



Rapport

# Volggedrag van topsport

Een onderzoek naar volgggedrag en waardering van topsport

# Volggedrag van topsport

Een onderzoek naar volggedrag en waardering van topsport

---

## **Mulier Instituut**

Mark Melman  
Kelly Out  
Lisanne Balk

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met het Mulier Instituut.

## **© Mulier Instituut**

Utrecht, 23 april 2024  
[www.mulierinstituut.nl](http://www.mulierinstituut.nl)  
[info@mulierinstituut.nl](mailto:info@mulierinstituut.nl)

## **Disclaimer**

U mag delen uit deze publicatie overnemen op voorwaarde van bronvermelding: auteur(s), de titel van de publicatie en het jaar van uitgave.

Er gelden gebruiksvoorwaarden voor de foto's in deze publicatie. Neem foto's daarom niet over zonder toestemming van het Mulier Instituut.

# Over ons

**Het Mulier Instituut doet sportonderzoek voor beleid en samenleving. Voor overheden, maatschappelijke organisaties, onderwijsinstellingen, sportorganisaties en bedrijven onderzoeken we allerlei thema's op het gebied van sport en sportief bewegen: van de sportdeelname van (groepen) Nederlanders tot de motorische vaardigheden van kinderen, en van diversiteit en inclusie in de sport tot de economische impact van sportevenementen.**

Het Mulier Instituut is een onafhankelijke stichting zonder winstoogmerk.

Ons doel is bijdragen aan goed onderbouwd beleid, gericht op de bevordering van sport, sportief bewegen en versterking van de sportsector. Dit doen we op verschillende manieren:

---

We verzamelen data en monitoren de Nederlandse sportsector en beleidsprogramma's.

---

We ontwikkelen kennis en onderzoeksmethoden via verkennende en verdiepende studies.

---

We duiden onderzoeksuitkomsten en vertalen deze naar de beleidspraktijk.

---

We onderbouwen beleidsbeslissingen met expertise en advies.

---

We bieden gevraagd en ongevraagd duiding en reflectie in de rol van 'kritische vriend' van de sportsector.

---

We zetten ons in voor de bevordering van de sportwetenschap.

# Inhoudsopgave

## Volggedrag van topsport

<b>Samenvatting</b>	<b>5</b>
<b>1 Inleiding</b>	<b>7</b>
1.1 Achtergrond	7
1.2 Doelstelling	8
<b>2 Onderzoeksmethode</b>	<b>9</b>
2.1 Enquête	9
2.2 Analyse	9
<b>3 Resultaten</b>	<b>10</b>
3.1 Volggedrag van topsport	10
3.2 Volggedrag per tak van sport	12
3.3 Volggedrag per type medium	14
3.4 Volggedrag en attitude ten aanzien van topsport	16
<b>4 Conclusie &amp; interpretatie</b>	<b>18</b>
4.1 Meest gevolgde sporten	18
4.2 Populairste media om sport te volgen	18
4.3 Houding tegenover topsport	18
<b>Bronnen</b>	<b>21</b>

# Volggedrag van topsport

## Inleiding

Met dit onderzoek geven we inzicht in het volggedrag van topsport. Het vergroten van zichtbaarheid is een van de doelen waar vanuit topsportbeleid op wordt ingezet. Deze zichtbaarheid is belangrijk als men de maatschappelijke waarde van topsport wil vergroten. Topsport is voor veel mensen belangrijk en het wordt dan ook in groten getale gevolgd via verschillende media. Maar het medialandschap is veranderlijk, en daarmee het volggedrag ook.

## Probleemstelling

Het onderzoek heeft als doel om inzicht te krijgen in volggedrag van topsport, en dit te relateren aan de houding tegenover topsport.

## Conclusies

### **Frequentie en sporten**

Bijna de helft van de bevolking volgt dagelijks één of meer sporten via de media. Slechts een op de zes mensen kijkt nooit naar sport. Voetbal en Formule 1 zijn de meest gevolgde sporten in Nederland. Hier kijken relatief meer mannen naar dan vrouwen. Naar schaatsen kijken relatief meer vrouwen dan mannen.

### **Media**

Het populairste medium om topsport te volgen is via televisie. Daarna gebruiken Nederlanders (online) kranten of tijdschriften en sociale media het meest om sport te volgen. Vooral van sociale media maken steeds meer jongeren gebruik om topsport te volgen. Voor jongeren (16-19 jaar) en jongvolwassenen (20-34 jaar) is dit zelfs het meest gebruikte medium.

### **Houding tegenover topsport**

Het volggedrag van topsport via de media hangt samen met de houding tegenover topsport. Mensen die vaker sport volgen, hebben een positievere houding ten opzichte van topsport dan degenen die minder vaak of nooit topsport volgen. Ze zien topsporter eerder als een echt beroep, vinden dat topsport bijdraagt aan de sociale binding in de samenleving en vinden niet dat er in de media te veel aandacht voor topsport is.



# Inleiding

In dit hoofdstuk beschrijven we de aanleiding en het doel van het onderzoek.

## 1.1 Achtergrond

### Topsportbeleid

In het huidige topsportbeleid wordt ingezet op vier doelen om de maatschappelijke waarde van topsport te vergroten (Ministerie van VWS, NOC\*NSF, & VSG, 2023). Een daarvan is het vergroten van de zichtbaarheid en het bereik van de topsport. De achterliggende gedachte is dat grotere zichtbaarheid van topsport bijdraagt aan het vergroten van de maatschappelijke waarde ervan.

### Maatschappelijke waarde van topsport

In een whitepaper stellen Balk en Veldman dat de maatschappelijke waarde van topsport bestaat uit verschillende maatschappelijke waarden: de ontplooiingswaarde, economische waarde, belevingswaarde, inspiratiewaarde, verbindende waarde en sociaal-culturele waarde van topsport (Balk & Veldman, 2023). Om in te spelen op deze waarden is het nodig om het publiek te bereiken. Dit kan doordat mensen wedstrijden bezoeken, maar het grootste bereik gebeurt via verschillende soorten media.

### Topsport volgen

Topsport is voor veel mensen belangrijk en wordt dan ook in groten getale gevolgd via de media. Uit eerder onderzoek weten we dat meer dan de helft van de Nederlanders wekelijks topsport volgt (Nederlandse Sportraad, 2023). De meest bekeken sport is voetbal, gevolgd door Formule 1 (Rouwenhorst, 2019).

Mensen volgen topsport vaak via televisie, maar er zijn verschuivingen zichtbaar in het kijkgedrag door de opkomst van verschillende typen media. Jongeren tussen de 15 en de 19 jaar volgen al vaker topsport via internet dan via televisie (Rouwenhorst, 2019).

### Houding tegenover topsport

In Nederland is men over het algemeen positief over de maatschappelijke waarde van topsport (Melman & Balk, 2024). Ook niet-sportfans zijn vaker positief dan negatief over topsport (Roest, Dopheide, Balk, Elling, & De Bosscher, 2022). Topsport kan zorgen voor plezier en vermaak, maar breder ook voor verbinding en inspiratie. Topsport kan ook negatieve waarden hebben, zoals agressie en discriminatie.

### Dit onderzoek

Een belangrijke vraag is of en hoe het vergroten van het bereik van topsport de maatschappelijke waarde vergroot. In dit rapport onderzoeken we het volgedrag in

relatie tot de publieke opinie. We brengen het huidige volgedrag in kaart en beschrijven de veranderingen.

## 1.2 Doelstelling

---

Het onderzoek heeft als doel om inzicht te krijgen in het huidige volgedrag van topsport, en dit te relateren aan de publieke opinie over topsport.



# Onderzoeksmethode

**In dit hoofdstuk bespreken we hoe we het onderzoek hebben uitgevoerd. We gaan in op de enquête die we hebben gebruikt voor het onderzoek en de analyses die we hebben toegepast.**

## 2.1 Enquête

Voor dit rapport maken we gebruik van resultaten uit het Nationaal Sportonderzoek (NSO) van mei 2022. Het NSO wordt op initiatief van het Mulier Instituut online uitgevoerd bij een bevolkingspanel van een onderzoeksbureau.

Uit een groot bestand selecteert het bureau respondenten op basis van geslacht, leeftijd, opleiding en regio, zodat zij representatief zijn voor de Nederlandse bevolking. Toch is het mogelijk dat bijvoorbeeld mensen die de Nederlandse taal niet machtig zijn of niet goed kunnen lezen, ondervertegenwoordigd zijn.

Voor de meting in het najaar van 2023 zijn 1.500 respondenten van 16 tot 80 jaar bevroegd over aan sport gerelateerde onderwerpen, zoals sportfrequentie en type sport. Daarnaast zijn vragen gesteld over de thema's die we in dit rapport behandelen: het volgedrag van de respondenten en hun houding tegenover topsport.

Het volgedrag gaat zowel over *wat* men volgt via de media als over *hoe* men dit volgt. We vragen naar de verschillende sporten die ze bekijken, via welke typen media ze dat doen en de frequentie hiervan.

## 2.2 Analyse

De resultaten uit het NSO hebben we gewogen op leeftijd, geslacht, opleiding en regio, zodat onderbelichte groepen evenredig in de uitkomsten vertegenwoordigd zijn. De resultaten hebben we uitgesplitst naar leeftijd, geslacht, opleiding, sportfrequentie en of iemand lid is van een sportvereniging.

# Resultaten

In dit hoofdstuk beschrijven we de resultaten van het onderzoek. We gaan in op het volgedrag van verschillende sporten, de typen media, de houding ten opzichte van topsport en de samenhang tussen beide.

## 3.1 Volgedrag van topsport

In totaal hebben 1.498 respondenten de vragenlijst ingevuld. De kenmerken van deze respondenten zijn te zien in [tabel 3.1](#).

**Tabel 3.1**

**Kenmerken van respondenten**

(in procenten, n=1.498)

---

**Geslacht**

Man	49
Vrouw	51

---

**Leeftijd**

16-34 jaar	30
35-54 jaar	33
55-64 jaar	18
65-79 jaar	19

---

**Opleiding**

Laag	26
Middelbaar	37
Hoog	38

---

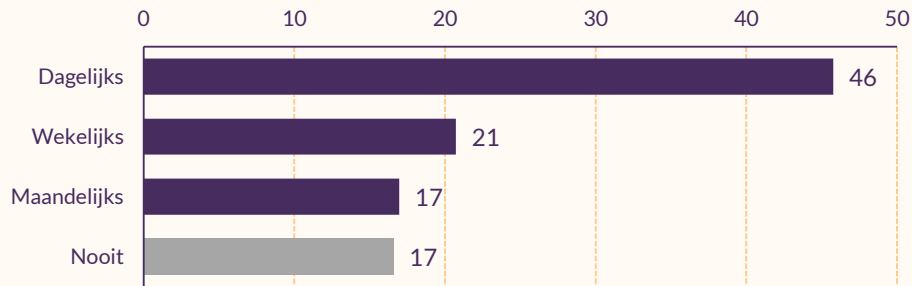
Bron: Mulier Instituut, NSO, voorjaar 2022.

Bijna de helft van de respondenten volgt dagelijks sport via een één of meerdere typen media (46%; [figuur 3.1](#)). Ongeveer een op de zes respondenten (17%) geeft aan nooit topsport te volgen.

**Figuur 3.1**

**Hoe vaak heeft u in de afgelopen twaalf maanden sport gevolgd via de media?**

(in procenten, n=1.498)



Bron: Mulier Instituut, NSO, voorjaar 2022.

**Mannen en sporters volgen topsport frequenter dan vrouwen en niet-sporters**

Ruim drie op de vier mannen geven aan eens per week of vaker sport te volgen (77%). Bij de vrouwen is dit ruim de helft (56%; [figuur 3.2](#)).

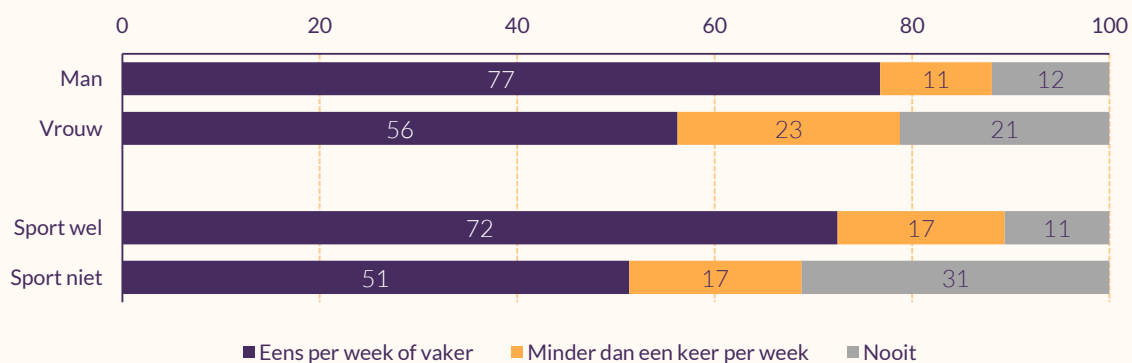
Van de respondenten die sporten, volgt 72 procent eens per week of vaker sport ([figuur 3.2](#)). Dit is duidelijk meer dan de respondenten die niet sporten (51%).

Dezelfde trend is te zien in het volgedrag van leden en niet-leden van een sportvereniging (82% vs. 61% volgt sport, niet in figuur).

**Figuur 3.2**

**Volgfrequentie van sport, uitgesplitst in geslacht en sportgedrag**

(in procenten, n=1.498)



Bron: Mulier Instituut, NSO, voorjaar 2022.

## 3.2 Volgedrag per tak van sport

Hier beschrijven we welke sporten Nederlanders in de afgelopen twaalf maanden het meest hebben gevolgd in de media en hoe dit samenhangt met geslacht, sportfrequentie en leeftijd.

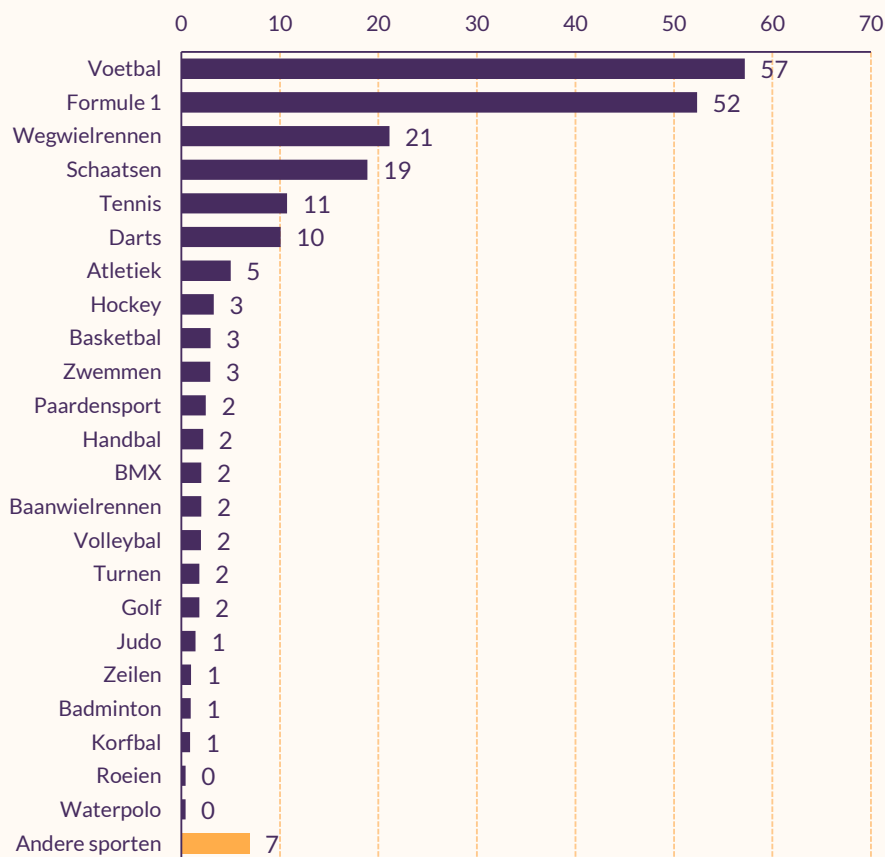
### Meest gevolgde sporten

Bijna de helft van de respondenten volgt dagelijks één of meer sporten via de media (46%). In de enquête konden ze maximaal drie sporten selecteren. Hieruit blijkt dat voetbal de meest bekeken sport is (57%), gevolgd door Formule 1 (52%; [figuur 3.3](#)). Sporten die de respondenten nauwelijks bekijken, zijn waterpolo, roeien en korfbal (<1%). Voorbeelden van sporten die ze bij de categorie 'Andere sporten' noemen, zijn kickboksen en motorsport.

**Figuur 3.3**

### Meest gevolgde sporten in de media

(in procenten, n=1.498)



Bron: Mulier Instituut, NSO, voorjaar 2022.

### (Inter)nationale wedstrijden

In de enquête vroegen we naar het type wedstrijden dat men per sport volgt. Bijna drie kwart van de respondenten die voetbal volgen, geven aan dat zij zowel

ationale als internationale wedstrijden volgen (71%). Slechts 18 procent volgt alleen de Nederlandse competitie.

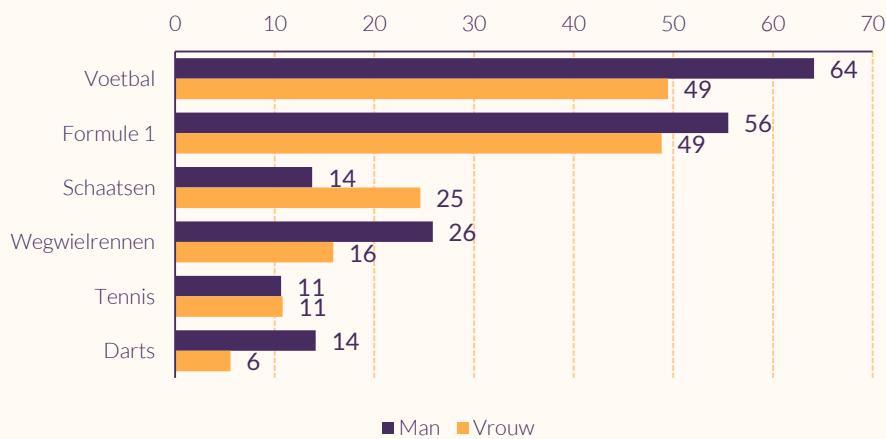
Bij het schaatsen ligt de nadruk op internationale wedstrijden. 72 procent van de panelleden die schaatsen volgen, volgt zowel nationale als internationale wedstrijden en 25 procent uitsluitend internationale wedstrijden.

Sporten waarbij mensen relatief vaak alleen de nationale wedstrijden volgen, zijn korfbal (49%), roeien (42%), volleybal (33%) en hockey (26%).

### Verskil tussen mannen en vrouwen

Bijna twee op de drie sport kijkende mannen volgt voetbal (64%; [figuur 3.4](#)). Van de vrouwen die sport volgen is dit bijna de helft (49%). Bij Formule 1 is dit verschil tussen mannen en vrouwen wat kleiner (56 en 49%). Bij tennis blijkt dit in evenwicht te zijn (beide 11%). Alleen schaatsen (langebaanschaatsen en shorttrack samen) volgen vrouwen vaker dan mannen (25% vs.14%).

**Figuur 3.4**  
**Meest gevolgde sporten in de media door mannen en vrouwen**  
(in procenten, n=1.498)

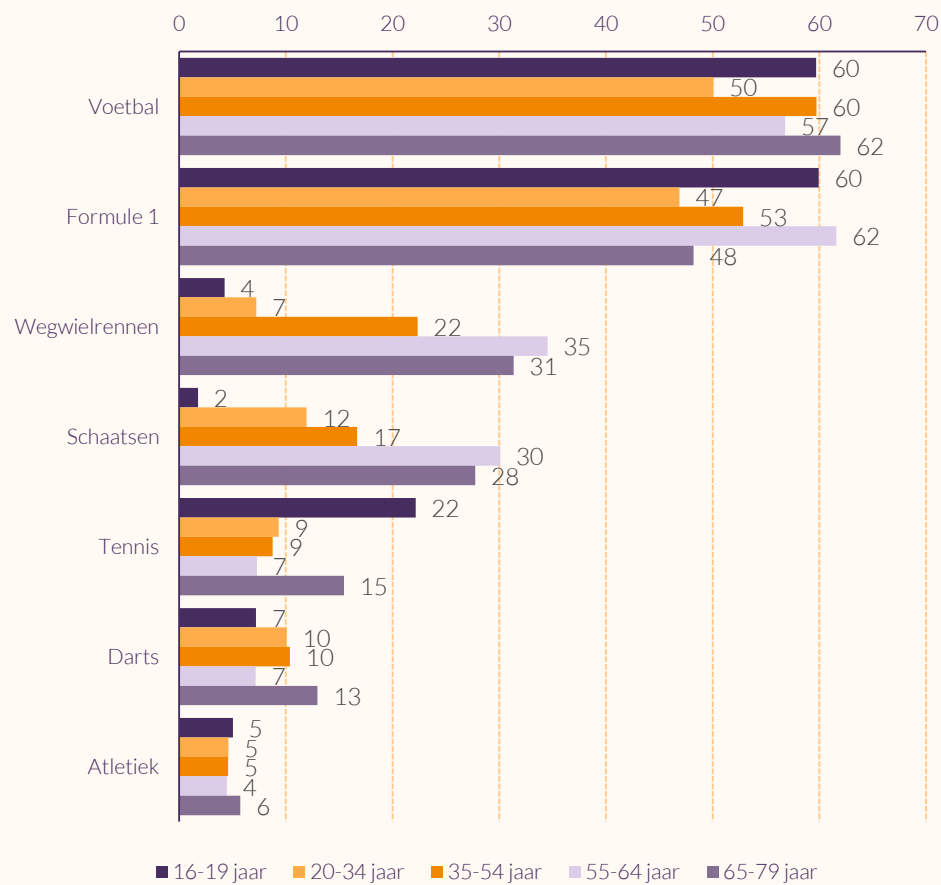


Bron: Mulier Instituut, NSO, voorjaar 2022.

### Verskil tussen leeftijdsgroepen

Bij alle leeftijdscategorieën zijn voetbal en Formule 1 de sporten zijn die mensen het meest bekijken ([figuur 3.5](#)). Wegwielrennen en schaatsen zijn duidelijk populairder onder de oudere leeftijdsgroepen. Beide sporten worden het meest gevolgd door 55-64-jarigen en het minst door de leeftijdsgroepen van 16-19 en 20-34 jaar.

**Figuur 3.5**  
**Meest gevolgte sporten in de media per leeftijdscategorie**  
 (in procenten, n=1.498)



Bron: Mulier Instituut, NSO, voorjaar 2022.

### 3.3 Volgedrag per type medium

In deze paragraaf beschrijven we welk type medium mensen gebruiken om sport te volgen, en met welke frequentie zij van dit medium gebruik maken.

#### Televisie populairste medium om sport te volgen

Het populairste medium om sport te volgen is (online) televisie (zie [figuur 3.6](#)). Via dit medium volgt ruim de helft van de respondenten dagelijks of wekelijks sport (55%).

Het medium dat de minste respondenten dagelijks of wekelijks gebruiken om sport te volgen, is (online) radio of podcasts (27%). De helft van de respondenten geeft aan dat zij nooit sport volgen via (online) radio of podcasts (49%).

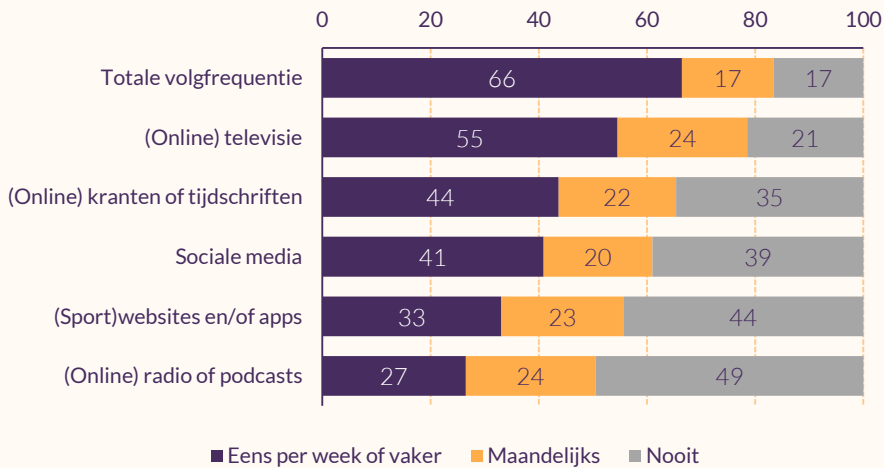
Bij het gebruik van (sport)websites en/of apps is een duidelijk verschil te zien tussen mannen en vrouwen. Bijna de helft van de mannen volgt eens per week of vaker

sport via (sport)websites en/of apps (46%), tegenover 21 procent van de vrouwen (niet in figuur).

**Figuur 3.6**

**Hoe vaak heeft u in de afgelopen twaalf maanden sport gevolgd via deze typen media?**

(in procenten, n=1.498)



Bron: Mulier Instituut, NSO, voorjaar 2022.

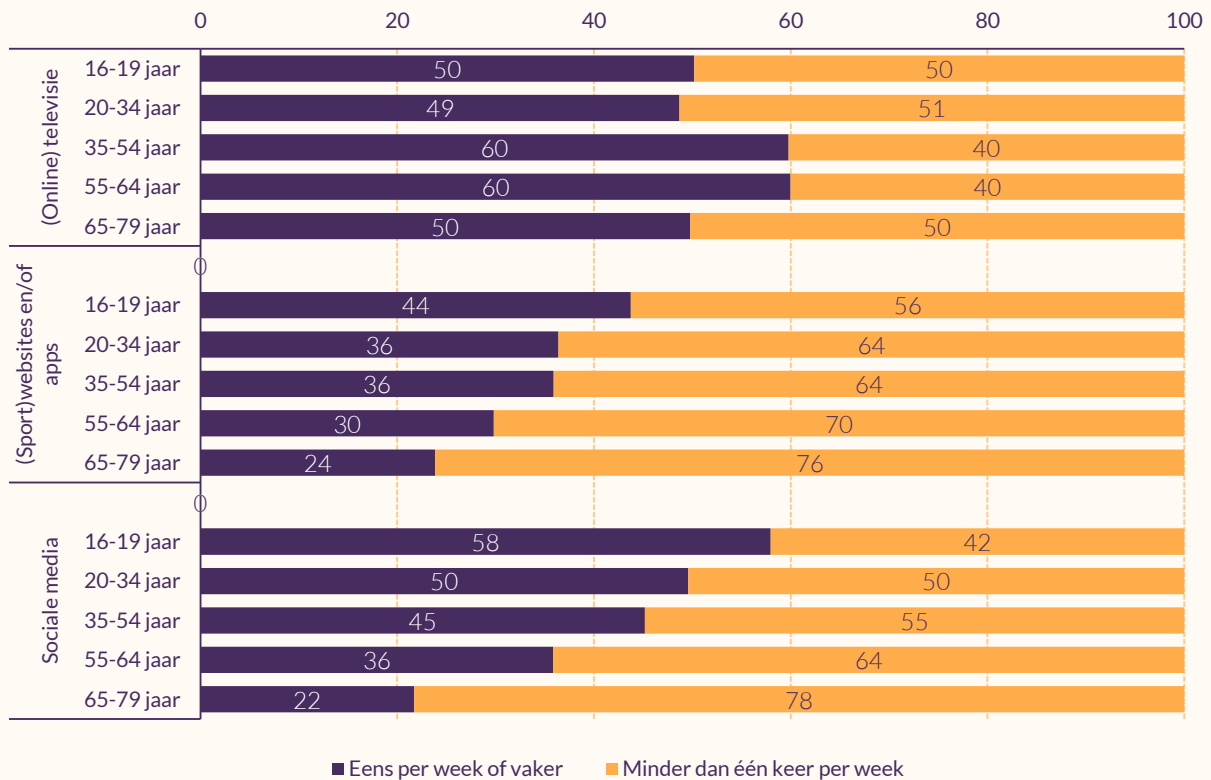
**Type medium afhankelijk van leeftijd**

De kijkfrequentie via sociale media verschilt sterk naar leeftijd. 95 procent van de jongeren (15-19 jaar) heeft in het afgelopen jaar wel eens topsport gekeken via dit medium. Bij de groep ouderen (65-79 jaar) is dit 35 procent.

Voor sociale media en (sport)websites en/of apps neemt de frequentie van het gebruik af met de leeftijd (figuur 3.7). Dit is voor televisie niet het geval. Jongeren (16-19 jaar) en jongvolwassenen (20-34 jaar) maken zelfs frequenter gebruik van sociale media en websites om topsport te volgen dan van (online) televisie.

**Figuur 3.7****Volgfrequentie van verschillende media, uitgesplitst naar leeftijd**

(in procenten, n=1.498)



Bron: Mulier Instituut, NSO, voorjaar 2022.

### 3.4 Volgedrag en attitude ten aanzien van topsport

Respondenten die vaker sport volgen, zijn het ook vaker (helemaal) eens met de stellingen 'topsporter vind ik een echt beroep' en 'topsport levert een belangrijke bijdrage aan de sociale binding in de samenleving' (figuur 3.8). Zeven op de tien respondenten die eens per week of vaker sport volgen, zijn het (helemaal) eens met deze stellingen (resp. 73 en 67%).

Voor de stelling 'ik vind dat er in de media te veel aandacht wordt besteed aan topsport' geldt het tegenovergestelde. Respondenten die vaker sporten, zijn het daar minder vaak (helemaal) mee eens.

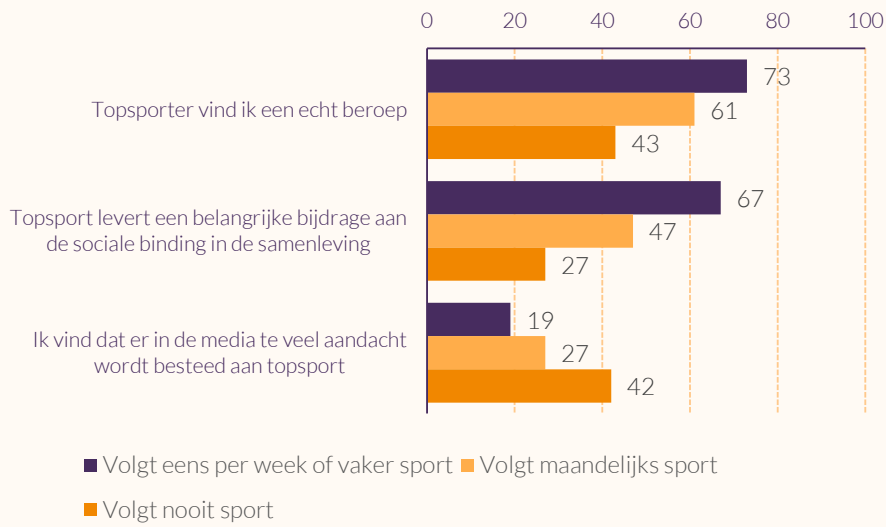
Er is geen verschil te zien in het type medium waarmee mensen topsport volgen en hun houding tegenover topsport.



**Figuur 3.8**

**Aandeel respondenten dat het (helemaal) eens is met stellingen over topsport, naar volgfrequentie**

(in procenten, n=1.498)



Bron: Mulier Instituut, NSO, voorjaar 2022.

# Conclusie & interpretatie

**In dit onderzoek hebben we gekeken welke sporten mensen volgen via de media, hun houding tegenover topsport en de samenhang daartussen. In dit hoofdstuk presenteren we de conclusies.**

## 4.1 Meest gevolgde sporten

Bijna de helft van de bevolking volgt dagelijks één of meer sporten via de media. Slechts een op de zes mensen kijkt nooit naar sport.

De meest gevolgde sporten zijn voetbal en Formule 1: meer dan de helft van de mensen die sport volgen, volgen deze sporten. Dit is ook te zien in de kijkcijfers van 2023, waarbij de EK-kwalificatiewedstrijden van voetbal en de Formule 1-races hoog in de lijst staan (kijkonderzoek.nl, 2024). Deze sporten hebben meer mannelijke dan vrouwelijke volgers. Schaatsen volgen vrouwen relatief vaker.

Vergeleken met het onderzoek van Rouwenhorst uit 2019 lijkt vooral het aandeel Formule 1-volgers flink gestegen. In dat onderzoek was het aandeel van de Nederlanders dat Formule 1 volgde minder dan de helft van het aandeel dat voetbal volgde. In ons onderzoek ligt dit veel dichterbij elkaar: voetbal volgt 57 procent, bij Formule 1 52 procent.

Dit is mogelijk te verklaren door het recente succes van Formule 1-coureur Max Verstappen en de organisatie van de Grand Prix op het Nederlandse circuit in Zandvoort de afgelopen drie jaar. Ook heeft de vraagstelling mogelijk invloed op de antwoorden: Rouwenhorst vroeg naar favoriete sport, wij naar de drie meest gevolgde sporten.

## 4.2 Populairste media om sport te volgen

Het meest populaire medium om topsport te volgen is televisie. Dit kan live via de kabel zijn, of online via internet. Daarna gebruiken Nederlanders (online) kranten of tijdschriften en sociale media het meest om sport te volgen.

Van sociale media maken steeds meer jongeren gebruik om topsport te volgen. Voor jongeren (16-19 jaar) en jongvolwassenen (20-34 jaar) is dit zelfs het meest gebruikte medium. Dit is in lijn met het onderzoek van Rouwenhorst (2019), waaruit bleek dat jongeren vaker sociale media gebruikten dan televisie (Rouwenhorst, 2019).

## 4.3 Houding tegenover topsport

Respondenten die vaker topsport volgen, hebben vaker een positieve houding ten opzichte van topsport dan respondenten die minder vaak of nooit topsport volgen. De sportvolgers zien topsporter eerder als een echt beroep, vinden vaker dat

topsport bijdraagt aan de sociale binding in de samenleving en vinden minder vaak dat er in de media te veel aandacht voor topsport is.

De resultaten van dit onderzoek zeggen niets over de richting van deze samenhang. Het is onduidelijk of sport volgen leidt tot een positievere houding., of dat een positieve houding leidt tot meer sport volgen.

Tot slot laat het onderzoek zien dat mensen die vaker topsport volgen, ook positiever zijn over topsport.



# Bronnen

Balk, L., & Veldman, S. (2023). *De maatschappelijke waarde van topsport is onvoldoende aantoonbaar*. Mulier Instituut.

kijkonderzoek.nl. (2024). *Jaar top 100: inclusief sport*. Opgehaald van <https://kijkonderzoek.nl/component/kijkcijfers/file,j1-0-1-p>.

Melman, M., & Balk, L. (2024). *Wat betekent topsport voor de samenleving?* Mulier Instituut.

Ministerie van VWS, NOC\*NSF, & VSG. (2023). *Strategisch kader Topsport 2032*.

Nederlandse Sportraad. (2023). *Topsport en media*.

Roest, J., Dopheide, M., Balk, L., Elling, A., & De Bosscher, V. (2022). *Maatschappelijke waarde van de Nederlandse topsport*. Mulier Instituut.

Rouwenhorst, P. (2019). *NLSportraad Bevolkingsonderzoek*.



Mark Melman  
[m.melman@mulierinstituut.nl](mailto:m.melman@mulierinstituut.nl)

Kelly Out

Lisanne Balk  
[l.balk@mulierinstituut.nl](mailto:l.balk@mulierinstituut.nl)