



moves

EK BEACHVOLLEYBAL

Bereik & betrokkenheid onder inwoners

Jelle Schoemaker

Maatschappelijke Onderzoek Voor Evenementen in Sport (MOVES)

- MOVES heeft tot doel om met kwalitatief hoogstaand onderzoek bij te dragen aan de maatschappelijke waarde van topsportevenementen. Moves is een programma van ZonMw. Het programma loopt van september 2023 tot en met augustus 2027.

- **WP 1: bereik, betrokkenheid en draagvlak**

Het Nationale Sportakkoord en de Nederlandse Topsportevenementen Strategie 2021-2030, heeft de expliciete ambitie om de impact van topsportevenementen te vergroten. Door het organiseren van een diversiteit aan sportevenementen hoopt men een **breed en gevarieerd publiek te bereiken en betrekken**, wat essentieel is voor het creëren van waardevolle maatschappelijke ervaringen.

- **WP 2: publiek-private samenwerking**
- **WP 3: economische effecten**
- **WP 4: maatschappelijke effecten**



Aanpak

MEDIA BEREIK:

- CLIPIT media-uitingen online, print, tv en radio. Online waren websites en openbare sociale media-accounts (Twitter, Instagram & Facebook).
- Periode van 1 juni tot 31 augustus (3 maanden) met het zoekwoord 'EK Beachvolleybal' (en variaties).
- Het bruto bereik is bepaald door het aantal weergaven of kijkers per medium per maand te registreren, met kans op dubbeltellingen.

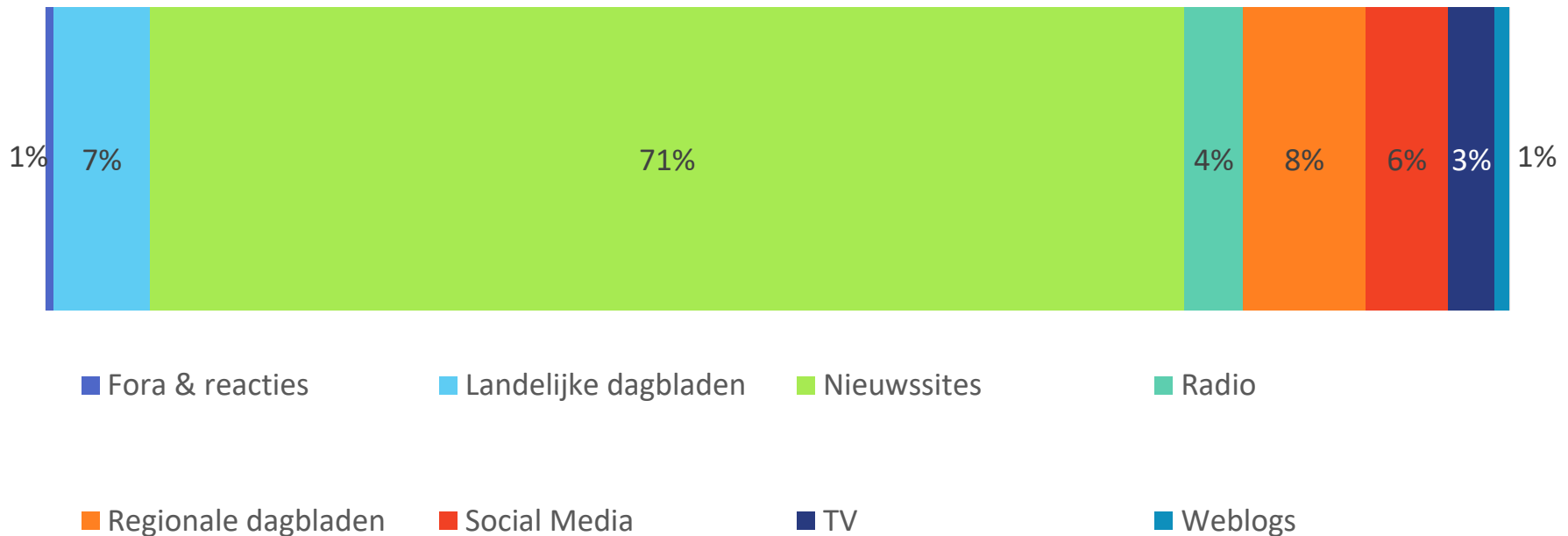
BETROKKENHEID:

- De betrokkenheid is gemeten met behulp van een nieuwe schaal die specifiek is ontwikkeld voor topsportevenementen.
- Inwoners van de drie organiserende steden, via een online panel, 2 weken na afloop van het evenement (n=658)
- Oververtegenwoordiging van mannen (59%) en personen onder de 30 jaar (37%). Gecorrigeerd voor geslacht, leeftijd en opleiding.

Resultaten media-bereik

- 2.500 media-uitingen met gemiddeld bereik van 98.000 mensen.
- Berichten op nieuwssites, zoals NOS, Nu.nl, Algemeen Dagblad, en Telegraaf, 71% van het totale bereik. Landelijke en regionale dagbladen waren samen verantwoordelijk voor 15% van het totale bereik.

Figuur 1. Opgetelde bruto bereik media-uitingen naar categorieën



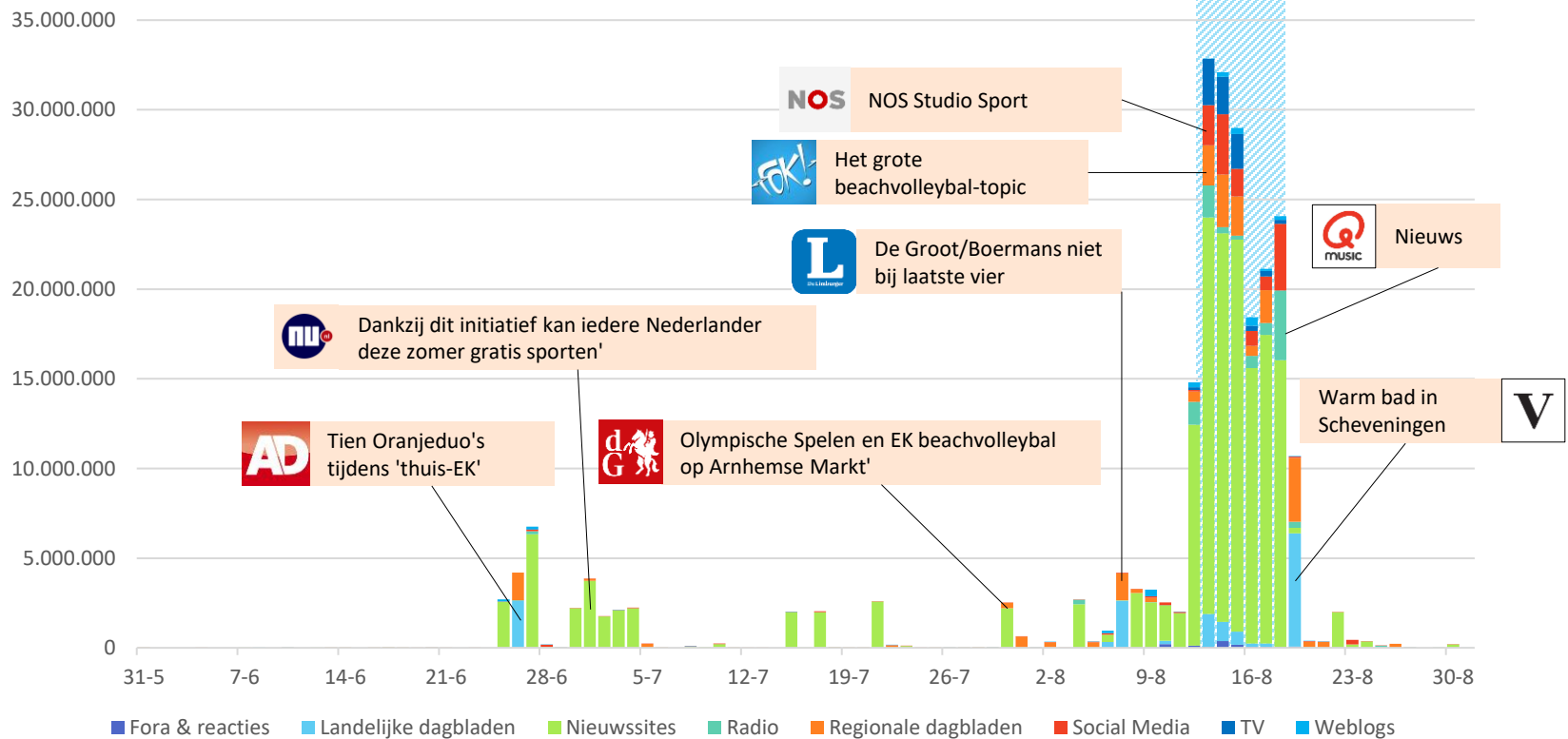
Het grootste bereik werd gerealiseerd tijdens het evenement zelf. De dag na het evenement (maandag) was er veel aandacht in de kranten.

Deelnemersaankondiging

Team NL Experience

Olympische Spelen

Figuur 2. Opgetelde bruto bereik media-uitingen naar categorieën, uitgesplitst over tijd



Betrokkenheidschaal



Resultaten betrokkenheid

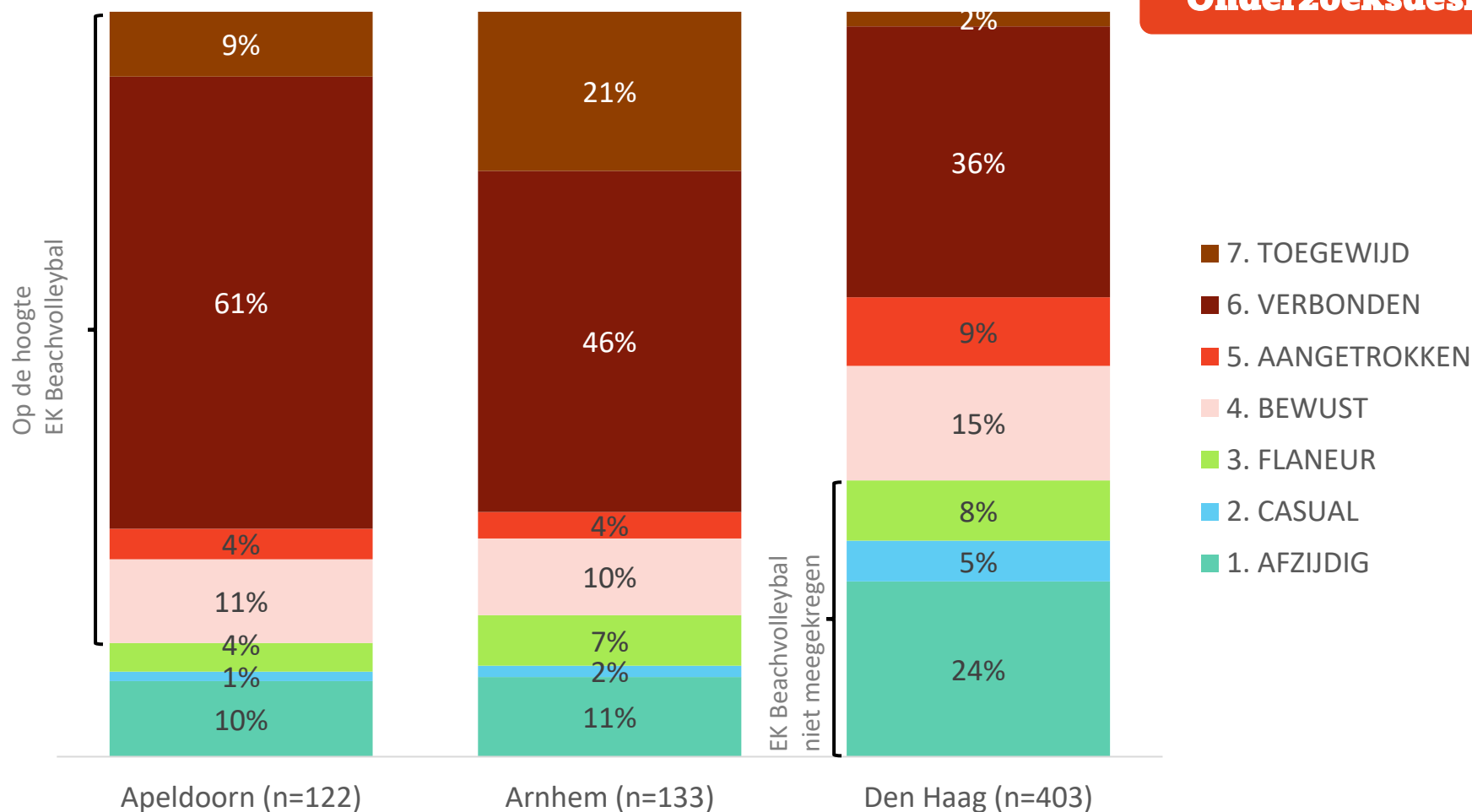
Locatie

Alternatieven

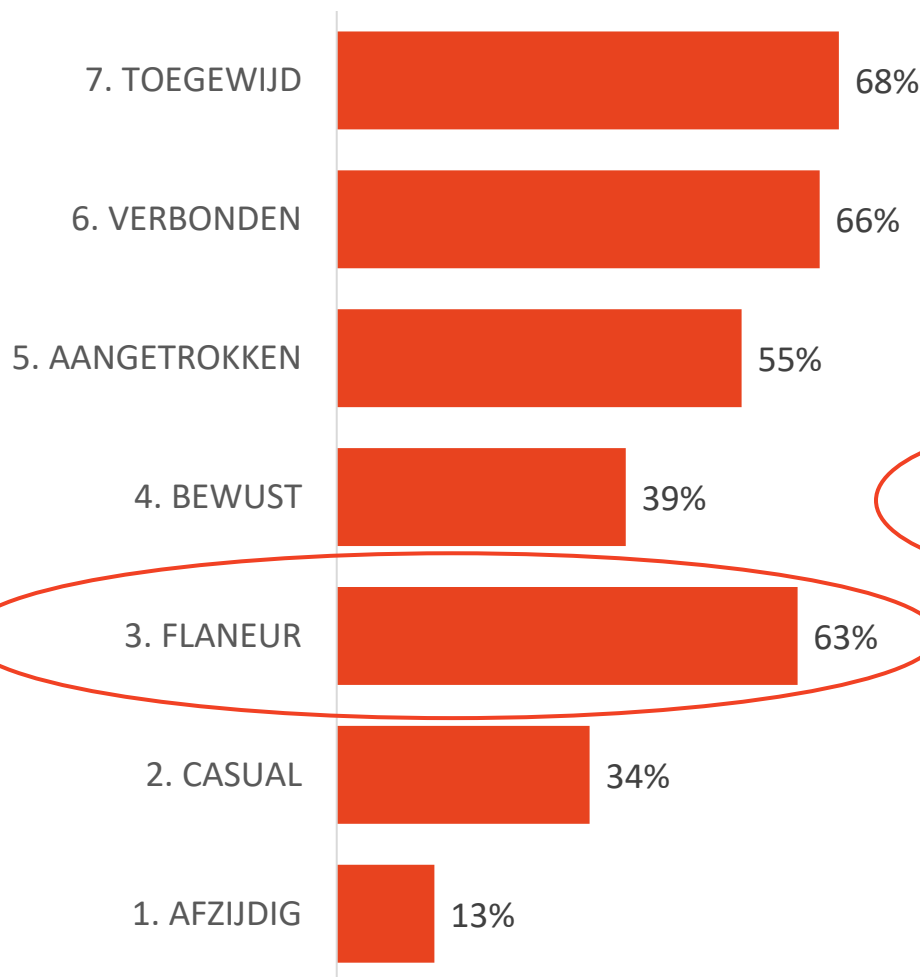
Team NL Experience

Onderzoeksdesign

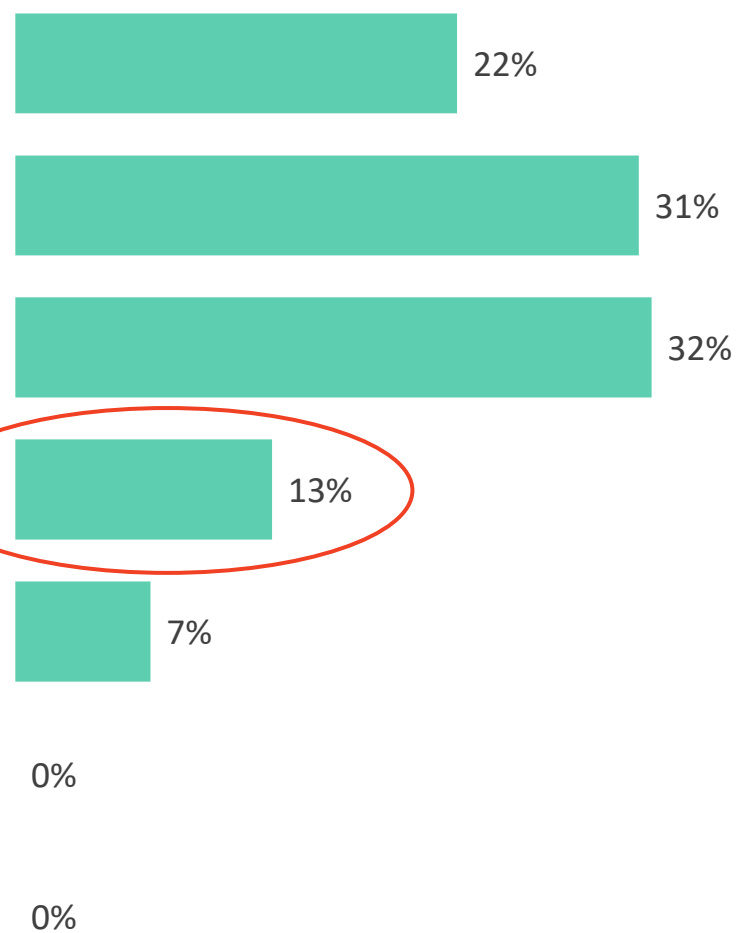
Figuur 3. Mate van betrokkenheid over de drie hostgemeenten



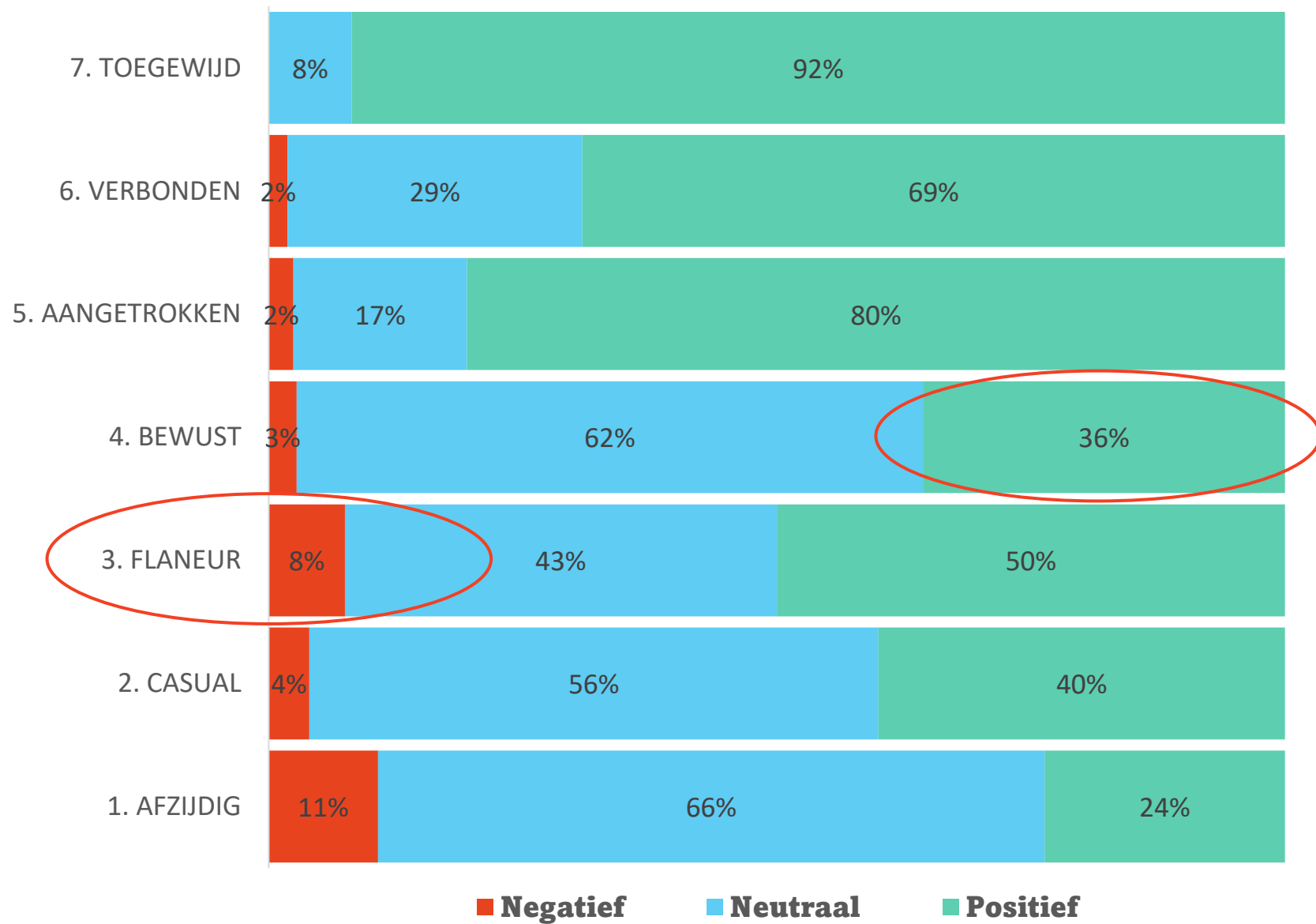
Figuur 4. Deel van de inwoner die aangeven dat familie & vrienden topsportevenementen bezoeken



Figuur 5. Deel van de inwoners dat aangeeft de sport volleybal te beoefenen.



Figuur 6. Wat is uw oordeel over de bijdrage van het EK BeachVolleybal 2024 aan uw gemeente?





Vervolg

Tot 2026 zullen nog vijf andere topsportevenementen op dezelfde manier worden onderzocht:

- EK Schaatsen 2025
- (WC BMX)
- EK Handbal 2025
- WK Hockey 2026
- (GLORY)
- ✓ Landelijk bevolkingsonderzoek

<https://cit.sport.nl/onderzoeksprogramma-moves>

Take-aways

- Breed maar ook vluchtig media-bereik; vooral door nieuwssites
- Grote betrokkenheid bij inwoners; niet alleen diegene die bezoeken
- Betrokkenheid hangt samen met sociale en sportieve verbanden en draagvlak

moves



..

Sessie 10: Hoe kunnen we de betrokkenheid bij sportevenementen vergroten?



Presentatie

Niet-volgers van topsportevenementen

Profiel en belemmeringen

○ Eva Heijnen

| Achtergrond

- **Ambitie Sportakkoord II:**
topsportevenementen als platform voor maatschappelijke vraagstukken; vergroten bereik en inspireren.
- **Nationale Topsportevenementen Strategie 2021-2030:** meer Nederlanders bereiken en inspireren via topsport.
- **Doel Sportagenda 2032 (NOC*NSF):** 14 miljoen Nederlanders genieten wekelijks van sport (als deelnemer of supporter).

Wat is het huidige bereik van topsportevenementen in Nederland en hoe kan het bereik worden vergroot?

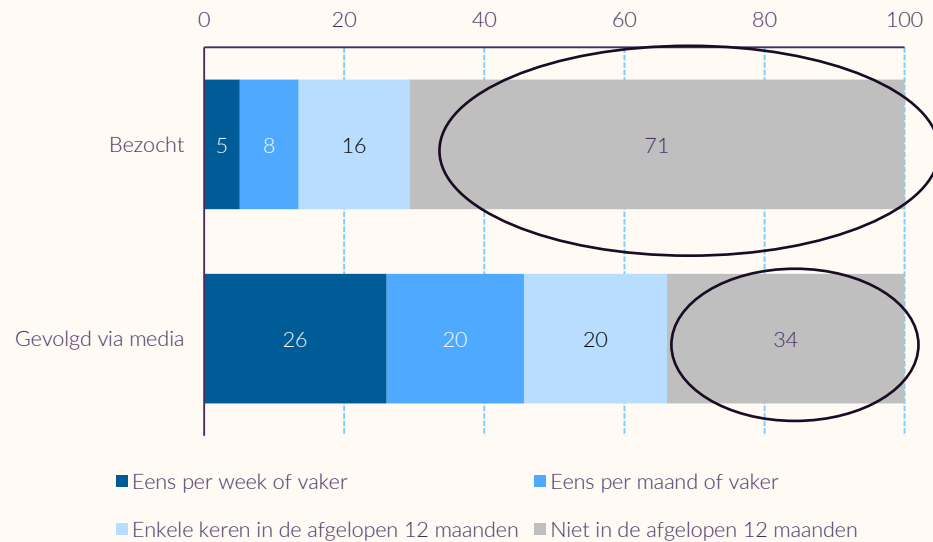
| Methode

- Nationaal Sportonderzoek van het Mulier Instituut. De specificaties zijn:
 - Panelbron: Ipsos Online Access panel.
 - Doelgroep: particuliere burgers van 16 t/m 79 jaar (n=2.005).
 - Veldwerkperiode: 25 april – 13 mei 2024.
 - Weging: de steekproef is gewogen op leeftijd * geslacht, leeftijd * opleiding, regio en sportfrequentie en samengevoegd tot één weegvariabele.
- De factsheet is tot stand gekomen met steun van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS).

Resultaten

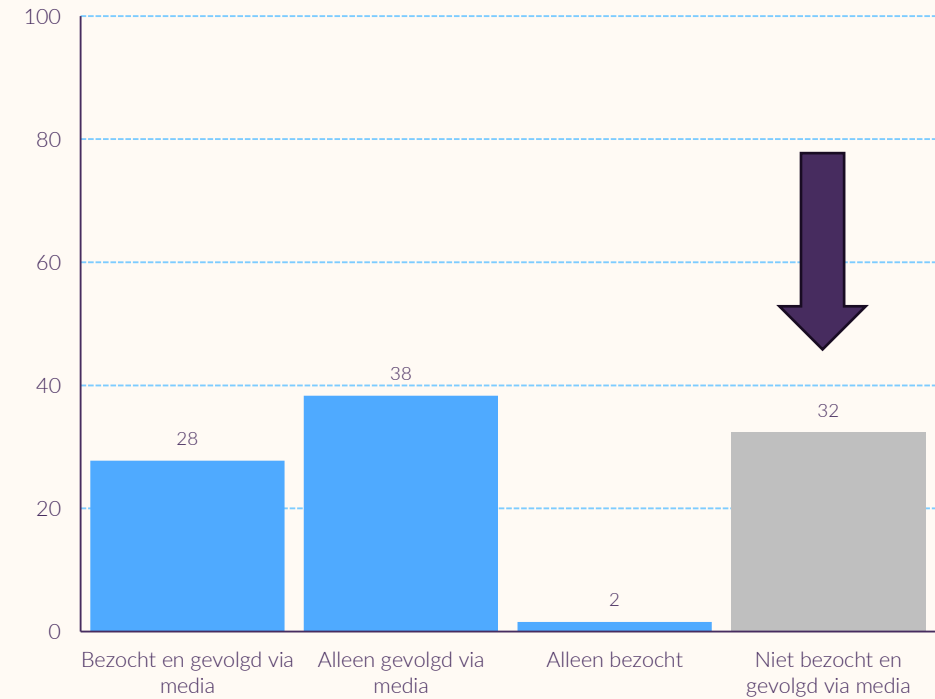


Figuur 1
Volgen van topsportevenementen in Nederland in de afgelopen twaalf maanden, per april/mei 2024, Nederlanders 16-79 jaar
 (in procenten, n=2.005)



Bron: Mulier instituut, NSO, april/mei 2024.

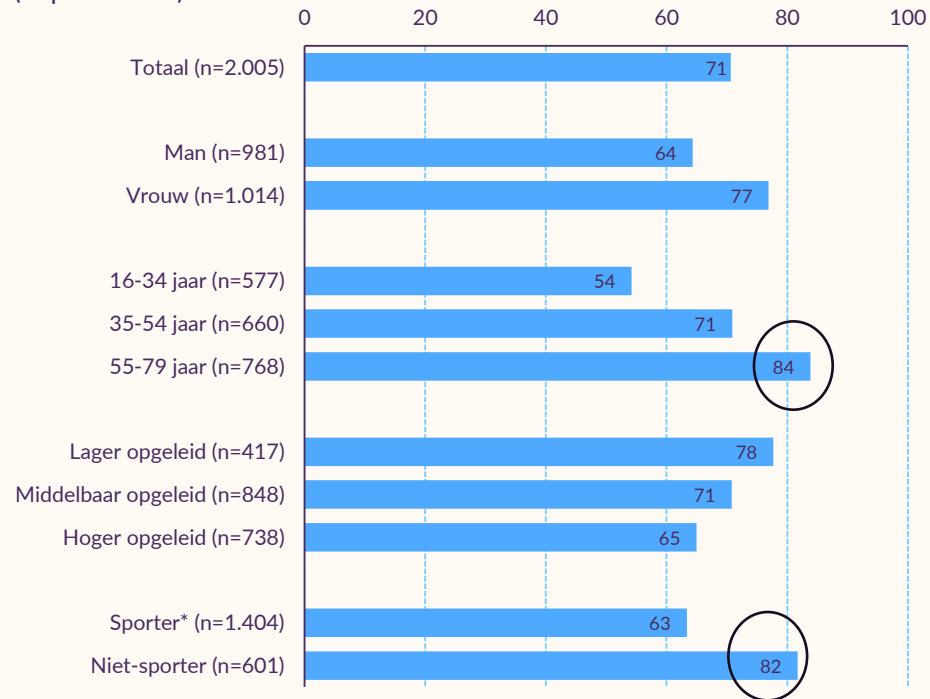
Figuur 2
Het volgen van topsportevenementen in Nederland in de afgelopen twaalf maanden, per april/mei 2024, Nederlanders 16-79 jaar
 (in procenten, n=2.005)



Bron: Mulier instituut, NSO, april/mei 2024.

Figuur 3

Aandeel Nederlanders (16-79 jaar) dat in de afgelopen twaalf maanden geen topsportevenementen in Nederland heeft bezocht, naar achtergrondkenmerken, per april/mei 2024
(in procenten)

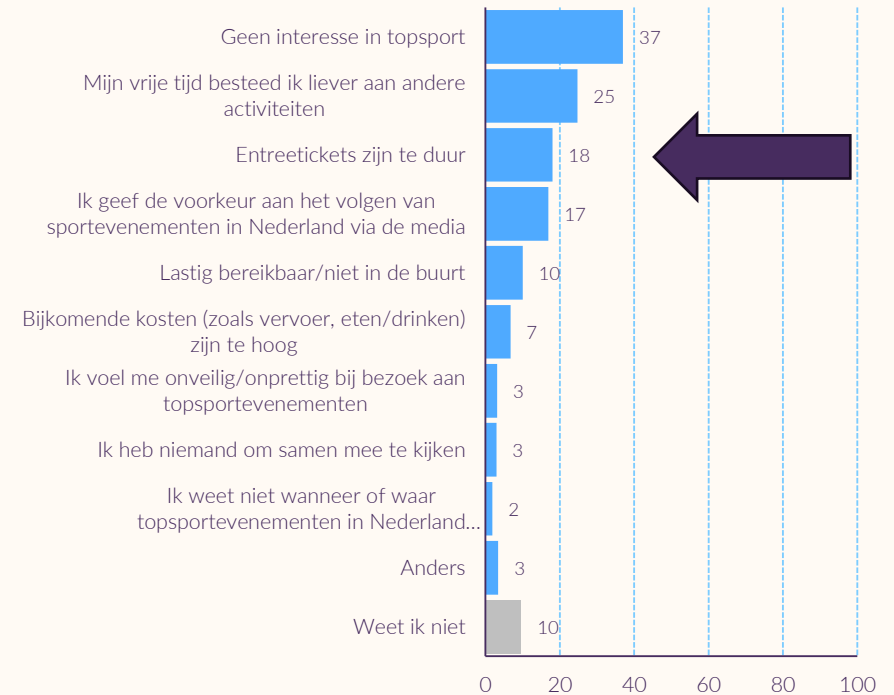


Bron: Mulier instituut, NSO, april/mei 2024.

*In de Richtlijn voor Sportonderzoek (RSO) wordt een sporter gedefinieerd als iemand die minimaal twaalf keer per jaar sport.

Figuur 4

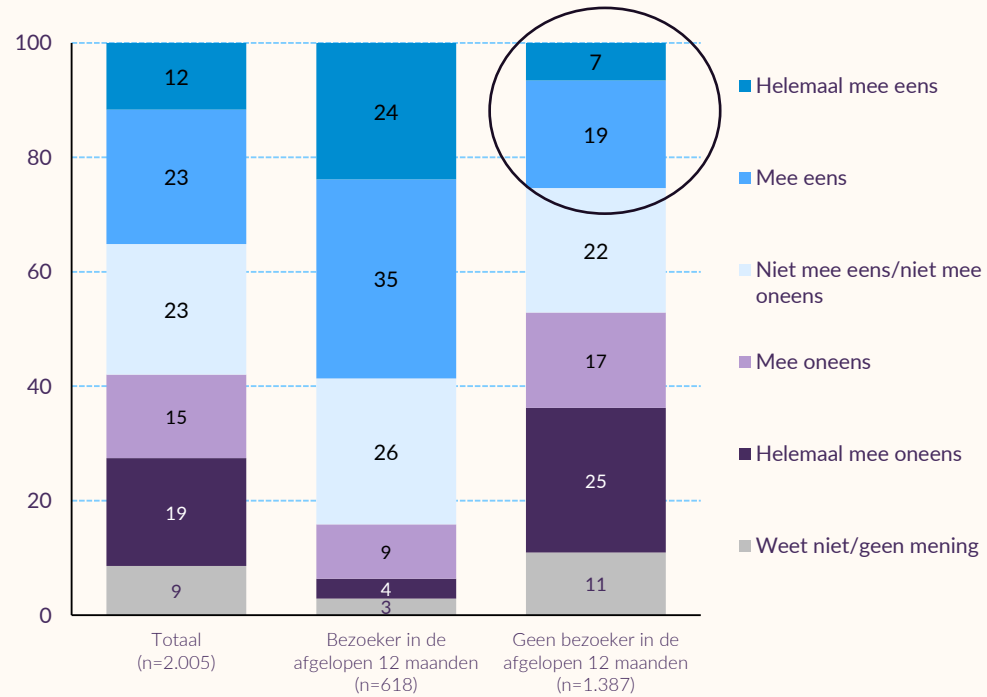
Belemmeringen om topsportevenementen in Nederland te bezoeken in de afgelopen twaalf maanden, per april/mei 2024, niet-bezoekers 16-79 jaar
(in procenten, n=1.387, meerdere antwoorden mogelijk)



Bron: Mulier instituut, NSO, april/mei 2024.

Figuur 5

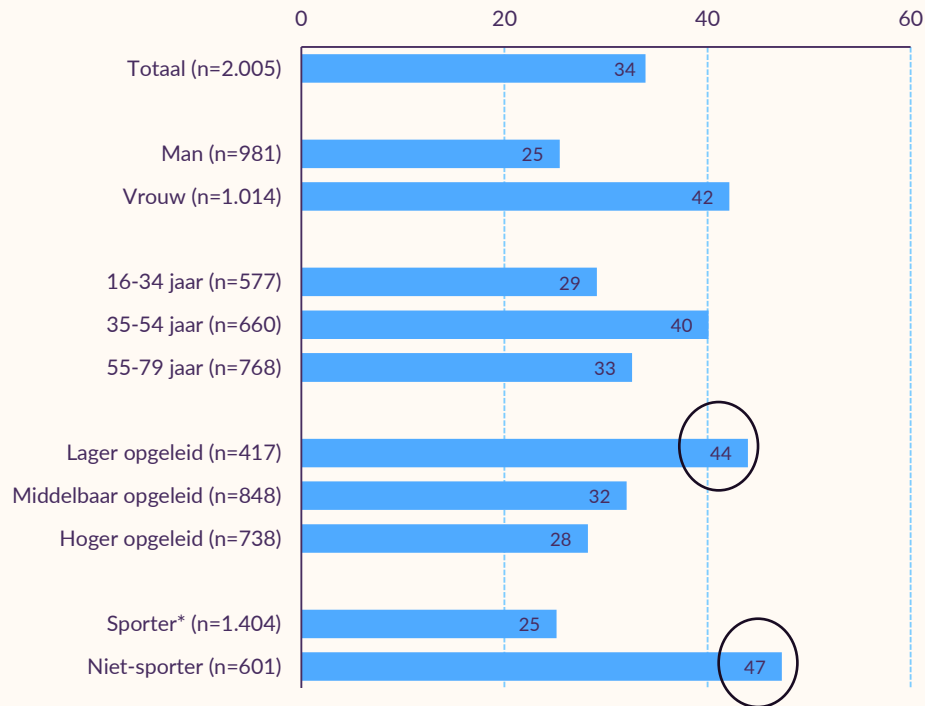
**Ik zou (vaker) topsportevenementen in Nederland bezoeken als die
allemaal gratis toegankelijk zouden zijn, per april/mei 2024, Nederlanders
16-79 jaar**
(in procenten)



Bron: Mulier instituut, NSO, april/mei 2024.

Figuur 6

Aandeel Nederlanders (16-79 jaar) dat in de afgelopen twaalf maanden geen topsportevenementen in Nederland via de media heeft gevolgd, naar achtergrondkenmerken, per april/mei 2024
(in procenten)

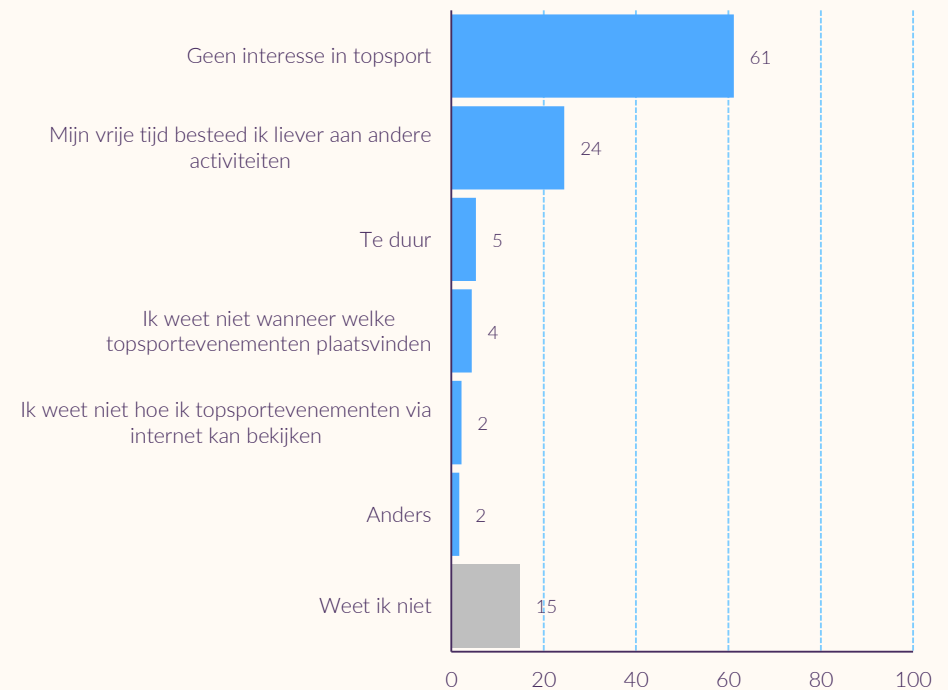


Bron: Mulier instituut, NSO, april/mei 2024.

*In de Richtlijn voor Sportonderzoek (RSO) wordt een sporter gedefinieerd als iemand die minimaal twaalf keer per jaar sport.

Figuur 7

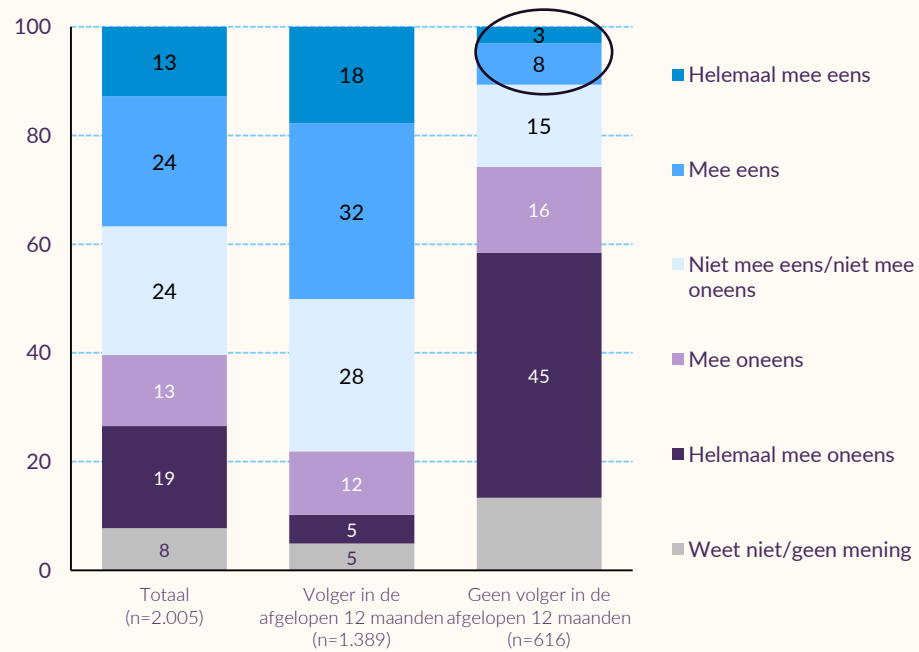
Belemmeringen om topsportevenementen in Nederland te volgen via de media in de afgelopen twaalf maanden, per april/mei 2024, niet-volgers 16-79 jaar
(in procenten, n=616, meerdere antwoorden mogelijk)



Bron: Mulier instituut, NSO, april/mei 2024.

Figuur 8

Ik zou (vaker) topsportevenementen in Nederland via de media volgen als die allemaal gratis te volgen zouden zijn, per april/mei 2024, Nederlanders 16-79 jaar
(in procenten)



Bron: Mulier instituut, NSO, april/mei 2024.



‘Ruim 4 miljoen Nederlanders volgen geen topsportevenementen, vooral door gebrek aan interesse, andere tijdsbestedingen en kosten. Beter toegankelijkheid en gerichte promotie bieden kansen om deze doelgroepen te bereiken’

Zijn er nog vragen?





Contact

Eva Heijnen
e.heijnen@mulierinstituut.nl