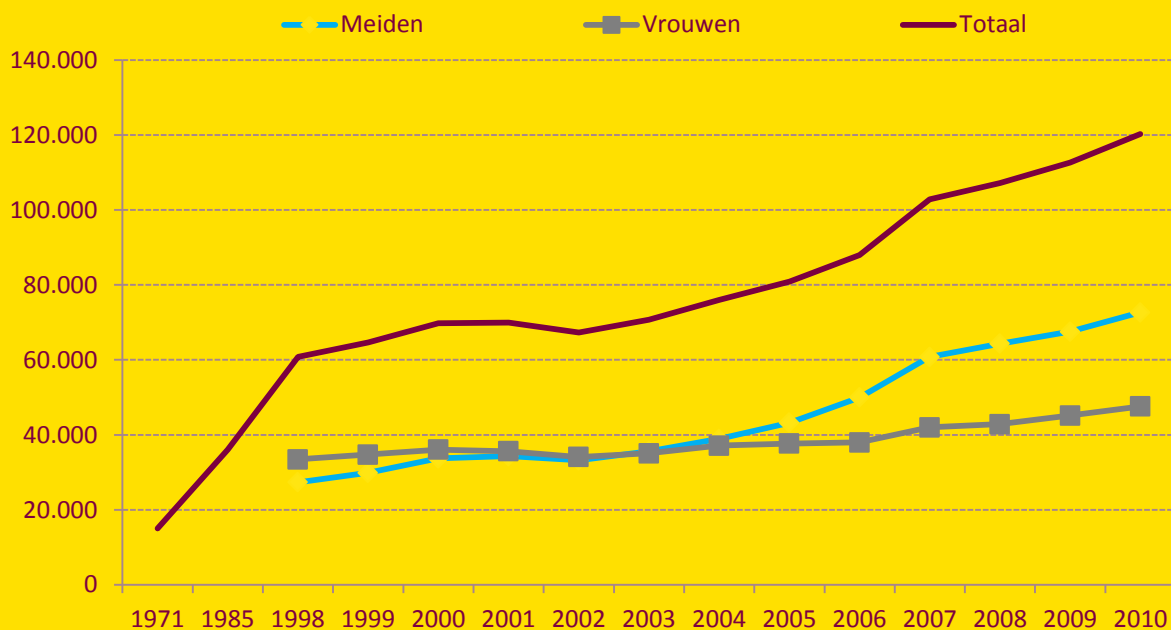


Figuur 1. Ledenontwikkeling meisjes en vrouwen KNVB, 1998-2012, absolute aantallen



EK vrouwenvoetbal 2013 in Zweden

Van 10-28 juli vindt het Europees Kampioenschap 2013 plaats in Zweden. Na een succesvol EK in 2009, heeft het Nederlands vrouwenvoetbalteam zich wederom geplaatst voor dit EK.

Van 6-16 juni ondervroeg het Mulier instituut de Nederlandse bevolking van 15-80 jaar over hun bekendheid met het EK vrouwenvoetbal en hun plannen deze te volgen via de media.

Alvorens deze resultaten te presenteren, Geven we een korte achtergrondschets van het Nederlandse vrouwenvoetbal en de media-aandacht daarvoor.

Groei meisjes- en vrouwenvoetbal

In 1971 konden vrouwen in Nederland voor het eerst voetballen onder de vlag van de KNVB. Sindsdien is de sport snel gegroeid. Rond 1985 stond de ledenteller van de bond op ongeveer 36.000 meisjes en vrouwen. Vanaf 1998 worden ledencijfers bij de KNVB officieel bijgehouden naar geslacht, met een uitsplitsing naar junior of senior.

Figuur 1 laat zien dat het ledenaantal van 1998-2012 meer dan verdubbeld is tot bijna 130.000 leden. Daarmee is de tweede grootste teamsport voor vrouwen, na hockey. Vooral onder meisjes is de ledengroei sterk. Vergelijken met de evenwichtige man-vrouw verdeling bij het hockey, is het totale aandeel meisjes en vrouwen bij de voetbalbond nog relatief gering (11 procent).

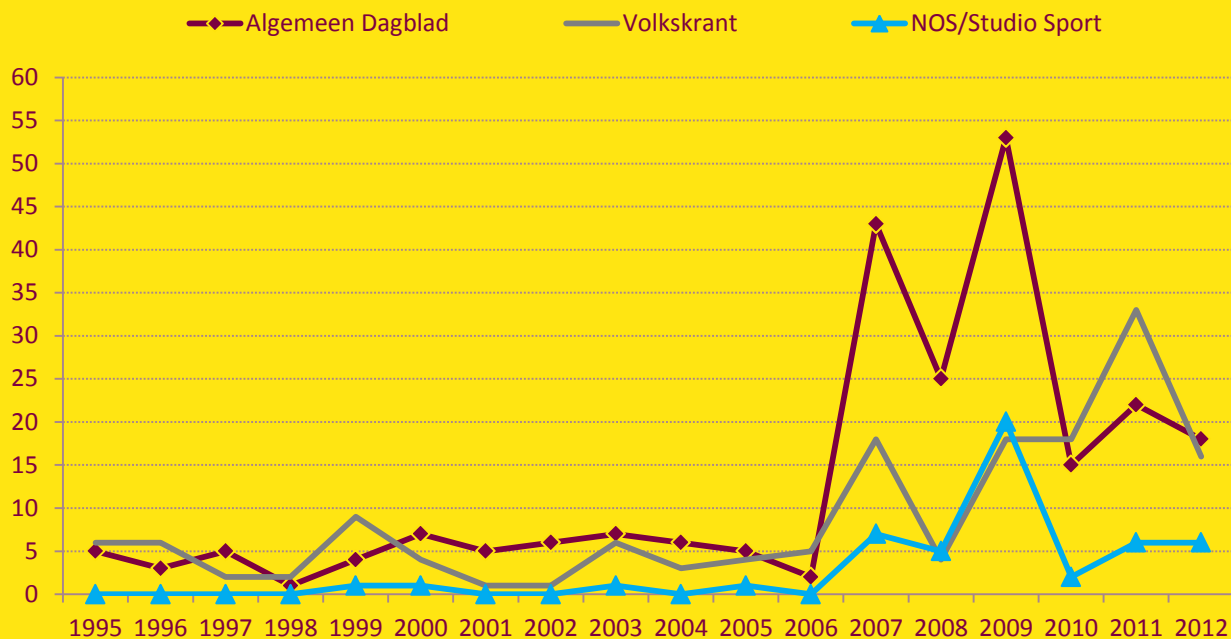
Ook groei in media-aandacht

Met de sterke ledengroei heeft ook een groei in kwaliteit en talentontwikkeling plaatsgevonden.

Aansprekende internationale prestaties lieten echter lang op zich wachten en daarmee samenhangend ook de aandacht die de reguliere sportmedia in Nederland besteedden aan vrouwenvoetbal.

Het vrouwenvoetbal verwijt de media dat ze geen aandacht krijgt en de media verklaren hun geringe belangstelling vanwege het teleurstellende internationale niveau waarop het Nederlands vrouwenteam acteert.

Figuur 2. Aandacht besteed aan vrouwenvoetbal in twee Nederlandse dagbladen (VK en AD) en NOS/Studio Sport 1995-2012, in aantal artikelen/uitzendingen



Met de oprichting van een eigen eredivisie – verbonden aan BVO's - voor vrouwenvoetbal in 2007 en een succesvol EK deelname in 2009, waar het Nederlands team de halve finale bereikte, lijkt daar langzaam verandering in te komen (zie figuur 2). Zowel in de landelijke dagbladen als op televisie is de aandacht voor vrouwenvoetbal toegenomen.

Tijdens het EK in Zweden zullen voor het eerst alle wedstrijden van het Nederlands elftal live op radio en televisie te volgen zijn.

Bekendheid EK vrouwenvoetbal 2013 gering

De resultaten van het bevolkingsonderzoek laten zien dat de bekendheid van het aankomende EK vrouwenvoetbal beperkt is (figuur 3). Slechts een op de tien Nederlanders – twee maal zo veel mannen als vrouwen – wist begin juni dat het EK vrouwenvoetbal een maand later zou plaatsvinden. Opvallend is dat jonge vrouwen het minst op de hoogte waren.

De bekendheid met Nederlandse deelname aan het toernooi lag beduidend hoger. Een kwart van de bevolking had kennelijk wel via de media meegereken dat het Nederlands vrouwen zich gekwalificeerd had voor dit EK. Ook hier blijken mannen – en vooral 55plussers – beter op de

hoogte dan vrouwen. Gezien de algemene grotere interesse in voetbal en sport onder mannen is dit niet verrassend .

Kijken we naar de verwachtingen die mensen uitspreken om het EK actief te volgen via de media, zien we wederom dat de groep oudere mannen (55+) het meest geïnteresseerd is; bijna de helft zegt het EK vrouwenvoetbal te zullen volgen via de media. Onder de groep jonge en midlife vrouwen (15-17%) is de minste belangstelling.

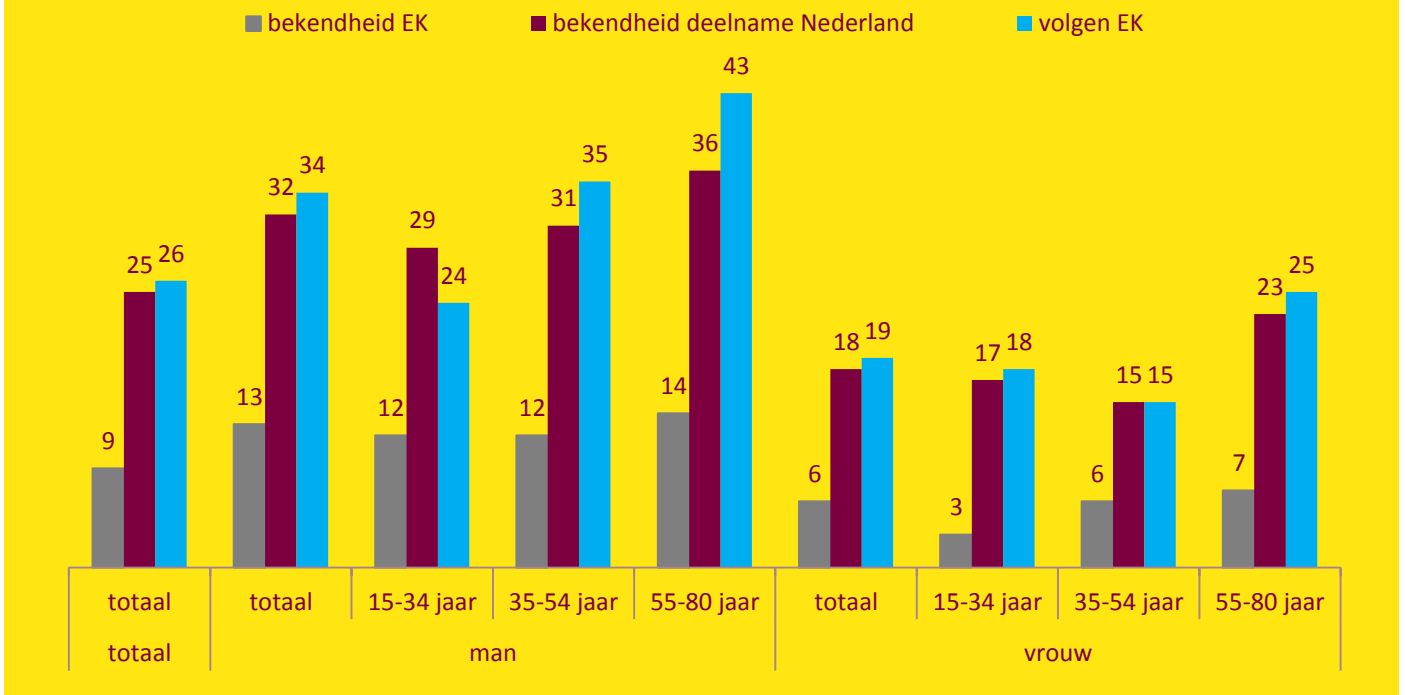
Interessant is dat een kwart van de vrouwelijke 55plussers uitspreken dat ze het EK vrouwenvoetbal zullen volgen, evenveel als jonge mannen (15-34 jaar).

Vooral kijken als Nederland speelt

Van de groep die aangeeft het EK te gaan volgen, zal de meerderheid (60 procent) dat vooral gaan doen als Nederland speelt (zie figuur 4). Vrouwen geven dat vaker aan dan mannen en ouderen vaker dan jongeren.

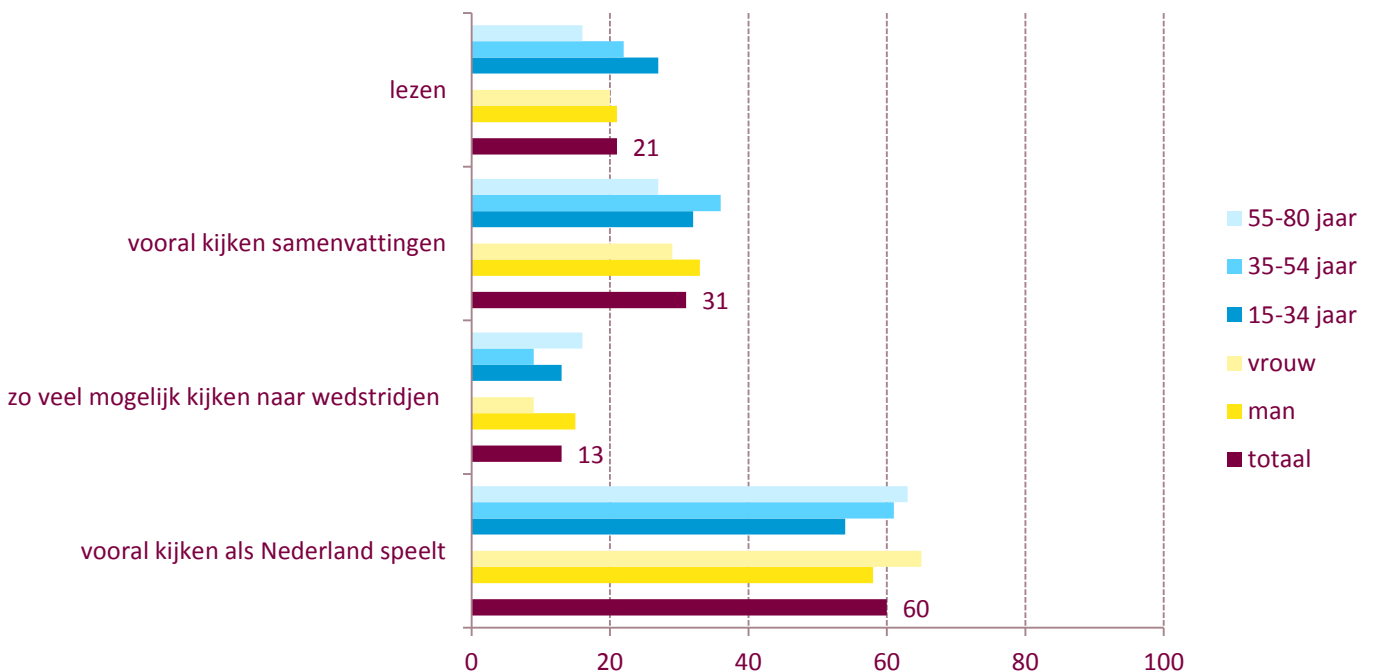
Bijna een op de drie geeft aan vooral naar samenvattingen te zullen kijken. Een op de vijf is van plan (ook) te gaan lezen over het EK, jonge mannen (15-34 jaar) noemen dit het vaakst (30%, niet in figuur) .

Figuur 3. Bekendheid met Europees Kampioenschap vrouwenvoetbal en Nederlandse deelname en verwachtingen om het EK via de media te volgen, bevolking 15-80 jaar (n=1.071), in procenten

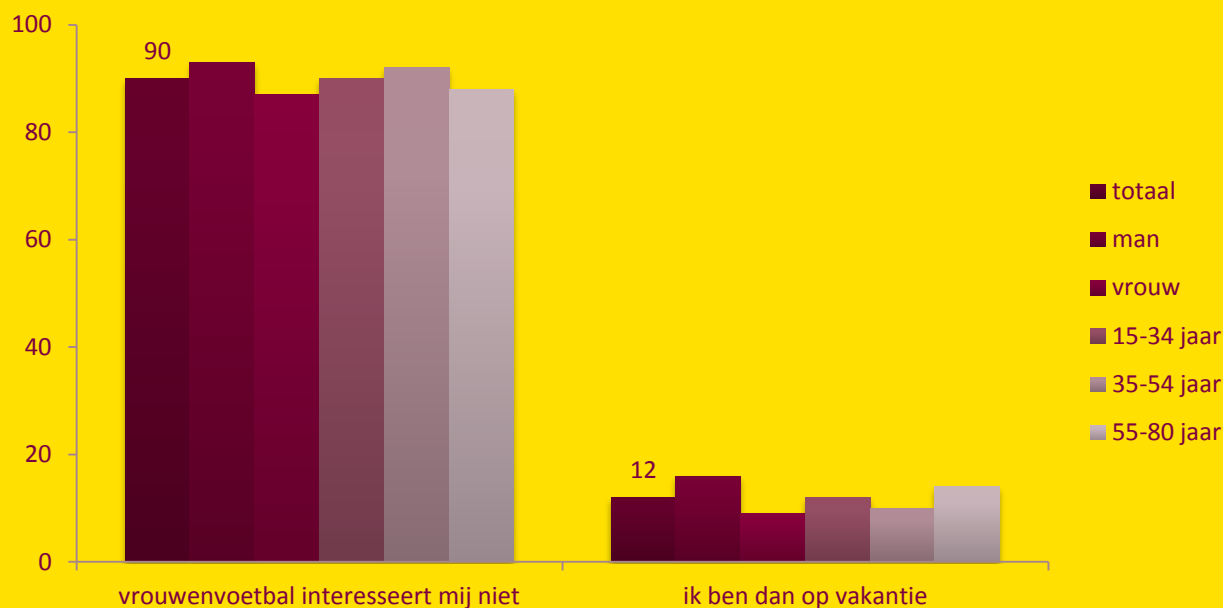


Dertien procent van de bevolking geeft aan naar zoveel mogelijk wedstrijden te zullen gaan kijken, mannen (16%) vaker dan vrouwen (9%). De groep mannelijke 55plussers (21%) verwacht het vaakst zoveel mogelijk wedstrijden te volgen, gevolgd door de groep jonge mannen (16%); mannelijke midlifers blijken minder enthousiast (9%; niet in figuur).

Figuur 4. Wijze waarop respondenten EK vrouwenvoetbal denken te gaan volgen via de media, bevolking 15-80 jaar (n=293, meerdere antwoorden mogelijk), in procenten



Figuur 5. Redenen om het EK vrouwenvoetbal niet te volgen via de media, bevolking 15-80 jaar die niet van plan is het EK te volgen (n=788), naar geslacht en leeftijd, in procenten



Het Mulier Instituut is een onafhankelijke en landelijk opererende stichting gericht op de bevordering van de sociaal-wetenschappelijke kennisontwikkeling en beleidseffectiviteit op het terrein van sport en samenleving.

Het instituut voert fundamenteel en praktijkgericht onderzoek uit, monitort de ontwikkelingen op het terrein van de sport en organiseert bijeenkomsten en congressen om het debat over de sport te stimuleren.

Neem voor meer informatie contact op met: Agnes Elling
a.elling@mulierinstituut.nl

Mulier Instituut
 Postbus 85445
 3508 AK Utrecht
 T 030-7210220
info@mulierinstituut.nl
www.mulierinstituut.nl

Geen interesse

Hoewel de zomervakantie begonnen is ten tijde van het EK vrouwenvoetbal, is dat niet de belangrijkste reden waarom mensen verwachten niet te zullen kijken naar het EK. Negen van de tien respondenten die aangaven niet te zullen gaan kijken doet dit omdat ze niet in vrouwenvoetbal geïnteresseerd zijn. Eerder bevolkingsonderzoeken naar verwachte en daadwerkelijke kijkgedrag van grote sportevenementen zoals het EK mannenvoetbal, hebben laten zien dat de mate waarin Nederland succesvol is en de media hierover bericht, de intentie van mensen kunnen beïnvloeden.

Verantwoording

Deze analyse maakt deel uit van het breder NWO-Sport project *Van voetbalvrouwen tot vrouwenvoetbal: een interdisciplinair onderzoek naar de maatschappelijke impact van meidenvoetbal in Nederland* dat van 2013-2016 uitgevoerd wordt aan de Universiteit Leiden (Martine Prange), de Universiteit Utrecht (Martijn Oosterbaan) en het Mulier instituut.

De in deze factsheet vermelde cijfers in figuur 3-5 komen voort uit een extra bevolkingsmeting in het voorjaar van 2013 (Nationaal Sport Onderzoek lente 2013) van het Mulier instituut.

Het Nationaal Sportonderzoek van het Mulier instituut betreft een online vragenlijst over sportgerelateerde thema's, uitgezet onder een representatieve steekproef van de Nederlandse bevolking, door GfK panelservices (zie www.mulierinstituut.nl).

De cijfers in figuur 1 zijn afkomstig van de ledencijfers van de Koninklijke Nederlandse Voetbal Bond. In figuur 2 staan de cijfers vermeld van een kwantitatieve inhoudsanalyse van diverse media (op basis van Lexis Nexis Academic en het archief van Beeld & Geluid), uitgevoerd door Rens Peeters, in opdracht van het Mulier instituut.