

Capita Selecta Vrouwenvoetbal en sponsoring

Wie van ondernemend Nederland nu het lef heeft om te investeren in het Nederlandse vrouwenvoetbal, zal daar binnen vijf jaar enorm van profiteren.

Vak: Capita Selecta
Auteur: Hanneke Arts
Datum: 28 oktober 2014

VOORWOORD

Beste lezer,

Vaak wordt bij vrouwenvoetbal gedacht aan lesbische manwijven en dat vrouwen niet kunnen en/of horen te voetballen. Van dit imago komt het vrouwenvoetbal maar moeilijk vanaf. In landen zoals Engeland, Duitsland en Zweden is de sport al veel verder.

Ik denk dat veel bedrijven iets kunnen bereiken met het sponsoren van het vrouwenvoetbal. Juist doordat het kleinschaliger is, kan een bedrijf zich onderscheiden. Bedrijven die het vrouwenvoetbal sponsoren, zijn voor mij bedrijven met lef, een tikkeltje eigenwijs en vooral niet standaard. Daarbij ben ik niet alleen nieuwsgierig naar de mogelijkheden van sponsoring, maar ook de combinatie met het imago van het vrouwenvoetbal.

Deels wordt dit imago nog steeds beïnvloed door de vergelijking met mannen, maar vergelijken we bij het schaatsen mannen en vrouwen met elkaar? Of doen we dat bij hockey? Nee, daarom deze Capita Selecta over het vrouwenvoetbal. Over de groei van de afgelopen jaren, het imago en hoe dit imago mogelijk sponsors tegenhoudt om te investeren in de snelst groeiende sport van Nederland. In de inleiding is de rode draad van dit artikel te vinden.

Met sportieve groet,

Hanneke

Arts

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord.....	2
Inleiding.....	4
Deel 1 Ontstaan en nieuwste ontwikkelingen vrouwenvoetbal Nederland	5
Ontstaan vrouwenvoetbal	5
Ontwikkeling vanaf 2007	6
Deel 2 Sponsoring en imago vrouwenvoetbal in Nederland	7
Theorie sponsoring	7
Algemene sponsor BeNe League	7
Sponsoring vrouwenteams	8
Imago hoogste niveau vrouwenvoetbal Nederland	9
Deel 3 Vrouwenvoetbal in andere landen.....	11
Basisinformatie vrouwenvoetbal in andere landen	11
Sponsoring buitenland	12
Deel 4 Toekomst Vrouwenvoetbal in Nederland qua sponsoring	13
Toekomst vrouwenvoetbal in Nederland.....	13
Meerwaarde investeren in vrouwenvoetbal	14
Deel 5 Slot.....	14
Conclusie	14
Bijlagen.....	16
Bijlage I.....	16
Bijlage II	17
Bibliografie.....	19

INLEIDING

In deze Capita zal de volgende stelling behandeld worden: Wie van ondernemend Nederland nu het lef heeft om te investeren in het Nederlandse vrouwenvoetbal, zal daar binnen vijf jaar enorm van profiteren.

Het eerste deel zal beginnen met een deel geschiedenis over het ontstaan van vrouwenvoetbal in Nederland. Daarnaast worden de nieuwste ontwikkelingen in beeld gebracht.

Vervolgens wordt in deel twee begonnen met een stukje theoretische uitleg over sponsoring. Hierop aansluitend wordt bekeken waarom een goed imago belangrijk is voor sponsoring. Dit wordt eerst gedaan met een theoretisch kader om vervolgens door middel van een tijdlijn een beeld te geven van het veranderde imago van het vrouwenvoetbal. Deel twee wordt afgesloten met de huidige sponsoring van de vrouwenvoetbalcompetitie BeNe League en de sponsoring van de deelnemende teams.

Deel drie gaat over vrouwenvoetbal in andere landen. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de top vijf van de FIFA World Ranking, oftewel de vijf beste vrouwenteams volgens de FIFA. De onderwerpen die behandeld gaan worden zijn het ontstaan van het vrouwenvoetbal in de diverse landen, en de huidige sponsoring.

Aan de hand daarvan, en de eerdere informatie over de groei in Nederland, wordt in deel vier de toekomst in Nederland qua sponsoring onderzocht. Hierbij wordt vooral vergeleken met andere landen, en komt de meerwaarde van sponsoring aan bod.

Afsluitend zal in deel vijf de hoofdvraag beantwoordt worden in de conclusie. Daarna zal de Capita Selecta afgesloten worden met een evaluatie.

DEEL 1 ONTSTAAN EN NIEUWSTE ONTWIKKELINGEN VROUWENVOETBAL NEDERLAND

In dit hoofdstuk wordt een stuk geschiedenis weergegeven om te kijken hoe de ontwikkeling van het vrouwenvoetbal in Nederland is gegaan. Vervolgens wordt gekeken naar de start van de Eredivisie voor vrouwen in 2007 en wat dat betekent voor het vrouwenvoetbal van nu.

ONTSTAAN VROUWENVOETBAL

- 1924**
 - Eerste officiële vrouwenvoetbalclub in Nederland: De Oostzaanse Vrouwenvoetbal Vereeniging is opgericht.
 - De Nederlandse Voetbalbond, voorloper van de KNVB, vindt dat 'vrouwen vooralsnog echtgenote, moeder of geliefde van voetballers' moeten zijn en geen speelsters.
- 1955**
 - De ontwikkeling van het vrouwenvoetbal staat mede door de economische crisis en Tweede Wereldoorlog nagenoeg stil.
 - Totdat op 16 april de Algemene Damesvoetbalbond wordt opgericht. Veertien clubs doen mee aan de eerste vrouwenvoetbalcompetitie. Deze wordt niet erkend door de KNVB.
- 1971**
 - Het damesvoetbal wordt officieel onderdeel van de KNVB. Bij toetreding in 1971, zijn 5.500 voetbalsters actief, een half jaar later groeit dat aantal tot 8.000. (KNVB)
- Jaren 80**
 - De KNVB zet zich in voor de groei van het meisjes-en vrouwenvoetbal. Dit begint met het toestaan van gemengde voetbal tot 12 jaar in 1986.
 - In 1993 wordt dit uitgebreid tot de B-junioren en twee jaar later ook de landelijke competitie B-junioren. Vanaf 1996 is tot 18 jaar gemengd voetbal toegestaan. (KNVB)
- 1985**
 - De teller staat op 36.000 vrouwelijke leden.
- 1998**
 - De teller staat op 65.000 vrouwelijke leden van wie 30.000 jonger dan 18 jaar.
- 1987**
 - Het eerste Europees voetbal kampioenschap voor vrouwen wordt gehouden.
- 1991**
 - Het eerste Wereld voetbalkampioenschap voor vrouwen wordt gehouden, 61 jaar na het eerste voetbalkampioenschap voor mannen. (Wikipedia)

ONTWIKKELING VANAF 2007

Op 20 maart 2007 is de Eredivisie Vrouwen een feit. Zes teams te weten: ADO Den Haag, AZ Alkmaar, Willem II, FC Twente, sc Heerenveen en FC Utrecht doen mee aan de nieuwe competitie. Alle damesteams doen dit in samenwerking met een damesteam die hoofdklasse speelt. Alleen FC Twente kiest ervoor om een eigen opleiding te starten, mede doordat er in de directe omgeving geen hoofdklasse dames wordt gespeeld.

Terugblik Eredivisie Vrouwen

De Eredivisie Vrouwen heeft vijf jaar bestaan, daarna is de competitie BeNe League gestart. In vijf seizoenen zijn in totaal 351 wedstrijden gespeeld. Er zijn vier clubs die daadwerkelijk alle seizoenen hebben gespeeld namelijk FC Twente, ADO Den Haag, sc Heerenveen en FC Utrecht.

Eredivisie vrouwen naar BeNe League

In 2012 wil de KNVB het vrouwenvoetbal verder professionaliseren, in samenwerking met de Koninklijke Voetbalbond België wordt de BeNe League opgericht. Deze bestaat uit acht teams uit Nederland en acht uit België. De eerste seizoenshelft spelen zij onderling hun eigen competitie: BeNe League Orange en BeNe League Red. Na deze eerste helft gaat de top vier van beide competities verder in BeNe League competitie A en de onderste vier spelen de BeNe League competitie B.

Speciaal voor het oprichten van de BeNe League is een stichting in het leven geroepen door de voetbalbonden uit Nederland en België. Het kantoor van de stichting is in Eindhoven gevestigd en ex-international Ingrid vanHerle uit België staat aan het roer.

Ingrid VanHerle over de start van de BeNe League: *"Het is fantastisch dat we nu een competitieprogramma bekend kunnen maken waarin zoveel grote namen zijn vertegenwoordigd. Ik ben er zeker van dat dit op het publiek en de media een grote aantrekkingskracht gaat uitoefenen. Het is ook zeer te prijzen dat er een regelmaat in het schema zit waardoor alle teams wekelijks spelen, behalve op de dagen die zijn vrijgehouden op basis van de internationale speeldagenkalender. Die herkenbaarheid en regelmaat is de grote kracht van de competitie in deze nieuwe opzet".* (Grote namen van start in Women's BeNe League, 2012)

Primeur in Europa

De grensoverschrijdende competitie is binnen Europa een primeur. De UEFA, Union of European Football Associations, heeft goedkeuring gegeven aan de competitie die als driejarige pilot start. Na drie jaar wordt gekeken hoe het gaat en hoe men verder wil. (Grote namen van start in Women's BeNe League, 2012)

Tweede en derde seizoen BeNe League

In het tweede seizoen werd besloten om niet meer met een competitie A en B te starten maar één geïntegreerde competitie. De clubs spelen vanaf het begin tegen Nederlandse en Belgische tegenstanders en de competitie gaat gewoon door na de winterstop. (NOS, 2013)

De Nederlandse teams die het seizoen 2014-2015 mee doen zijn: ADO Den Haag, Ajax, FC Twente, PEC Zwolle, PSV/FC Eindhoven, sc Heerenveen en Telstar.

Na het seizoen 2014-2015 is de pilot afgelopen. Er is een projectgroep van de KNVB met clubafgevaardigden van FC Twente, Ajax en ADO Den Haag om na te denken over de toekomst van de vrouwencompetitie. Als de BeNe League doorgaat zal dat, als het aan de projectgroep ligt, met meer Nederlandse dan Belgische clubs gebeuren.

KNVB-directeur Hans Spierings over de toekomst van de vrouwencompetitie: *"We willen mogelijk door met de BeNe League, maar de competitie moet zelf de broek ophouden. Daarvoor is een andere verhouding nodig tussen Nederlandse en Belgische clubs. Vrouwenvoetbal in Nederland en België valt niet te vergelijken. Ze blijven op Standard Luik na sportief ver achter"* In Nederland zijn 137.000 voetbalsters en in België 40.000. (Telegraaf, 2014)

DEEL 2 SPONSORING EN IMAGO VROUWENVOETBAL IN NEDERLAND

Dit hoofdstuk begint met een stukje theorie betreffende sponsoring om zo een duidelijker beeld te krijgen wat wel en niet sponsoring is en wat het belang is van sponsoring voor clubs of teams. Vervolgens wordt gekeken naar in welke mate de BeNe League en de clubs hun eigen sponsors hebben, en of de dames daarbij afhankelijk zijn van de mannen.

THEORIE SPONSORING

"Sponsoring is een zakelijke overeenkomst waarbij de sponsor (financiële) middelen beschikbaar stelt in ruil voor communicatiemogelijkheden van de gesponsorde. Mogelijke tegenpresentaties van de gesponsorde zijn:

- *De naam van de sponsor wordt verbonden aan het event.*
- *Het logo van de sponsor komt op het drukwerk te staan.*
- *De sponsor mag een aantal gasten uitnodigen.*
- *De sponsor levert een bijdrage in de vorm van lezingen, workshops of een stand.*

Sportsponsoring biedt de beste mogelijkheden voor het vergroten van de naamsbekendheid en het verstevigen van het imago. Voor sport, en dan vooral voetbal, is veel media-aandacht en dat levert een landelijk bereik op in alle lagen van de bevolking. Sport biedt ook veel associatiewaarden die kunnen aansluiten bij het gewenste corporate imago." (Michels, Sponsoring, 2009)

ALGEMENE SPONSOR BENE LEAGUE

De hoofdsponsor van de BeNe League is Bottega Gold, een prosecco. Het moederbedrijf Bottega is een distilleria in Italië. Het in België gelegen BimBamBulles is een distributeur en sponsort de BeNe League met het merk Bottega Gold.

Daarnaast sponsort BBA Tours het busvervoer voor de uit spelende clubs. Deze bus is niet alleen toegankelijk voor de speelsters, ook fans of sponsors zijn welkom om zo met hun heldinnen mee te gaan. (*Triple Double Sportmarketing, 2013*)

SPONSORING VROUWENTEAMS

De teams hebben meestal meer dan één sponsor om zo voldoende inkomsten te kunnen generen. Per club worden de sponsors besproken en indien bekend worden ook de beweegredenen vermeld.

ADO Den Haag

ADO Den Haag vrouwen, ook wel ADO Powervrouwen genoemd, heeft twaalf sponsors. Een deel van de sponsors is ook de hoofdsponsor van de mannen. Vijf van de sponsors hebben bewust voor de vrouwentak gekozen, redenen hiervoor zijn: passie en puurheid bij de wedstrijden, helpen bij verdere ontwikkeling en helpen bij creëren professionelere mogelijkheden. (Haaglanden Voetbal, 2014) (ADO Vrouwen, 2013) (ADO Vrouwen, 2014)

Ajax

Het vrouwenelftal van Ajax is pas in seizoen 2012-2013 opgericht, in 2013 haalde ze een eigen grote sponsor binnen, 'YourGift'. De motivatie van het bedrijf was dat de dames ambitieus, vernieuwend en volop in beweging zijn, net zoals zichzelf. (Ajax.nl, 2013)

FC Twente

De hoofdsponsor is Roetgerink mode & schoenen met als motivatie een bijdrage te leveren aan de professionalisering. Daarnaast zijn de dames ambitieus en sportief met een jonge en frisse uitstraling. Roetgerink is terug te zien op de shirts van de dames net zoals XXIMO. Dit heeft zowel in de mannen als in de vrouwen geïnvesteerd.

De dames van FC Twente hebben zeven stersponsors. Daarnaast zijn er vijf goldsponsors en maar liefst achttien silversponsors. Enkele motivaties die genoemd worden zijn: meer aandacht genereren, vrouwenvoetbal zal blijven professionaliseren, lef, topsport, trots op de vrouwen, nieuwe uitdaging, enorme passie en gedrevenheid, doorzettingsvermogen, teamwork en ambitie. (FC Twente Vrouwen)

PEC Zwolle

PEC heeft vooral dezelfde sponsors als de mannen en twee sponsors die nadrukkelijk voor de dames hebben gekozen. Redenen zijn het meehelpen aan de ontwikkeling van het vrouwenvoetbal en de eigen zichtbaarheid vergroten. (PEC Zwolle, 2013) (PEC Zwolle, 2014)

PSV/FC Eindhoven

PSV/FC Eindhoven is vanaf seizoen 2012-2013 toegetreden tot de BeNe League. De hoofdsponsors hebben de sponsoring hiervoor uitgebreid. Philips vanwege de snelle ontwikkeling en voor vernieuwing en diversiteit in het voetbal, waardes die ook bij Philips passen. Freo heeft dit besloten omdat het een natuurlijk en logisch gevolg is van het huidige partnerschap met PSV. (Philips, 2012)

sc Heerenveen

Heerenveen heeft één grote hoofdsponsor, dertien gouden sponsors, tien zilveren sponsors en vijf bronzen sponsors. Daarnaast zijn er nog zeventien vrienden van SC Heerenveen die de dames een warm hart toedragen. Motivaties hierbij zijn: helpen met professionalisering, hoge ambities motiveren en de puurheid van de dames. (Batavus, 2013) (Vrouwen SC Heerenveen, 2014)

Telstar

Telstar, ook wel de Witte Leeuwinnen genoemd, heeft vier hoofdsponsors en twintig andere sponsors. Een van de sponsors is een autodealer uit de regio die daardoor de combinatie van werk of school met training in de middag mogelijk maakt. (Vrouwenvoetbalnieuws, 2013)



Figuur 1, samenvatting motivatie huidige sponsors

Als een bedrijf wil gaan sponsoren wordt gekeken naar welke sport, club, team of speler/spelster bij hun bedrijf past. Hierbij speelt persoonlijke interesse een rol, maar ook het imago van de desbetreffende sport of team moet bij het bedrijf passen. In dit hoofdstuk wordt het imago van het vrouwenvoetbal in Nederland onder de loep genomen en wordt onderzocht hoe deze zich de afgelopen jaren ontwikkeld heeft.

IMAGO HOOGSTE NIVEAU VROUWENVOETBAL NEDERLAND

Voordat gekeken wordt naar het imago van het vrouwenvoetbal op het hoogste niveau, volgt eerst een korte uitleg over wat imago inhoudt om zo een completer beeld te kunnen vormen van de meerwaarde van een sterk imago.

Imago

"Het imago is het beeld dat de publieksgroepen van de organisatie hebben. Het gewenste imago is het beeld dat de organisatie wil vestigen bij haar publieksgroepen. Het imago wordt gevormd door beelden, associaties en ervaringen die publieksgroepen aan een organisatie koppelen. Een organisatie heeft vaak meerder imago's. Die kunnen bij leveranciers anders zijn dan bij klanten. Bovendien bestaan er binnen deze groepen vaak nog grote verschillen. Er zijn verschillende niveaus en factoren die bij het tot stand komen van een imago meespelen." (Michels, 2009)

Om te kijken naar het imago van het vrouwenvoetbal op het hoogste niveau wordt gekeken naar het imago van voetbal en naar specifiek het imago van vrouwenvoetbal. In een tijdlijn zijn de verschillende meningen van onder andere voetbalsters, onderzoekers en specialisten zo kort mogelijk weergegeven. De volledige uitspraken en bronnen zijn te vinden in bijlage I.

Jaar	Wie	Wat
2008	Laura Metiary, masterthesis over vrouwenvoetbal	"- <i>ongelijke machtsverhoudingen</i> - <i>mannelijke dominantie</i> - <i>negatieve beeldvorming.</i> "
	Imago onderzoek, Explode*	Top vijf, hoog naar laag: stijgend in populariteit, aardig, underdog positie, onafhankelijk van mannen en gedurfd.
	Johan Derksen, ex-voetballer, voetbalanalist	"- <i>niveauloos</i> - <i>nooit niveau van mannenvoetbal bereiken</i> - <i>ronduit belachelijk, niet naar die vertoning kijken</i> "
2009	Sportsocioloog Agnes Elling	"- <i>nieuw imago: vrouwenvoetbal is stoer</i> ' - <i>sport voor lesbische manwijven, is uit de tijd</i> "
	Ronny Stienen, coördinator voetbalacademie voor meisjes	"- <i>ze denken meer teambelang, jongens egoïstischer</i> - <i>na 14^{de} jongens fysiek sterker dan meisjes</i> - <i>meiden spelen vooral slim voetbal</i> - <i>goede verdediging & technischer spel</i> "
2010	Vera Pauw, voormalig bondscoach Nederlands vrouwenelftal	"- <i>gemengd voetbal, effect op hoe men kijkt naar de ontwikkeling van meisjes</i> - <i>beter beeld mogelijkheden, talenten en wat zij kunnen</i> "
2011	Angela Christ, keepster FC Utrecht	"- <i>tv vergroot bekendheid</i> - <i>sinds EK stijgende lijn</i> - <i>niet vergelijken met mannen</i> - <i>sport onzichtbaar voor veel mensen</i> "
	Marijn de Graaf, dames1 Devo'58	"- <i>mannen lachen je eerst uit</i> - <i>vrouwen vinden het juist stoer</i> "
2012	Mart Roumen, sportjournalist en professional	"- <i>groepsdruk maakt vrouwenvoetbal structureel belachelijk</i> - <i>makkelijk scoren door iets denigrerends te zeggen</i> - <i>serius praten vrouwenvoetbal taboe 'echte' mannen</i> - <i>tak van sport maakt ongelooflijke opmars</i> "
2013	J.van Boven, sportjournalist	"- <i>snel opkomende sport</i> - <i>ik vind dat ik dat serius moet nemen</i> "
	Frank Lampard, voetballer bij Chelsea	"- <i>vrouwenvoetbal heeft zich enorm ontwikkeld</i> - <i>vrouwen kunnen ook prima profvoetbal spelen</i> "
2014	Jan Mulder, ex-voetballer, columnist en tv-persoonlijkheid:	"- <i>vrouwen die nu voor de top 5 spelen zijn 10 keer zo goed als de Rode Duivels van 1960</i> - <i>als mannen giechelig doen over vrouwenvoetbal lachen ze eigenlijk hun idolen van vroeger uit</i> "
	Daphne Koster, voetbalster en aanvoester bij Ajax & Oranje	"- <i>ouders en trainers: leuk voor meisjes, meisjes daarmee tekort</i> - <i>niveaoverschil vaak heel groot</i> - <i>meisjes nadruk op plezier, jongens nadruk zo goed mogelijk worden</i> "

*Explode heeft, in opdracht van Gestion Copa Amsterdam, een marktonderzoek gestart met doel het imago van vrouwenvoetbal onder bedrijven en om er achter te komen in hoeverre bedrijven interesse hebben om de top van het vrouwenvoetbal te sponsoren. De volledige tabel is te vinden in bijlage II.

Bovenstaande citaten laten zien dat het imago van vrouwenvoetbal verbetert. Het gaat niet meer om lesbische of mannelijke vrouwen, men ziet de enorme groei en beseft dat het er nou eenmaal bij hoort. Toch is het imago nog niet overal positief.

Uit onderzoek van David Romijn en Agnes Elling blijkt dat het steeds meer geaccepteerd wordt, ouders vinden het prima als hun dochter gaat voetballen, maar vrijwel alle betrokkenen geven aan dat er nog altijd cynische of zelfs kritische geluiden zijn over het vrouwenvoetbal. Niet alleen buiten de club maar ook vanuit clubs zelf. (Romijn & Elling, 2012)

DEEL 3 VROUWENVOETBAL IN ANDERE LANDEN

Het vrouwenvoetbal in andere landen is vaak verder dan in Nederland. De FIFA World Ranking heeft een top vijf qua landenteams.

BASISINFORMATIE VROUWENVOETBAL IN ANDERE LANDEN

Gebaseerd op de FIFA World Ranking zijn dit de top vijf landen qua vrouwenvoetbal:

1. VS
2. Duitsland
3. Japan
4. Frankrijk,
5. Zweden

Verenigde Staten

Waar in Europese landen de focus van voetbal ligt bij jongens is dit in de Verenigde Staten precies andersom. Voetbal is een vrouwensport en de mannen spelen American Football, een variant op het Engelse rugby, basketbal of honkbal. Het voetbal wordt op scholen gedoceerd aan meisjes. Het vrouwenvoetbal wordt op een professionele manier georganiseerd door Women's United Soccer Association en is al snel interessant voor sponsors en media. De VS heeft dan ook lange tijd alleen aan de top gestaan (Metiary, 2008).

De Title Nine wet, uit de jaren tachtig, stelt dat vrouwen evenveel rechten en mogelijkheden op het gebied van sport moeten hebben als mannen op universiteiten. Er zijn meer universiteiten die vrouwenvoetbal aanbieden dan mannenvoetbal. Aangezien het merendeel van de mannen American Football speelt, waarbij één team al snel uit tachtig jongens bestaat, betekent dit dus ook dat tachtig vrouwen de mogelijkheid moeten krijgen om te sporten. Het vrouwenvoetbal wordt hierdoor gestimuleerd door diverse scholen. Het is bijvoorbeeld mogelijk om een studie- of sportbeurs te verkrijgen. Het universiteitsniveau is opgedeeld in de NCAA Division met niveau 1,2 en 3 plus een NAIA niveau. Het hoogste is de NCAA Division 1 (Pama, 2014).

Duitsland

De eerste Duitse vrouwenvoetbalwedstrijden dateren uit de jaren '30, maar het duurt tot de jaren '50 voordat de teams zich aansluiten bij een vereniging. Dit is voor de Duitse Voetbalbond (DFB) een teken om in 1950 de aansluiting te verbieden, net zoals in Nederland en Engeland is gebeurd, omdat het ongepast en gevaarlijk zou zijn. De dames trekken zich er weinig van aan en blijven wedstrijden organiseren. In 1970 wordt het verbod opgeheven door de DFB. Nog geen jaar later start de eerste competitie.

Vanaf dat moment gaat het snel: er komen voetbalscholen om meisjes en vrouwen te trainen, vrouwen halen trainingsdiploma's waarvan de eerste al in 1985 en in verenigingen wordt het vrouwenvoetbal gestimuleerd. De teller van het aantal damesteams stond in 2005 op 7690 vrouwenteams in Duitsland. In zes jaar tijd is het aantal teams bijna verdubbeld. In 2011 waren maar liefst 13500 teams actief in Duitsland. Hiervan waren 5500 teams met speelsters boven de 18 en 8000 meisjesteams onder de 18. Vanaf 1990 is de Bundesliga voor vrouwen gestart, de hoogste afdeling om te behalen voor de clubs. Het Duitse Vrouwenteam is sinds 1989 al zeven keer Europees en twee keer wereldkampioen geworden. (Schmitz, 2011)

Japan

In Japan waren de nationale sporten sumoworstelen en honkbal lange tijd populairder dan het voetbal. Tot de kwalificatie van de mannen voor het WK in 1998, vanaf toen groeide de populariteit van voetbal hard. Helemaal toen het WK voetbal in 2002 in Japan werd georganiseerd. Sindsdien is Japan voetbalgek. Langzaam maar zeker zetten de vrouwen zichzelf in de spotlights. Tot ieders verbazing werd het Japanse vrouwenteam in 2011 kampioen van de Wereldkampioenschappen 2011. (FIFA, 2011)

Frankrijk

Net zoals Nederland en Engeland heeft Frankrijk een tijdje te maken gehad met een verbod op het vrouwenvoetbal. Dit verbod ging in op 1918 en de competitie werd weer herstart in 1975 met hulp van de Franse Voetbalbond. Frankrijk loopt iets voor op Nederland maar achter op Zweden en Duitsland.

Zweden

De Zweedse competitie bestaat sinds 1973. De meeste vrouwenteams zijn niet afhankelijk van sponsors van de mannenteams zoals in Nederland en België wel het geval is. De Zweedse competitie loopt ver voor op de Nederlandse competitie, vrijwel elke speelster kan leven van het voetbal. Samen met Duitsland heeft Zweden de sterkste vrouwencompetitie van Europa.

Manon Melis speelt sinds 2007 bij LdB Malmö FC, een club in Zweden die niets te maken heeft met de mannenprofclub Malmö FF. *"Je moet zelf je sponsors binnen halen en niet afhankelijk zijn van de sponsors van een profclub bij de mannen"*, zegt Melis. (Keuning, 2013)

SPONSORING BUITENLAND

Amerika

In Amerika worden de sportteams van grote scholen gesponsord door (vaak) grote sportmerken als Nike en Adidas. De voetbalsters krijgen alles qua schoenen, kleding et cetera. Voor uitduels wordt het vliegtuig gepakt en de hotels en maaltijden zijn uitstekend geregeld, net zoals de begeleiding van de teams. Op het hoogste niveau, NCAA Division 1 wordt gewerkt met een budget variërend van 500.000 dollar tot ruim 1.5 miljoen dollar. Dit komt uit inkomsten van de grotere sporten, tv deals, toeschouwers en sponsoring. (Pama, 2014)

Duitsland

Dankzij de steun die het Duitse vrouwenvoetbal krijgt uit verschillende hoeken valt de ontwikkeling niet stil. De wedstrijden van de vrouwelijke Bundesliga zijn te volgen op televisie. Tijdschriften en televisiezoekers besteden steeds meer aandacht aan de sport. Tevens valt het vrouwenvoetbal onder het System der Deutsche Sporthilfe, deze organisatie steunt amateursporters op financieel gebied. Daarnaast worden sommige speelsters extra gesteund door een eigen sponsor.

Daarbij zorgt de Deutscher Fußball-Bund voor geldinzameling voor het steunen van talenten. Allianz sponsort per jaar het landelijke Duitse damesteam, naar verluidt voor een bedrag van 1 miljoen euro per jaar. Vanaf voetbalseizoen 2014-2015 komt daar nog ruim 1 miljoen bovenop voor de Bundesliga voor vrouwen. Dit is het hoogste niveau van vrouwenvoetbal in Duitsland, de extra sponsoring zal verdeeld worden over de twaalf clubs om zich gelijktijdig te kunnen ontwikkelen. (*MarketingTribune, 2014*)

Zweden

In Zweden was er al snel positieve media-aandacht voor het vrouwenvoetbal. In 1984 kwamen meer dan dertig sportjournalisten af op de interland tussen Engeland en Zweden. Daarnaast pikten de dagbladen de sport meteen op en was er tijdens het wereldkampioenschap 1995 in eigen land vergelijkbare belangstelling van de media als de mannelijke tak van de sport. (Metiary, 2008)

DEEL 4 TOEKOMST VROUWENVOETBAL IN NEDERLAND QUA SPONSORING

TOEKOMST VROUWENVOETBAL IN NEDERLAND

Het vrouwenvoetbal is niet voor niets de snelst groeiende sport van Nederland. Het leeft onder de dames, al is de roep om professionalisering groot. Het is moeilijk topsport te combineren met een baan, er wordt erg veel gevraagd van de dames maar ze krijgen er weinig voor terug. De voetbal mannen verdienen ook niet meteen de hoge bedragen die ze nu krijgen.

De BeNe League was bedoeld om meer aandacht te creëren voor het vrouwenvoetbal, een aantrekkelijke competitie neer te zetten en een kwaliteitsimpuls te geven aan het vrouwenvoetbal. Echter is een veel gehoord geluid dat het niveau van België te laag is voor de Nederlandse voetbalsters. Daardoor profiteert België wel van de competitie door de uitdaging die ze krijgen, maar voetbalt Nederland eigenlijk onder niveau.

Het vrouwenvoetbal is er nog lang niet. Zodra een meisje op jonge leeftijd al begint met voetballen zou zij, in de meest ideale situatie, de keuze krijgen of ze met de jongens of de meisjes mee wilt doen. Als ze kiest voor de meisjes, wederom in de meest ideale situatie, zouden er meerdere mogelijke teams moeten zijn, zodat ze een team kan kiezen van haar niveau. (*Romijn & Elling, 2012*)

Zodra de basis goed is, kunnen er meer meiden opgeleid worden voor het hoogste niveau. Er kunnen nu niet veel meer teams meedoen aan de BeNe League omdat er nog te weinig dames voor opgeleid worden.

MEERWAARDE INVESTEREN IN VROUWENVOETBAL

Nu investeren, is een investering voor de toekomst. Het zal zeker even kunnen duren voordat het echt geld binnen komt. Echter wordt er wel indirect verdient doordat de mond-tot-mond reclame vergroot wordt.

Onder de huidige sponsors zijn regelmatig motivaties als gedrevenheid, teamwork, puurheid en ambitieus genoemd. Waarden waar een bedrijf graag aangekoppeld wil worden. Daarnaast is een motivatie voor sponsoring, het vergroten van de professionaliteit van het vrouwenvoetbal. Voor een bedrijf heeft het vrouwenvoetbal dus veel waarden die positief zijn om mee geassocieerd te worden.

Daarnaast zal door meer sponsoring, het trainingsniveau omhoog gaan wat het aantrekkelijker maakt om naar te kijken. Dat kijken is een belangrijk punt, als in Nederland meer fans moeten kijken, zullen deze mogelijke fans eerst bekend moeten raken met het damesvoetbal. Zodra er meer mensen kijken en fan worden, is dit ook weer aantrekkelijker voor de sponsors.

Kijkend naar landen als Duitsland en Zweden, staat Nederland nog veel moois te wachten. Ter vergelijking het hoogste niveau damesvoetbal is in Duitsland gestart in 1990, in Zweden was dit in 1988, in Nederland begon de Eredivisie voor vrouwen pas in 2007. Dit verschilt dus ruim zeventien jaar.

DEEL 5 SLOT

CONCLUSIE

Eindconclusie stelling: Wie van ondernemend Nederland nu het lef heeft om te investeren in het Nederlandse vrouwenvoetbal, zal daar binnen vijf jaar enorm van profiteren.

Met het oog op anderen landen zijn er zeker nog veel mogelijkheden voor Nederland. Het vrouwenvoetbal zal kleine stappen zetten maar dat is niet erg om groot te worden. Hieronder zullen de belangrijkste en/of meest opvallende dingen op een rij gezet worden.

Investeren in continue mediatijd

Begrijpelijkerwijs zal niet meteen van alle wedstrijden live verslag mogelijk zijn maar bijvoorbeeld elke zondag een half uurtje samenvattingen zou al een goed begin zijn. Ideaal zou hierbij zijn dat het voor of na Studio Sport om zeven uur uitgezonden wordt. Er zit dan al een groot deel voetballiefhebbers klaar voor de samenvattingen van de Eredivisie.

Goede basis aanleggen qua voetbalopleiding.

Meiden moeten van jongs af aan gestimuleerd worden om het uiterste eruit te halen. Natuurlijk is het plezier belangrijk maar als een meisje voor het topvoetbal wil gaan moet zij hiervoor alle ruimte krijgen.

Doorzetten

Sponsors moeten vast houden aan hun eigen geloof. Kijkend naar Duitsland en Zweden waar het vrouwenvoetbal ongeveer 17 jaar eerder op hoog niveau is begonnen, zit er zeker toekomst in het vrouwenvoetbal. Daarnaast zijn de Oranje Leeuwinnen nu al steeds populairder aan het worden. Hoe hoger zij spelen, hoe meer kans zij maken op prijzen, hoe leuker kijkers het vinden.

Krachtige waarden promoten

Waarden als puurheid, ambitieus, durf, teamwork, gedrevenheid en jong en fris zijn zeer interessant voor bedrijven. Zeker de bedrijven die willen opvallen, anders durven zijn en graag in de toekomst investeren zullen zich aangetrokken voelen tot het vrouwenvoetbal.

Overcompenseren

Het vrouwenvoetbal heeft de neiging om haar uitingen te overcompenseren. Door extra gebruik van roze, tekeningetjes of andere liefelijke toevoegingen, komt het juist niet over. Het vrouwenvoetbal is nou eenmaal krachtig en niet voor iedereen weg gelegd. Dat is geen zwakte maar juist een kracht. Vaak gehoord is dat men het prettig vindt dat vrouwen na een val meteen op staan, dat er minder gezeurd wordt over pijntjes en schwalbes (speler voert na een overtreding een act uit alsof hij doodgaat, terwijl hij amper geraakt is).

BIJLAGEN

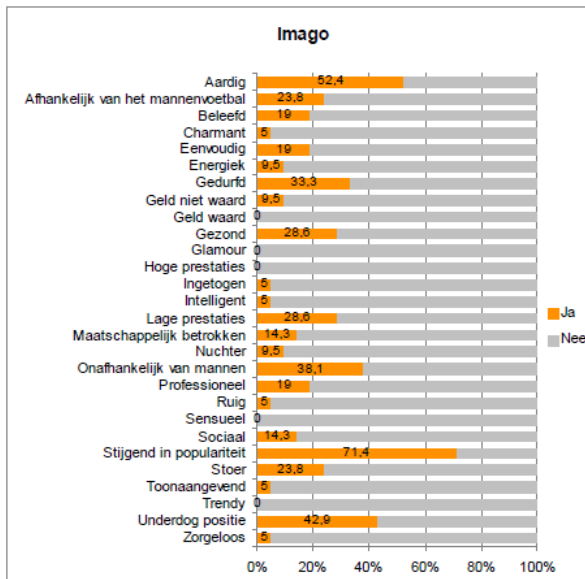
BIJLAGE I

Wanneer	Wie	Wat	Bron
2008	Laura Metiary, masterthesis over vrouwenvoetbal	<i>"Vrouwenvoetbal heeft nog steeds te kampen met ongelijke machtsverhoudingen, mannelijke dominantie en negatieve beeldvorming. Deze negatieve beeldvorming is gebaseerd op de opvatting dat vrouwen kwalitatief minder goed zijn in het spel."</i>	(Metiary, 2008)
	Imago onderzoek door Explode*	<i>"Wat is in uw ogen het huidige imago van vrouwenvoetbal?"</i> Antwoorden waren: de volgende top vijf, van hoog naar laag: stijgend in populariteit, aardig, underdog positie, onafhankelijk van mannen en gedurfd.	(Imago-onderzoek vrouwenvoetbal Nederland)
	Johan Derksen, ex-voetballer, voetbalanalist	<i>"Het is niveauloos en het zal nooit het niveau van het mannenvoetbal bereiken. Ik vind het ronduit belachelijk. Denk maar niet dat ik naar die vertoning kom kijken."</i>	(Metiary, 2008)
2009	Sportsocioloog Agnes Elling	<i>"Volgens Elling heeft de populariteit van meisjes- en vrouwenvoetbal ook te maken met een nieuw imago: voetbal is stoer. "Het idee dat het vooral een sport is voor lesbische manwijven, is uit de tijd."</i>	(Neefjes, 2009)
	Ronny Stienen, coördinator voetbalacademie voor meisjes	<i>"Ze denken meer aan het teambelang. Jongens zijn veel egocentrischer. Pas na hun veertiende zijn jongens fysiek sterker dan meisjes. Maar meiden spelen vanaf die leeftijd vooral slim voetbal. De verdediging is goed, het spel is technischer."</i>	(Neefjes, 2009)
2010	Vera Pauw, voormalig bondscoach Nederlands vrouwenelftal	<i>"Het blijkt uit kwalitatief onderzoek van de Universiteit van Utrecht dat het gemengd voetbal een groot effect heeft op hoe kinderen, ouders, begeleiders en trainers kijken naar de ontwikkeling van meisjes. Die krijgen een ander beeld van de mogelijkheden van meiden, hun talent en wat zij kunnen."</i>	(Desing, 2010)
2011	Angela Christ, keepster FC Utrecht	<i>"Op tv komen vergroot de bekendheid van deze sport enorm. Toch zie ik sinds het EK wel een stijgende lijn in het aantal vrouwen dat voetbalt. Ik merk ook wel dat er meer aandacht voor is. Ik vind het heel belangrijk dat deze sport bekender wordt bij het grote publiek. Je kunt vrouwenvoetbal niet vergelijken met het spel van de mannen. Er zijn veel factoren die anders zijn, mannen spelen bijvoorbeeld veel fysieker. Maar zolang vrouwenvoetbal niet uitgezonden wordt, weet het grote publiek dat</i>	(Vijfvinkel, 2011)

		<i>niet en is deze sport onzichtbaar voor veel mensen."</i>	
	Marijn de Graaf, voetbalster dames1 Devo'58	<i>"Mannen lachten je eerst uit als je vertelt dat je voetbal. 'Weer zo'n vrouw die op voetbal zit.' Later komen ze daar op terug. Vrouwen vinden het juist stoer."</i>	(Elibol, 2011)
2012	Mart Roumen, sportjournalist en professional	<i>"Echte voetballers praten doorgaans over vrouwenvoetbal alsof het geen fluit voorstelt, niet interessant is. Dit moet, anders ben je niet stoer. Met Johan Derksen als conservatieve aanvoerder wordt de sport structureel belachelijk gemaakt. In zijn programma is het makkelijk scoren door iets denigrerends over vrouwenvoetbal te zeggen, iets met verprutste ballen, kansloze acties of beginnen over de kleedkamer en wat daar allemaal gebeurt. Serieus praten over vrouwenvoetbal is taboe. Toch gaat deze tak van sport de komende paar jaar een ongelooflijke opmars maken."</i>	(Roumen, 2012)
2013	J.van Boven, sportjournalist	<i>"Vrouwenvoetbal is een snel opkomende sport waarin Nederland in een redelijk tempo steeds beter wordt. Ik vind dat ik dat als journalist serieus moet nemen."</i>	(Boven, 2013)
	Frank Lampard, voetballer bij Chelsea	<i>"Ik zie geen reden waarom er nooit vrouwen in het profvoetbal kunnen spelen. Het vrouwenvoetbal heeft zich de afgelopen vijf tot tien jaar enorm ontwikkeld"</i>	(Voetbalzone, 2013)
2014	Jan Mulder, ex-voetballer, columnist en tv-persoonlijkheid:	<i>"Waarom zouden vrouwen niet kunnen voetballen? Omdat ze borsten hebben? Natuurlijk niet, want die worden helemaal ingesnoerd. Waarom doen mannen dan zo neerbuigend over vrouwenvoetbal? Omdat ze het niet gewend zijn. De vrouwen die vandaag voor Duitsland, Japan, Brazilië of Noorwegen spelen zijn tien keer zo goed als de Rode Duivels van pakweg 1960. Als mannen dus giechelig doen over vrouwenvoetbal lachen ze eigenlijk hun idolen van vroeger uit."</i>	(Peuteman & Renard, 2014)
	Daphe Koster, voetbalster en aanvoester bij Ajax & Oranje	<i>"Dat is volgens ouders en trainers leuk voor de meisjes, maar je doet veel meisjes daarmee tekort: 'Het niveauverschil in zo'n meisjesteam is vaak heel groot. De besten worden niet uitgedaagd en irriteren zich aan teamgenootjes die minder goed zijn. Bij meisjes wordt de nadruk door de omgeving gelegd op plezier, terwijl jongens vooral zo goed mogelijk moeten worden."</i>	(Jonge meisjes beter in voetbal dan jongens, 2014)

BIJLAGE II

- Wat is in uw ogen het huidige imago van vrouwenvoetbal?



BIBLIOGRAFIE

- Vrouwen SC Heerenveen. (2014, Oktober 29). *Sportstad Heerenveen partner van Sc Heerenveen vrouwen*. Opgeroepen op November 03, 2014, van <http://vrouwenscheerenveen.nl/sportstad-heerenveen-partner-van-sc-heerenveen-vrouwen/>
- ADO Den Haag Landskampioen over 5 jaar. (2012, Augustus 03). Opgeroepen op September 27, 2014, van http://www.vrouwenvoetbalnederland.nl/vvned/index.php?option=com_content&view=article&id=8259:ado-den-haag-landskampioen-over-5-jaar&catid=214:eredivisie&Itemid=200032
- ADO Vrouwen. (2013, Augustus 13). *KYOCERA shirtsponsor van ADO Den Haag Vrouwen*. Opgeroepen op November 3, 2014, van <http://www.adovrouwen.nl/index.php/kyocera-document-solutions-shirtsponsor-ado-vrouwen/>
- ADO Vrouwen. (2014, Oktober 15). *Basic-Fit verlengt sponsorcontract ADO Vrouwen*. Opgeroepen op November 3, 2014, van <http://www.adovrouwen.nl/index.php/basic-fit-verlengt-sponsorcontract-ado-vrouwen/>
- Ajax.nl. (2013, November 25). *YourGift' eerste sponsor Ajax Vrouwen*. Opgeroepen op November 03, 2014, van <http://www.ajax.nl/Ajax-Nieuws/Ajax-Nieuws/Ajax-nieuws-artikel/193995/YourGift-eerste-sponsor-Ajax-Vrouwen.htm>
- Batavus. (2013, December 19). *Batavus sponsort damesteam SC Heerenveen*. Opgeroepen op November 03, 2014, van <http://www.batavus.nl/over-batavus/nieuws/batavus-sponsort-damesteam-sc-heerenveen.htm>
- Boven, J. (2013, Juli 8). *Steeds meer spotlights op Oranjevrouwen*. Opgeroepen op Oktober 11, 2014, van Spitsnieuws: <http://www.spitsnieuws.nl/sport/2013/07/steeds-meer-spotlights-op-oranjevrouwen>
- Desing, B. (2010, Mei 25). *5 vragen aan Vera Pauw*. Opgeroepen op Oktober 12, 2014, van Sport Knowhow XL: http://www.sportknowhowxl.nl/index.php?pageid=vragen_detail&catid=vragen-aan&cntid=4766
- Dool, R. v., & Elling, A. (2009, Juni). *Imago van sporten*. Opgeroepen op Oktober 11, 2014, van nisb.nl: <http://beheer.nisb.nl/cogito/modules/uploads/docs/66831403874840.pdf>
- Elibol, R. (2011, Februari). *De voetbalsters nemen Devo '58 over*. Opgeroepen op Oktober 12, 2014, van Het Parool: http://wesleymeijer.files.wordpress.com/2011/02/vrouwenvoetbal-2011_merged.pdf
- FC Twente Vrouwen. (sd). *Succes met FC Twente vrouwen*. Opgeroepen op November 3, 2014, van FC Twente: <http://www.fctwente.nl/vrouwenvoetbal/sponsors-relaties/>
- FIFA. (2011, Juli 18). *WK-titel sprookje Japanse vrouwen*. Opgeroepen op November 03, 2014, van FIFA: http://www.onsoranje.nl/nieuws/artikel/9161/wk-titel-sprookje-japanse-vrouwen?quicktabs_16=2&quicktabs_11=0
- Grote namen van start in Women's BeNe League*. (2012, Juli 17). Opgeroepen op September 27, 2014, van KNVB: <http://www.knvb.nl/nieuws/23440/grote-namen-van-start-womens-bene-league>
- Haaglanden Voetbal. (2014, Mei 9). *A+ Consulting is nieuwe sponsor van Stichting ADO Den Haag Vrouwenvoetbal*. Opgeroepen op November 3, 2014, van Haaglanden voetbal: <http://haaglandenvoetbal.nl/nieuwe-sponsor-voor-consulting-sponsor-van-stichting-ado-den-haag-vrouwenvoetbal/>
- Imago-onderzoek vrouwenvoetbal Nederland. (sd).
- Jonge meisjes beter in voetbal dan jongens*. (2014, April 23). Opgeroepen op Oktober 12, 2014, van Tym: <http://www.tym.nl/daphne-koster-jonge-meisjes-beter-in-voetbal-dan-jongens/>
- Keuning, M. (2013, Oktober 30). *Gelauwerd in de Zweedse competitie*. Opgeroepen op November 03, 2014, van Trouwe: <http://www.trouw.nl/tr/nl/5009/Archief/archief/article/detail/3535619/2013/10/30/Gelauwerd-in-de-Zweedse-competitie.dhtml>

- KNVB. (sd). *Gemengd voetbal*. Opgeroepen op September 22, 2014, van <http://www.knvb.nl/competities/amateurvoetbal/gemengdvoetbal>
- KNVB. (sd). *Geschiedenis vrouwenvoetbal*. Opgeroepen op September 22, 2014, van <http://www.knvb.nl/competities/amateurvoetbal/vrouwen/geschiedenis>
- Laatste terugblik op 5 jaar eredivisie*. (2012, Augustus 13). Opgeroepen op 27 September, 2014, van Vrouwenvoetbal Nederland: http://www.vrouwenvoetbalnederland.nl/vvned/index.php?option=com_content&view=article&id=8273:laatste-terugblik-op-5-jaar-eredivisie&catid=214:eredivisie&Itemid=200032
- Metiary, L. (2008, Juli). *De ontwikkeling van het Nederlandse vrouwenvoetbal in de media*.
- Michels, W. (2009). *Essentie van communicatie*. Noordhoff Uitgevers.
- Neefjes, C. (2009, Augustus 21). *Voetbal voor dynamische meiden*. Opgeroepen op Oktober 12, 2014, van Het Parool: <http://www.parool.nl/parool/nl/4/AMSTERDAM/article/detail/259648/2009/08/21/Voetbal-voor-dynamische-meiden.dhtml>
- NOS. (2013, Mei 23). *Opzet BeNe League aangepast*. Opgeroepen op Oktober 10, 2014, van NOS: <http://nos.nl/artikel/510062-opzet-bene-league-aangepast.html>
- Pama, A. (2014, Oktober 9). *Vanuit Amerika: Alex Pama*. Opgeroepen op November 03, 2014, van <http://vrouwenscheerenveen.nl/vanuit-amerika-alex-pama/>
- PEC Zwolle. (2013, November 09). *Kookwinkel Oldenhof nieuwe shirtsponsor PEC Zwolle Vrouwen*. Opgeroepen op November 03, 2014, van PEC Zwolle: http://www.peczwolle.nl/nl/nieuws_2/9/kookwinkel-oldenhof-nieuwe-shirtsponsor-pec-zwolle-vrouwen2013-11-09/kookwinkel-oldenhof-nieuwe-shirtsponsor-pec-zwolle-vrouwen2013-11-09
- PEC Zwolle. (2014, September 18). *Huis van Verhuur nieuwe rugsponsor PEC Zwolle Vrouwen*. Opgeroepen op November 03, 2014, van PEC Zwolle: <http://www.peczwolle.nl/nl/nieuwsarchief/huis-van-verhuur-nieuwe-rugsponsor-pec-zwolle-vrouwen2014-09-18>
- Peuteman, A., & Renard, H. (2014, Mei 21). *Jan Mulder: 'Natuurlijk kunnen vrouwen voetballen'*. Opgeroepen op Oktober 11, 2014, van [knack.be: http://www.knack.be/nieuws/mensen/jan-mulder-natuurlijk-kunnen-vrouwen-voetballen/article-normal-144311.html](http://www.knack.be/nieuws/mensen/jan-mulder-natuurlijk-kunnen-vrouwen-voetballen/article-normal-144311.html)
- Philips. (2012, Juli 18). *Toelichting op toetreding PSV/FC Eindhoven tot BeNe League Vrouwenvoetbal*. Opgeroepen op November 03, 2014, van Philips: http://www.newscenter.philips.com/nl_nl/standard/about/news/press/20120718-toetreding-psv-fc-eindhoven-tot-bene-league-vrouwenvoetbal.wpd#.VFfrSDTRSSo
- Romijn, D., & Elling, A. (2012). *Een prachtige tweede plaats*. 's-Hertogenbosch: W.J.H. Mulier Instituut.
- Roumen, M. (2012, November 16). *Vrouwenvoetbal heeft de toekomst*. Opgeroepen op Oktober 12, 2014, van Wel ingelichte kringen: <http://www.welingelichtekringen.nl/mootz/91048/vrouwenvoetbal-heeft-de-toekomst.html>
- Schmitz, J. (2011, Juli 4). *'Ja, ik kijk naar vrouwenvoetbal'*. Opgeroepen op November 03, 2014, van Duitslandweb: <http://www.duitslandweb.nl/actueel/columns/2011/7/mofkont-over-het-wk-vrouwenvoetbal-in-duitsland.html>
- Stallinga, N. (1995, November 08). *Nicole mag meedoen in landelijke voetbalcompetitie*. Opgeroepen op September 22, 2014, van Trouw Archief: <http://www.trouw.nl/tr/nl/5009/Archief/archief/article/detail/2630195/1995/11/08/Nicole-mag-meedoen-in-landelijke-voetbalcompetitie.dhtml>
- Telegraaf. (2014, September 30). *BeNeLeague onder druk*. Opgeroepen op Oktober 10, 2014, van Telegraaf: http://www.telegraaf.nl/telesport/voetbal/nationaal/23140441/_BeNeLeague_onder_druk_.html

- 'Unieke BeNe League' officieel begonnen. (2012, Augustus 14). Opgeroepen op September 27, 2014, van FC Update: <http://www.fcupdate.nl/voetbalnieuws/211734/unieke-bene-league-officieel-begonnen/>
- Vijfvinkel, L. (2011, Januari 17). *"Je kunt vrouwenvoetbal niet vergelijken met mannenvoetbal"*. Opgeroepen op Oktober 12, 2014, van Sportinterviews: <http://www.sportinterviews.nl/?p=43>
- Voetbalzone. (2013, Oktober 23). *'Geen reden waarom er nooit vrouwen in het profvoetbal kunnen spelen'*. Opgeroepen op Oktober 11, 2014, van Voetbalzone: <http://www.voetbalzone.nl/doc.asp?uid=199200>
- Vrouwenvoetbalnieuws. (2013, Oktober 03). *Nieuwe clubauto's voor de vrouwen van Telst.* Opgeroepen op November 03, 2014, van Vrouwenvoetbalnieuws: <http://www.vrouwenvoetbalnieuws.nl/nieuwe-clubautos-voor-de-vrouwen-van-telstar/>
- Wikipedia. (sd). *Wereldkampioenschap voetbal vrouwen*. Opgeroepen op September 22, 2014, van http://nl.wikipedia.org/wiki/Wereldkampioenschap_voetbal_vrouwen