

DE IMPACT VAN BETAALD VOETBAL

8 miljoen Nederlanders meer uren betrokken bij betaald voetbal

De verbindende kracht van het betaald voetbal is in het seizoen 2021/'22 verder toegenomen. Het aantal personen dat geïnteresseerd is in de topcompetities bleef weliswaar nagenoeg gelijk (8,1 miljoen personen), maar het gemiddeld aantal uren dat zij per week besteden aan voetbal gerelateerde activiteiten groeide van 11,2 naar 12,3 uur. Dit bleek uit een enquête van marktonderzoeksbureau Markteffect onder 1.917 personen (18+) in opdracht van KNVB Expertise, dat de maatschappelijke impact van het voetbal in kaart bracht. De verdeling van de tijd dat ze gemiddeld met voetbal bezig zijn, is als volgt:

	2019/'20	2021/'22
Kijken wedstrijden	3,4 uur	4,4 uur
Praten over voetbal	1,5 uur	1,9 uur
Volgen social media en forums over voetbal	1,3 uur	1,6 uur
Bezoeken van wedstrijden	1,7 uur	1,6 uur
Lezen over voetbal in kranten en tijdschriften	1,1 uur	1,1 uur
Spelen voetbal gerelateerde games	0,9 uur	0,6 uur
Overig	1,3 uur	1,1 uur
Totaal	11,2 uur	12,3 uur

Van alle ondervraagden geeft 23% aan dat voetbal bijdraagt aan hun sociale netwerk, terwijl 17% zegt dat voetbal hen het gevoel geeft om ergens bij te horen. 20% vindt dat voetbal een belangrijke rol in hun leven speelt.

“Uit deze cijfers blijkt dat het betaald voetbal de samenleving een hele belangrijke verbindende functie biedt. Dit nog bovenop het vermaak dat het miljoenen mensen geeft, evenals de inspiratie om zelf te sporten of iets te bereiken. Dat sport verbreedt wordt vaak gezegd, maar dat wordt met deze cijfers nog meer onderbouwd”, aldus Marianne van Leeuwen, directeur betaald voetbal KNVB.

Financiële bijdrage

Ook financieel gezien bleef de maatschappelijke bijdrage van het betaald voetbal groot. Zo droeg het betaald voetbal 1,99 miljard bij aan het BBP (bruto binnenlands product) in het seizoen 2021/'22. Twee jaar geleden was dit nog 2,03 miljard euro, maar vanwege de coronamaatregelen daalde het gemiddeld aantal stadionbezoekers per speelronde van 205.574 naar 177.610. En daarmee daalden ook de inkomsten. De werkgelegenheid bij de BVO's, leagues en KNVB nam tijdens de 'coronaperiode'



af van 3.254 naar 3.212 FTE. Dit cijfer is exclusief de personen die alleen voor de wedstrijden worden ingehuurd, zoals horecamedewerkers in en om het stadion, stewards en verkeersregelaars.

Jan de Jong, directeur Eredivisie: “De financiële gevolgen van de coronamaatregelen waren fors voor het betaald voetbal. Met steun van de supporters, sponsors en uiteraard de overheid zijn er gelukkig geen clubs omgevallen. Andersom draagt het betaald voetbal ook een flink steentje bij aan de samenleving, ook financieel gezien.”

MVO-projecten

Gezamenlijk organiseerden alle BVO's 284 MVO-projecten op het gebied van participatie, educatie, gezondheid en re-integratie op de arbeidsmarkt. Volgens onderzoek van de Universiteit Utrecht hebben de Eredivisieclubs in het seizoen 2021/'22 maar liefst 474.476 deelnames aan de MVO-projecten bereikt. De Eredivisiespelers hebben zich in totaal 1.072 uur hiervoor ingezet.

Met de clubs uit de Keuken Kampioen Divisie erbij komt het aantal deelnames uit op in totaal 550.083.

Volgens Marc Boele, directeur Keuken Kampioen Divisie: “De BVO's en hun spelers hebben een enorme aantrekkingskracht op hun regio. Mensen komen graag over de vloer zodat we met onze MVO-projecten bijvoorbeeld langdurig werklozen kunnen helpen aan een baan of sommige kinderen het zelfvertrouwen kunnen geven dat nog ontbreekt. Het voetbal krijgt wat dat betreft soms nét iets meer voor elkaar en dat is een dankbare taak.”

Oproep aan politiek

De maatschappelijke waarde van topsport in Nederland staat onder druk. Commerciële topsportorganisaties in Nederland kunnen op financieel gebied steeds moeilijker concurreren met clubs en leagues in andere (Europese) landen. Investeren in jeugdopleidingen, vrouwenvoetbal, innovaties, trainers, coaches, maatschappelijke projecten en topsportfaciliteiten is niet vanzelfsprekend. De politieke besluitvorming op het gebied van fiscale maatregelen, de beperkte sponsoringsmogelijkheden en beperkingen in de mediawetgeving leiden tot een negatief investeringsklimaat voor het betaald voetbal. Daarom zou de politiek een aparte topsportregeling in het leven moeten roepen, zoals die ook in andere Europese landen bestaat. Als klein land wil Nederland internationaal op het hoogste podium meedoen en dat betaalt zich ook terug met de hierboven becijferde waarde voor de Nederlandse samenleving.

Cijfers over de maatschappelijke kracht van het betaald voetbal worden elke twee jaar in kaart gebracht en gepubliceerd.

