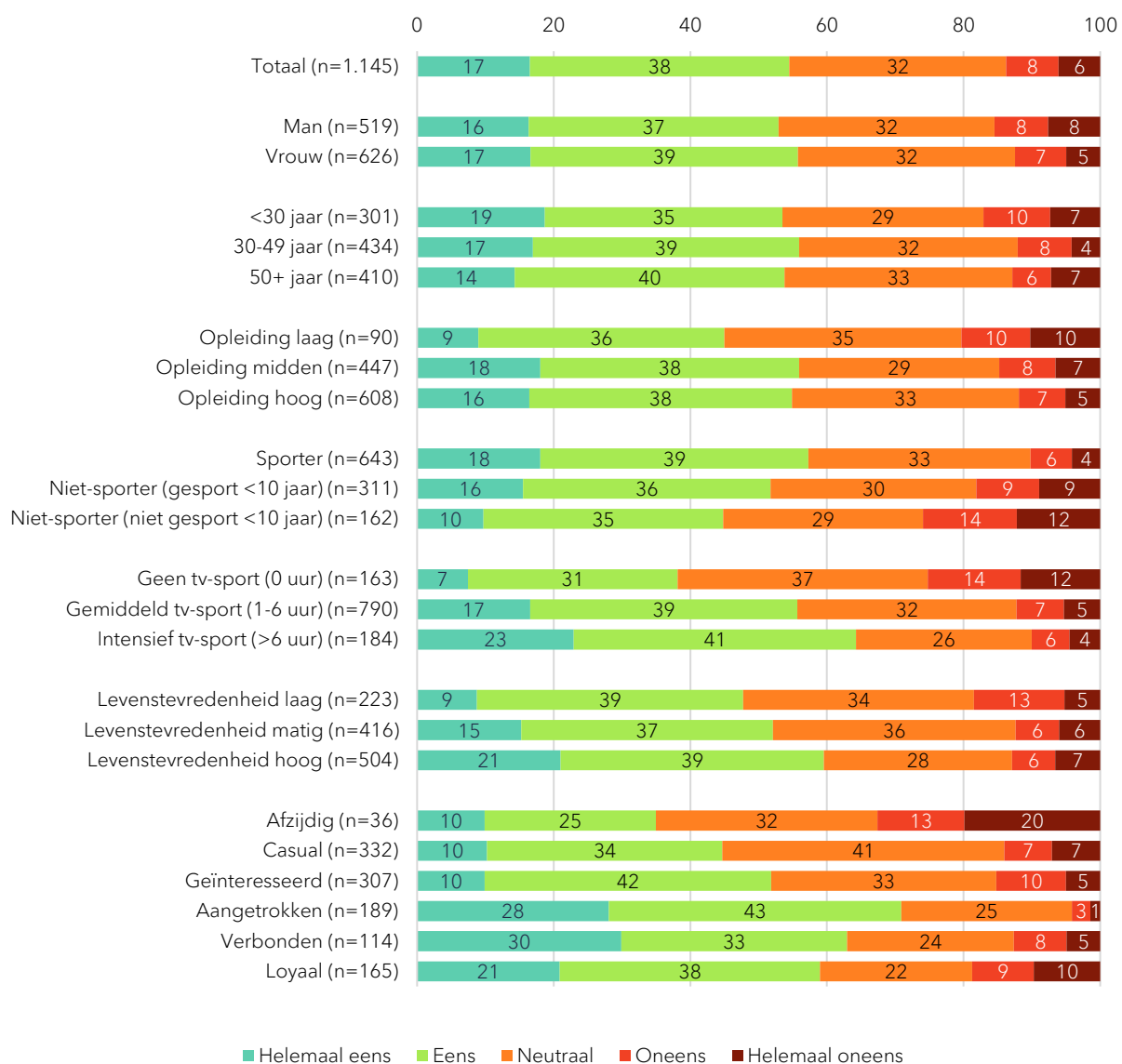
Van de Nederlanders die belemmeringen ervaren in het dagelijks functioneren, geeft meer dan de helft aan momenten van teleurstelling of frustratie te ervaren, tegenover 43 procent van de Nederlanders die geen belemmeringen ervaren (figuur 22).

Figuur 22 – Mening over stelling ‘Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland kan ik momenten van teleurstelling en frustratie ervaren’, naar herkomst en ervaren belemmeringen door een langdurige ziekte, beperking of handicap, volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



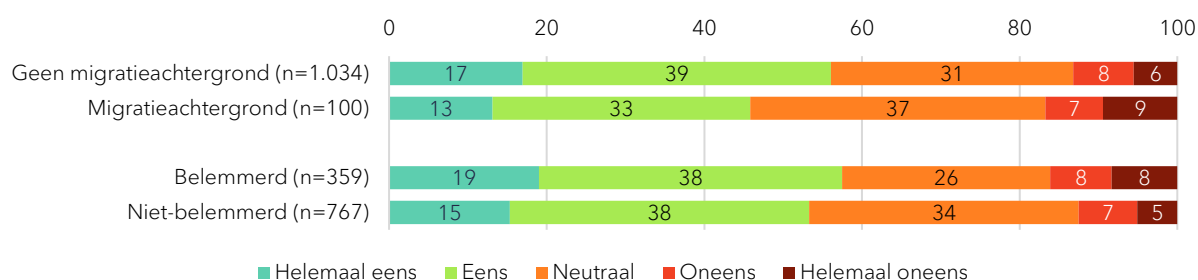
Ruim de helft van de Nederlanders (55%) voelt zich trots op Nederland omdat een topsportevenement in eigen land plaatsvindt (figuur 23). Bij mensen met een hoge levenstevredenheid (60%) en intensieve tv-sportvolgers (63%) ligt dit aandeel aanmerkelijk hoger.

Figuur 23 – Mening over stelling ‘Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland voel ik me trots op Nederland omdat het topsportevenement in Nederland plaatsvindt’ volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



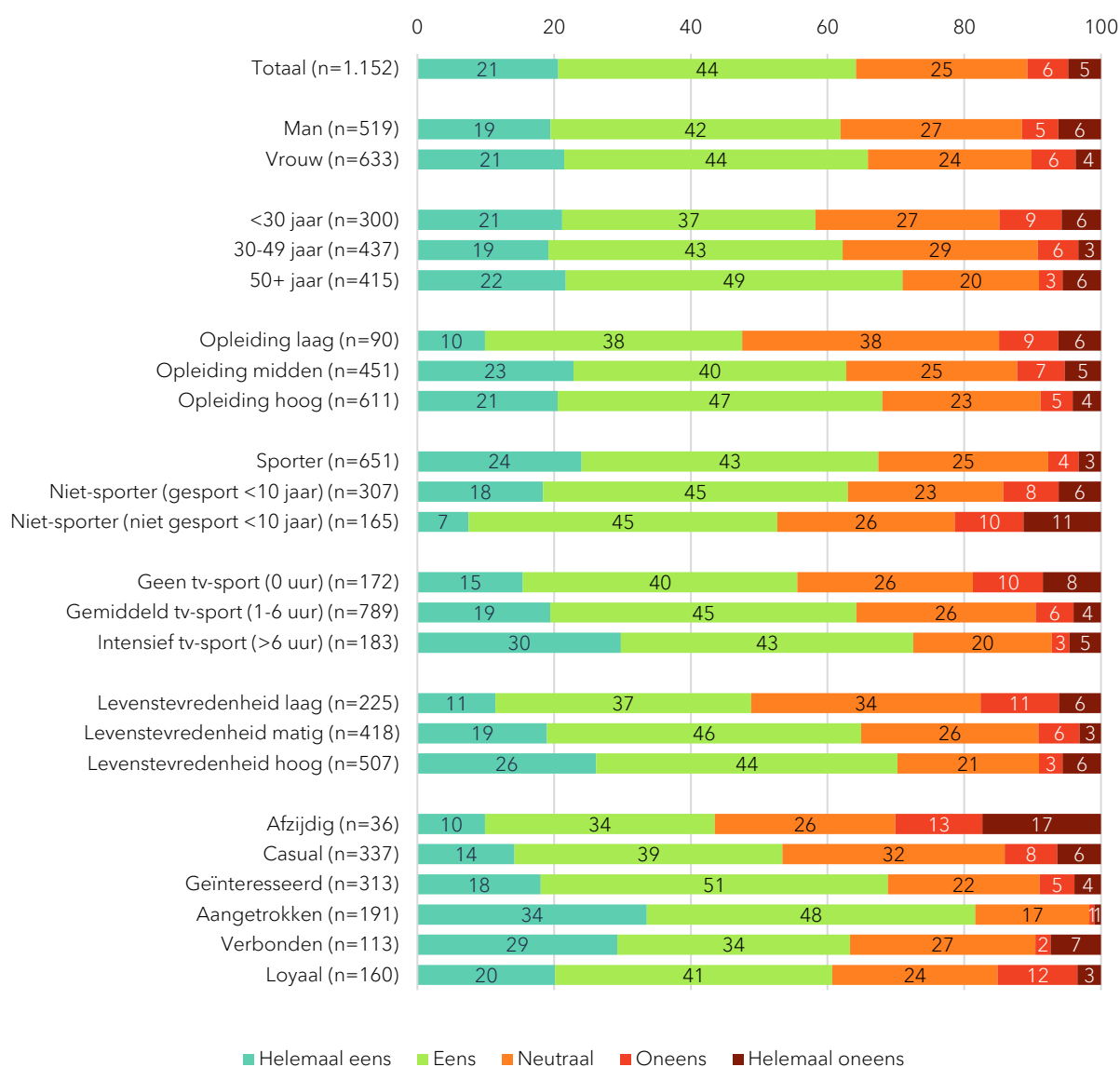
Van de Nederlanders die belemmeringen ervaren in het dagelijks functioneren, geeft 57 procent aan zich trots te voelen op Nederland omdat het topsportevenement in Nederland plaatsvindt, tegenover 53 procent van de Nederlanders zonder ervaren belemmeringen (figuur 24).

Figuur 24 – Mening over stelling ‘Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland voel ik me trots op Nederland omdat het topsportevenement in Nederland plaatsvindt’, naar herkomst en ervaren belemmeringen door een langdurige ziekte, beperking of handicap, volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



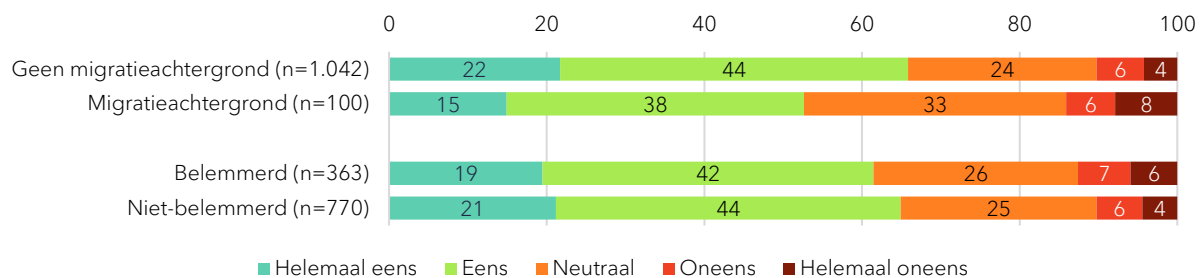
Het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen maakt dat 65 procent van de Nederlanders trots is op de prestaties van Nederlandse sporters tijdens het evenement (figuur 25). Dit aandeel ligt opvallend hoog bij hoogopgeleiden (68%), sporters (67%), intensieve tv-sportvolgers (73%) en mensen die in de betrokkenheidsgroep aangetrokken vallen (82%).

Figuur 25 - Mening over stelling 'Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland voel ik me trots op de sportprestaties van de Nederlandse sporters tijdens het evenement' volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



Het aandeel dat trots is op de sportprestaties van Nederlandse sporters tijdens het evenement, ligt bij Nederlanders met een migratieachtergrond op ruim de helft (53%), tegenover 66 procent bij Nederlanders zonder migratieachtergrond (figuur 26).

Figuur 26 – Mening over stelling ‘Door het bezoeken en/of volgen van topsportevenementen in Nederland voel ik me trots op de sportprestaties van de Nederlandse sporters tijdens het evenement’, naar herkomst en ervaren belemmeringen door een langdurige ziekte, beperking of handicap, volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



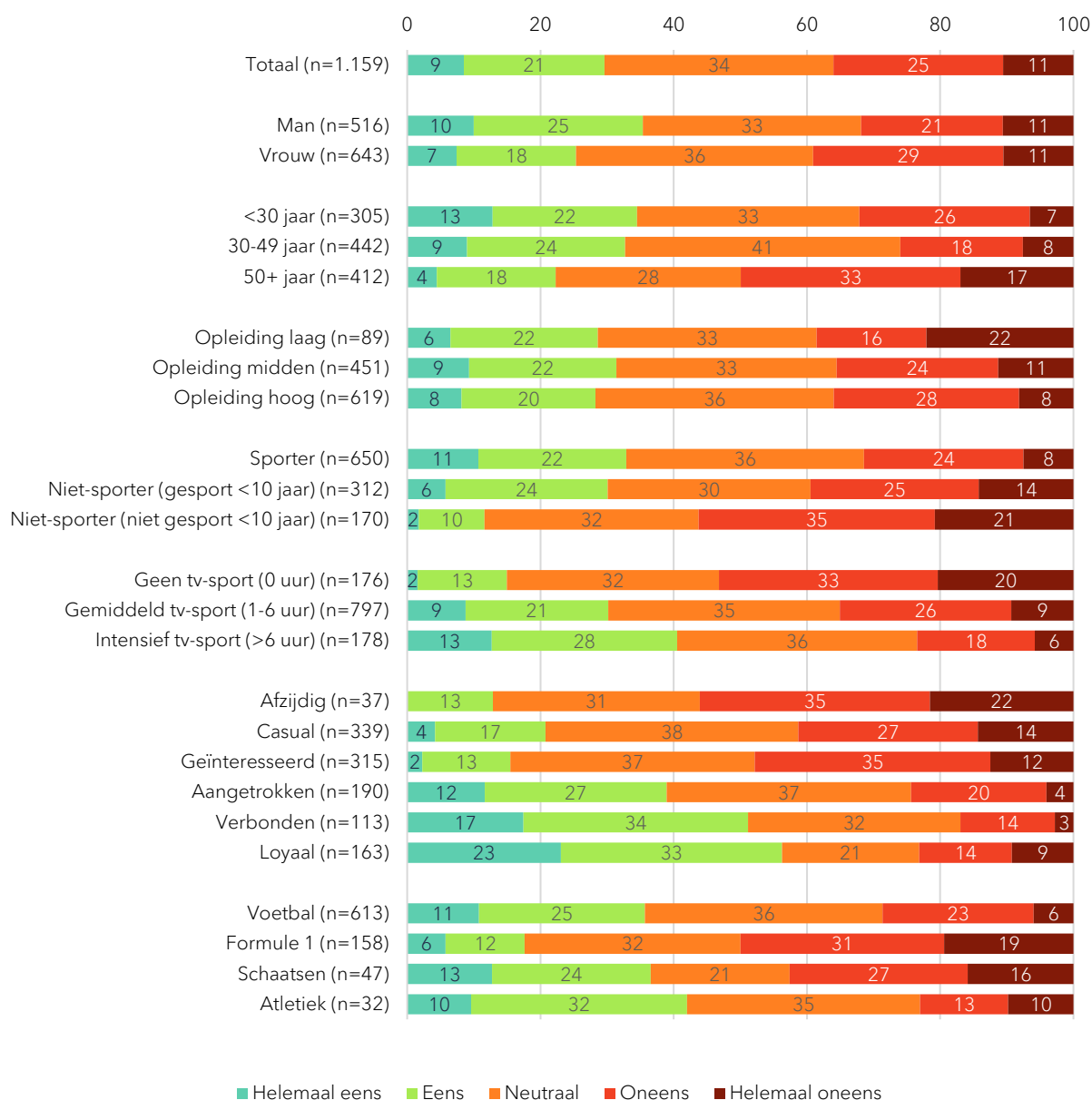
3. Bezoeken en volgen via de media

In dit hoofdstuk geven we antwoord op de vierde onderzoeksvraag: hoe verhoudt het bezoeken van een topsportevenement zich tot het volgen daarvan via de media? We onderscheiden de voorkeur voor bezoeken of volgen via media, de betrokkenheid bij het evenement en de wensen voor samenvattingen.

In de figuren in dit hoofdstuk zijn sporttakken vermeld. De sporttakken verwijzen naar de Nederlanders die de betreffende sport met grote interesse in de media volgen.

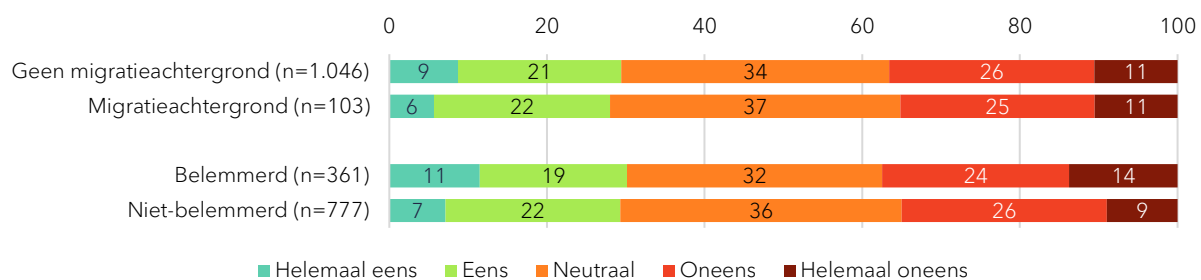
Een derde van de Nederlanders (30%) geeft de voorkeur aan het bezoeken van topsportevenementen boven volgen via de media (figuur 27). Kijken we naar afzonderlijke sporten, dan valt op dat dit aandeel bij Formule 1-volgers met 18 procent aanzienlijk lager ligt dan bij andere sporten, zoals voetbal (36%).

Figuur 27 - Mening over stelling 'Topsportevenementen in Nederland bezoek ik liever dan dat ik die volg via de media' volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



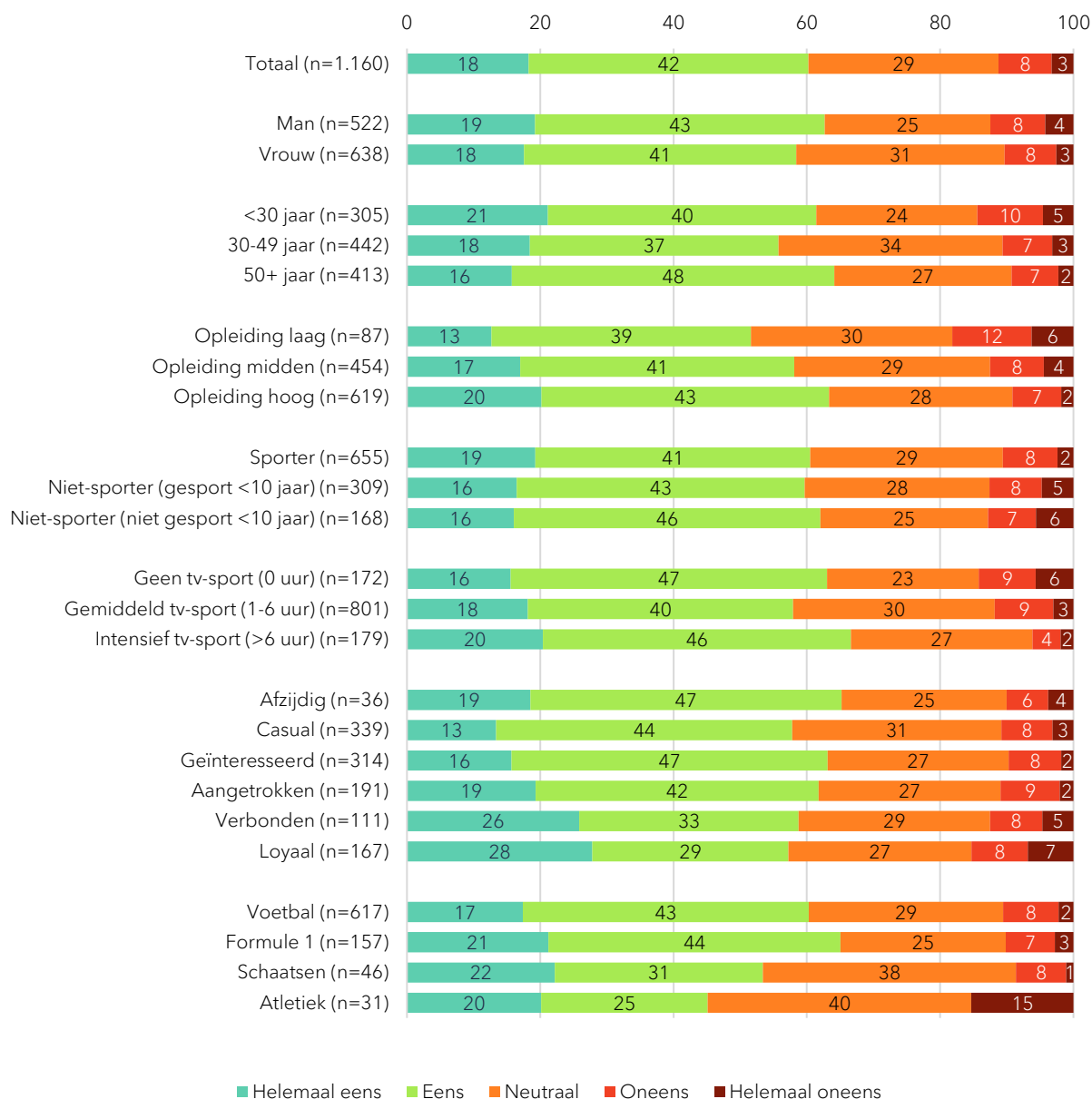
Ongeveer drie op de tien Nederlanders zonder migratieachtergrond geven de voorkeur aan het bezoeken van topsportevenementen boven volgen via de media, tegenover 28 procent van de Nederlanders met een migratieachtergrond (figuur 28).

Figuur 28 – Mening over stelling 'Topsportevenementen in Nederland bezoek ik liever dan dat ik die volg via de media', naar herkomst en ervaren belemmeringen door een langdurige ziekte, beperking of handicap, volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



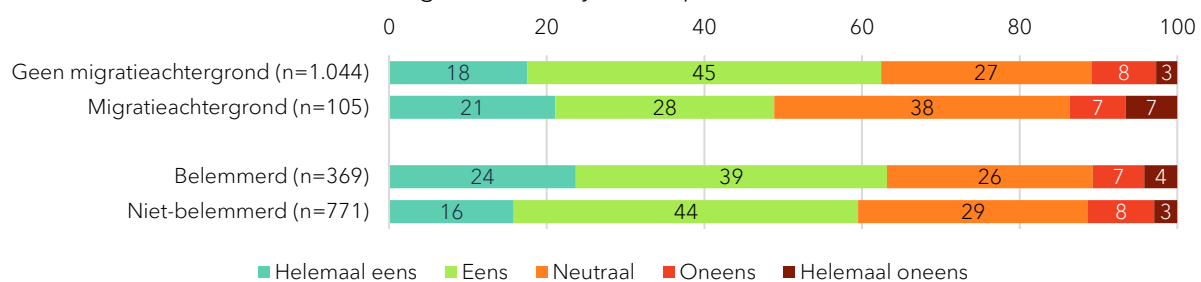
60 procent van de Nederlanders vindt dat topsportevenementen beter via de media te volgen zijn dan door als bezoeker aanwezig te zijn (figuur 29). Bij mensen die atletiek op televisie volgen, ligt dit aandeel met 45 procent duidelijk lager. Vanwege de beperkte steekproefomvang (n=31) moeten we deze uitkomsten als indicatief interpreteren.

Figuur 29 - Mening over stelling 'Via de media kun je topsportevenementen beter volgen dan als bezoeker' volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



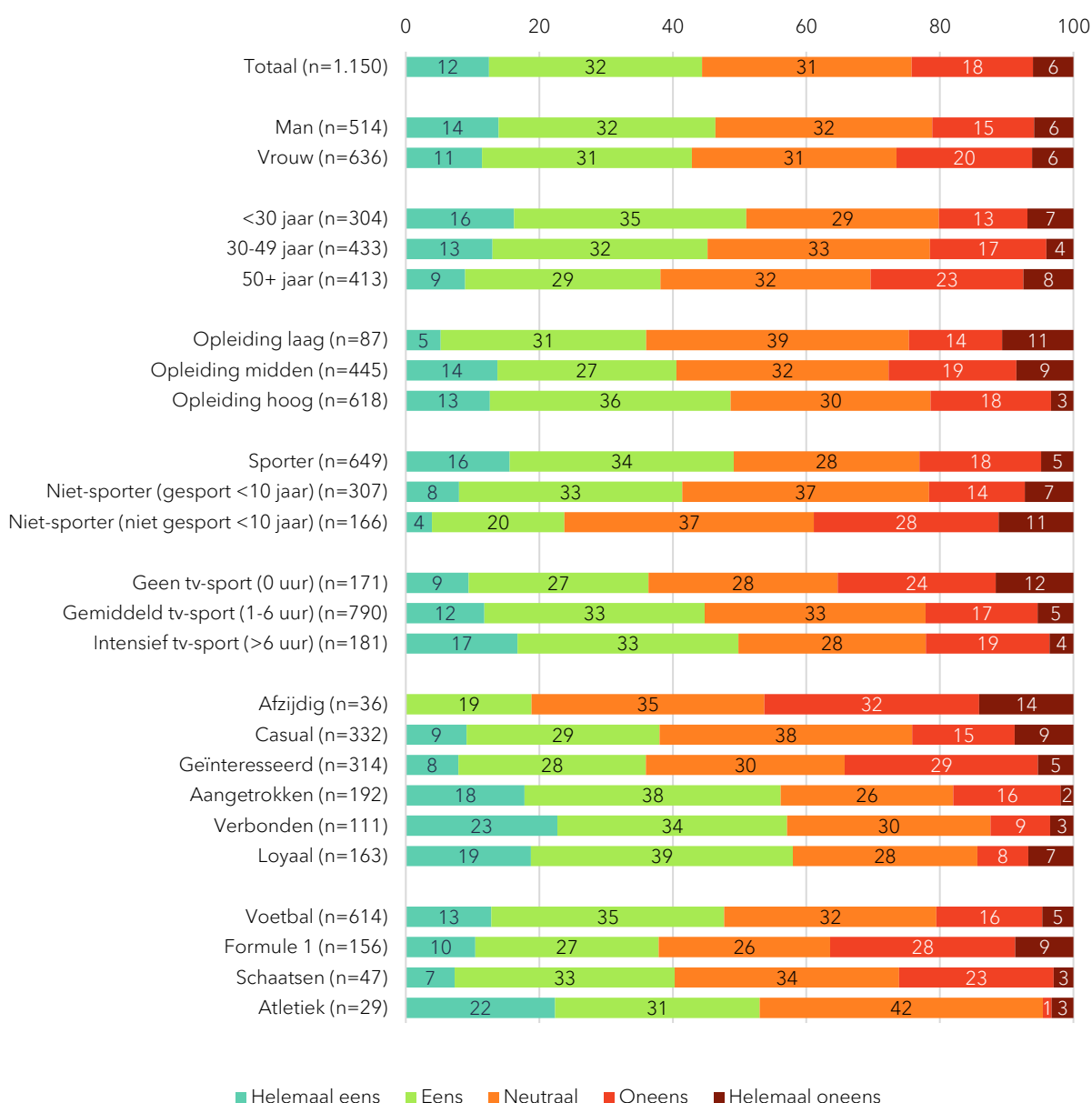
Bijna twee derde van de Nederlanders zonder migratieachtergrond vindt dat topsportevenementen beter via de media te volgen zijn dan als bezoeker, tegenover 49 procent van de Nederlanders met een migratieachtergrond (figuur 30).

Figuur 30 – Mening over stelling ‘Via de media kun je topsportevenementen beter volgen dan als bezoeker’, naar herkomst en ervaren belemmeringen door een langdurige ziekte, beperking of handicap, volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



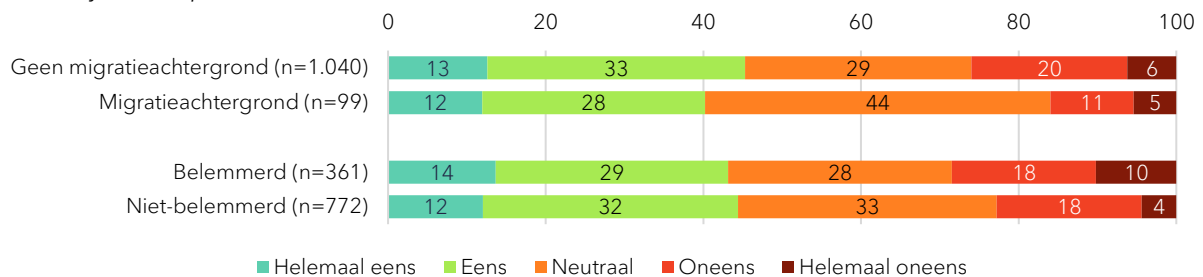
Bijna de helft van de Nederlanders (44%) voelt zich minder betrokken als ze een topsportevenement via de media bekijken dan als bezoeker van het evenement (figuur 31). Dit aandeel ligt hoger bij jongeren onder de 30 jaar (51%), hoogopgeleiden (49%), sporters (50%) en intensieve tv-sportvolgers (50%).

Figuur 31 - Mening over stelling 'Als ik een topsportevenement via de media bekijk, voel ik me minder betrokken dan als bezoeker van het evenement' volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



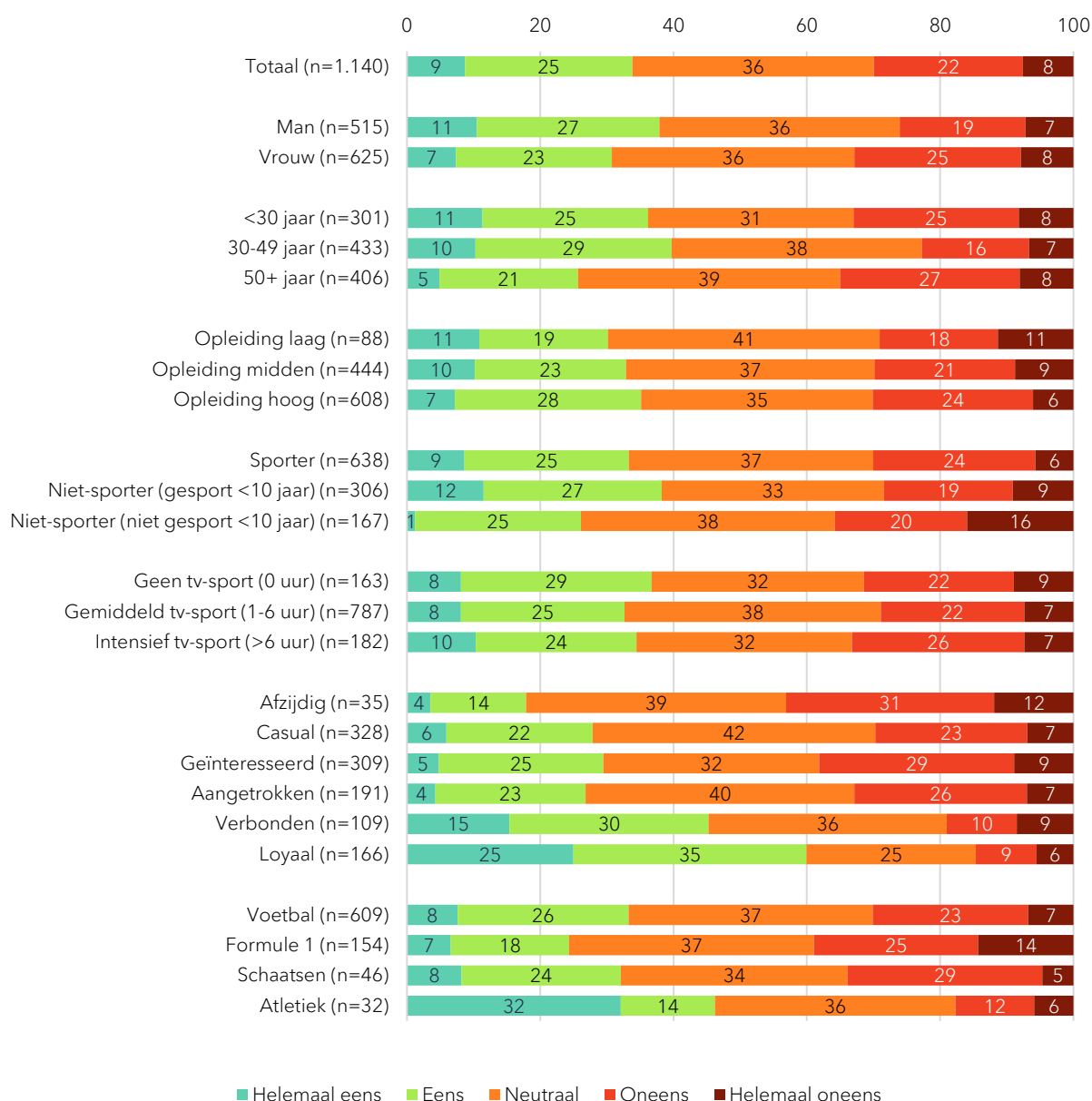
Ruim vier op de tien Nederlanders die belemmeringen ervaren in het dagelijks functioneren, voelen zich minder betrokken wanneer ze een topsportevenement via de media bekijken dan als bezoeker van het evenement. Dit aandeel ligt vrijwel gelijk bij Nederlanders die geen belemmeringen ervaren (44%) (figuur 32).

Figuur 32 – Mening over stelling ‘Als ik een topsportevenement via de media bekijk, voel ik me minder betrokken dan als bezoeker van het evenement’, naar herkomst en ervaren belemmeringen door een langdurige ziekte, beperking of handicap, volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



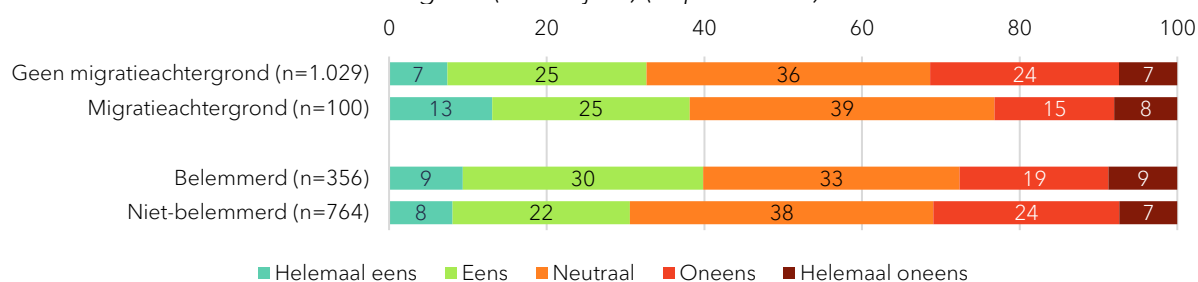
Een derde van de Nederlanders (34%) zou liever (meer) korte samenvattingen van topsportevenementen zien dan lange uitzendingen (figuur 33). Kijken we naar afzonderlijke sporten die op televisie gevolgd worden, dan geldt dit vooral voor wielrennen (44%) en atletiek (46%).

Figuur 33 – Mening over stelling ‘Topsportevenementen die via media worden uitgezonden kunnen lang duren; ik zou graag (meer) korte samenvattingen van de belangrijkste momenten willen zien’ volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



Bijna vier op de tien Nederlanders die belemmeringen ervaren in het dagelijks functioneren, zouden liever (meer) korte samenvattingen van topsportevenementen zien, tegenover drie op de tien Nederlanders zonder ervaren belemmeringen (figuur 33).

Figuur 34 – Mening over stelling ‘Topsportevenementen die via media worden uitgezonden kunnen lang duren; ik zou graag (meer) korte samenvattingen van de belangrijkste momenten willen zien’ volgens Nederlanders die een of meerdere topsportevenementen in Nederland bezochten en/of via de media volgden (18-94 jaar) (in procenten)



4. Conclusie en reflectie

In dit hoofdstuk beantwoorden we de onderzoeksvragen in het kort. Daarnaast reflecteren we in op de resultaten. Kerncijfers over alle onderzoeksvragen staan aan het begin van de publicatie.

Conclusie

Sportieve aspecten

Het bezoeken of volgen van topsportevenementen leidt vooral meer betrokkenheid bij sport (43%). Een aanzienlijk deel van de bezoekers en volgers is positiever naar sport gaan kijken (40%).

Veel minder vaak zijn er gevolgen voor de sportfrequentie of voor het verband waarin mensen sporten (respectievelijk 25% en 20%). Dit is niet verrassend, omdat dit een verandering van gedrag betekent, iets waar een topsportevenement niet automatisch voor kan zorgen. We zien met name effecten bij volgers en bezoekers die al sporten (zoals vaker gaan sporten). Kijken naar topsport kan immers ook demotiveren om zelf te gaan sporten, bijvoorbeeld omdat mensen zich niet herkennen in topsporters.¹⁰

Sociale cohesie

Topsportevenementen bieden met name gelegenheid om bestaande banden te versterken tussen mensen die samen het evenement bezoeken (32%). Onder mensen die zelden of nooit contact hebben met mensen die in hun buurt wonen, is dat minder het geval (19%).

De evenementen leiden er ook toe dat mensen nieuwe contacten leggen, die ook na het evenement warm blijven (27%). Dat geldt tot op zekere hoogte ook voor mensen die zelden of nooit contact hebben met mensen die in hun buurt wonen (25%).¹¹

Welzijn

Het bezoeken of volgen van topsportevenementen leidt op grote schaal tot gevoelens van trots op de sportprestaties van de Nederlandse sporters (65%) en op Nederland (55%). Eerder onderzoek wees uit dat Nederlands topsportsucces vooral bestaande nationale trots tijdelijk versterkt, in plaats van nieuwe nationale trots creëert.¹² Bij mensen met een migratieachtergrond zijn deze aandelen wat lager (respectievelijk 53% en 46%).

¹⁰ Boardley (2013); Brown et al. (2017); Hover et al. (2025).

¹¹ Putnam (2000) noemt dit verbinden (bonding) en overbruggen (bridging).

¹² Elling et al. (2014).

Topsportevenementen roepen allerlei emoties op. Momenten van plezier en geluk komen vaker voor dan momenten van teleurstelling en frustratie (60% vs. 46%).

Bezoeken en volgen via de media

Een ruime meerderheid van de Nederlanders vindt dat je topsportevenementen beter via de media kunt volgen dan als bezoeker (60%).¹³ Volgen via de media gaat wel ten koste van de betrokkenheid bij het evenement. De roep om samenvattingen van topsportevenementen, die lang kunnen duren, is beperkt (30%).

Reflectie

De kracht van dit onderzoek is de reikwijdte: alle topsportevenementen die in 2024 in Nederland werden georganiseerd, hebben we meegenomen. Daar staat tegenover dat we geen resultaten op eventenniveau konden presenteren, terwijl er waarschijnlijk wel verschillen tussen evenementen zijn.

In dit onderzoek hebben we de gevolgen van de consumptie van topsportevenementen onder de loep genomen: bezoekers en volgers via de media hebben we samengenomen. Dit deden we omdat er (niet onverwachts) weinig bezoekers in de steekproef zaten. Onderzoek onder bezoekers wordt meegenomen in andere MOVES-onderzoeken.¹⁴

De gevolgen van het bezoeken of volgen van topsportevenementen hangen samen met de organisatie van het topsportevenement (o.a. kwaliteit, locatie, bereikbaarheid), hoe het in de markt is gezet (thema of centrale boodschap) én de mate waarin en de manier waarop het topsportevenement (door derden) als 'platform' is benut. Met dat laatste kan een maatschappelijk of commercieel potentieel van het evenement worden benut.¹⁵ In commerciële kringen wordt gesproken over activatie in plaats van het benutten van een platform.¹⁶ Deze zaken hebben we bij dit onderzoek buiten beschouwing gelaten, maar krijgen extra aandacht bij MOVES-onderzoeken in 2026 en 2027.

¹³ Mogelijk is dit beïnvloed door de kwaliteit van de beleving vanuit de privésetting, die de laatste decennia in vergelijking met de live-ervaring is toegenomen (Larkin et al., 2015; Hover et al., 2020).

¹⁴ Zie bijvoorbeeld Heijnen et al. (2025) en De Boer (2025).

¹⁵ Chalip (2004); Hover et al. (2026).

¹⁶ Activatie is wat een partner (sponsor) moet doen om rendement uit de aankoop van de sponsorrechten te halen (Beerthuizen, 2014).

Literatuur

Beerthuizen, M. (2014). *Show me the money. Inspiratie voor iedereen die geld zoekt om zijn dromen waar te maken*. Adfo Groep.

Boardley, I. D. (2013). Can viewing London 2012 influence sport participation? – a viewpoint based on relevant theory. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 5(2), 245-256.
<https://doi.org/10.1080/19406940.2012.671185>

Breedveld, K., & Hover, P. (2016). *De kern plus een link: naar een Sportevenementen Informatie Systeem*. Mulier Instituut.

Brown, G., Essex, S., Assaker, G., & Smith, A. (2017). Event satisfaction and behavioural intentions: examining the impact of the London 2012 Olympic Games on participation in sport. *European Sport Management Quarterly*, 17(3), 331-348.
<https://doi.org/10.1080/16184742.2017.1294193>

Bursa, B., & Mailer, M. (2020). Can large cycling events promote active mobility? Expectations versus reality on the example of the 2018 UCI Cycling World Championship. *Research in Transportation Business and Management*.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2025). *StatLine: Open data van het CBS*. Geraadpleegd op 1 augustus 2025, van <https://opendata.cbs.nl/statline>

Chalip, L. (2004). Beyond impact: A general model for sport event leverage. In B. Ritchie, & D. Adair (Eds.), *Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues* (pp. 226-252). Channelview.

Crawford, G. (2004). *Consuming Sport: Fans, Sport and Culture*. Taylor and Francis.

De Boer, W. (2025). *Het toeristisch potentieel van topsportevenementen. EK Indooratletiek 2025 als casus*. MOVES.

Elling, A., Van Hilvoorde, I., & Van Den Dool, R. (2014). Creating or awakening national pride through sporting success: A longitudinal study on macro effects in the Netherlands. *International review for the sociology of sport*, 49(2), 129-151.
<https://doi.org/10.1177/1012690212455961>

Frawley, S. (2013). Sport participation legacy and the hosting of mega-sport events. In W. Richards, M. P. de Brito, & L. Wilks, (Reds.), *Exploring the Social Impacts of Events* (pp. 97-110). Routledge, Taylor & Francis Group.

Heijnen, E., Hover, P., Breul, W. van den, & Breedveld, K. (2025). *Maatschappelijke waarde EK Beachvolleybal 2024 voor bezoekers*. MOVES.

Hover, P., & Slender, H. (2018). *Sociale impact van sportevenementen: state of research*. Nederlandse Sportraad.

Hover, P., Heijnen, E., & Breedveld, K. (2025). *Maatschappelijke effecten van topsportevenementen: whitepaper*. MOVES.

Hover, P., Leenen, T., Dalhuisen, C., & Smit, D. (2026). *Richtlijn platformfunctie topsportevenementen*. Mulier Instituut.

Hover, P., Heijnen, E., Tiessen-Raaphorst, A., & Westerbeek, H. (2020). *Beleving van sportevenementen in Nederland*. Mulier Instituut.

Larkin, B., Fink, J. S., & Trail, G.T. (2015). An Examination of Constraints and Motivators as Predictors of Sport media Consumption Substitution Intention, *Sport Marketing Quarterly*, 24, 183-197.

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) (2022). *Hoofdpijnen sportakkoord II: Sport versterkt*.

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. (2025). *Strategisch kader topsport 2032*.

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, NOC*NSF & Vereniging Sport en Gemeenten. (z.d.). *Nederlandse topsportevenementenstrategie (NTS) 2021-2030*.

NLsportraad (2017). *Nederland op de kaart. Analyse van 25 grote sportevenementen in Nederland*.

NLsportraad (2019). *Regie op kennis: advies over de kennisketen van sportevenementen*.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster.

Schoemaker, J., & Van den Breul, W. (2025). *Betrokkenheid bij topsportevenementen 2024: Bereik, betrokkenheidsniveaus en mediagebruik*. MOVES.

Sotiriadou, K., Shilbury, D., & Quick, S. (2008). The attraction, retention/transition, and nurturing process of sport development: Some Australian evidence. *Journal of Sport Management*, 22, 247-272.

Weed, M. (2009). *The potential of the demonstration effect to grow and sustain participation in sport*. Canterbury Christ Church University (SPEAR).

Weed, M., Coren, E., Fiore, J., Wellard, I., Chatziefstathiou, D., Mansfield, L. & Dowse, S. (2015). The Olympic Games and raising sport participation: a systematic review of evidence and an interrogation of policy for a demonstration effect, *European Sport Management Quarterly*, 15:2, 195-226. <https://doi.org/10.1080/16184742.2014.998695>

