

November 2023



De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland



Inhoudsopgave

Samenvatting	3
1. Introductie	5
1.1 Aanleiding	6
1.2 Doel en scope	7
1.3 Leeswijzer	7
2. Methode	8
2.1 Inleiding	9
2.2 Raamwerk	10
2.3 Data	11
2.3.1 Data verzameling	11
2.3.2 Data beschikbaarheid	11
3. Resultaten	12
3.1 Inleiding	13
3.2 Verbinding	14
3.2.1 Verbindende kracht van het betaald voetbal	14
3.2.2 Vrouwenvoetbal	16
3.2.3 Diversiteit onder voetballiefhebbers	17
3.2.4 Inclusie binnen het betaald voetbal	18
3.3 Welzijn	19
3.3.1 Bijdrage van het betaald voetbal aan welzijn	19
3.3.2 Tijdsbesteding aan betaald voetbal	20
3.3.3 Incidenten en veiligheid in het betaald voetbal	21
3.4 Educatie	22
3.5 Economie	23
3.6 Duurzaamheid	25
3.7 Het betaald voetbal als maatschappelijk platform	26
4. Conclusie	27
5. Appendix	
A1. Toelichting deelnemende BVO's	30
A1. Toelichting data uitvraag KNVB	31
A2. Lijst van KPI's	32
A3. Toelichting op de BBP berekening	37



Samenvatting

Samenvatting

Inleiding

Bedrijven en organisaties zijn zich, gevoed door toenemende verwachtingen vanuit de samenleving, steeds meer bewust van hun maatschappelijke impact. Ook binnen de voetbalwereld wordt het belang van de maatschappij omarmd, zoals in het initiatief “Football for the Goals”. Dit is een platform opgezet door de Verenigde Naties voor de wereldwijde voetbalgemeenschap om zich bezig te houden met Sustainable Development Goals (SDGs). De KNVB heeft zich onlangs aangesloten bij dit initiatief.

Deze groeiende focus op maatschappelijke verantwoordelijkheid vraagt om een actuele en objectieve onderbouwing van de maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland. Daarbij is tijdens de COVID-19-pandemie, met de toentertijd geldende restricties voor sport, duidelijk geworden dat het van belang is om de meetbare impact van voetbal vast te stellen. Vanuit de behoefte naar meer cijfermatig inzicht heeft de KNVB PwC gevraagd om onderzoek te doen naar de maatschappelijke impact van het betaald voetbal in Nederland.

Resultaten

Betaald voetbal in Nederland heeft impact op verschillende thema's, namelijk verbinding, welzijn, educatie, economie en duurzaamheid. Binnen de eerste vier thema's zijn vormen van positieve impact aangetoond. Voorbeelden daarvan zijn de verbindende rol van het betaald voetbal en de bijdrage aan het welzijn van voetballiefhebbers. Zo zijn er onder de Nederlandse bevolking 9,7 miljoen liefhebbers van het Nederlands betaald voetbal en besteedt de voetballiefhebber gemiddeld 11,6 uur aan activiteiten gerelateerd aan betaald voetbal.

Naast het verbinden creëert het betaald voetbal ook een platform voor bedrijven en organisaties. Betaald Voetbal Organisaties (BVO's) zijn, met in totaal 13.415 partners, in veel regio's en steden één van de belangrijkste zakelijke netwerken. BVO's gebruiken hun platformfunctie onder andere om, samen met hun partners, maatschappelijke projecten te organiseren, waar jaarlijks 283 duizend deelnames aan zijn.

Daarnaast draagt het betaald voetbal ook bij aan de opleiding van trainers en jeugdspelers en vervult hiermee een positieve rol op het gebied van educatie. In het seizoen 2022/2023 werd ruim 45 miljoen euro geïnvesteerd in de opleiding van 3.980 jeugdspelers. Tot slot heeft het betaald voetbal ook een financiële impact op de Nederlandse economie. De directe bijdrage aan het Bruto Binnenlands Product (BBP) bedraagt 2,83 miljard euro.

Tegelijkertijd dienen ook kritische kanttekeningen gemaakt te worden, met name op het gebied van welzijn, verbinding en duurzaamheid. In het seizoen 2022/2023 was er veel aandacht voor de incidenten binnen het betaald voetbal (725 incidenten in het seizoen 2022/2023). Mede door de incidenten maakt 57% van de seizoenkaarthouders zich zorgen om de veiligheid in en rondom de stadions. Ruim 1 op de 10 incidenten in het betaald voetbal zijn te linken aan racistische en kwetsende uitingen¹. Van de mannelijke profvoetballers geeft 41% aan dat racisme in het betaald voetbal regelmatig voorkomt. Daarnaast is er op het gebied van duurzaamheid voor BVO's ook nog ontwikkeling mogelijk. Het meten van de impact op dit thema is op dit moment lastig vanwege het ontbreken van data. Ook de voetballiefhebbers vinden dat er voor de BVO's nog stappen zijn te maken op het gebied van duurzaamheid. Zo vindt de helft van deze groep dat overheden meer moeten samenwerken met de BVO's om duurzaamheid bij de clubs te verbeteren.

Verbinding

“9,7 miljoen liefhebbers van het Nederlands betaald voetbal”

Welzijn

“Een voetballiefhebber besteedt gemiddeld 11,6 uur per week aan betaald voetbal”

Educatie

“Er is in het afgelopen seizoen ruim 45 miljoen euro geïnvesteerd in de opleiding van 3.980 jeugdspelers”

Economie

“Het betaald voetbal levert 2,83 miljard euro op voor het Nederlands BBP”

Duurzaamheid

“49% van de voetballiefhebbers vinden dat de overheid meer moet samenwerken met de BVO's op het gebied van duurzaamheid”

¹ Politie Nederland (2023). Voetbal & Veiligheid.



1. Introductie

1. Introductie

1.1 Aanleiding

Bedrijven en organisaties zijn zich, gevoed door toenemende verwachtingen vanuit de samenleving, steeds meer bewust van hun maatschappelijke impact. Organisaties kunnen niet alleen maar opereren vanuit een winst oogmerk, maar moeten werknemer, klant, klimaat en de maatschappij meewegen bij het nemen van beslissingen. Ook vanuit wet- en regelgeving worden bedrijven gevraagd naar meer transparantie over hun impact op mens en milieu.

Zo publiceerde op 5 januari 2023 de Europese Unie de ‘Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)’. Het belangrijkste doel van deze nieuwe richtlijn is om grote bedrijven vanaf 2024 te verplichten om naast financiële cijfers, ook te rapporteren op duurzaamheidsaspecten. Het begrip duurzaamheid beperkt zich hier niet alleen tot het milieu, maar ook tot sociale en economische duurzaamheid. Hieraan gerelateerd zijn de Sustainable Development Goals (SDG’s) die zijn ontwikkeld in 2015 door de leden van de Verenigde Naties. Deze doelstellingen vormen een blauwdruk voor een betere en duurzame toekomst. In de sport worden deze doelstellingen in toenemende mate omarmd. Een voorbeeld hiervan is “Football for the Goals”, een vanuit de Verenigde Naties opgezet platform om de voetbalwereld te betrekken bij SDG’s.

Deze initiatieven weerspiegelen de groeiende behoefte van de samenleving om impact op het gebied van duurzaamheid te kwantificeren. Aangezien sportorganisaties een belangrijke rol in onze maatschappij vervullen is het belangrijk dat er ook in de sport meer aandacht komt voor impact op mens en milieu. Hierom is het van belang dat sportorganisaties zich bewust zijn van hun impact op de maatschappij. Dit is evenzeer van groot belang voor de meest beoefende sport in Nederland: voetbal.

Tijdens de COVID-19-pandemie is duidelijk geworden dat het van groot belang is om de meetbare impact van voetbal vast te stellen. Door de opgelegde maatregelen als gevolg van de pandemie werd zowel het betaald- als het amateurvoetbal aan banden gelegd, met de nodige effecten van dien voor de samenleving^{1,2}.

PwC heeft in 2021³ een onderzoek uitgevoerd naar de kracht van voetbal, waarin financiële en niet-financiële effecten van betaald voetbal op de maatschappij inzichtelijk werden gemaakt. Bij het interpreteren van de cijfers uit dat onderzoek moet rekening worden gehouden met de toenmalige coronapandemie. Ook in 2015⁴ heeft PwC een soortgelijk onderzoek uitgevoerd. In dat eerdere onderzoek lag de nadruk niet alleen op het betaald voetbal, maar werd ook gekeken naar de impact van het amateurvoetbal en het Nederlands elftal. Aangezien de gegevens uit de eerdere studies inmiddels verouderd zijn, heeft de KNVB PwC gevraagd om opnieuw onderzoek te doen naar de maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland.



1 RIVM (2021). Sportvereniging midden in de samenleving.

2 Pulles, I., et al. (2021). Monitor Sport en corona III. Mulier Instituut.

3 PwC (2021). De Kracht van Voetbal: De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland.

4 PwC (2015). De Kracht van Voetbal: Sturen op de maatschappelijke impact van voetbal.

1.2 Doel en scope

Het doel van dit onderzoek is om de impact van het Nederlands betaald voetbal, in het vervolg aangeduid als het betaald voetbal, op de maatschappij inzichtelijk te maken. Daarmee beperkt dit onderzoek zich tot de impact van 34 betaald voetbal organisaties (BVO's) uitkomend in de Eredivisie en Keuken Kampioen Divisie en de 11 vrouwenelftallen uitkomend in de Azerion Vrouwen Eredivisie in het seizoen 2022/2023. Al deze elftallen zijn terug te vinden in Appendix 1. Het kwantificeren van de impact van het amateurvoetbal en de vertegenwoordigende elftallen ('Oranje') valt buiten de scope van dit onderzoek. In dit onderzoek wordt de impact op de Nederlandse maatschappij in zijn geheel gekwantificeerd. Dat wil zeggen dat de impact van één BVO op lokaal niveau geen onderdeel is van dit onderzoek.



1.3 Leeswijzer

Dit rapport is opgedeeld in 4 hoofdstukken. In hoofdstuk 2 wordt de onderzoeksmethode uitgelegd, waarna in hoofdstuk 3 de resultaten worden beschreven. Tot slot worden in hoofdstuk 4 de eindconclusies uiteengezet. De appendix bevat aanvullende informatie zoals de BVO's die uitkomen in de verschillende divisies, detailinformatie over de impactmeting en onderliggende berekeningen.





2. Methode

2. Methode

2.1 Inleiding

Voor het kwantificeren van de maatschappelijke impact van betaald voetbal is dezelfde methode gebruikt als in 2015¹ en 2021². De impact van het betaald voetbal is gekwantificeerd aan de hand van een aantal indicatoren, zogenaamde KPI's³. De KPI's uit dit onderzoek zijn voor het grootste deel gelijk gebleven en waar nodig is er een wijziging aangebracht door het toevoegen of weglaten van (niet) relevante KPI's.

De indicatoren zijn onderverdeeld over 5 thema's:

- Verbinding
- Welzijn
- Educatie
- Economie
- Duurzaamheid

Een omschrijving per thema en de relatie tot de SDG's is weergegeven in *figuur 1*.

- 1 PwC (2015). De Kracht van Voetbal: Sturen op de maatschappelijke impact van voetbal.
- 2 PwC (2021). De Kracht van Voetbal: De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland.
- 3 Key Performance Indicators

Figuur 1 De vijf thema's waarlangs de maatschappelijke impact van het betaald voetbal gekwantificeerd wordt en welke gerelateerd zijn aan de Sustainable Development Goals van de Verenigde Naties (SDG's).

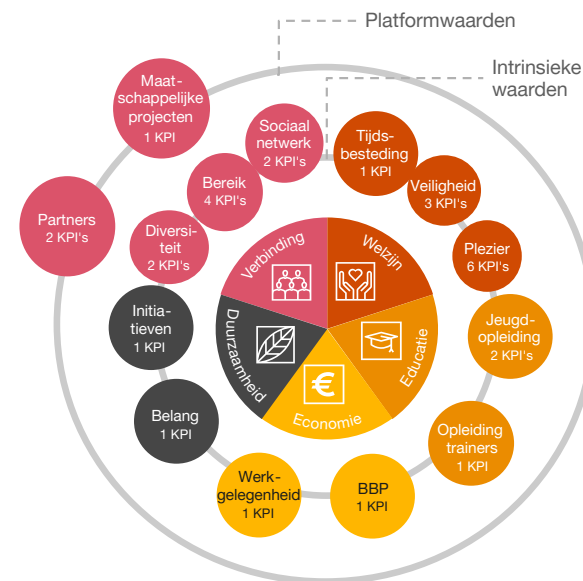


2.2 Raamwerk

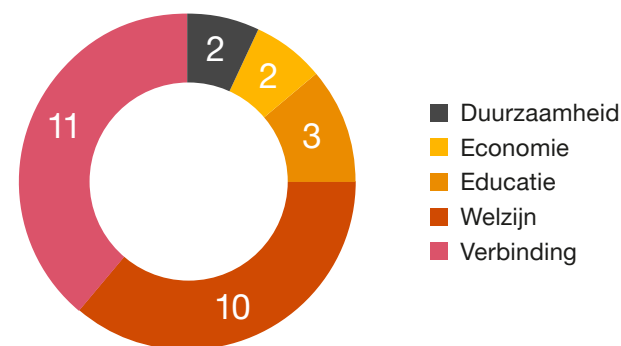
In het onderzoek naar de maatschappelijke impact van betaald voetbal kan onderscheid gemaakt worden tussen intrinsieke waarden en platformwaarden. Intrinsieke waarden zijn de directe opbrengsten van het betaald voetbal, zoals het verbinden van mensen, het plezier dat mensen halen uit betaald voetbal en de bijdrage van betaald voetbal aan het Bruto Binnenlands Product (BBP). Deze directe opbrengsten vormen de bouwstenen voor het betaald voetbal als platform. Via dit platform kan additionele waarde worden gegenereerd voor de samenleving die niet direct gerelateerd is aan voetbal. Voorbeelden van deze platformwaarden zijn zakelijke en maatschappelijke partnerschappen en maatschappelijke projecten, zoals weergegeven in *figuur 2*.

Zoals eerder vermeld, wordt de impact gemeten aan de hand van een set van KPI's. Voor dit onderzoek zijn 28 KPI's geselecteerd, verdeeld over de eerdergenoemde thema's, zie *figuur 3*. Het merendeel van deze KPI's, namelijk driekwart, valt onder de thema's verbinding en welzijn. De mindere mate van aanwezigheid van KPI's in de andere thema's heeft verschillende redenen. Voor het thema economie staat de KPI voor de bijdrage van voetbal aan het Nederlandse BBP centraal. Deze KPI bestaat uit verschillende onderdelen die de economische impact van het betaald voetbal kwantificeren, samen optellend tot een totale bijdrage aan het Nederlands BBP. Kijkend naar het thema educatie is het kleine aantal KPI's voornamelijk te wijten aan het feit dat educatie vooral tot uiting komt binnen het amateurvoetbal en het een kleiner aspect heeft binnen het betaald voetbal. Voor het thema duurzaamheid ligt de focus in dit onderzoek vooral om duurzaamheid te bevorderen binnen het betaald voetbal, zie ook paragraaf 3.6. Door het ontbreken van betrouwbare data is het lastig om het thema duurzaamheid te kwantificeren. Om de impact van duurzaamheid beter te kunnen duiden is meer transparantie vanuit de BVO's nodig op dit vlak.

Figuur 2 Schematische weergave van intrinsieke waarden en platformwaarden van het betaald voetbal



Figuur 3 Verdeling KPI's over vijf thema's



2.3 Data

2.3.1 Data verzameling

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van drie verschillende type databronnen:

- **Enquête onder de Nederlandse bevolking:** Er is een enquête gehouden onder 1723 personen, zowel voetballiefhebbers als niet-voetballiefhebbers. Deze enquête, uitgevoerd door onderzoeksbureau Markteffect (gespecialiseerd in dergelijke onderzoeken), had onder andere als doel om de tijdsbesteding aan voetbalgerelateerde activiteiten en consumentenbestedingen te kwantificeren. De resultaten van de enquête zijn getoetst op representativiteit alvorens deze zijn gebruikt in de impact meting.
- **Databronnen KNVB, Eredivisie CV (ECV) en Coöperatie Eerste Divisie (CED):** er is gebruik gemaakt van data beschikbaar gesteld door KNVB, ECV en CED. Dit zijn voornamelijk besloten bronnen zoals kijkcijfers of financiële cijfers.
- **Openbare bronnen:** Naast de bovenstaande bronnen is er ook gebruikgemaakt van openbare bronnen, zoals jaarverslagen en officiële websites van BVO's.

Het overgrote deel van de verzamelde data komt voort uit de databronnen aangeleverd door de KNVB, ECV en CED.

2.3.2 Data beschikbaarheid

Dit onderzoek gaat uit van de meest recente data en voor 80% van de KPI's betreft dit het seizoen 2022/2023. Mocht de data van het seizoen 2022/2023 nog niet bekend zijn dan is de data van het seizoen 2021/2022 gebruikt. De selectie van KPI's is mede bepaald op basis van de beschikbaarheid van betrouwbare bronnen. Indien die bronnen gedeeltelijke incompleet¹ waren, dan zijn deze waar mogelijk aangevuld met andere bronnen en schattingen.



¹ Een aantal BVO's wilde niet alle data delen.



3. Resultaten

3. Resultaten

3.1 Inleiding

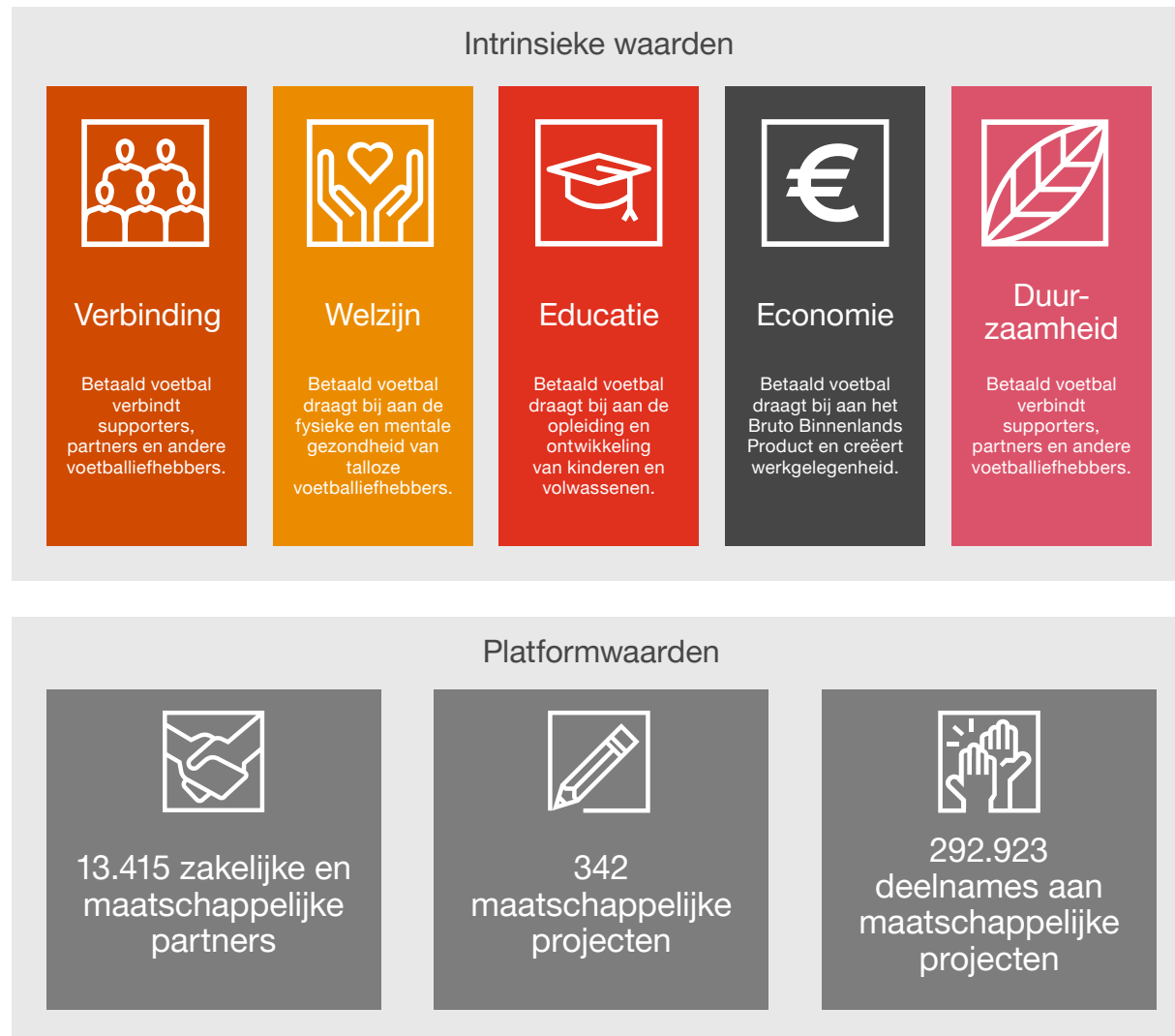
Dit onderzoek heeft geresulteerd in de impact van het betaald voetbal op verschillende thema's. Een aantal kernconclusies en kerngetallen zijn uiteengezet in *Figuur 4*.

Vergeleken met het onderzoek uit 2021¹ is voor bijna de helft van de KPI's (13 in totaal) een positieve trend te zien. Voor 8 KPI's is een negatieve trend waargenomen en voor de overige 7 KPI's is geen vergelijking mogelijk in verband met het ontbreken van deze KPI's in het onderzoek uit 2021 of het hanteren van een andere berekeningsmethodiek². Een kleine kanttekening hierbij is dat de cijfers uit 2021 niet altijd representatief waren vanwege de toen heersende coronapandemie.

In de hieropvolgende paragrafen worden de resultaten verder toegelicht. Allereerst zullen de intrinsieke waarden per thema aan bod komen en tot slot zullen de resultaten van platformwaarden worden toegelicht.



Figuur 4 De waarden van het betaald voetbal



¹ PwC (2021). De Kracht van Voetbal: De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland.
² Zie Appendix 2 voor specifieke verdeling in positieve/negatieve trend.

3.2 Verbinding

3.2.1 Verbindende kracht van het betaald voetbal

Voetbal is in Nederland veel meer dan alleen een sport. De grootste kracht van voetbal is dat het mensen kan verbinden, voortkomend uit een gemeenschappelijke sportbeleving en doelstelling. De sport verenigt mensen van alle leeftijden, achtergronden en opleidingsniveaus, al sinds de oprichting van de voorloper van de KNVB in 1889¹. Voetbal reikt verder dan de sportvelden en verbindt mensen ook daarbuiten, van de werkvloer of op school tot in het café.

Zeker in het stadion speelt de verbindende factor een grote rol, waar voetballiefhebbers samenkomen om hun favoriete ploeg aan te moedigen. Over het seizoen 2022/2023 waren er in Nederland 9,7 miljoen voetballiefhebbers, dit zijn mensen die geïnteresseerd zijn in betaald voetbal. Dit aantal benadrukt eens te meer de belangrijke rol van betaald voetbal in de Nederlandse samenleving. Ten opzichte van 2021² is dit aantal met 19% gestegen, toen waren er bijna 8,2 miljoen voetballiefhebbers. Deze stijging valt deels te verklaren door een groei in de bevolking en deels ook door de toetreding van de Azerion Vrouwen Eredivisie tot het betaald voetbal vanaf het seizoen 2022/2023. Naast de bevolkingsgroei en de toetreding van een extra competitie tot het betaald voetbal is de groei ook te verklaren door een gegroeide interesse in het betaald voetbal onder de vrouwelijke Nederlandse bevolking. In 2021 had 28% van de vrouwelijke bevolking interesse in betaald voetbal, maar dit percentage steeg in 2023 naar 38%. De interesse onder de Nederlandse mannelijke bevolking bleef nagenoeg gelijk.

¹ Historie van de KNVB. KNVB.

² PwC (2021). De Kracht van Voetbal: De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland.

Een deel van de voetballiefhebbers is veelvuldig in de stadions te vinden. In het seizoen 2022/2023 zaten bij elke speelronde gemiddeld 219.208 supporters op de tribunes. Niet alle voetballiefhebbers zijn wekelijks in het stadion aanwezig; velen moedigen hun club ook aan vanaf de televisie of volgen hun club via kranten of sociale media.





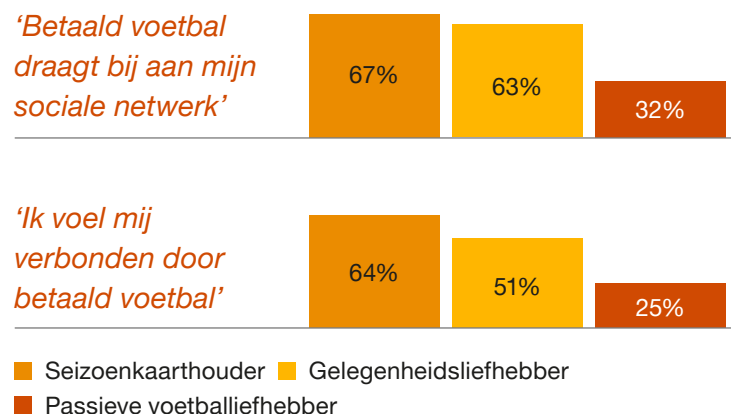
Voor een beter beeld van de resultaten is de groep voetballiefhebbers opgedeeld in drie soorten type fans:

1. **Seizoenkaarthouders:** fans die vrijwel elke week in het stadion het vinden zijn.
2. **Gelegenheidsliefhebbers:** fans die af en toe een wedstrijd bezoeken en actief betrokken zijn via o.a. televisie en sociale media.
3. **Passieve voetballiefhebbers:** fans die zelden een wedstrijd bezoeken en het betaald voetbal voornamelijk volgen via die televisie.

Zoals eerder vermeld, strekt zich de invloed van het betaald voetbal uit tot buiten de grenzen van de sportvelden. Uit onderzoek blijkt dat 44% van de voetballiefhebbers aangeeft dat voetbal bijdraagt aan hun sociale netwerk¹. Dit is een lichte daling ten opzichte van 2021², toen dit percentage 49% was. Het effect van voetbal op het sociale netwerk varieert echter voor verschillende typen fans. Zo geeft 67% van de seizoenkaarthouders aan dat voetbal bijdraagt aan hun sociale netwerk, terwijl dit voor maar 32% van de passieve voetballiefhebbers geldt. Een vergelijkbare trend is te zien bij de mate van verbondenheid onder voetballiefhebbers. Van de seizoenkaarthouders voelt 64% zich verbonden door voetbal, terwijl dit bij de passieve voetballiefhebbers slechts 25% is. Over de gehele groep voetballiefhebbers voelt 36% zich verbonden¹ door voetbal. Ook dit aandeel is gedaald ten opzichte van 2021³, toen het nog 38% was.

¹ Survey Markteffect (2023). Onderzoek maatschappelijke impact betaald voetbal 2023.
² Historie van de KNVB. KNVB.
³ PwC (2021). De Kracht van Voetbal: De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland.

Figuur 5 Verbindingsgevoel van voetballiefhebbers



*Van de Nederlandse bevolking zijn **9,7 miljoen** mensen geïnteresseerd in het betaald voetbal*

*Elke speelronde zitten er gemiddeld **219.208 supporters** op de tribunes*

***36%** van de voetballiefhebbers voelt zich verbonden door betaald voetbal*

***44%** van de voetballiefhebbers geeft aan dat betaald voetbal bijdraagt aan hun sociale netwerk*

*Het **percentage vrouwen** in de Raad van Bestuur en Raad van Commissarissen van BVO's is respectievelijk **5% en 9%***

33%** van de voetballiefhebbers is geïnteresseerd in de **Azerion Vrouwen Eredivisie



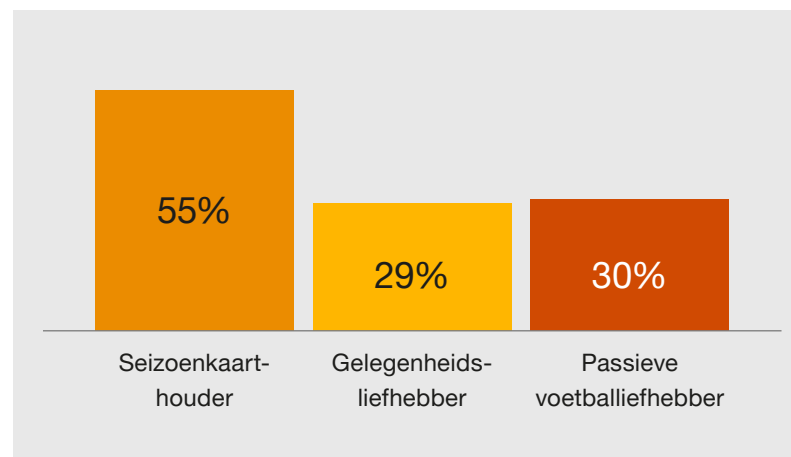
3.2.2 Vrouwenvoetbal

In 1971 is vrouwenvoetbal een officieel onderdeel van de KNVB geworden. Een hoogtepunt van het Nederlandse vrouwenvoetbal werd gevierd in 2017 met de Europese titel voor de Oranjeleeuwinnen. Dit had ook grote impact op het vrouwenvoetbal. Over de afgelopen vijf seizoenen was er een jaarlijkse groei van bijna 2% van het aantal vrouwelijke leden bij de KNVB¹. De volgende mijlpaal voor het vrouwenvoetbal was de toetreding van de vrouwen eredivisie tot de betaald voetbaltak vanaf het seizoen 2022/2023.

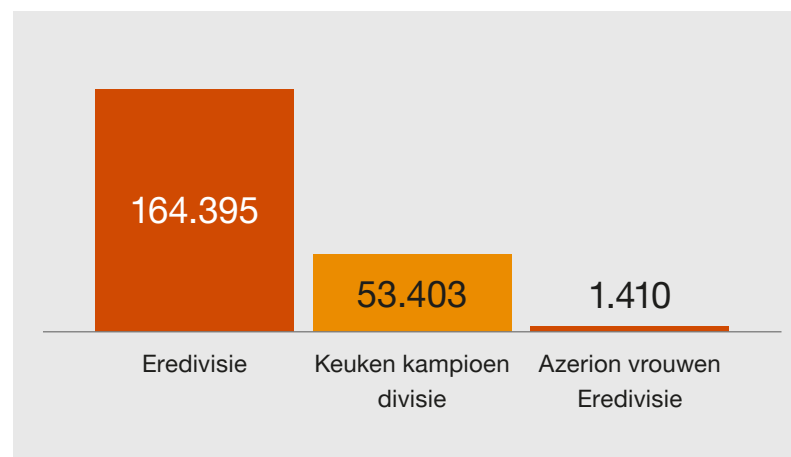
Een derde van de voetballiefhebbers is geïnteresseerd in de Azerion Vrouwen Eredivisie. Voor seizoenkaarthouders ligt dit aantal een stuk hoger, op meer dan de helft, zie *figuur 6*. Deze interesse valt nog niet helemaal terug te zien in de bezoekersaantallen bij de wedstrijden in het vrouwenvoetbal, zie *figuur 7*. Hieruit is dus op te maken dat dit vooral passieve interesse in het vrouwenvoetbal is, de competitie wordt vooral gevolgd via sociale media en/of televisie.

Ondanks dat er goede stappen worden gemaakt, is er nog vooruitgang te boeken in de traditionele ‘mannenwereld’ van het voetbal. Dit valt vooral op te maken uit het aantal vrouwelijke leden in bestuursfuncties van de BVO's. Zo zijn respectievelijk slechts 5% en 9% van de leden van de Raad van Bestuur en Raad van Commissarissen vrouw. Het percentage vrouwen in de leden van de Raad van Bestuur in BVO's is ten opzichte van 2021² gelijk gebleven. In vergelijking met 2021² is het percentage vrouwen in de Raad van Commissarissen licht gestegen, toen was het 8%. Deze cijfers zijn lager dan die van het Nederlandse bedrijfsleven, waar volgens de Female Board Index van 2023 15% van de bestuurders vrouwen zijn.

Figuur 6 Percentage geïnteresseerd in de Azerion Vrouwen Eredivisie



Figuur 7 Gemiddelde aantal toeschouwers per speelronde



¹ KNVB (2022). Jaarverslag 2021/2022.
² PwC (2021). De Kracht van Voetbal: De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland.

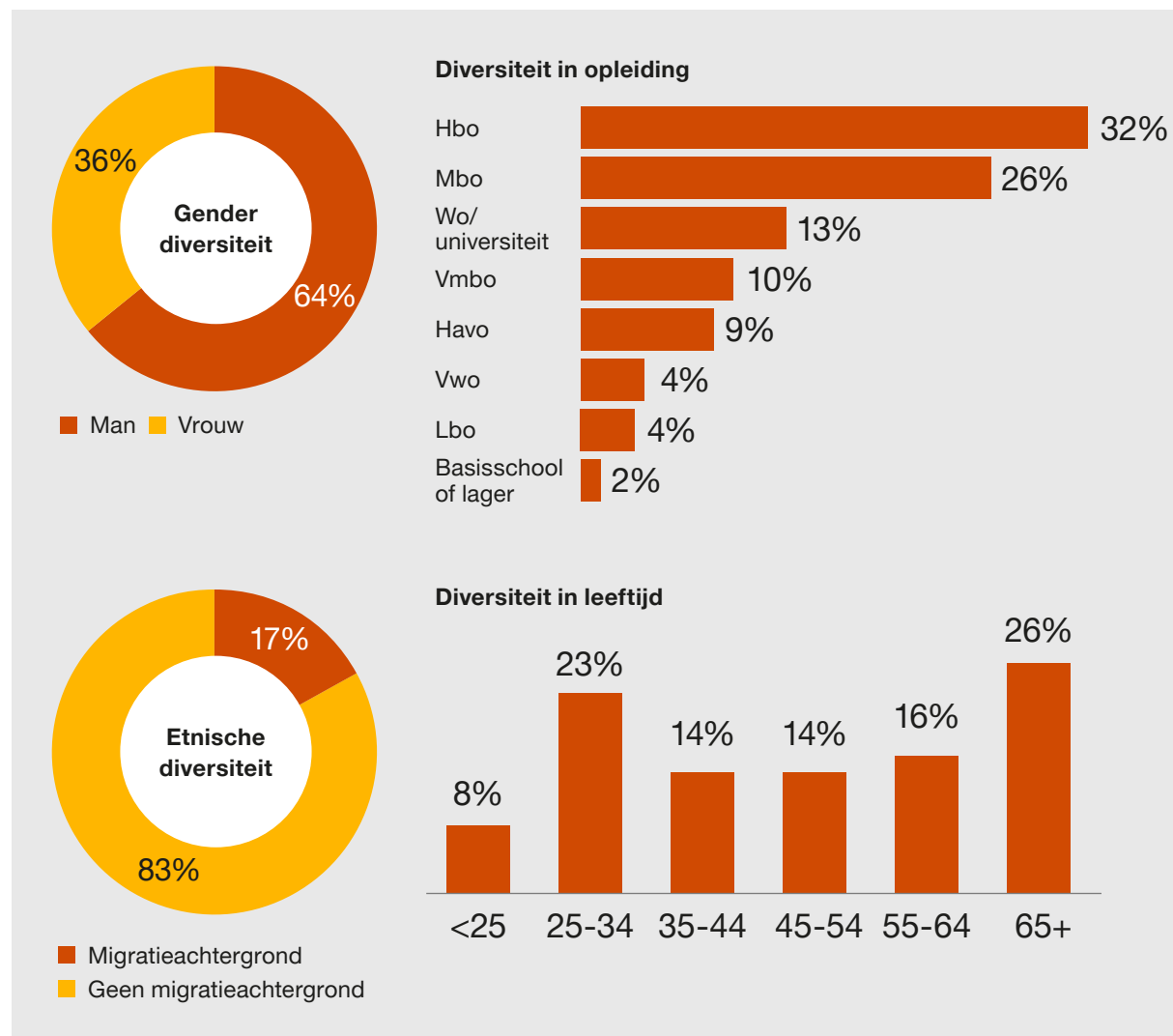
3.2.3 Diversiteit onder voetballiefhebbers

Voetbal fungeert als een representatieve weerspiegeling van het dagelijkse leven in de Nederlandse samenleving, waarbij mensen van alle sociaaleconomische achtergronden, leeftijden en culturele diversiteit plezier en betrokkenheid ervaren. Wel leeft het voetbal meer onder de mannelijke bevolking dan de vrouwelijke. *Figuur 8* laat zien dat 64% van de voetballiefhebbers man is en de resterende 36% uit vrouwen bestaat¹. In 2021² was 33% van de voetballiefhebbers vrouw, er is dus een lichte toename van vrouwen onder de voetballiefhebbers.

Kijkend naar opleiding hebben meer dan de helft van de voetballiefhebbers een HBO of MBO opleiding.

Voor wat betreft etnische diversiteit laat *figuur 8* zien dat 83% procent van de voetballiefhebbers geen migratieachtergrond heeft en 17% dat wel heeft³. Tot slot blijkt dat de meeste voetballiefhebbers in de leeftijdsgroep 65+ en 25-34 zitten.

Figuur 8 Profiel van de voetballiefhebber



¹ Vanwege een te lage representativiteit onder andere genders in de survey is er alleen gekeken naar de man-vrouw verdeling.

² PwC (2021). De Kracht van Voetbal: De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland.

³ Een persoon heeft een migratieachtergrond als ten minste één van de ouders in het buitenland is geboren (Bron: CBS).

3.2.4 Inclusie binnen het betaald voetbal

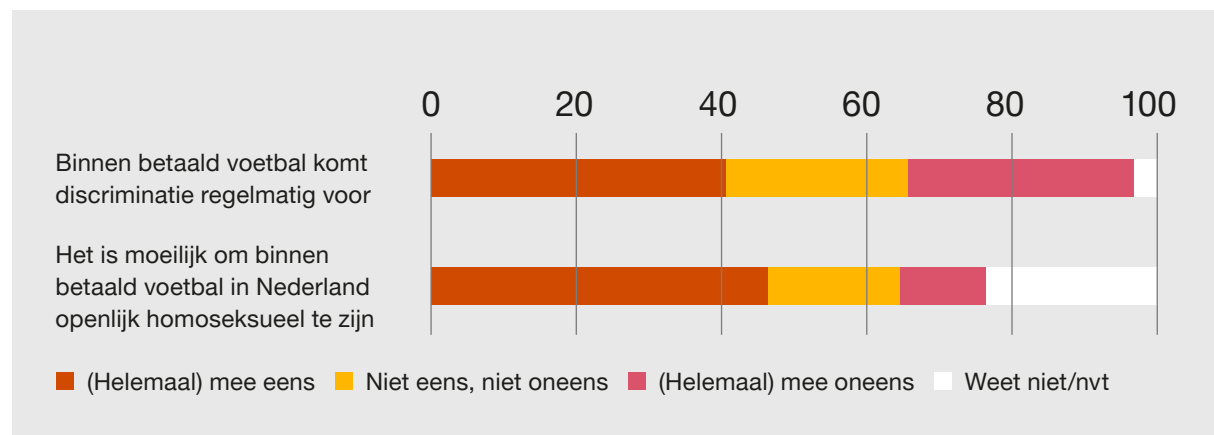
Zoals eerder genoemd fungeert voetbal als een representatieve weerspiegeling van de samenleving. Mensen met verschillende achtergronden beleven samen plezier aan de sport. Helaas worden in het betaald voetbal ook de mindere kanten van de samenleving weerspiegeld. Volgens onderzoek¹ geeft 41% van de mannelijke profvoetballers aan dat discriminatie regelmatig voorkomt in de sport. Van deze spelers heeft 14% zelf ervaren dat ze gediscrimineerd zijn. Dit kan vanuit de club zelf komen, maar ook van buitenaf, bijvoorbeeld door supporters. Bijna de helft van de mannelijke profvoetballers geeft aan dat het moeilijk is om als niet heteroseksueel te spelen in het betaald voetbal. Volgens deze profvoetballers is de reactie van de supporters de grootste reden om niet uit de kast te komen.

Regelmatig zijn er vanuit het stadion onder andere antisemitische, homofobe of andere racistische spreekkoren te horen. Ruim 1 op de 10 incidenten in het betaald voetbal zijn te linken aan racistische en kwetsende uitingen¹. Mannelijke profvoetballers zien de negatieve reacties uit het publiek en de machocultuur en omgangsvormen in het betaald voetbal als de grootste belemmeringen voor acceptatie wat betreft seksualiteit².

Uit initiatieven van de KNVB blijkt dat de KNVB een voorbeeldfunctie wil opnemen op dit gebied. Daarom is het belangrijk dat de BVO's gezamenlijk stellingen nemen tegen alle vormen van racisme, met als doel dat iedereen, ongeacht hun achtergrond, onbezorgd van de sport kan genieten.

¹ Cremers, R. & Elling, A. (2020). Racisme in het betaald mannenvoetbal. Mulier Instituut.
² Politie Nederland (2023). Voetbal & Veiligheid.

Figuur 9 Discriminatie binnen betaald voetbal²



KNVB initiatief; 'Ons Voetbal Is Van Iedereen'

In februari 2020 lanceerde de KNVB het initiatief 'Ons Voetbal is Van Iedereen' (OVIVI), met als hoofddoel het aanpakken van racisme en discriminatie. Dit omvat onder andere de **#OneLove-campagne**, de Discriminatie Melder-app, het verhogen van de straffen voor discriminerende uitingen en maar liefst 17 andere initiatieven. De straf voor racistische uitingen kan oplopen tot een stadionverbod van 10 jaar, terwijl dit voorheen 5 jaar was. In het geval dat de uitingen zijn gericht aan een speler kan deze zelfs oplopen tot 20 jaar. Bovenop de eerder genoemde maatregelen worden er trainingsprogramma's aangeboden aan BVO's met de focus op bewustwording, normen en waarden, met als uiteindelijk doel merkbare gedragsverandering ten aanzien van inclusie. De KNVB erkent dat een langdurige aanpak nodig is om racisme in het betaald voetbal te bestrijden. Om deze reden krijgt OVIVI een vervolg: OVIVI 2. Dit vervolg telt in totaal 22 onderdelen verdeeld over vier elkaar versterkende actielijnen; voorkomen, signaleren, sanctioneren en samen aan de slag.

41% van de mannelijke profvoetballers geeft aan dat discriminatie regelmatig voorkomt in de sport².

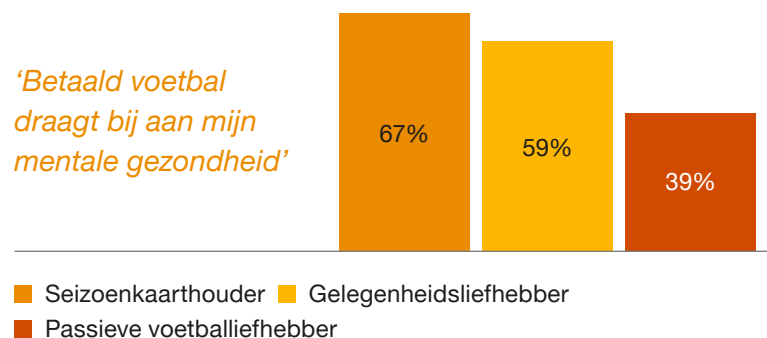
3.3 Welzijn

3.3.1 Bijdrage van het betaald voetbal aan welzijn

Voor de 9,7 miljoen voetballiefhebbers in Nederland draagt het betaald voetbal veel bij aan hun welzijn en gezondheid. Het percentage voetballiefhebbers dat regelmatig sport is groter dan bij de groep mensen die niet geïnteresseerd is in het betaald voetbal, dit is namelijk 42% tegenover 34%¹. Of dit betekent dat betaald voetbal meer uitnodigt tot sporten is op basis hiervan niet te zeggen. Voor 48% van de voetballiefhebbers¹ draagt het betaald voetbal bij aan hun mentale gezondheid. Het volgen van de wedstrijden via verschillende kanalen is een vast onderdeel van de agenda van de groep voetballiefhebbers. Dit is ook goed op te maken uit de kijkcijfers van ESPN en NOS. Gemiddeld keken er wekelijks 3 miljoen mensen naar de live wedstrijden van de Eredivisie en Keuken Kampioen Divisie. Naar de Azerion Vrouwen Eredivisie keken gemiddeld 37 duizend mensen per weekend. De NOS samenvattingen van de Eredivisie in het weekend trokken gemiddeld 3,4 miljoen mensen. Ook via het radioprogramma “Langs de Lijn” werd het betaald voetbal veelvuldig gevolgd met gemiddeld 552.381 duizend luisteraars per week.

Van de voetballiefhebbers geeft 48% aan dat betaald voetbal bijdraagt aan hun mentale gezondheid.¹ Dit percentage is gedaald ten opzichte van 2021², toen 56% van de voetballiefhebbers dit beaamde. Hierbij verschilt het percentage aanzienlijk tussen seizoenkaarthouders, gelegenhedsliefhebbers en passieve voetballiefhebbers, zie *figuur 10*.

Figuur 10 Belang van het betaald voetbal voor het welzijn per type voetballiefhebber.



Voor 48% van de voetballiefhebbers draagt betaald voetbal bij aan hun mentale gezondheid.

Wekelijks kijken gemiddeld **3 miljoen mensen** naar wedstrijden op ESPN.

De wedstrijden van de **Azerion Vrouwen Eredivisie** die uitgezonden worden op ESPN trekken wekelijks gemiddeld **37.059 unieke kijkers**.

Een voetballiefhebber besteedt gemiddeld **11,6 uur per week** aan betaald voetbal.

Voor **48%** van de voetballiefhebbers draagt betaald voetbal bij aan hun **mentale gezondheid**.

Er waren **725 incidenten** van voetbalfans binnen en buiten het stadion tijdens activiteiten gerelateerd aan het betaald voetbal. Dit leidde tot **986 stadionverboden**.

57% van de seizoenkaarthouders maakt zich zorgen om de veiligheid in en rondom het stadion.

¹ Survey Markteffect (2023). Onderzoek maatschappelijke impact betaald voetbal 2023.
² PwC (2021). De Kracht van Voetbal: De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland

3.3.2 Tijdsbesteding aan betaald voetbal

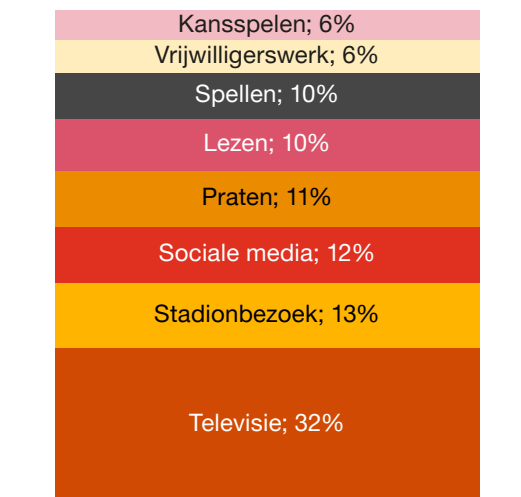
Een voetballiefhebber besteedt per week gemiddeld 11,6 uur aan betaald voetbal¹, terwijl de gemiddelde Nederlander 42 uur per week vrije tijd heeft². Dat wil dus zeggen dat een voetballiefhebber 28% van zijn tijd besteedt aan voetbal. Dit is een stijging van 5% ten opzichte van 2021³, toen mensen gemiddeld 11,1 uur per week besteedden aan betaald voetbal. Van deze 11,6 uur wordt het grootste gedeelte besteed aan het kijken naar voetbal gerelateerde programma's op de televisie, gevolgd door stadionbezoeken en het volgen van het betaald voetbal via sociale media, zie *figuur 11*.

¹ Survey Markteffect (2023). Onderzoek maatschappelijke impact betaald voetbal 2023.

² Wennekers, A., et. al (2018). De sociale staat Nederland: Vrije tijd. Sociaal en Cultureel Planbureau.

³ PwC (2021). De Kracht van Voetbal: De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland.

Figuur 11 Gemiddelde wekelijkse tijdsbesteding van een voetballiefhebber aan diverse activiteiten

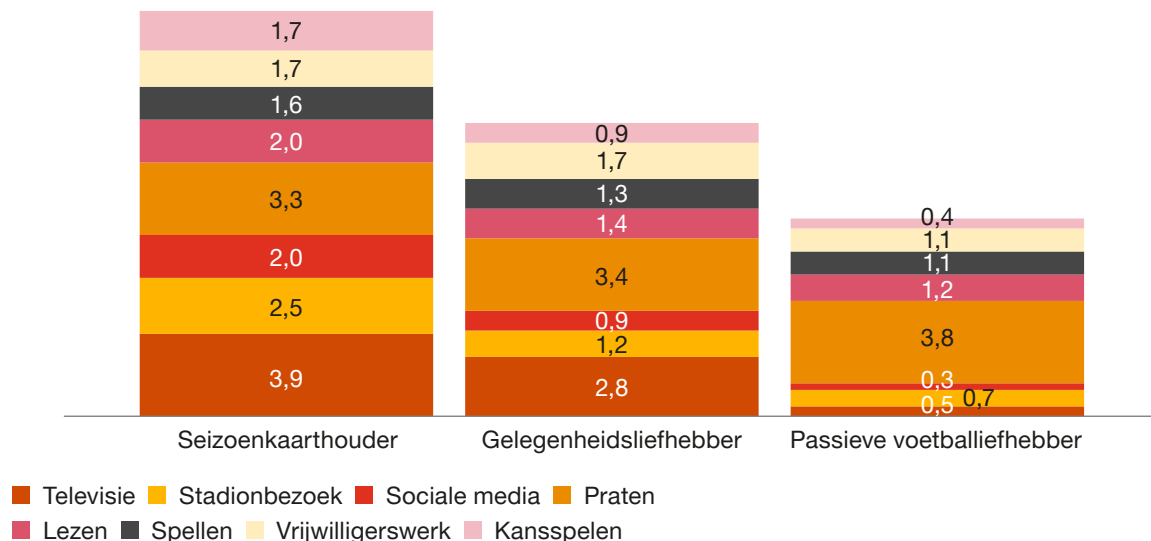


De gemiddelde tijdsbesteding verschilt sterk tussen seizoenkaarthouders, gelegenhedsbezoekers en passieve voetballiefhebbers, zie *figuur 12*.

Een seizoenkaarthouder besteedt gemiddeld 18,7 uur per week aan betaald voetbal, voor een gelegenhedsbezoeker is dit 13,6 uur en voor een passieve voetballiefhebber is dit 9,1 uur. Een passieve voetballiefhebber besteedt gemiddeld relatief veel meer tijd aan praten over voetbal terwijl de gelegenhedsfan en seizoenkaarthouder zich meer bezighouden met kijken naar voetbal, in het stadion of op televisie.

De gemiddelde voetballiefhebber besteedt 11,6 uur per week aan activiteiten gerelateerd aan betaald voetbal.

Figuur 12 Gemiddelde wekelijkse tijdsbesteding in uur per type voetballiefhebber per categorie



3.3.3 Incidenten en veiligheid in het betaald voetbal

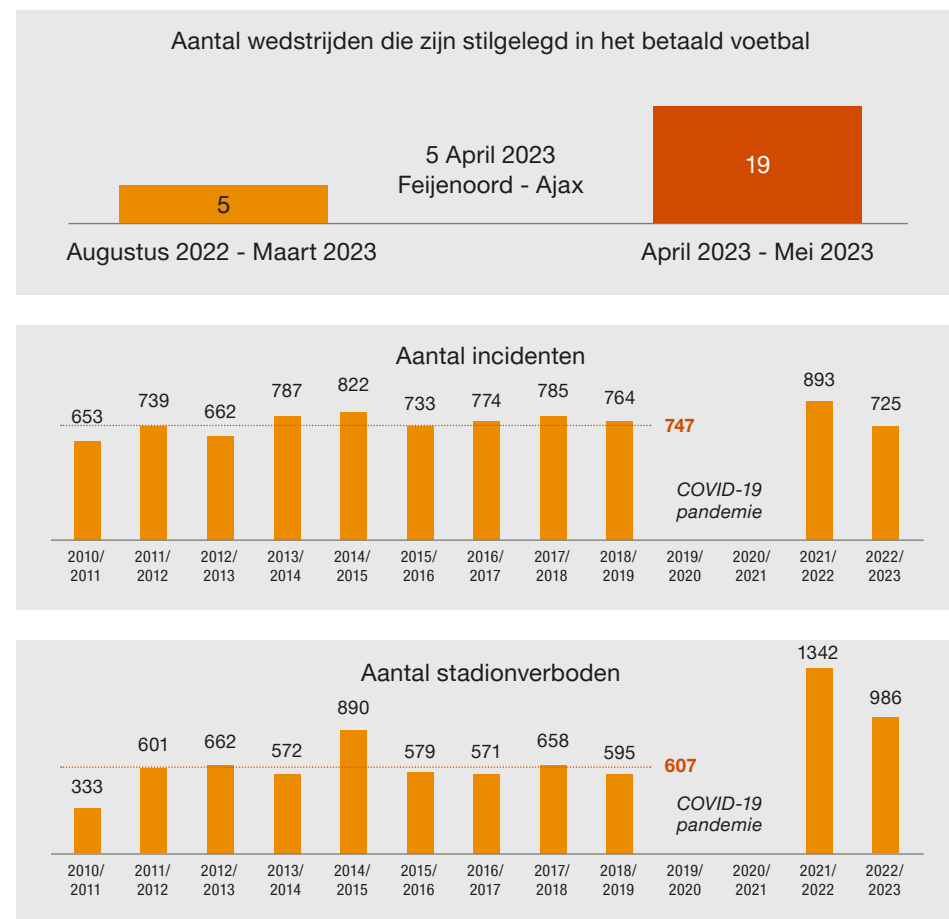
Naast het plezier dat het betaald voetbal veroorzaakt is er ook een keerzijde van de grote groepen supporters in en rondom de stadions met betrekking tot de veiligheid. Na de ongeregelde tijden tijdens de bekerwedstrijd Feyenoord – Ajax op 5 april 2023 zijn de regels aangescherpt wat betreft het gooien van voorwerpen op het veld. Dit leidde tot een toename van stilleggingen in de resterende wedstrijden van de Eredivisie en Keuken Kampioen Divisie. In de laatste twee maanden van het betaald voetbal seizoen werden er 19 duels stilgelegd, tegenover 5 duels in de eerste 8 maanden van het seizoen¹.

Deze incidenten hebben impact op de supporters in de stadions. Meer dan de helft van de seizoenkaarthouders maakt zich namelijk zorgen om de veiligheid in en rondom het stadion. *Figuur 13* laat zien dat in het seizoen 2021/2022, direct na de COVID-19 pandemie, het aantal incidenten sterk is gestegen ten opzichte van de periode hiervoor. In dat seizoen waren er 893 incidenten. Een stijging van 20% vergeleken met gemiddeld 747 incidenten in de seizoenen voor COVID-19². In het afgelopen seizoen is het aantal incidenten met 19% gedaald ten opzichte van het seizoen 2021/2022, van 893 naar 725. Het aantal incidenten in het afgelopen seizoen lag dus zelfs onder het gemiddelde van de seizoenen in de periode voor de COVID-19 pandemie. Daarbij zijn het aantal stadionverboden gestegen na de COVID-19 pandemie in vergelijking met de periode hiervoor. Richting het einde van de pandemie, in het seizoen 2021/2022, was het aantal stadionverboden 2,2 keer zo groot als in de periode voor de pandemie. Vooral het aantal stadionverboden voor het gooien van voorwerpen en geweldpleging is gestegen in 2021/2022. Beide categorieën waren ongeveer 2,5 keer zo groot als in het seizoen 2018/2019, het laatst volledig uitgespeelde seizoen voor de COVID-19 pandemie. In het seizoen 2022/2023 was het aantal stadionverboden weer iets gedaald ten opzichte van het seizoen ervoor. Desalniettemin was het aantal stadionverboden nog steeds 1,6 keer zo groot als voor de COVID-19 pandemie. De daling ten opzichte van het seizoen daarvoor is vooral te verklaren door een afname van stadionverboden door openlijke geweldpleging. Een verklaring hiervoor kan de vergrootte pakkans zijn door de inzet van camera's.

¹ KNVB (2023). Veiligheidsmonitor 2022/2023.
² Dit betreft de seizoenen 2010/2011 tot en met 2018/2019.

57% van de seizoenkaarthouders maakt zich zorgen om de veiligheid in en rondom het stadion.

Figuur 13 Kerngetallen veiligheid binnen betaald voetbal



3.4 Educatie

Sport, en dus ook voetbal, heeft een aanzienlijke invloed op de ontwikkeling van zowel kinderen als volwassenen. Dit is vooral te zien in het amateurvoetbal, maar ook het betaald voetbal draagt hier aan bij. Bij BVO's is dit vooral terug te zien in de ontwikkeling en opleiding van trainers en jeugdspelers.

Ten opzichte van het onderzoek van 2021¹ is er een verschuiving geweest binnen de jeugdopleidingen van BVO's. In totaal is er in het seizoen 2021/2022 ruim 45 miljoen euro geïnvesteerd in de opleiding van jeugdspelers. Dit is gelijk aan de investering in jeugdspelers in het seizoen 2020/2021 als we deze corrigeren voor inflatie. Tegelijkertijd is het aantal jeugdspelers sterk afgenomen, van 5.030 in het seizoen 2020/2021¹ tot 3.980 in het seizoen 2022/2023, zie *figuur 14*. Dit is deels te verklaren door een vernieuwde opzet van de jeugdcompetities. Daarbij ligt de focus van BVO's nu meer op talentontwikkeling van een selecte groep in plaats van een brede en leeftijdsdiverse jeugdopleiding.

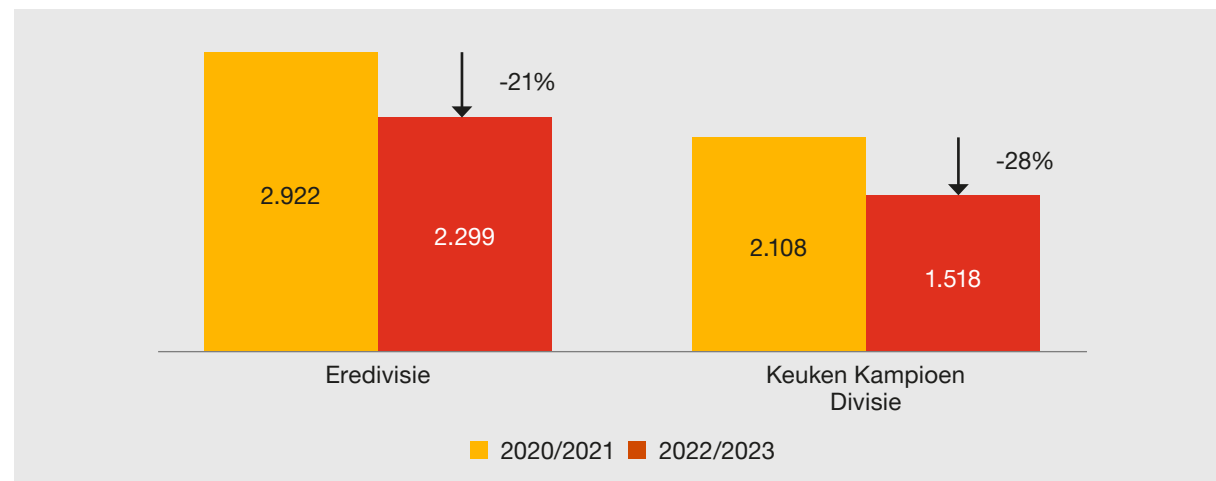
Trainers kunnen door middel van opleidingstrajecten bij de BVO's hun diploma's behalen bij de KNVB. Goed opgeleide trainers hebben vervolgens weer een positief effect op de jeugdspelers. In totaal zijn er 617 gediplomeerde trainers werkzaam bij de BVO's. Hiervan zijn er 337 werkzaam voor Eredivisie clubs, 211 voor de Keuken Kampioen Divisie en 69 voor de vrouwenelftallen uitkomend in de Azerion Vrouwen Eredivisie. In 2021 waren er een stuk minder gediplomeerde trainers binnen het betaald voetbal, namelijk 500¹. Dit verschil is onder andere te verklaren door de toetreding van de Azerion Vrouwen Eredivisie tot het betaald voetbal.

Er zijn 3.980 jeugdspelers in opleiding bij de BVO's

Voor het opleidingstraject van deze jeugdspelers investeren BVO's jaarlijks ruim 45 miljoen euro in hun jeugdopleiding

Er zijn 617 gediplomeerde trainers werkzaam bij de BVO's

Figuur 14 Aantal jeugdspelers in opleiding per divisie




¹ PwC (2021). De Kracht van Voetbal: De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland.


3.5 Economie

Naast niet-financiële waarden draagt het betaald voetbal ook bij aan de Nederlandse economie. Allereerst creëert het werkgelegenheid. In *figuur 15* is de werkgelegenheid weergegeven die direct gerelateerd is aan het betaald voetbal: de BVO's uit de Eredivisie en Keuken Kampioen Divisie, de organisaties waarin deze BVO's verenigd zijn (ECV en CED), de werkgeversorganisatie voor het betaald voetbal (FBO) en de afdeling betaald voetbal van de KNVB. Over het seizoen 2021/2022¹ kwam dit neer op 3.466 FTE's in totaal. Werkgelegenheid die indirect gerelateerd is aan het betaald voetbal, zoals cameraploegen, entertainment personeel en marketing personeel is wegens het gebrek aan data niet gekwantificeerd. De hier gepresenteerde werkgelegenheid is dus een ondergrens voor de volledige werkgelegenheid als gevolg van het betaald voetbal.

De directe bijdrage van het betaald voetbal aan het Nederlandse BBP is 2,83 miljard euro. Dit bedrag is met 40% gestegen ten opzichte van het onderzoek in 2021². Deze toename is ten eerste te wijden aan de inflatie (13% toename ten opzichte van 2021³) en ten tweede aan de toename van consumentenbestedingen. Deze bestedingen zijn onder andere gebaseerd op het aantal voetballiefhebbers in Nederland. Een grote toename in het aantal voetballiefhebbers werkt door op de consumentenbestedingen en zorgt daarmee voor een grotere bijdrage aan het BBP. Deze groei in het aantal voetballiefhebbers is onder andere te verklaren door de groei van de Nederlandse bevolking (2% toename t.o.v. 2021) en de toetreding van de Azerion Vrouwen Eredivisie in het betaald voetbal. Ongeveer 4% van de voetballiefhebbers toont interesse in alleen deze competitie. In 2021 was deze groep niet vertegenwoordigd in de bijdrage aan het BBP via de consumentenbestedingen. Aangezien de Azerion Vrouwen

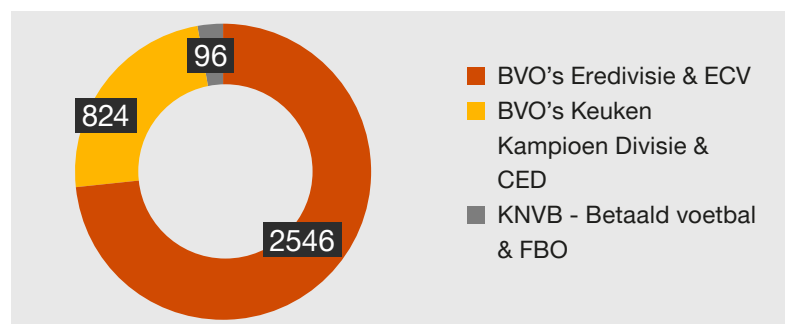
Eredivisie tegenwoordig onderdeel is van betaald voetbal zal deze vanaf heden worden meegenomen in de berekening. Voor de berekening van de bijdrage aan het BBP is gebruik gemaakt van dezelfde methode die in eerdere rapporten^{2,4} is gehanteerd, zie de appendix voor een verdere toelichting hierop. Hierbij wordt er gebruik gemaakt van een methode die gebaseerd is op de BBP consumptiebenadering, waarbij geldstromen een bijdrage leveren aan het BBP als ze voldoen aan de volgende twee voorwaarden:

- 

1 Er is sprake van een eindconsument; de inkoop van producten die de BVO's aan consumenten verkopen telt niet mee. Er zou anders sprake zijn van dubbelrekening, omdat de bestedingen van de consumenten aan de producent al meegenomen worden in de berekening.
- 

2 Er is sprake van een transactie van geld in ruil voor deze goederen en diensten; de belastingafdrachten van bijvoorbeeld BVO's of professionele spelers worden dus niet meegenomen. Hetzelfde geldt voor sponsoring waarbij geen goederen/diensten worden geleverd.

Figuur 15 Directe werkgelegenheid uitgesplitst naar afdeling Betaald Voetbal van de KNVB, 18 BVO's uit de Eredivisie, de ECV, 16 BVO's uit de Keuken Kampioen Divisie en de CED



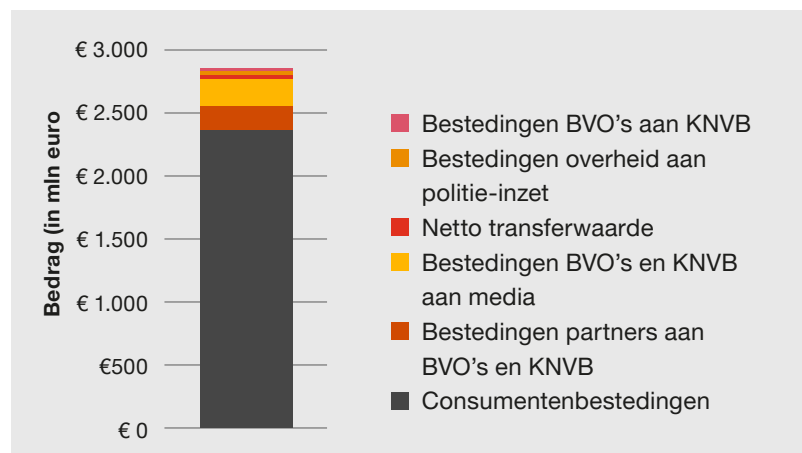
*Het betaald voetbal levert een directe bijdrage van **2,83 miljard euro** aan het **Bruto Binnenlands Product** van Nederland*

*Het betaald voetbal creëert een directe werkgelegenheid van **3.466 FTE's***

1 Door het ontbreken van data uit seizoen 2022/2023, is de data uit seizoen 2021/2022 gebruikt
 2 PwC (2021). De Kracht van Voetbal: De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland.
 3 Centraal Bureau voor de Statistiek. (2023). Inflatie.
 4 PwC (2015). De Kracht van Voetbal: Sturen op de maatschappelijke impact van voetbal.

De bijdrage aan het BBP is opgebouwd uit verschillende componenten, welke zijn weergegeven in *figuur 16*. Deze componenten zijn samengesteld aan de hand van de twee eerder beschreven voorwaarden voor de directe bijdrage aan het BBP. De consumentenbestedingen leveren de grootste bijdrage aan het BBP en zijn goed voor 83% van de totale BBP bijdrage. Dit is vergelijkbaar met het onderzoek in 2021¹ toen 80% van de directe bijdrage aan het BBP bestond uit consumentenbestedingen. De consumentenbestedingen bestaan ook weer uit verschillende onderdelen. Van deze consumentenbestedingen is meer dan 80% afkomstig uit televisie- en gedrukte media bestedingen, zie *figuur 17*. Ook dit is in overeenstemming met het onderzoek van 2021¹. Hieronder zijn de onderdelen van de consumentenbestedingen nog eens uitgesplitst in twee categorieën: bestedingen die volledig en bestedingen die deels toe te kennen zijn aan het betaald voetbal.

Figuur 16 Opbouw van de directe bijdrage aan het BBP



Bestedingen volledig toe te kennen aan het betaald voetbal

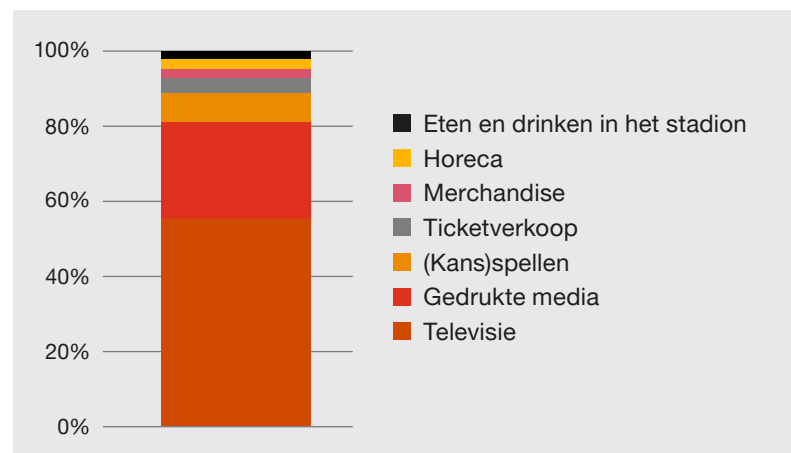
- Wedstrijdkaarten, zoals seizoenkaarten en losse tickets
- (Kans)spellen zoals FIFA, Football Manager en TOTO
- Gedrukte media, zoals voetbaltijdschriften en voetbalbiografieën
- Besteding in de horeca bij het kijken van voetbalwedstrijden

Bestedingen deels toe te kennen aan het betaald voetbal

- Aanschaf spelcomputer
- Aanschaf televisie
- Regulier televisie abonnement
- ESPN en Ziggo Sport
- Landelijke en regionale dagbladen

Deze bestedingen zijn berekend door de totale bestedingen aan deze producten te vermenigvuldigen met het "procentuele aandeel dat toe te kennen is aan het betaald voetbal", zie de appendix.

Figuur 17 Uitsplitsing consumentenbestedingen naar categorieën



Indirecte effecten buiten beschouwing
 In dit onderzoek wordt, vanwege gebrek aan beschikbare data, alleen de directe bijdrage onderzocht en worden indirecte effecten zoals de bestedingen die profvoetballers doen vanuit hun salaris, buiten beschouwing gelaten. Hierdoor is de 2,83 miljard euro een ondergrens en kan de werkelijke impact als gevolg van het betaald voetbal groter zijn. Meer details over deze methode zijn beschreven in de appendix.

¹ PwC (2021). De Kracht van Voetbal: De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland.



3.6 Duurzaamheid

Het meten van duurzaamheid binnen het betaald voetbal is momenteel lastig vanwege het gebrek aan beschikbare data. Voor de BVO's is het van belang om deze gegevens te verzamelen zodat er in de toekomst beter op het thema duurzaamheid gerapporteerd kan worden. Aan de hand hiervan kan beter inzicht worden gegeven in de huidige stand van zaken en kan er tegelijkertijd actie worden ondernomen om dit te verbeteren. Voetballiefhebbers zijn van mening dat er ruimte is voor verbetering wat betreft duurzaamheid bij de BVO's; bijna de helft van hen is van mening dat overheden meer moeten samenwerken met de BVO's op het gebied van duurzaamheid.

Het betaald voetbal brengt, net als andere sectoren, een negatieve impact op het milieu met zich mee, denk aan CO₂ uitstoot van bezoekers van wedstrijden. Daarbij valt op dat weinig BVO's duurzaamheid benoemen in hun jaarverslag. Zo is bijvoorbeeld Ajax de enige BVO die in hun jaarverslag transparantie geeft over hun CO₂ uitstoot. In het seizoen 2021/2022 bedroeg de CO₂-uitstoot van Ajax 3.434 ton¹, wat gelijk staat aan de uitstoot van ongeveer 180 Nederlandse huishoudens of bijna 400 personen². Ajax heeft al veel initiatieven genomen om hun CO₂-uitstoot te reduceren, denk hierbij aan het gebruik van elektrische grasmaaiers, CO₂-neutraal vervoer van de spelers en de inkoop van duurzame energie. Andere clubs realiseren ook initiatieven op het gebied van duurzaamheid, zoals de overstap naar recyclebare hardcups en afvalscheiding.

¹ AFC Ajax NV (2023). Jaarverslag 2022/2023.

² Een gemiddelde Nederlands huishouden (2,2 personen) stoot gemiddeld 19,5 ton CO₂ uit per jaar (Bron: Milieu centraal, 2023).

³ Van de Wall, K (2023, 20 mei). Hoe duurzaam is het betaalde voetbal in Nederland? Veel fans hebben gewoon geen elektrische auto. NRC.

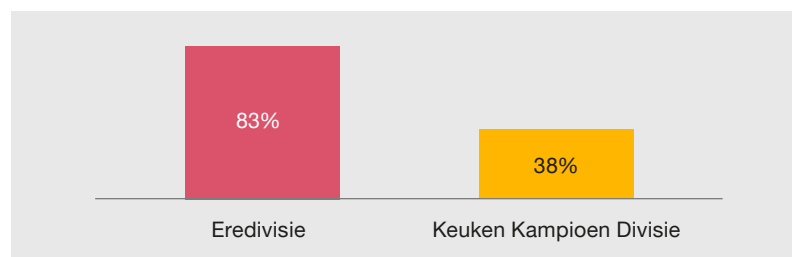
Het niveau van betrokkenheid van BVO's bij duurzaamheid varieert sterk. Van de BVO's heeft 62% tenminste één duurzaamheidsinitiatief gecommuniceerd via hun officiële website. Dit verschilt sterk per divisie. Voor BVO's in de Eredivisie is dit percentage 83% tegenover 38% in de Keuken Kampioen Divisie.

Duurzaamheidsinitiatief

FC Dordrecht – TOP Oss, de eerste klimaatneutrale wedstrijd ooit in het Nederlandse betaald voetbal

Op 19 mei 2023 vond de allereerste klimaat neutrale wedstrijd ooit plaats in het Nederlandse betaald voetbal. Verschillende initiatieven zijn ontstaan vanuit de pijlers mobiliteit, energie, voeding en afval om dit evenement tot stand te brengen. Zo aten supporters vegetarische snacks en dronken ze uit herbruikbare bekertjes. Uiteindelijk was het niet helemaal gelukt om de wedstrijd klimaatneutraal te maken, zo kwamen de spelers van TOP Oss aan in een dieselbus³. Toch was het voornaamste doel geslaagd; de verbindende kracht van voetbal gebruiken om duurzaamheid onder de aandacht te brengen.

Figuur 18 Aandeel BVO's dat tenminste één duurzaamheidsinitiatief heeft gecommuniceerd via hun officiële website



62% van de BVO's heeft tenminste één duurzaamheidsinitiatief gecommuniceerd via hun officiële website

49% van de voetballiefhebbers vindt dat de overheid meer moet samenwerken met BVO's op het gebied van duurzaamheid



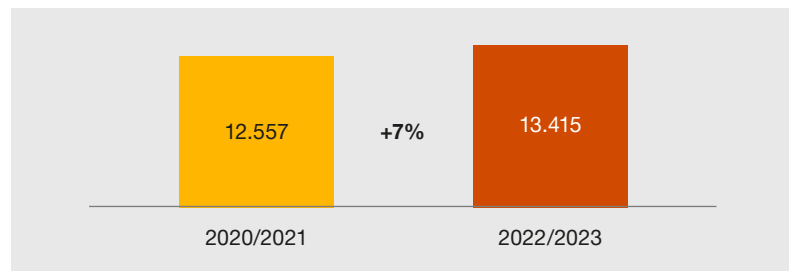


3.7 Het betaald voetbal als maatschappelijk platform

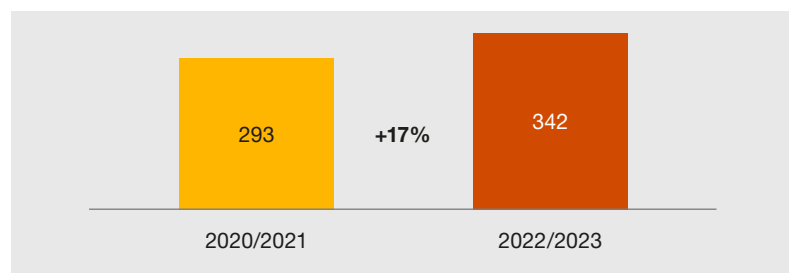
De BVO's spelen een rol bij het verbinden van bedrijven en organisaties en zijn in veel regio's en steden één van de belangrijkste zakelijke netwerken. In totaal zijn 13.415 partners verbonden aan BVO's, een stijging van 7% ten opzichte van eerder onderzoek in 2021¹. Hiervan zijn 12.707 zakelijke partners en 708 maatschappelijke partners. Voor de zakelijke partners biedt het betaald voetbal de mogelijkheid om in contact te komen met andere organisaties middels een ontmoeting in een 'informele sfeer'. Voor maatschappelijke partners is een BVO een samenwerkingspartner bij maatschappelijke thema's en projecten. Vooral het aantal maatschappelijke partners is aanzienlijk toegenomen ten opzichte van seizoen 2020/2021, met een stijging van 372 naar 708 in seizoen 2022/2023, wat neerkomt op een groei van 90%.

De BVO's hebben, in samenwerking met hun partners, in seizoen 2022/2023 342 maatschappelijke projecten georganiseerd op het gebied van participatie, educatie, gezondheid en re-integratie. In totaal waren er 292.923 deelnames aan deze projecten, wat 3% meer is dan in seizoen 2020/2021, toen er 283.299 deelnames werden bereikt. Deze toename kan worden verklaard door de stijging van het aantal maatschappelijke projecten, wat met 17% is gestegen in vergelijking met seizoen 2020/2021, toen er 293 projecten waren. Het gemiddeld aantal deelnames per project is met 13% gedaald, van 967 in seizoen 2020/2021 naar 857 in seizoen 2022/2023.

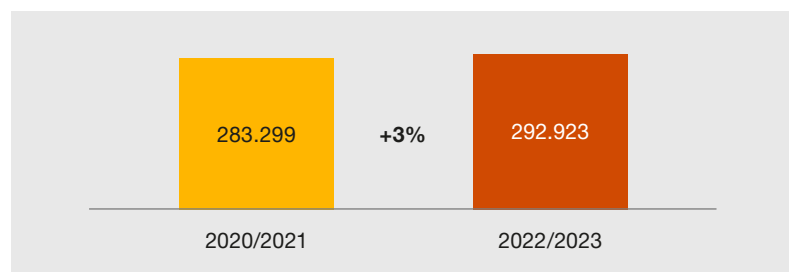
Figuur 19 Aantal partners van BVO's



Figuur 20 Aantal maatschappelijke projecten van BVO's



Figuur 21 Aantal deelnames aan maatschappelijke projecten van BVO's



BVO's zijn een zakelijk en maatschappelijk platform voor **13.415 partners**

Er zijn door de BVO's in totaal **342 maatschappelijke projecten** georganiseerd

Met deze projecten zijn **292.923 deelnames** bereikt

Met 342 maatschappelijke projecten worden er door de BVO's 292.923 deelnemers bereikt.

¹ Het aantal zakelijke partners over het seizoen 2022/2023 was nog niet bekend dus zijn de cijfers van het seizoen 2021/2022 genomen.

² PwC (2021). De Kracht van Voetbal: De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland.



4. Conclusie

4. Conclusie

Dit onderzoek heeft laten zien dat het betaald voetbal impact heeft op verschillende thema's, namelijk verbinding, welzijn, educatie, economie en duurzaamheid. Voor een aantal thema's is gekwantificeerd dat er sprake is van een grote positieve impact op de maatschappij, denk aan de verbindende rol van het betaald voetbal en de bijdrage aan het welzijn van voetballiefhebbers. Daarbij draagt het betaald voetbal ook bij aan de opleiding van trainers en jeugdspelers en vervult het daarmee een positieve rol op het gebied van educatie. Tot slot levert het betaald voetbal een positieve bijdrage van 2,83 miljard euro aan de Nederlandse economie.

Tegelijkertijd dienen ook kritische kanttekeningen gemaakt te worden, met name op het gebied van veiligheid, inclusie en duurzaamheid. Zo is er een toename in het aantal incidenten te zien in de periode direct na de COVID-19-pandemie, echter is dit weer in het seizoen 2022/2023 gedaald. Mede door deze incidenten maakt 57% van de seizoenkaarthouders zich zorgen om de veiligheid in en rondom het stadion. Incidenten die regelmatig voorkomen in de stadions zijn racistische spreekwoorden vanuit het publiek. Ruim 1 op de 10 incidenten binnen het betaald voetbal zijn gerelateerd aan racistische uitingen. Van de profvoetballers geeft 41% ook aan dat racisme in het betaald voetbal regelmatig voorkomt. Op het gebied van duurzaamheid is er voor BVO's ook nog ontwikkeling mogelijk. Het meten van de impact op dit thema is op dit moment lastig vanwege het ontbreken van data. Ook de voetballiefhebbers vinden dat er voor de BVO's nog stappen zijn te maken op het gebied van duurzaamheid. Zo vindt de helft van deze groep dat overheden

meer moeten samenwerken met de BVO's om duurzaamheid bij de clubs te verbeteren.

Het doel van dit onderzoek was om inzicht te geven in de maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland. Resultaten uit vorig onderzoek zijn vernieuwd en waar nodig zijn aanpassingen doorgevoerd om deze beter aan te laten sluiten op het hedendaagse perspectief. Dit onderzoek kan op haar beurt aanleiding zijn voor vervolgonderzoek om enerzijds de lijst van meetbare KPI's uit te breiden en de impact van voetbal te blijven monitoren en anderzijds de vertaling te maken naar de impact op lokaal niveau.



1 PwC (2015). De Kracht van Voetbal: Sturen op de maatschappelijke impact van voetbal.
2 PwC (2021). De Kracht van Voetbal: De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland.



Appendix 1

Toelichting data uitvraag BVO's

A1. Toelichting deelnemende BVO's

Voor dit onderzoek is informatie verzameld door de KNVB bij de BVO's uit de Eredivisie, Keuken Kampioen Divisie en Azerion Vrouwen Eredivisie. De deelnemende BVO's (seizoen 2022/2023) zijn weergegeven in tabel 2¹.

Tabel 2 Overzicht van alle BVO's uitkomend in de Eredivisie, Keuken Kampioen Divisie en Azerion Vrouwen Eredivisie in seizoen 2022/2023

Eredivisie (18 BVO's)				Keuken Kampioen Divisie (16 BVO's ¹)				Azerion Vrouwen Eredivisie (11 BVO's)			
	Ajax		SC Cambuur		VVV-Venlo		Heracles Almelo		Ajax		PEC Zwolle
	FC Volendam		Excelsior Rotterdam		NAC Breda		Willem II		FC Twente		Feyenoord
	AZ		Vitesse		FC Eindhoven		Helmond Sport		Fortuna Sittard		Sc Heerenveen
	FC Emmen		PSV		Telstar		FC Den Bosch		PSV		VV Alkmaar
	sc Heerenveen		FC Utrecht		FC Dordrecht		Almere City FC		ADO Den Haag		Telstar
	FC Groningen		Fortuna Sittard		PEC Zwolle		Roda JC Kerkrade		Excelsior		
	N.E.C.		Sparta Rotterdam		TOP Oss		De Graafschap				
	Feyenoord		RKC Waalwijk		MVV Maastricht		ADO Den Haag				
	FC Twente		Go Ahead Eagles								

¹ De belofenteams Jong Ajax, Jong AZ, Jong FC Utrecht en jong PSV uitkomend in de Keuken Kampioen Divisie worden meegenomen vanuit de Eredivisie

A1. Toelichting data uitvraag KNVB

Om de betrouwbaarheid van de data uitvraag te toetsen is een deel van de aangeleverde data gevalideerd middels deskresearch. Omdat de verschillen tussen de data uitvraag en deskresearch minimaal waren is aangenomen dat alle data die door de KNVB is aangeleverd als betrouwbaar kan worden beschouwd.

In tabel 3 zijn de volledigheid van de data en de gevolgen voor de berekening weergegeven. Voor het aantal zakelijke partners ontbraken alleen de gegevens van Ajax. Deze waarde is ingevuld aan de hand van het gemiddelde van Feyenoord, PSV en AZ. Voor het aantal maatschappelijke partners, maatschappelijke projecten en deelnemers is de data aangevuld aan de hand van deskresearch. Tot slot waren bij de wedstrijden van het vrouwenvoetbal bij alleen 81% van de wedstrijden toeschouwersaantallen genoteerd. Wedstrijden waarbij geen toeschouwersaantal zijn genoteerd zijn niet meegenomen in de gemiddelde berekening.

Tabel 3 Volledigheid van de data uitgevraagd bij BVO's en bijbehorende aannames voor de berekeningen

KPI	Volledigheid	Berekening
Aantal zakelijke partners	97%	Ajax ontbreekt. Extrapolatie naar 100% op basis van het gemiddelde van Feyenoord, PSV en AZ
Maatschappelijke partners	74%	Extrapolatie naar 100% op basis van deskresearch
Aantal maatschappelijke projecten	97%	Extrapolatie naar 100% op basis van deskresearch
Aantal deelnames aan maatschappelijke projecten	97%	Extrapolatie naar 100% op basis van het aantal maatschappelijke projecten in vergelijking tot het onderzoek van 2021
Toeschouwers (vrouwenvoetbal)	81%	Wedstrijden waar toeschouwersaantallen ontbreken zijn buiten de berekening gelaten





Appendix 2

Lijst van KPI's

A2. Lijst van KPI's

Verbinding (1/4)

Nr.	KPI	Definitie	Waarde	Eenheid	Periode	Bron	Verandering t.o.v. 2021
1	Toeschouwers (mannenvoetbal)	Aantal toeschouwers dat in een stadion een wedstrijd van mannenvoetbal aanschouwt, gemiddeld per speelronde voor de speelrondes 1 tot en met 34 (Eredivisie) en speelrondes 1 tot en met 38 (Keuken Kampioen Divisie).	217.798	Aantal	2022/2023	ECV & CED	Positief
2	Zakelijke partners	Aantal zakelijke partners verbonden aan ten minste één van de 34 BVO's.	12.707	Aantal	2021/2022	<ul style="list-style-type: none"> Samengestelde jaarrekening BVO's Deskresearch 	Positief
3	Maatschappelijke partners	Aantal maatschappelijke partners verbonden aan ten minste één van de 34 BVO's.	708	Aantal	2022/2023	KNVB	Positief
4	Vrouwelijke bestuursleden in Raad van Commissarissen BVO's	Percentage vrouwen dat plaatsneemt in de Raad van Commissarissen van de 34 BVO's.	9	Percentage	2023	<ul style="list-style-type: none"> KNVB Deskresearch 	Positief
5	Vrouwelijke bestuursleden in Raad van Bestuur BVO's	Percentage vrouwen dat plaatsneemt in een Raad van Bestuur (uitvoerende directie) van één van de 34 BVO's.	5	Percentage	2023	<ul style="list-style-type: none"> KNVB Deskresearch 	Negatief
6	Verbondenheid door voetbal	Percentage van de voetballiefhebbers die zich verbonden voelt door betaald voetbal.	36	Percentage	2023	Enquête Markteffect	Negatief
7	Bijdrage aan sociaal netwerk	Percentage van de voetballiefhebbers dat aangeeft dat betaald voetbal bijdraagt aan hun sociale netwerk.	44	Percentage	2023	Enquête Markteffect	Negatief
8	Interesse in betaald voetbal	Aantal mensen in Nederland dat geïnteresseerd is in Nederlands profvoetbal (Eredivisie, de Keuken Kampioen Divisie en/of de Azerion Vrouwen Eredivisie).	9.698.272	Aantal	2023	Enquête Markteffect & CBS	Positief
8a	Interesse in de Azerion Vrouwen Eredivisie	Percentage van de voetballiefhebbers geïnteresseerd in de Azerion Vrouwen Eredivisie	33%	Percentage	2023	Enquête Markteffect	Niet van toepassing
9	Toeschouwers (vrouwenvoetbal)	Gemiddeld aantal toeschouwers dat in een stadion een wedstrijd van de Azerion Vrouwen Eredivisie aanschouwt per speelronde voor de speelrondes 1 tot en met 22.	1.410	Aantal	2022/2023	KNVB	Niet van toepassing
10	Maatschappelijke projecten	Aantal gedraaide maatschappelijke projecten van alle 34 BVO's.	342	Aantal	2022/2023	ECV & CED	Positief
11	Deelnames aan maatschappelijke projecten	Aantal deelnames aan maatschappelijke projecten van alle 34 BVO's.	292.923	Aantal	2022/2023	ECV & CED	Positief

Welzijn (2/4)

Nr.	KPI	Definitie	Waarde	Eenheid	Periode	Bron	Verandering t.o.v. 2021
12	Kijkcijfers TV: ESPN	Gemiddeld aantal kijkers die tenminste een minuut naar de wedstrijd hebben gekeken per week van de ESPN uitzendingen (kanaal 1, 2, 3, 4) van voetbalwedstrijden van het mannenvoetbal in de Eredivisie en de Keuken Kampioen Divisie.	2.953.519	Aantal	2022/2023	ECV & CED	Niet van toepassing
13	Kijkcijfers TV: NOS samenvattingen in het weekend	Gemiddeld aantal unieke kijkers per week van NOS voetbalsamenvattingen in het weekend.	3.417.748	Aantal	2022/2023	ECV	Negatief
14	Luistercijfers radio NPO1	Gemiddeld aantal unieke huishoudens dat luistert naar NPO langs de lijn op zaterdag en zondag. Hierbij gaat het om huishoudens die minimaal een kwartier hebben geluisterd.	552.381	Aantal	2022/2023	Nationaal Luisteronderzoek	Niet van toepassing
15	Kijkcijfers TV vrouwenvoetbal	Gemiddeld aantal live kijkers per week van de Azerion vrouwen Eredivisie op ESPN.	37.059	Aantal	2022/2023	Media Evaluatie - Azerion Vrouwen Eredivisie	Niet van toepassing
16	Tijdsbesteding	Aantal uren dat een voetballiefhebber gemiddeld per week besteedt aan betaald voetbal gerelateerde activiteiten (bv. Tv kijken, spellen, lezen ed.)	11,6	Uur	2023	Enquête Markteffect	Positief
17	Bijdrage mentale gezondheid	Percentage voetballiefhebbers dat zegt dat betaald voetbal bijdraagt aan hun mentale gezondheid	48	Percentage	2023	Enquête Markteffect	Negatief
18	Incidenten voetbalfans	Aantal incidenten per jaar gerelateerd aan wedstrijden van BVO's uit de Eredivisie, Keuken Kampioen Divisie, Europese competities en KNVB beker waarbij voetballiefhebbers overlast veroorzaken, zowel binnen als buiten het stadion.	725	Aantal	2022/2023	KNVB veiligheidsmonitor	Positief
19	Stadionverboden	Aantal stadionverboden in de Eredivisie, Keuken Kampioen Divisie, Europese competities en KNVB beker.	986	Aantal	2022/2023	KNVB veiligheidsmonitor	Negatief
20	Seizoenkaarthouders die zich zorgen maakt om veiligheid	Percentage seizoenkaarthouders dat zich zorgen maakt om de veiligheid in en rondom het stadion	57%	Percentage	2023	Enquête Markteffect	Niet van toepassing

Economie (3/4)

Nr.	KPI	Definitie	Waarde	Eenheid	Periode	Bron	Verandering t.o.v. 2021
21	Directe werkgelegenheid (FTE)	Aantal FTE's dat werkzaam is bij de 34 BVO's uitkomend in Eredivisie en Keuken Kampioen Divisie en dat werkzaam is bij KNVB-afdeling BV en organisaties ECV, CED & FBO.	3.466	Aantal	2021/2022	<ul style="list-style-type: none"> • Samengestelde jaarrekening BVO's • Jaarrekening KNVB B.V. • Deskresearch 	Positief
22	Directe bijdrage BBP	Directe bijdrage van het betaald voetbal aan het Nederlands BBP (optelsom van onderliggende componenten, zie tabel hieronder)	2.834.376.702	Euro	2021/2022/2023	Diverse bronnen, zie tabel hieronder	Positief

Verdieping op KPI Directe bijdrage BBP

Nr.	KPI	Definitie	Waarde	Eenheid	Periode	Bron	Verandering t.o.v. 2021
22.1	Afdrachten BVO's aan KNVB	Wedstrijdgelden afdrachten van BVO's aan de KNVB.	4.000	Euro	2021/2022	Jaarrekening KNVB BV	Neutraal
22.2	Bestedingen BVO's aan Economische sector	Bestedingen van BVO's ten behoeve van huisvesting, wedstrijd- en trainingskosten en bureaunkosten.	187.232.000	Euro	2021/2022	Samengestelde jaarrekening BVO's	Positief
22.3	Bestedingen BVO's aan Media	Bestedingen van BVO's aan media ten behoeve van advertenties en marketing.	15.885.000	Euro	2021/2022	Samengestelde jaarrekening BVO's	Positief
22.4	Consumentenbestedingen BVO's	Consumentbestedingen aan BVO's, zoals tickets, food & beverages en merchandising.	178.170.000	Euro	2021/2022	Samengestelde jaarrekening BVO's	Positief
22.5	Consumentenbestedingen KNVB - BV	Bestedingen aan tickets van wedstrijden georganiseerd door KNVB (bv. beker)	4.713.387	Euro	2021/2022	Jaarrekening KNVB BV	Positief
22.6	Consumentenbestedingen economische sector en media	Consumentenbestedingen aan media en economische sector die toe te schrijven zijn aan het betaald voetbal, zoals TV, (kans)spellen en gedrukte media.	2.182.826.689	Euro	2023	Enquête Markteffect	Positief
22.7	Bijdrage van Partners aan BVO's	Bijdragen van partners in ruil voor goederen en diensten	176.863.000	Euro	2021/2022	Samengestelde jaarrekening BVO's	Positief
22.8	Bijdrage van Partners aan KNVB - BV	Bijdragen van partners aan KNVB-BV in ruil voor goederen en diensten.	14.418.500	Euro	2021/2022	Jaarverslag KNVB – BV	Negatief
22.9	Veiligheidsuitgaven	Aantal uren gespendeerd aan veiligheid binnen Nederland vermenigvuldigd met kosten per uur.	12.491.126	Euro	2022	Politie jaarverantwoording	Negatief
22.10	Bestedingen KNVB - BV aan Economische sector	Bestedingen van KNVB – BV ten behoeve van facilitair, voetbalontwikkeling, ondersteuning en advisering en communicatie kosten.	6.275.000	Euro	2021/2022	Jaarverslag KNVB – BV	Negatief
22.11	Transferwaardes	Transferwaardes netto resultaat: opbrengsten transfers van Nederland naar Buitenland minus uitgaven transfers van buitenland naar Nederland	55.498.000	Euro	2021/2022	Samengestelde jaarrekening BVO's	Positief

Educatie (4/4)

Nr.	KPI	Definitie	Waarde	Eenheid	Periode	Bron	Verandering t.o.v. 2021
23	Gediplomeerde trainers	Aantal gecertificeerde trainers, inclusief assistenten, keeperstrainers en dergelijk, dat werkzaam is bij de jeugdopleiding of vaandelteams van BVO's mannen/ jongens elftallen en de vrouwen/meisjes teams.	617	Aantal	2022/2023	Licentieportaal KNVB	Positief
24	Investering in jeugdopleiding	Kosten gemaakt ten behoeve van de jeugdopleiding van de BVO's.	45.716.000	Euro	2021/2022	Samengestelde jaarrekening BVO's	Positief
25	Spelers in opleiding (jongens)	Aantal voetballers in opleiding, waarvan een deel uitgroeit tot professionele voetballer. Dit betreft alleen jongens.	3980	Aantal	2022/2023	KNVB	Negatief

Duurzaamheid

Nr.	KPI	Definitie	Waarde	Eenheid	Periode	Bron	Verandering t.o.v. 2021
26	Samenwerking BVO's en overheden op gebied van duurzaamheid	Percentage voetballiefhebbers dat aangeeft dat overheden intensiever moeten samenwerken met BVO's op het gebied van duurzaamheid	49	Percentage	2023	Enquête Markteffect	Niet van toepassing
27	BVO's met duurzaamheidsinitiatieven	Aantal BVO's met tenminste één duurzaamheidsinitiatief gecommuniceerd via de officiële website.	62	Percentage	2023	Deskresearch	Niet van toepassing



Appendix 3

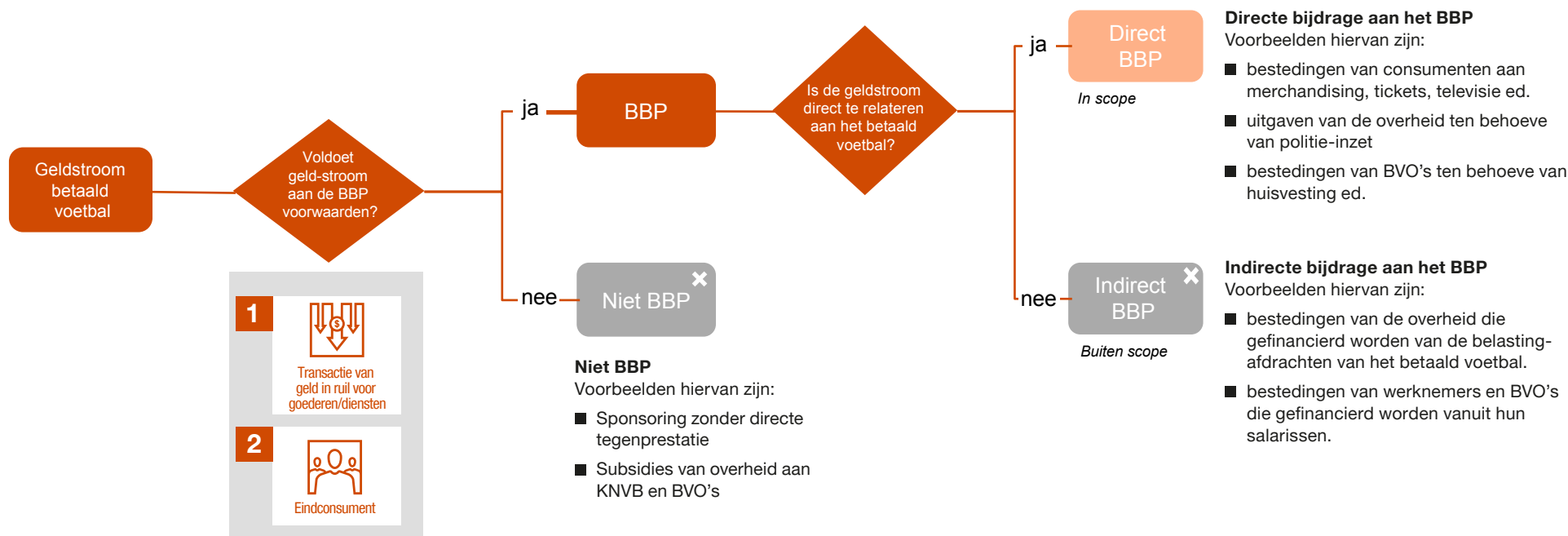
Toelichting BBP berekening

A3. Toelichting op de BBP berekening

Het Bruto Binnenlands Product (BBP) kan bepaald worden aan de hand van de productie (inkomen) of consumptie in elke sector van de economie. Net als in eerder onderzoek¹ is de bijdrage van het betaald voetbal aan het BBP berekend op basis van de consumptie benadering, ofwel vanuit het oogpunt van bestedingen.

Hierbij zijn de indirecte effecten niet meegenomen in dit onderzoek vanwege gebrek aan beschikbare data. Een schematische weergave hoe bepaald wordt of een geldstroom bijdraagt aan het BBP is weergegeven in *figuur 22*.

Figuur 22 Schematische weergave van de BBP methode



¹ PwC (2015). De Kracht van Voetbal: Sturen op de maatschappelijke impact van voetbal.

Zoals in paragraaf 3.5 beschreven zijn de consumentenbestedingen opgebouwd uit bestedingen die volledig toe te kennen zijn aan het betaald voetbal en bestedingen die deels toe te kennen zijn aan het betaald voetbal. Voor de tweede categorie zijn de bestedingen berekend door de totale bestedingen aan deze producten te vermenigvuldigen met het “procentuele aandeel dat toe te kennen is aan het betaald voetbal”.

Het procentuele aandeel dat toe te kennen is aan het betaald voetbal is bepaald aan de hand van de resultaten van een enquête onder voetballiefhebbers en niet-voetballiefhebbers. In deze enquête zijn vragen gesteld om te bepalen wat het aandeel ‘betaald voetbal’ is in de aanschaf van televisie, spelcomputer, dagbladen en televisie abonnementen.

Een voorbeeldberekening voor de bepaling van het aandeel ‘betaald voetbal’ in de aanschaf van een spelcomputer is weergegeven in *figuur 23*. Als voorbeeld worden de antwoorden van één respondent gebruikt. Deze respondent besteedt 60% van zijn/haar speeltijd aan het betaald voetbal en dus kennen we 60% van het bedrag dat hij/zij betaald heeft voor de spelcomputer toe aan het betaald voetbal. Vervolgens wordt de aanschafprijs van de spelcomputer per jaar berekend met behulp van de levensduur van de spelcomputer. Dit resulteert in een jaarlijkse besteding aan de spelcomputer dankzij het betaald voetbal.



Bestedingen deels toe te kennen aan het betaald voetbal

- Aanschaf spelcomputer
- Aanschaf televisie
- Regulier televisie abonnement
- Ziggosport
- ESPN
- Landelijke en regionale dagbladen

Figuur 23 Voorbeeldberekening



Contact

PwC Advisory N.V. heeft dit onderzoek uitgevoerd in opdracht van de KNVB. In het project is gebruik gemaakt van de kennis en ervaring van Frederike Zwenk en Anthony Blokland (KNVB). Vanuit PwC werkten mee: Jacques de Swart, Charlotte Bech, Jovana Milanović en Dante van der Heijden.

De foto's die gebruikt zijn in dit rapport zijn afkomstig van de Koninklijke Nederlandse Voetbalbond (KNVB) en de Eredivisie CV (ECV). Deze foto's zijn met toestemming gebruikt en blijven eigendom van de KNVB, ECV en CED.

Neem voor meer informatie contact op met:

jacques.de.swart@pwc.com

PricewaterhouseCoopers Advisory N.V. (KvK 34180287)

Thomas R. Malthusstraat 5 1066 JR | P.O. Box 9616 | 1006 GC | Amsterdam

www.pwc.nl



© 2023 PricewaterhouseCoopers B.V. (KvK 34180289). Alle rechten voorbehouden. PwC verwijst naar de Nederlandse firma en kan soms naar het PwC-netwerk verwijzen. Elke aangesloten firma is een afzonderlijke juridische entiteit. Kijk op www.pwc.com/structure voor meer informatie.

Bij PwC willen we een bijdrage leveren aan het vertrouwen in de maatschappij en het oplossen van belangrijke problemen. Wij zijn een netwerk van firma's in 152 landen met bijna 328.000 mensen. Wij zien het als onze taak om kwaliteit te leveren op het gebied van assurance-, belasting- en adviesdiensten. Bij PwC in Nederland werken ruim 5.300 mensen met elkaar samen. Vertel ons wat voor u belangrijk is. Meer informatie over ons vindt u op www.pwc.nl. Hoewel de inhoud van dit rapport op zorgvuldige wijze is samengesteld, kan PwC niet instaan voor de juistheid of volledigheid van de inhoud ervan. PwC aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor eventuele schade, van welke aard dan ook, die op enigerlei wijze voortvloeit uit het gebruik van dit rapport.

