





Maatschappelijke waarde van de Nederlandse topsport

Jan-Willem van der Roest, Marit Dopheide, Lisanne Balk, Agnes Elling en Veerle de Bosscher

Highlights

- Het grootste deel van de Nederlandse bevolking heeft een positieve perceptie ten aanzien van de maatschappelijke waarde van topsport.

- De sportzomer heeft er voor gezorgd dat men iets positiever is over de maatschappelijke waarde van topsport. Vooral het aandeel Nederlanders dat een negatieve maatschappelijke waarde aan topsport toekent is gedaald. Daarnaast heeft de sportzomer vooral gezorgd voor een opleving in collectieve identiteit & trots.

- De media spelen een belangrijke rol in het beeld dat Nederlanders hebben van de maatschappelijke waarde van sport. Op thema's die de laatste tijd veel media-aandacht hebben gekregen zijn verschuivingen zichtbaar in de perceptie van de Nederlandse bevolking.

Highlights

- Nederlanders zijn trots op de prestaties van Nederlandse topsporters. Vooral de prestaties van Nederlandse Olympiërs en Paralympiërs in Tokio zorgen voor nationale trots. De prestaties van vrouwelijke topsporters kunnen daarbij op de meeste trots rekenen.

- De mate waarin men topsport volgt via de media hangt sterk samen met de perceptie van de maatschappelijke waarde. Sportfans zijn (uiteraard) het meest positief over de maatschappelijke waarde van topsport. Echter, zelfs onder niet-sportfans is een groter aandeel mensen positief over de maatschappelijke waarde van topsport dan negatief. Het merendeel van de niet-sportfans is neutraal.

Highlights

- Een kwart van de Nederlandse bevolking maakt zich zorgen over de duurzaamheid van de topsport. Dit draait niet alleen om ecologische duurzaamheid, maar ook om vraagstukken rondom (langdurige) investeringen en werkgelegenheid in de topsport.

- Topsport heeft het vermogen om heftige emoties op te roepen in de samenleving. Dat kan positief uitpakken, doordat *feelgood*-factoren en verbondenheid worden versterkt dankzij topsport. Tegelijkertijd kan de topsport ook een katalysator zijn voor negatieve maatschappelijke waarden. Zo kan topsport een onrealistisch lichaamsbeeld oproepen, de verschillen tussen rijk en arm vergroten en agressie en geweld in de samenleving oproepen.



Universiteit Utrecht | mulier instituut | VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

Inhoudsopgave

1. Inleiding
2. Maatschappelijke waarde van topsport (MESSI)
3. Trots op Nederlandse prestaties
4. Profielen
5. Bijlagen



1. Inleiding

Het Nederlands topsportbeleid

Sinds de jaren negentig van de vorige eeuw ondersteunt de Rijksoverheid topsporters met structurele financiële bijdragen. Het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) investeert in topsport- en opleidingsprogramma's, financiële voorzieningen voor topsporters, de nationale topsportinfrastructuur (TeamNL centra) en flexibel onderwijs en topsport (Rijksoverheid, z.d.). Met de investeringen in het topsportbeleid ondersteunt VWS de ambitie van NOC*NSF en de sportbonden om bij de top 10 van beste sportlanden in de wereld te horen. De hieraan gekoppelde doelstelling is 'meer medailles, in meer sporten, met meer impact' (VWS, NOC*NSF & VSG, 2019).

Vooral het laatste zinsdeel in die doelstelling ('meer impact') krijgt recent meer aandacht. VWS heeft het topsportbeleid dan ook aangemeld als onderdeel van de pilot 'lerend evalueren', waarin de toegevoegde waarde van beleid centraal staat (Hoekstra, 2019).

Het doel van dit onderzoek is om meer inzicht te geven in de perceptie die Nederlanders hebben van de maatschappelijke waarde van topsport. Daarnaast onderzoeken we of (het kijken naar) grote topsportevenementen invloed hebben op die perceptie.

De maatschappelijke waarde(n) van topsport

Dit onderzoek draagt bij aan het inzicht in zowel de positieve als de negatieve waarden die topsport in onze samenleving kan hebben. Voorbeelden van positieve waarden kunnen zijn: saamhorigheid, trots en verbinding. Negatieve waarden van topsport zijn bijvoorbeeld uitsluiting, discriminatie en (machts)misbruik.

Daarnaast is er in de afgelopen jaren ook meer belangstelling voor de inzet van topsport voor (het aandacht vragen voor) maatschappelijke thema's. Zo kan topsport bijvoorbeeld worden ingezet om aandacht te vragen voor klimaatverandering.

De maatschappelijke waarde van topsport behoeft dan ook expliciete aandacht te krijgen. Onderzoek naar de potentiële maatschappelijke waarde(n) van topsport kan bijdragen aan inzicht over hoe en onder welke voorwaarden deze waarde(n) gerealiseerd kan/kunnen worden.

Het is daarbij van belang om te kijken naar de publieke perceptie van de maatschappelijke effecten van topsport. Deze perceptie kan immers veel zeggen over de steun die topsport(beleid) krijgt in het land (vgl. Funahashi et al., 2015; Hallmann et al., 2020).

Doelstellingen onderzoek

Doelstelling 1

Het eerste doel van dit onderzoek is om meer inzicht te verkrijgen in de manier waarop Nederlanders aankijken tegen de maatschappelijke waarde(n) van topsport. In het onderzoek worden zowel positieve als negatieve waarden van topsport meegenomen, om te komen tot een gebalanceerd beeld.

Doelstelling 2

De tweede doelstelling van dit onderzoek is om te zien of de deelname van Nederlandse sporters aan grote topsportevenementen invloed heeft op het beeld dat Nederlanders hebben over de maatschappelijke waarde van topsport.

Onderzoeksvragen

Welke perceptie heeft de Nederlandse bevolking van de maatschappelijke waarde(n) van topsport?

Welke invloed hebben (de Nederlandse aanwezigheid en deelname aan) de grote sportevenementen van 2021 op het beeld dat de Nederlandse bevolking heeft over de maatschappelijke waarde(n) van topsport?

Bovenstaande onderzoeksvragen zullen worden beantwoord aan de hand van het '**M**apping **E**lite **S**ports' potential **S**ocietal **I**mpact' (**MESSI**)-model, dat is ontwikkeld door de Vrije Universiteit Brussel (De Rycke & De Bosscher, 2018).

Universiteit Utrecht mulier instituut VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

Nederlands MESSI-onderzoek

In navolging van het MESSI-onderzoek dat in Vlaanderen is uitgevoerd, is in het najaar van 2020 en in het najaar van 2021 een peiling geweest onder een groep volwassen Nederlanders, aan de hand van het MESSI-model.

Respondenten kregen 64 stellingen voorgelegd die op een 7-puntschaal positief, neutraal, of negatief konden worden gewaardeerd.

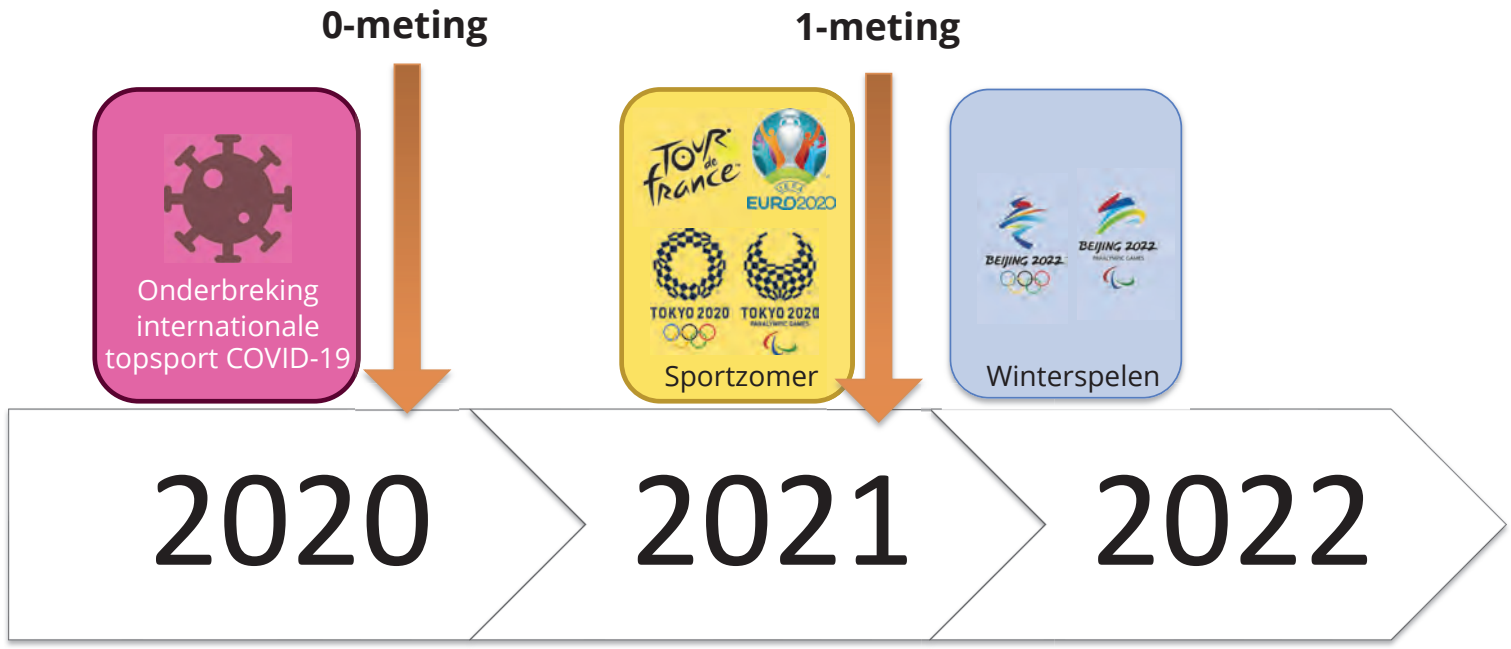
Daarnaast is een aantal andere vragen gesteld over de maatschappelijke waarde van topsport (o.a. over kijkgedrag, nationale trots en de Paralympische Spelen).
In beide gevallen is gebruik gemaakt van een panel dat representatief is voor de Nederlandse bevolking.

De vragenlijst is zowel in 2020 als in 2021 uitgezet in september, zodat het (mogelijke) effect van de sportzomer zo duidelijk mogelijk zichtbaar is (zie figuur 1). Het laatste evenement, de Paralympische Spelen eindigden op zondag 5 september. De respondentprofielen voor beide metingen waren nagenoeg gelijk voor de volgende variabelen (zie bijlage 1):

- geslacht
- leeftijd
- opleidingsniveau
- etniciteit
- stedelijkheid gemeente
- samenstelling huishouden
- lidmaatschap sportvereniging en/of sportschool

Voor sport- en beweeggedrag was het maken van een vergelijking niet mogelijk, in verband met het effect van de Coronamaatregelen.

Tijdlijn Nederlands MESSI-onderzoek



Figuur 1. Tijdslijn met meetmomenten van de 0- en 1-meting van het MESSI onderzoek

Universiteit Utrecht | mulier instituut | VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL



2. Maatschappelijke waarde van topsport (MESSI)

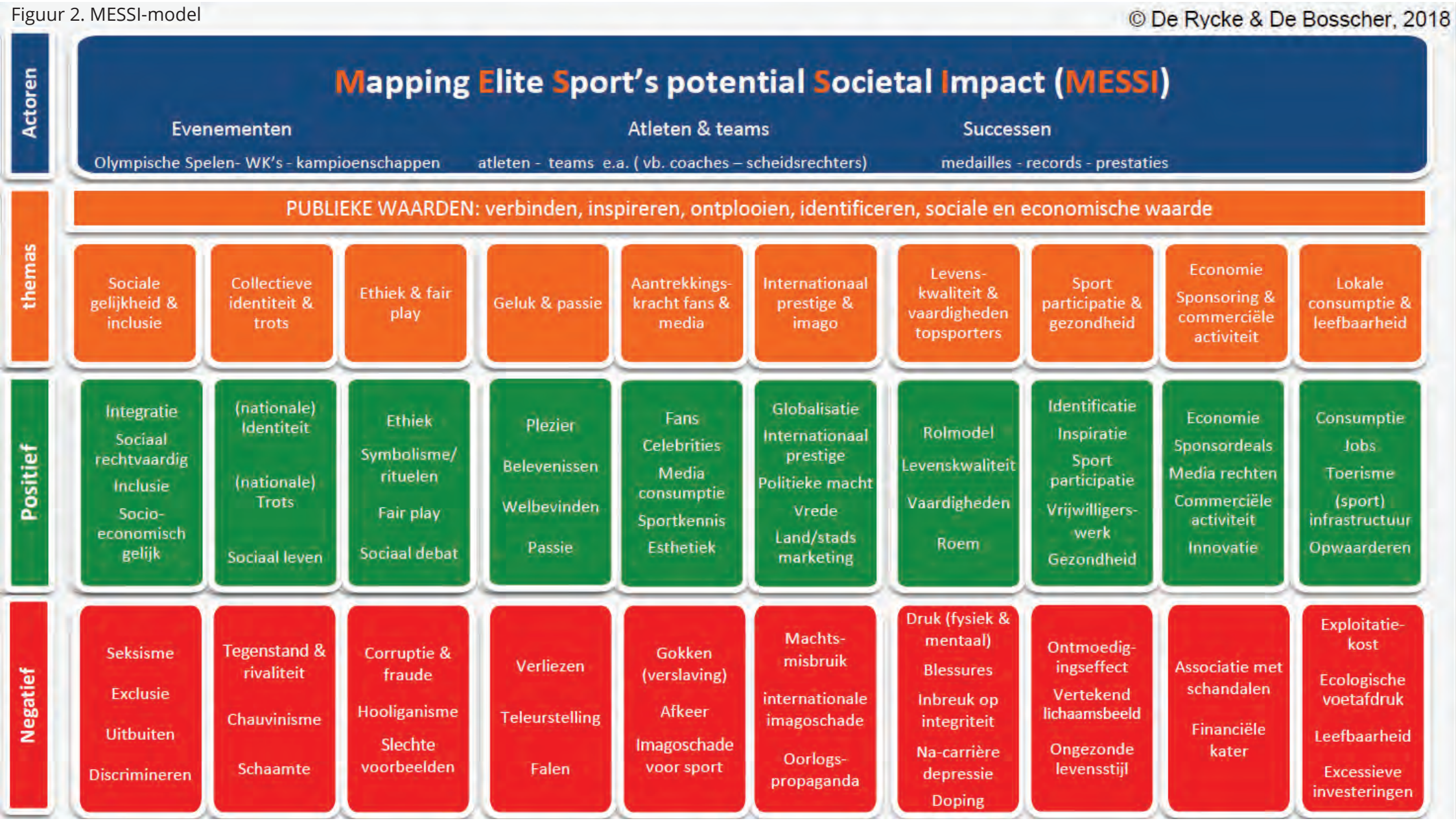
MESSI-onderzoek | Methoden

Het '**M**apping **E**lite **S**ports' potential **S**ocietal **I**mpact' (MESSI)-model maakt onderdeel uit van het bredere onderzoek naar '**S**ports **P**olicy factors **L**eading to **I**nternational **S**porting **S**uccess' (SPLISS). Het is het eerste systematische empirische onderzoek naar de maatschappelijke impact van topsport. Het MESSI-model is ontwikkeld op basis van een uitgebreide literatuurreview (De Rycke & De Bosscher, 2019). Het model biedt een overzicht van tien clusters met mogelijke maatschappelijke waarden (zowel positief als negatief) van topsport (zie figuur 2).

1. Sociale gelijkheid & inclusie
2. Gezamenlijke trots & identiteit
3. Goede manieren & sportiviteit
4. Goed gevoel & belevenissen
5. Supporteren & media
6. Internationale uitstraling & macht
7. Levenskwaliteit & vaardigheden van topsporters
8. Sportparticipatie & inspiratie
9. Economische ontwikkeling & partnerschappen
10. Lokale consumptie & ontwikkeling

Op basis van deze clusters is een meetschaal ontwikkeld, die door De Rycke, De Bosscher, Funahashi en Sotiriadou (2019) is gevalideerd. De meetschaal bevat 73 items, die een goed beeld kunnen opleveren van de maatschappelijke impact(s) van topsport. Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van het merendeel van deze items.

Figuur 2. MESSI-model



Nederlands MESSI-onderzoek | Methoden

Voor de Nederlandse context is de MESSI-schaal licht aangepast. Zo is een aantal Vlaamse woorden aangepast en een aantal begrippen gewijzigd om beter aan te sluiten bij de Nederlandse situatie (zo werd in een vraag bijvoorbeeld de zinsnede “topsport draagt bij aan een gezonde portie chauvinisme” vervangen door “topsport draagt bij aan het oranjegevoel”).

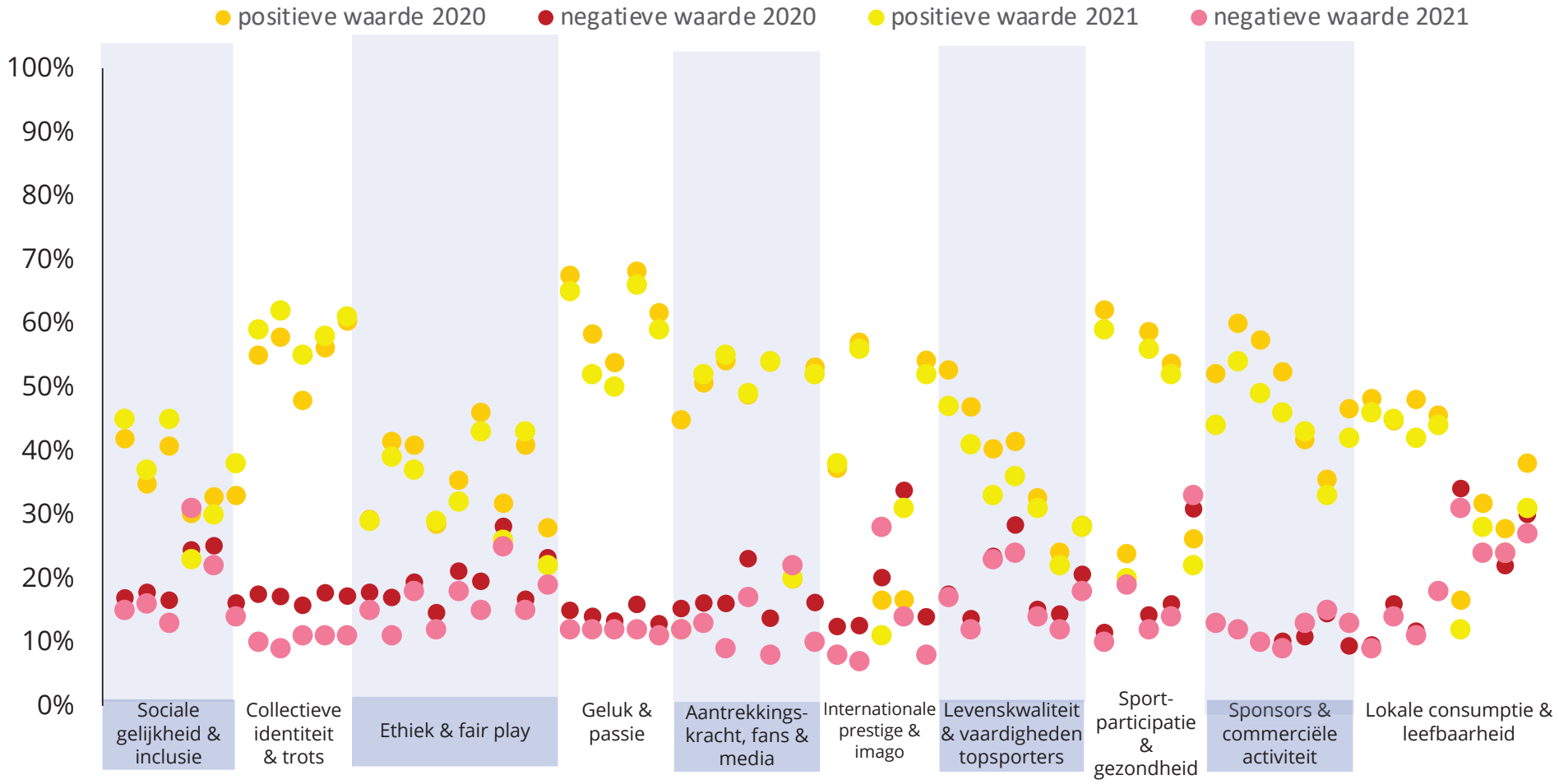
Daarnaast werd een aantal items verwijderd, omdat deze onvoldoende aansloten bij de Nederlandse situatie. Het totaal aantal items komt daarmee uit op 64. De items zijn bevraagd met gebruik van een 7-puntsschaal.Respondenten konden middels deze schaal aangeven in hoeverre zij vinden dat topsport in ons land een bepaald maatschappelijk effect heeft. Het totale overzicht van de items is te vinden in bijlage 4.

Nederlands MESSI-onderzoek | Resultaten

Uit figuur 3 blijkt dat op bijna alle 64 items de positieve waarde van topsport de negatieve waarde overstijgt. Vooral bij de items die horen bij de cluster ‘collectieve identiteit & trots’, ‘geluk & passie’, ‘aantrekkingskracht, fans & media’, ‘internationale prestige & imago’ en ‘sponsoring & commerciële activiteit’ slaat de balans duidelijk door naar positieve attitudes (geel) ten aanzien van de maatschappelijke waarde van topsport.

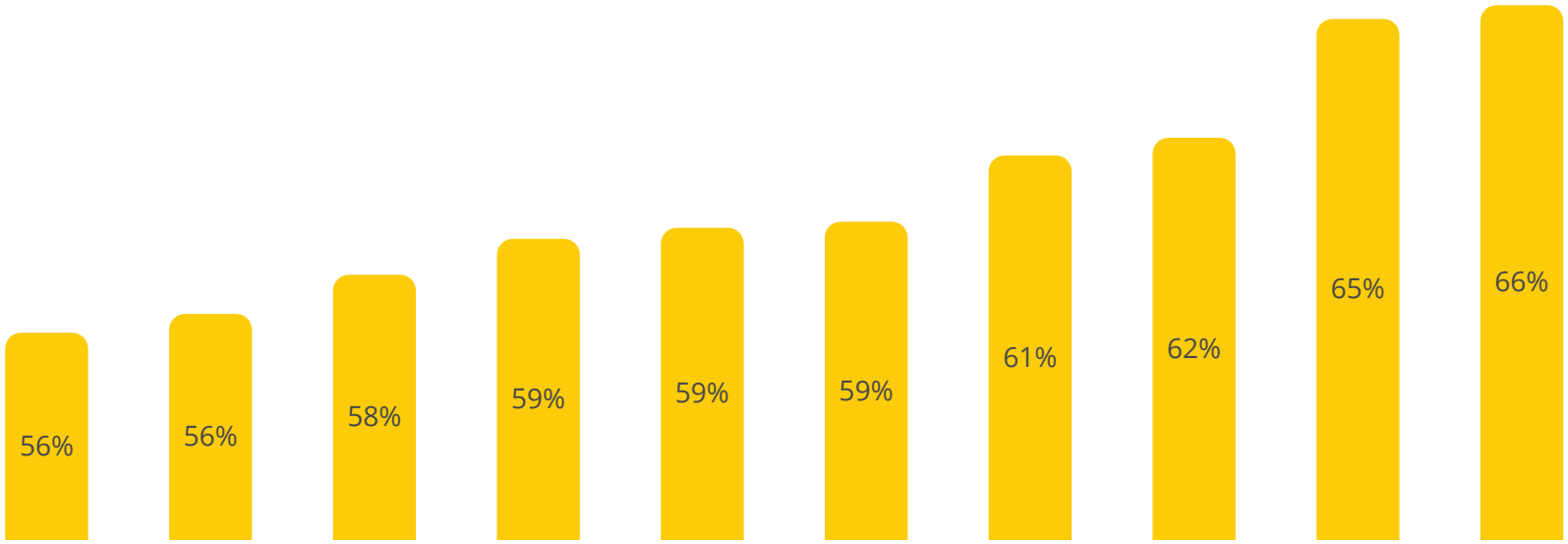
Bij de clusters ‘sociale gelijkheid & inclusie’, ‘ethiek & fair play’ en ‘lokale consumptie & leefbaarheid’ liggen de positieve en negatieve attitudes (rood) dichter bij elkaar. Toch is ook op deze clusters het aandeel Nederlanders dat een positieve maatschappelijke waarde van topsport ziet per saldo hoger dan het aandeel dat een negatieve maatschappelijke van topsport ziet.

Figuur 3. Waardering positieve en negatieve waarde van topsport op alle 64 MESSI-items door de Nederlandse bevolking



Universiteit Utrecht · mulier instituut · VUB Vrije Universiteit Brussel

Topsport...

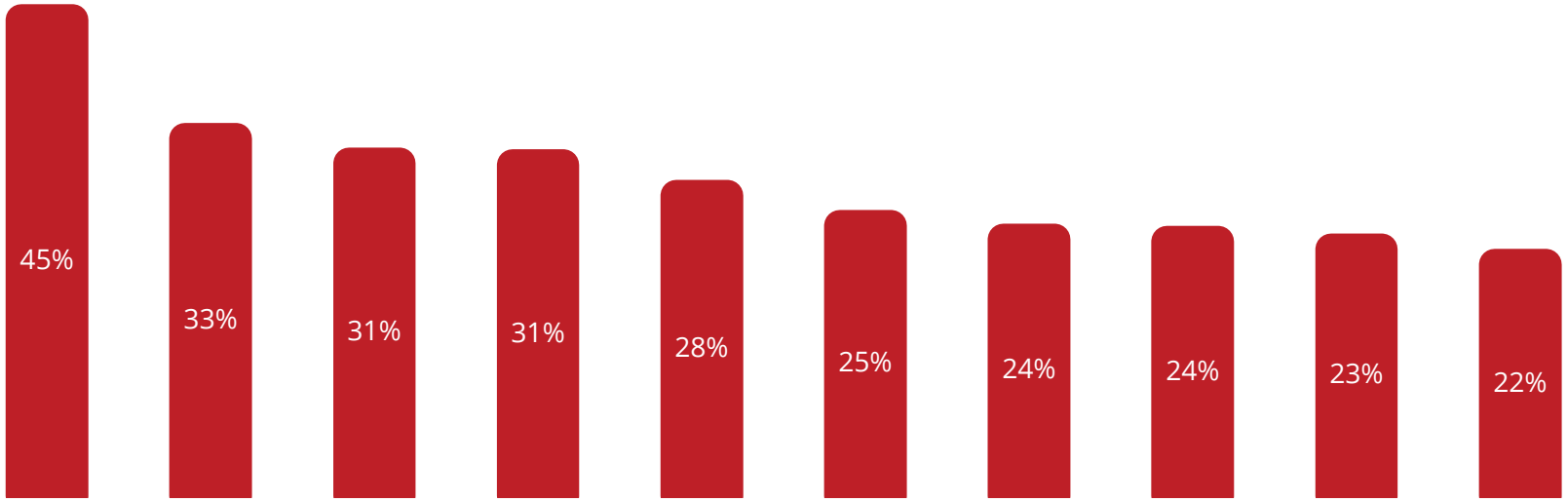


- zorgt voor passie/enthousiasme (66%)
- zorgt voor plezier/blijdschap (65%)
- maakt dat mensen zich trots voelen op hun land (62%)
- draagt bij aan het oranjegevoel (61%)
- brengt een gevoel van nationale identiteit en verbondenheid teweeg (59%)
- zorgt voor een gevoel van succes (59%)
- brengt topsporters en teams voort waar mensen zich graag mee verbonden voelen (59%)
- zorgt voor meer saamhorigheid (58%)
- toont sportprestaties die aanmoedigen om zelf te sporten (56%)
- versterkt internationale erkenning en prestige van het land (56%)

Universiteit Utrecht mulier instituut VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

Figuur 4a. Positieve maatschappelijke waarden van topsport

Topsport...



- creëert werkgelegenheid die tijdelijk is (45%)
- zet mensen aan een onrealistisch lichaamsbeeld te ontwikkelen (33%)
- heeft een negatief/schadelijke impact op het milieu (31%)
- vergroot de verschillen tussen arme en rijke mensen (31%)
- doet de populariteit van politici afnemen (28%)
- bevordert agressie/geweld (25%)
- bezorgt topsporters ernstige schade aan hun gezondheid (bv. door blessures/ overbelasting) (24%)
- leidt tot (jarenlange) investeringen die onverantwoord hoog zijn (24%)
- legt een druk op topsporters die onverantwoord hoog is (23%)
- verlaagt de algemene kennis van wat sport is (22%)

Universiteit Utrecht mulier instituut VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

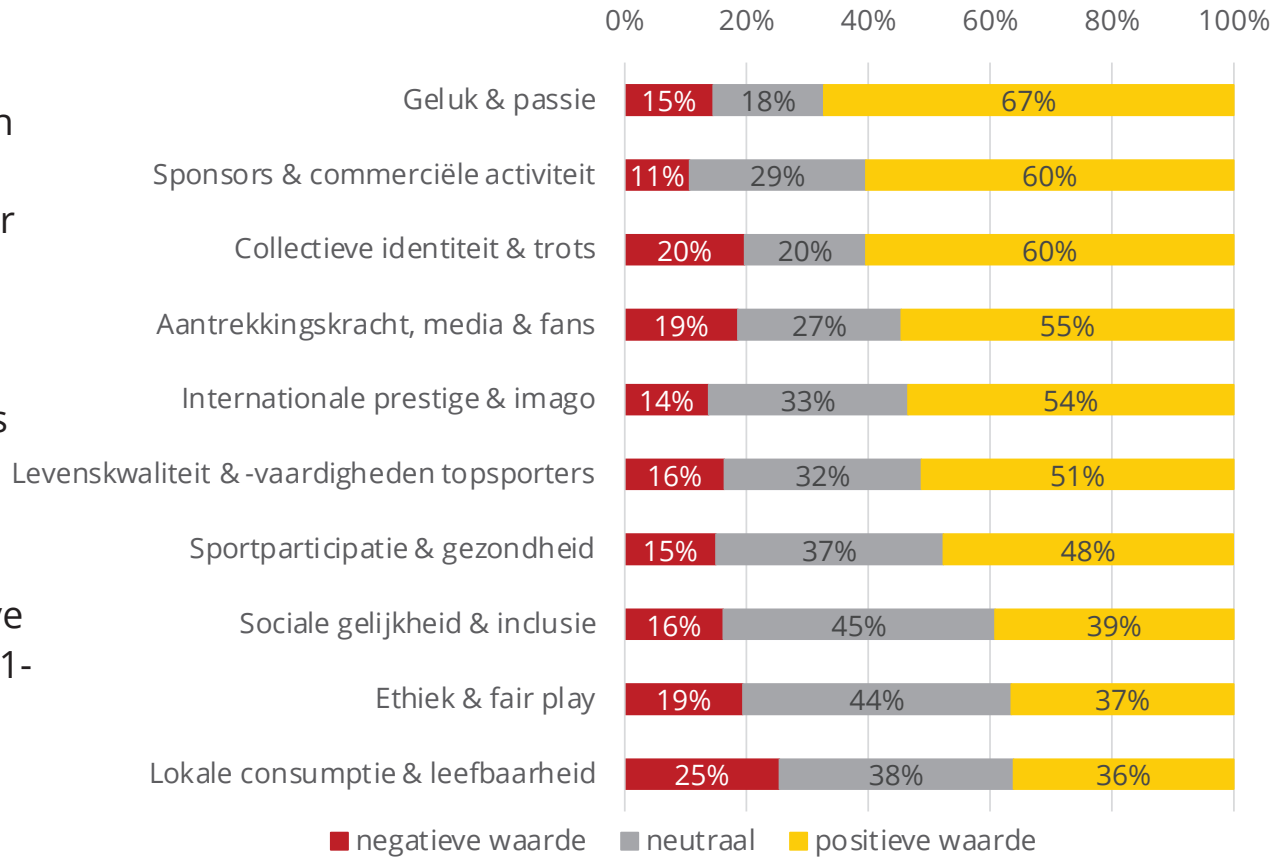
Figuur 4b. Negatieve maatschappelijke waarden van topsport

Positieve en negatieve waardering

Zowel in 2020 als in 2021 overstijgt de positieve maatschappelijke waarde de negatieve waarde van topsport. Op alle clusters is, in perceptie van de Nederlandse bevolking, de kracht van sport sterker dan de negatieve effecten die topsport met zich meebrengt.

Als gevolg van de sportzomer is men per saldo iets positiever over de maatschappelijke waarde gaan Denken (zie figuur 5a voor de 0-meting in 2020 en figuur 5b voor 1-meting in 2021).
Vooral het aandeel Nederlanders dat een negatieve perceptie heeft, is afgenomen. Daarnaast is bij de 1-meting een groter aandeel Nederlanders positief over de kracht van sport voor (collectieve) identiteitsvorming en trots.

Figuur 5a. Perceptie van de Nederlandse bevolking over positieve en negatieve waarde van topsport voor alle MESSI-clusters bij 0- en 1-meting (2020)[1]



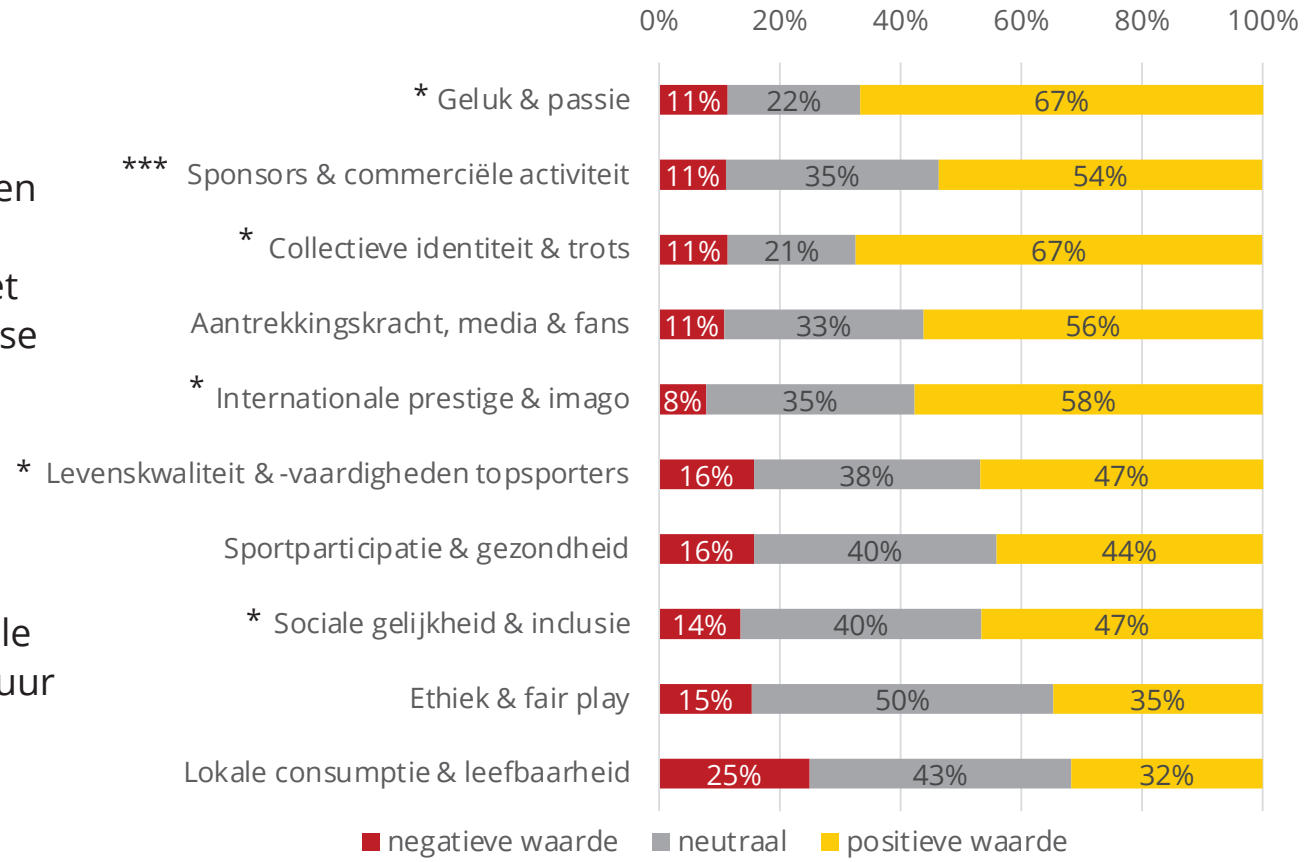
[1] De percentages in deze grafiek wijken iets af van de eerder gepubliceerde factsheet in dit project (van der Roest et al., 2020). Voor de vergelijkbaarheid zijn de clusters zijn iets aangepast, zodat in de 0- en 1-meting exact dezelfde items onder de clusters vallen.

Positieve en negatieve waardering

Vergelijking 0- en 1-meting per cluster

De vergelijking op clusterniveau van de MESSI-clusters laat zien dat vooral de clusters die worden geassocieerd met ‘feelgood’-factoren, nationale trots en de commerciële waarde van topsport het hoogst worden gewaardeerd door de Nederlandse bevolking. De clusters die de laatste jaren onder een vergrootglas liggen in de media (o.a. issues rondom topsportcultuur, mensenrechten en discriminatie) krijgen minder positieve waarderingen. Opvallend genoeg is het aandeel negatieve waarden in grote lijnen gelijk tussen alle clusters, zowel in 2020 (figuur 5a) als in 2021 (figuur 5b). Het verschil tussen de hoogste (25%) en de laagste (8%) clusterscore is wel iets groter geworden.

Figuur 5b. Perceptie van de Nederlandse bevolking over positieve en negatieve waarde van topsport voor alle MESSI-clusters bij 0- en 1-meting (2021)

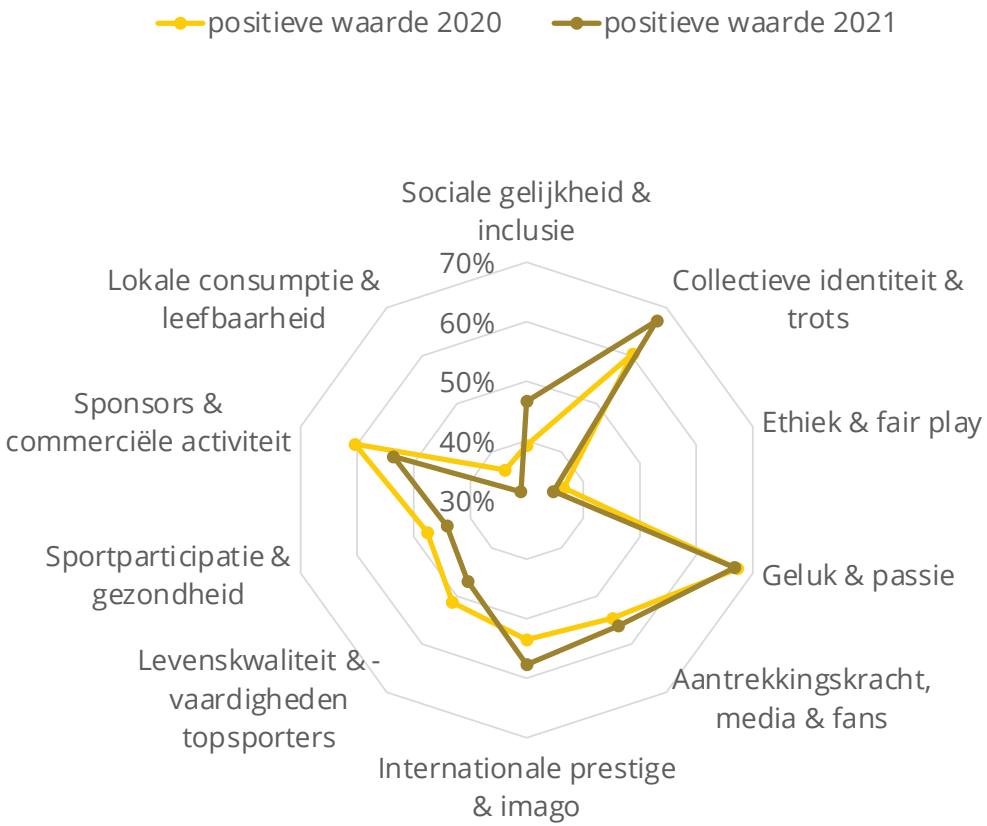


*** p<0.001.
** p<0.01.
* p<0.05.

Het sportzomer-effect?

De vergelijking tussen beide meetmomenten levert een aantal interessante inzichten op. Allereerst is duidelijk dat het patroon in beide metingen ongeveer gelijk is. Dat betekent dat er geen grote verschuivingen zijn opgetreden in de maatschappelijke waardering van topsport als gevolg van de sportzomer. De grootste toenames zijn zichtbaar in ‘sociale gelijkheid & inclusie’ en in ‘collectieve trots en identiteit’. Daarnaast is juist een afname te zien van de positieve waardering van de waarde voor ‘sponsors & commerciële activiteit’

Figuur 6. Vergelijking van de perceptie van de Nederlandse bevolking over positieve waarde van topsport voor alle MESSI-clusters bij 0- en 1-meting (%)

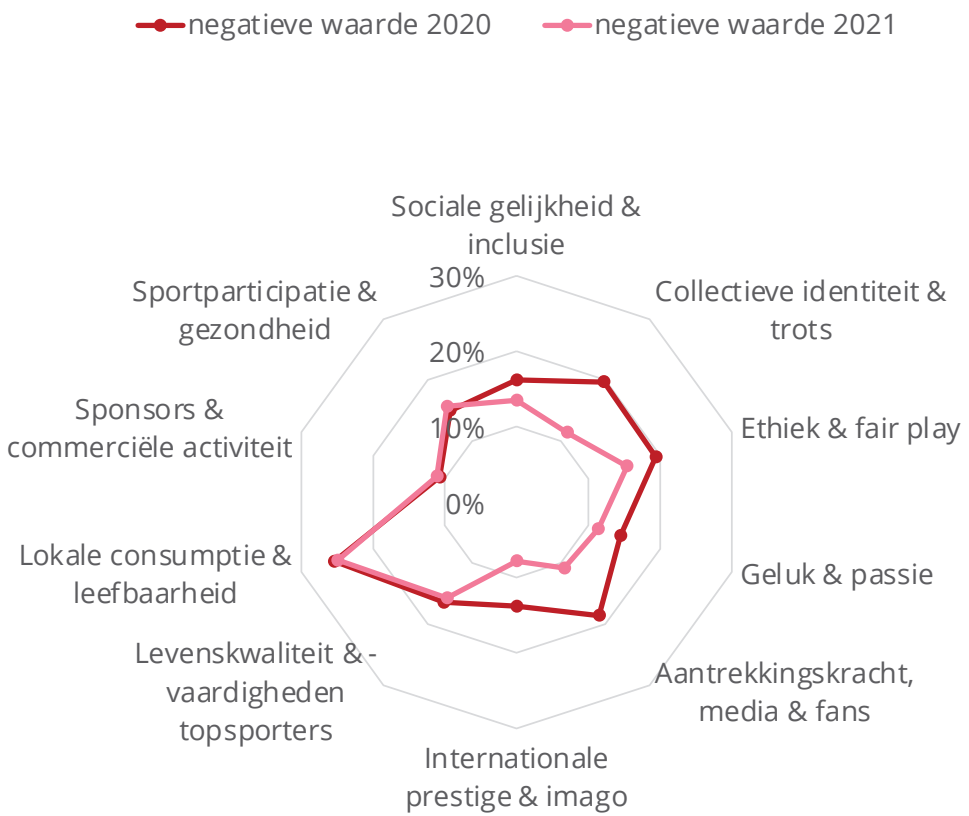


Universiteit Utrecht
mulier instituut
VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

Het sportzomer-effect?

Bij de waardering van de negatieve waarden van topsport valt op dat de sportzomer (mogelijk) een dempende werking heeft gehad. In 2021 werden onder andere de stellingen op het gebied van collectieve identiteit en trots (rivaliteit, chauvinisme), internationale prestige en imago en van aantrekkingskracht, media en fans minder vaak negatief gewaardeerd ten opzichte van 2020.

Figuur 7. Vergelijking van de perceptie van de Nederlandse bevolking over positieve waarde van topsport voor alle MESSI-clusters bij 0- en 1-meting (%)



Universiteit Utrecht · mulier instituut · VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

Het sportzomer-effect?

- Er zijn lichte verschuiving zichtbaar in de positieve waarden die worden toegekend aan topsport. In lijn met voorgaand onderzoek (Elling, Van Hilvoorde & Van den Dool, 2010) is er direct na grote topsportevenementen een opleving te zien van de nationale trots en de waarde die topsport heeft voor het internationale aanzien van Nederland. Daarnaast lijkt de sportzomer een dempende invloed te hebben op de negatieve maatschappelijke waarde(n) van topsport.

- Daarnaast lijkt sprake te zijn van een invloed van de (sport)media op het beeld dat Nederlanders hebben van de maatschappelijke waarde van topsport. Media-aandacht voor thema's als sociale gelijkheid & inclusie en levenskwaliteit en vaardigheden van topsporters zijn terug te zien in de waardering van Nederlanders voor topsport.

Het sportzomer-effect?

- Binnen het cluster ‘sociale gelijkheid & inclusie’ is de grootste toename te zien in het item waarin de waarde van topsport voor het bestrijden van racisme is uitgevraagd. Mogelijk hangt deze toename samen met de aandacht die het afgelopen jaar is uitgegaan naar de Black Lives Matter-beweging en de manier waarop topsporters zich hierover hebben uitgesproken.

- In het cluster ‘collectieve trots en identiteit’ is de grootste toename te zien bij de potentie van topsport om de kans op sociale contacten te vergroten. Mogelijk heeft de sportzomer een rol gespeeld in het faciliteren van sociale contacten, terwijl dat in de periode daarvoor door Coronabeperkingen juist moeilijk was.

Zorgen met betrekking tot topsport

- Hoewel de sportzomer een dempende werking lijkt te hebben gehad op de veronderstelde negatieve waarde(n) van topsport, blijft een aantal zorgen met betrekking tot de invloed van de topsport staan.

- Vooral rondom duurzaamheid spelen zorgen van de Nederlandse bevolking. De impact op het milieu en de (jarenlange) investeringen in de topsport vindt niet iedereen aanvaardbaar (zie figuur 4b).

- Daarnaast lijkt de topsport soms als scheidslijn in de samenleving te fungeren. Topsport zou volgens een deel van de Nederlandse bevolking aanzetten tot een onrealistisch lichaamsbeeld, de verschillen tussen rijk en arm vergroten en agressie en geweld in de samenleving bevorderen.

Het tweesnijdend zwaard van de topsport

- Interessant is dan ook dat juist de elementen die zorgen voor de veronderstelde positieve waarde(n) van topsport óók de elementen zijn die negatieve waarden oproepen. De topsport is, wellicht meer dan andere onderdelen van het maatschappelijk leven, in staat om (heftige) emoties op te roepen. Deze emoties kunnen zorgen voor ***feelgood*** en ***verbondenheid***, maar ze kunnen tegelijkertijd zorgen voor scheidslijnen in de samenleving als het gaat om (collectieve) identiteitsvorming.



3. Trots op Nederlandse prestaties

Howcheng, CC BY-SA 4.0 <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>, via Wikimedia Commons

Trots op Nederlandse prestaties

De prestaties van de Nederlandse sporters in de sportzomer sprongen in het oog. Het Nederlands mannenvoetbalelftal stelde teleur met een uitschakeling in de achtste finales tegen Tsjechië, maar andere Nederlandse sporters presteerden (zeer) goed. Opvallend waren de prestaties van de Nederlandse wielrenners in de Tour de France, Max Verstappen bij de GP van Zandvoort en de prestaties van de Olympische en Paralympische ploeg. Zij behaalden in totaal 36 Olympische en 59 Paralympische medailles.

De teleurstellende prestaties van de voetballers is terug te zien in de trots van Nederlanders. Slechts **vijftien procent** van de ondervraagden is (zeer) trots op de prestaties van het Nederlands Elftal.

De prestaties van de Nederlandse Olympiërs levert meer trots op onder de Nederlandse bevolking. **73%** van de ondervraagden is (zeer) trots. De prestaties van de Nederlandse Paralympiërs leveren ook een hoge mate van trots op: **69%** geeft aan hier (zeer) trots op te zijn.

Universiteit Utrecht
mulier instituut
VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

Trots op Nederlandse prestaties



64% van de respondenten is (zeer) trots op de Olympische gouden medailles van de Nederlandse wielrenners op baan en weg tijdens *Tokyo 2020*



68% van de respondenten is (zeer) trots op de Olympische (gouden) medailles van Sifan Hassan tijdens *Tokyo 2020*



62% van de respondenten is (zeer) trots op de Olympische gouden medaille van de Nederlandse hockeyvrouwen tijdens *Tokyo 2020*

4. Paralympische gouden medaille rolstoelbasketbalvrouwen **58%**;
5. Winst GP Nederland Max Verstappen[1] **57%**; Paralympische gouden medailles Jetze Plat **57%**.

[1]De dataverzameling werd afgerond voordat Max Verstappen wereldkampioen Formule 1 werd.

Trots op Nederlandse prestaties

Bij de 0-meting vroegen we op welke prestaties van Nederlandse topsporters in de tien jaar daarvoor (2011-2020) Nederlanders het meest trots zijn.

De top-vijf bestaat bijna geheel uit prestaties van vrouwen. Dit valt te verklaren doordat vrouwen over het algemeen trotser zijn op prestaties van vrouwelijke topsporters. Bij mannen is de trots op prestaties minder geslachtsafhankelijk. Een uitzondering is de gouden medaille van Epke Zonderland: hier zijn vrouwen net zo trots op als mannen.

Prestatie	Percentage van de Nederlanders dat (zeer) trots is op deze prestatie.
1. De finaleplaats van de Oranje Leeuwinnen op het WK Voetbal 2019	68%
2. Goud voor Epke Zonderland op de rekstok op de Olympische Spelen in 2012.	64%
3. De (vijfde) gouden medaille van Ireen Wüst op de 1500m op de Olympische Winterspelen 2018, waarmee ze de meest succesvolle Olympiër werd.	64%
4. Het WK-goud van Dafne Schippers op de 200m tijdens het WK Atletiek 2015.	62%
5. Goud voor Ranomi Kromowidjojo op de 50m en 100m vrije slag op de Olympische Spelen in 2012.	59%
6. De eindwinst van de Giro d'Italia door Tom Dumoulin in 2017.	58%
7. Het bereiken van de halve finale door het Nederlands mannenelftal tijdens het WK voetbal in 2014.	57%
8. De eerste Grand Prix-overwinning van Max Verstappen in Spanje in 2016.	53%
9. De vierde achtereenvolgende gouden medaille van Esther Vergeer op de Paralympische Spelen 2012.	52%
9. De 11stedenzwemtocht van Maarten van der Weijden in 2019	52%

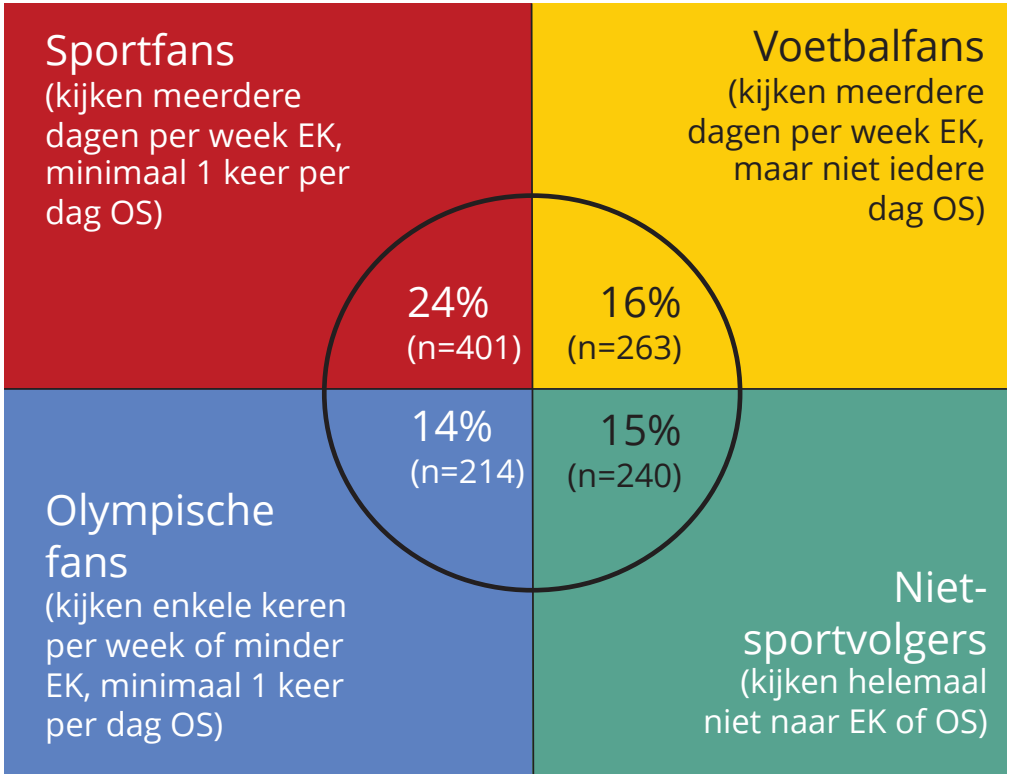
Universiteit Utrecht
mulier instituut
VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL



4. Profielen

Fanprofielen

De maatschappelijke waarde van sport wordt vanzelfsprekend niet door alle Nederlanders op eenzelfde manier ervaren. Op de volgende pagina's wordt aan de hand van fanprofielen meer inzicht gegeven in de manier waarop verschillende Nederlanders kijken naar de maatschappelijke waarden van topsport. Er zijn vier profielen vastgesteld aan de hand van de mediaconsumptie tijdens de sportzomer. Deze profielen zijn in figuur 8 zijn weergegeven.



gemiddelde kijker (kijken enkele keren per week OS en EK)
(30,6%, n=523)

Figuur 8. Fanprofielen op basis van mediaconsumptie tijdens de sportzomer

Universiteit Utrecht · mulier instituut · VUB Vrije Universiteit Brussel

Fanprofielen

Op de volgende pagina's is weergegeven welke variabelen een relatie hebben met een positieve of negatieve score op de maatschappelijke waarde van sport. Alle MESSI-clusters zijn herberekend naar een positieve of negatieve score op ieder cluster, aan de hand van de scores op de MESSI-items.

Vervolgens is aan de hand van logistische regressie onderzocht of de verschillende fanprofielen een positieve of negatieve relatie hebben met de maatschappelijke waarden. Hierbij is gecontroleerd voor geslacht, leeftijd, opleiding en inkomen.

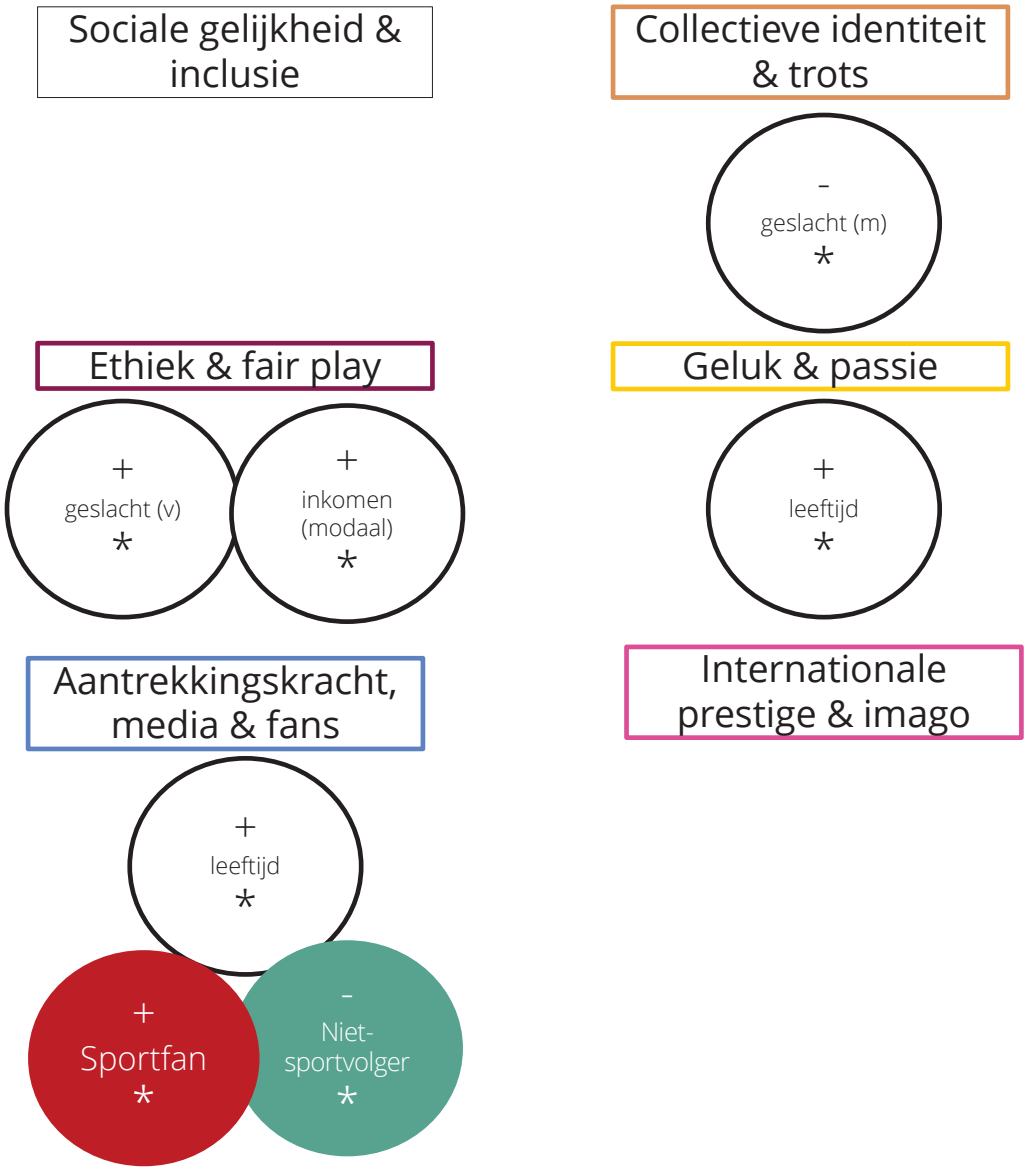
In de analyses worden de profielen steeds afgezet tegen de gemiddelde kijker: de mensen die enkele keren per week naar EK en OS keken. Een significant resultaat geeft dus aan of deze groep verschilt van de gemiddelde kijker.

De bolletjes geven aan welke variabelen een positieve (+) of negatieve (-) relatie hebben met het cluster. De sterretjes zijn een indicatie van het significantieniveau.

Fanprofielen

Op een aantal clusters zijn sportfans eerder geneigd om de maatschappelijke waarde van topsport positief te waarderen dan de gemiddelde kijker. Opvallend genoeg geldt dit niet voor de voetbalfans en de olympische fans. Zij scoren op de meeste clusters niet significant anders dan de gemiddelde kijker.

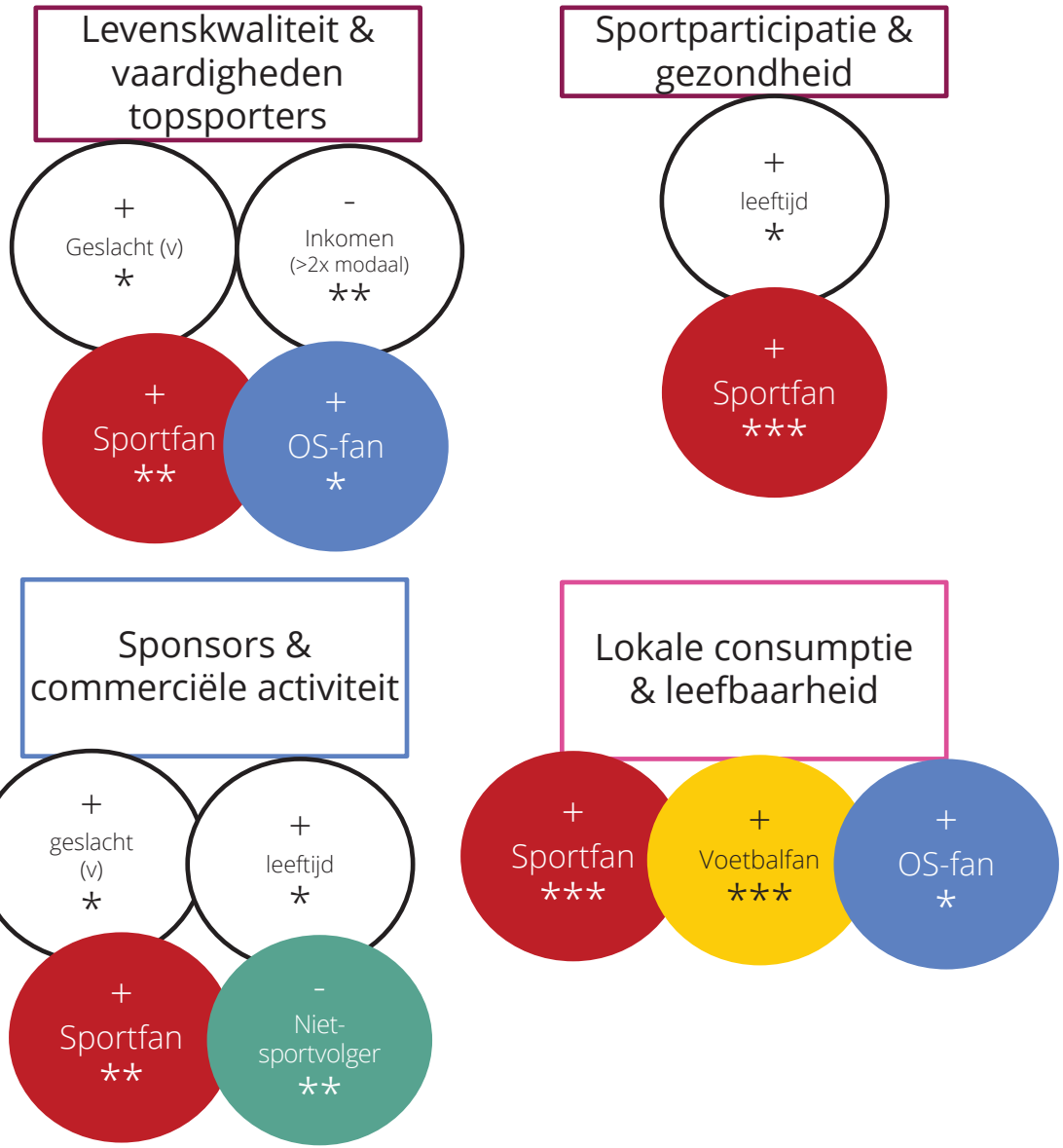
Ook de niet-sportvolgers scoren over het algemeen niet significant anders dan de gemiddelde kijker. Een verdere verkenning van de data (zie bijlage 3) laat zien dat niet-sportvolgers vooral vaker 'neutraal' over de maatschappelijke waarde van topsport zijn dan andere groepen. Overigens is een heel laag aandeel niet-sportvolgers negatief over de waarde van topsport voor collectieve identiteit & trots en internationale prestige & imago.



*** p<0.001.
** p<0.01.
* p<0.05.

Fanprofielen

Sportfans en olympische fans denken over het algemeen positiever over de maatschappelijke waarde van topsport op thema's die in de afgelopen tijd veel in het nieuws zijn geweest. Zowel bij het cluster 'levenskwaliteit & vaardigheden topsporters' als 'lokale consumptie & leefbaarheid' zijn deze groepen positiever dan de gemiddelde kijker.



Universiteit Utrecht | mulier instituut | VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

*** p<0.001.
** p<0.01.
* p<0.05.

Fanprofielen: trots op Nederlandse prestaties

	Sportfans	Voetbal-fans	Olympische fans	Niet-sportfans
de Olympische (gouden) medailles van Sifan Hassan	90%	75%	87%	28%
de Olympische gouden medailles van de Nederlandse wielrenners op baan en weg	91%	72%	84%	27%
de Olympische gouden medaille van de Nederlandse hockeyvrouwen	87%	71%	81%	29%
Paralympische gouden medailles Jetze Plat	84%	66%	82%	29%
Paralympische gouden medaille rolstoelbasketbalvrouwen	83%	65%	79%	29%
Winst GP Nederland Max Verstappen	79%	68%	60%	36%

Fanprofielen: opvallende verschillen

- Een nadere analyse van de items waarop sportfans en olympische fans positiever zijn levert interessante informatie op: sportfans zijn meer geneigd te denken dat topsport een ‘wenselijke druk’ op topsporters oplevert en hen een betere gezondheid bezorgt dan de gemiddelde kijkers. Bij Olympische fans zijn deze verschillen niet zo duidelijk te zien.

- Daarnaast zijn sportfans en voetbalfans veel positiever dan andere respondenten over (de verantwoording van) de kosten van sportevenementen en de waarde van sportinfrastructuur voor een land. Ook hier zijn de verschillen tussen olympische fans en andere respondenten minder groot.

Fanprofielen: opvallende verschillen

- Daarnaast lijkt sprake te zijn van een belangrijke invloed van de (sport)media op het beeld dat Nederlanders hebben van de maatschappelijke waarde van topsport. Media-aandacht voor thema's als sociale gelijkheid & inclusie en levenskwaliteit en vaardigheden van topsporters zijn duidelijk terug te zien in de waardering van Nederlanders voor topsport.

Referenties

De Rycke, J., De Bosscher, V. (2018). De maatschappelijke waarde van topsport: Hoe denkt de Vlaming erover? In: F & G Partners, *Praktijkgids Sportmanagement* (p. 83-116).

De Rycke, J., De Bosscher, V., Funahashi, H., & Sotiriadou, P. (2019). Public perceptions of the societal impact of elite sport: Scale development and testing. *Journal of Sport Management*, 33 (6), 560–571. https://doi.org/10.1123/jsm.2018-0295

Funahashi, H., De Bosscher, V., & Mano, Y. (2015). Understanding public acceptance of elite sport policy in Japan: a structural equation modelling approach. *European Sport Management Quarterly*, *15*(4), 478-504.

Hallmann, K., Rossi, L., Breuer, C., & Ilgner, M. (2020). Determinants of public perception of elite sport. *International Journal of Sport Policy and Politics*, *12*(3), 439-453.

Hoekstra, W.B. (2019). Verbetering verantwoording en begroting [Kamerstuk]. Geraadpleegd van https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-31865-126.html

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS), NOC*NSF & Vereniging Sport & Gemeenten (VSG). (2019). *Deelakkoord 6 'Topsport die Inspireert' onderdeel van het Nationaal Sportakkoord.* Den Haag: VWS.

Rijksoverheid (z.d.). Topsport. Geraadpleegd van https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/sport-en-bewegen/topsport

Van der Roest, J., Dopheide, M., Balk, L., Elling, A., De Rycke, J. & De Bosscher, V. (2020). *Maatschappelijke waarde van de Nederlandse topsport.* Utrecht/Brussel: Universiteit Utrecht/Mulier Instituut/Vrije Universiteit Brussel.



5. Bijlagen

Bijlage 1: demografische gegevens

0-meting
(september 2020)

N=1.507

Geslacht	Man	51%
	Vrouw	49%
Leeftijd	18-44	40%
	45-64	35%
	65+	25%
Opleiding	Laag	25%
	Middelbaar	43%
	Hoog	33%

Inkomen (huishouden)	Beneden modaal	23%
	Bijna modaal tot 2x modaal	62%
	>2x modaal	20%
Stedelijkheid	(Zeer) sterk	47%
	Matig	20%
	Weinig/niet	33%
Beschouwt u zichzelf als Nederlander?	Heel erg	81%
	Een beetje	16%
	Niet (echt)	4%

Universiteit Utrecht mulier instituut VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

Bijlage 1: demografische gegevens

1-meting
(september 2021)

N=1.644

Geslacht	Man	49%
	Vrouw	50%
Leeftijd	18-44	42%
	45-64	35%
	65+	23%
Opleiding	Laag	22%
	Middelbaar	40%
	Hoog	38%

Inkomen (huishouden)	Beneden modaal	25%
	Bijna modaal tot 2x modaal	58%
	>2x modaal	17%
Stedelijkheid	(Zeer) sterk	55%
	Matig	14%
	Weinig/niet	32%
Beschouwt u zichzelf als Nederlander?	Heel erg	67%
	Een beetje	27%
	Niet (echt)	5%

Universiteit Utrecht mulier instituut VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

Bijlage 2: demografie fanprofielen

Sportfans
(kijken meerdere dagen per week EK, minimaal 1 keer per dag OS)

24%
(n=401)

Geslacht	Man	61%
	Vrouw	39%
Leeftijd	18-44	32%
	45-64	44%
	65+	24%
Opleiding	Laag	25%
	Middelbaar	39%
	Hoog	36%

Inkomen (huishouden)	Beneden modaal	22%
	Bijna modaal tot 2x modaal	58%
	>2x modaal	20%
Stedelijkheid	(Zeer) sterk	54%
	Matig	16%
	Weinig/niet	30%
Beschouwt u zichzelf als Nederlander?	Heel erg	72%
	Een beetje	25%
	Niet (echt)	3%

Universiteit Utrecht mulier instituut VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

Bijlage 2: demografie fanprofielen

Voetbalfans

(kijken meerdere dagen per week EK, maar niet iedere dag OS)

16%
(n=263)

Geslacht	Man	65%
	Vrouw	35%
Leeftijd	18-44	50%
	45-64	33%
	65+	17%
Opleiding	Laag	21%
	Middelbaar	45%
	Hoog	33%

Inkomen (huishouden)	Beneden modaal	21%
	Bijna modaal tot 2x modaal	60%
	>2x modaal	19%
Stedelijkheid	(Zeer) sterk	60%
	Matig	11%
	Weinig/niet	29%
Beschouwt u zichzelf als Nederlander?	Heel erg	68%
	Een beetje	25%
	Niet (echt)	8%

Universiteit Utrecht mulier instituut VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

Bijlage 2: demografie fanprofielen

Olympische fans

(kijken enkele keren per week of minder EK, minimaal 1 keer per dag OS)

14%
(n=214)

Geslacht	Man	32%
	Vrouw	66%
Leeftijd	18-44	26%
	45-64	42%
	65+	32%
Opleiding	Laag	30%
	Middelbaar	36%
	Hoog	33%

Inkomen (huishouden)	Beneden modaal	23%
	Bijna modaal tot 2x modaal	62%
	>2x modaal	15%
Stedelijkheid	(Zeer) sterk	52%
	Matig	15%
	Weinig/niet	33%
Beschouwt u zichzelf als Nederlander?	Heel erg	71%
	Een beetje	24%
	Niet (echt)	5%

Universiteit Utrecht mulier instituut VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

Bijlage 2: demografie fanprofielen

Niet-sportvolgers
(kijken helemaal niet naar EK of OS)

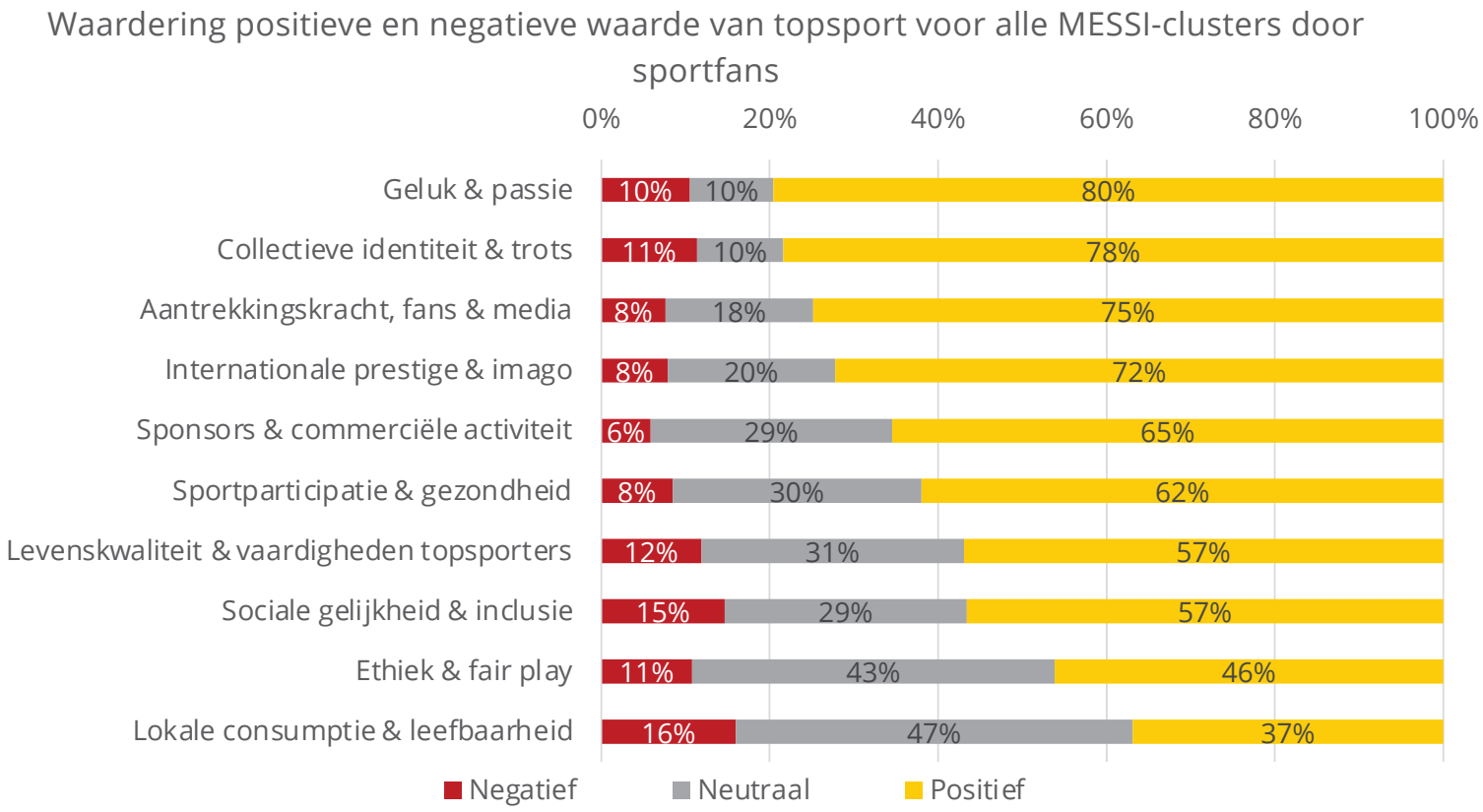
15%
(n=240)

Geslacht	Man	38%
	Vrouw	62%
Leeftijd	18-44	35%
	45-64	42%
	65+	23%
Opleiding	Laag	27%
	Middelbaar	43%
	Hoog	30%

Inkomen (huishouden)	Beneden modaal	37%
	Bijna modaal tot 2x modaal	52%
	>2x modaal	10%
Stedelijkheid	(Zeer) sterk	54%
	Matig	11%
	Weinig/niet	35%
Beschouwt u zichzelf als Nederlander?	Heel erg	62%
	Een beetje	31%
	Niet (echt)	7%

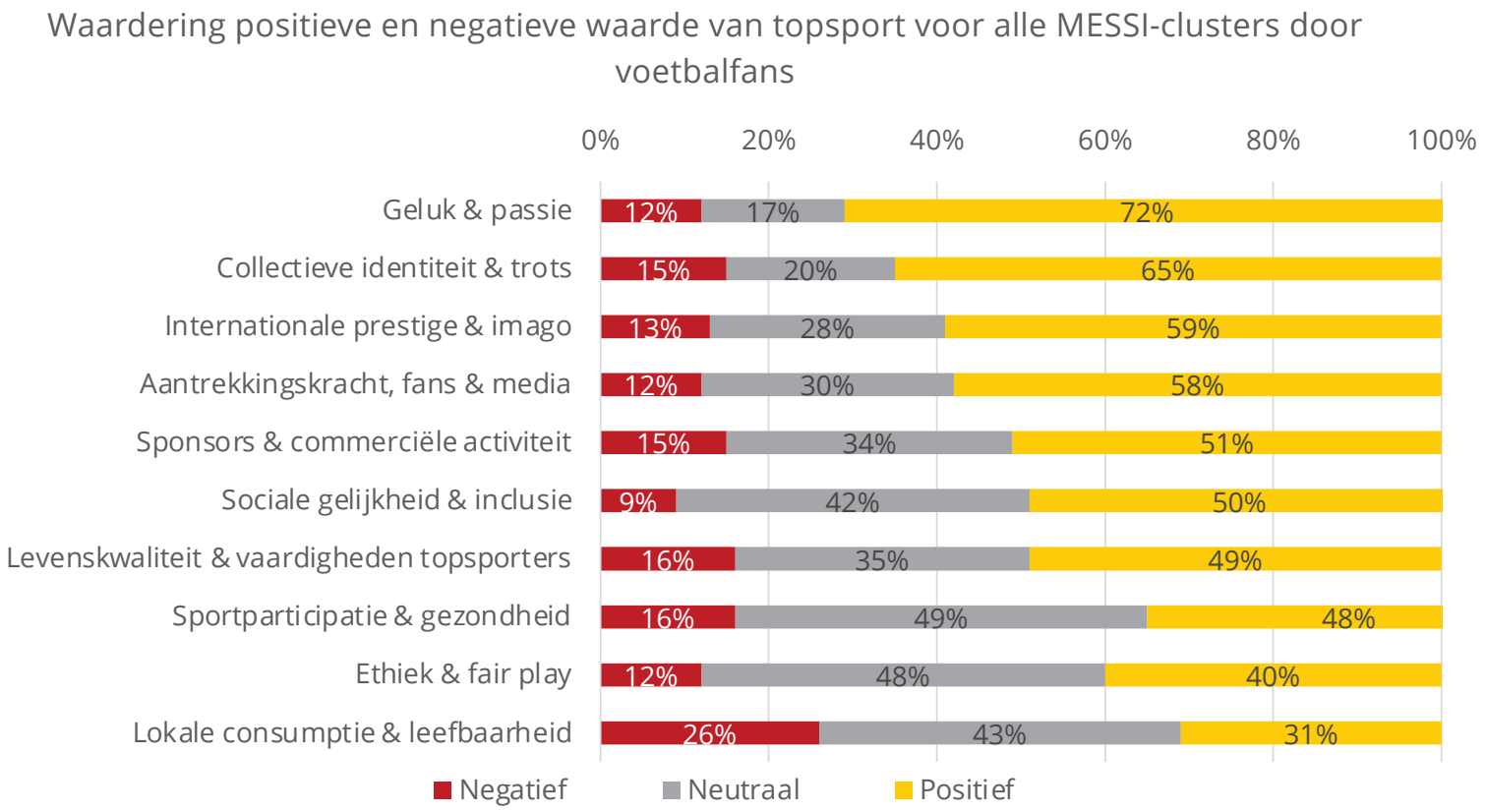
Universiteit Utrecht · mulier instituut · VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

Bijlage 3: MESSI-uitkomsten fanprofielen



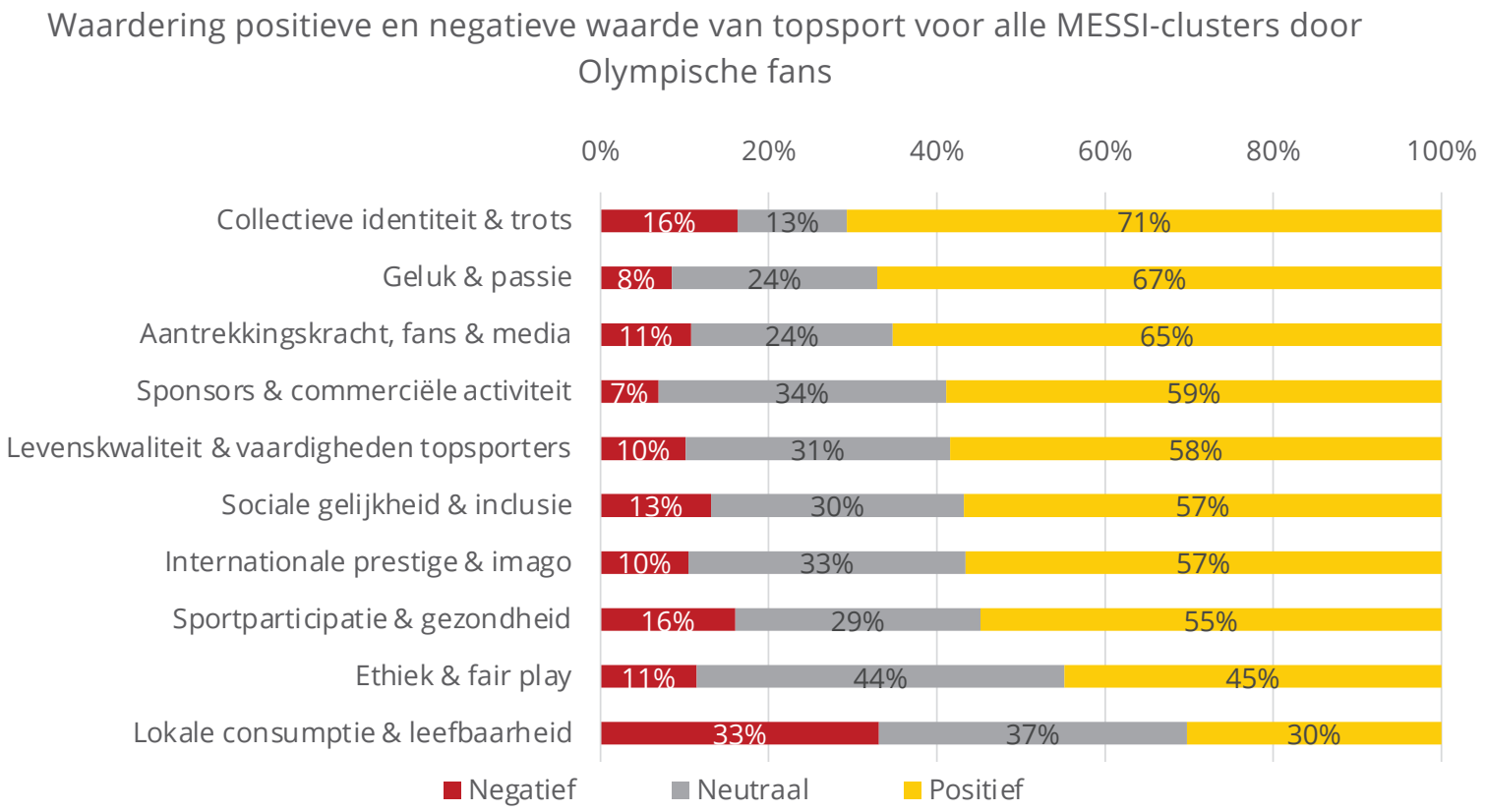
Universiteit Utrecht mulier instituut VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

Bijlage 3: MESSI-uitkomsten fanprofielen



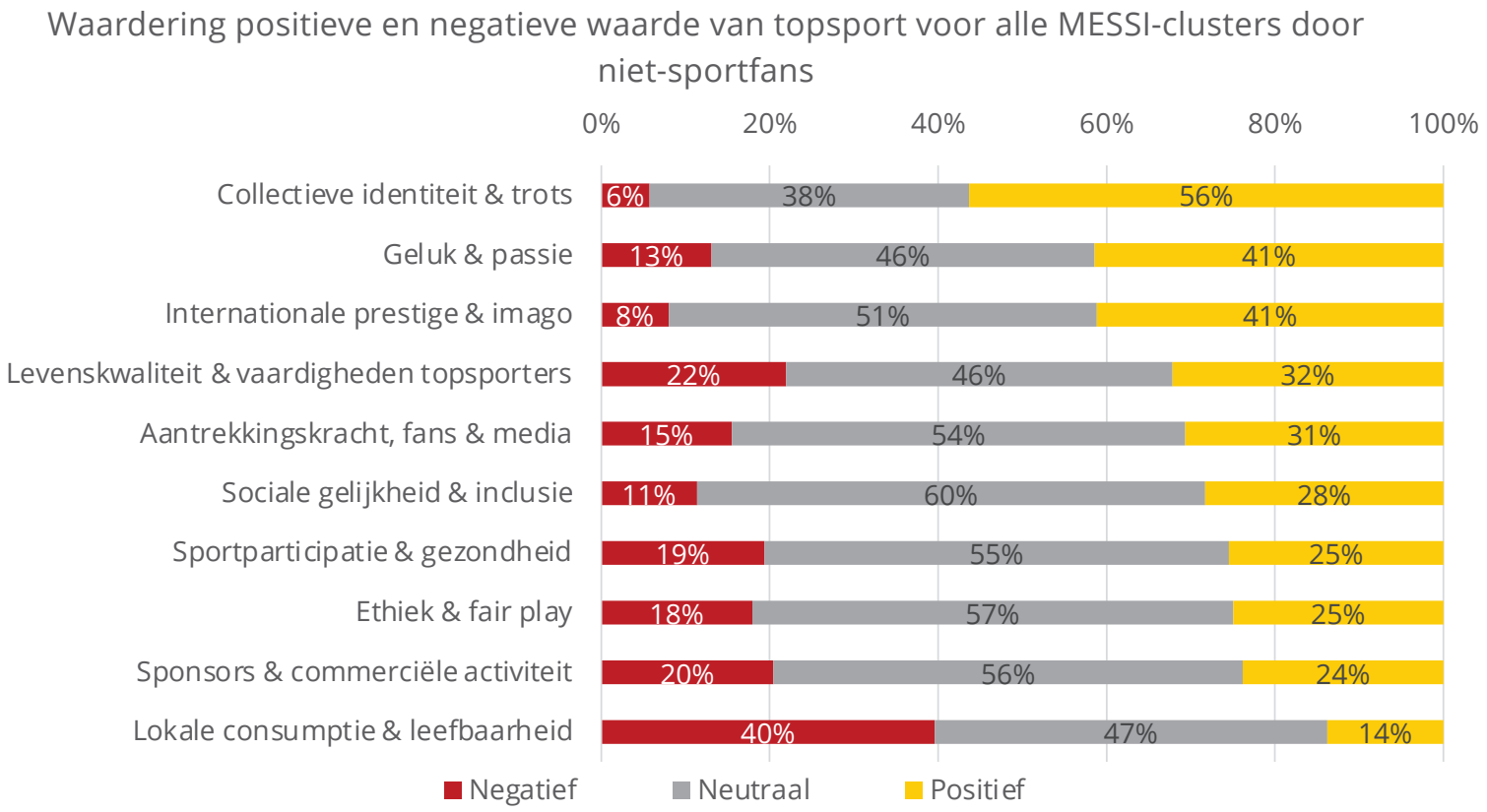
Universiteit Utrecht mulier instituut VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

Bijlage 3: MESSI-uitkomsten fanprofielen



Universiteit Utrecht mulier instituut VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

Bijlage 3: MESSI-uitkomsten fanprofielen



Universiteit Utrecht mulier instituut VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL



Universiteit Utrecht

Sharing science,
shaping tomorrow

---

mulier instituut



VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

In opdracht van:



Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport

Bijlage 4 - score items MESSI-schaal (per categorie), naar profiel

		Totaal	Sportfans	Voetbalfans	Olympische fans	Niet-sportfans
Sociale gelijkheid & inclusie						
mensen met verschillende religies, culturen en afkomst dichter bij elkaar brengt ..... verder uit elkaar drijft	<	45%	58%	51%	50%	29%
	Neutraal	33%	24%	35%	28%	38%
	>	15%	16%	12%	16%	10%
	Weet ik niet/geen mening	7%	2%	2%	5%	23%
sociale gelijkheid bevordert ..... tegengaat	<	37%	49%	38%	39%	23%
	Neutraal	39%	28%	46%	40%	40%
	>	16%	20%	12%	16%	12%
	Weet ik niet/geen mening	9%	2%	4%	5%	25%
de inclusie van mensen met een beperking bevordert ..... tegengaat	<	45%	55%	48%	52%	23%
	Neutraal	33%	23%	39%	24%	48%
	>	13%	16%	11%	18%	6%
	Weet ik niet/geen mening	9%	6%	2%	6%	23%
De verschillen tussen arme en rijke mensen verkleint ..... vergroot	<	23%	26%	25%	27%	16%
	Neutraal	38%	40%	42%	37%	35%
	>	31%	31%	30%	31%	27%
	Weet ik niet/geen mening	7%	3%	2%	5%	22%
gelijkheid tussen mannen en vrouwen bevordert ..... tegengaat	<	30%	41%	34%	35%	17%
	Neutraal	41%	36%	49%	38%	45%
	>	22%	21%	17%	24%	17%
	Weet ik niet/geen mening	7%	2%	0%	3%	22%
racisme bestrijdt ..... stimuleert	<	38%	47%	44%	44%	19%
	Neutraal	41%	40%	40%	36%	41%
	>	14%	13%	14%	14%	18%
	Weet ik niet/geen mening	7%	1%	3%	6%	23%

Collectieve identiteit & trots						
een gevoel van nationale identiteit en verbondenheid teweegbrengt ..... tegengaat	<	59%	74%	59%	63%	41%
	Neutraal	26%	14%	29%	22%	38%
	>	10%	11%	11%	15%	4%
	Weet ik niet/geen mening	5%	1%	1%	1%	18%
maakt dat mensen zich trots voelen op hun land ..... zich schamen voor hun land	<	62%	77%	61%	66%	43%
	Neutraal	23%	11%	27%	18%	35%
	>	9%	11%	11%	14%	4%
	Weet ik niet/geen mening	6%	1%	1%	2%	18%
de kans op sociale contacten vergroot ..... verkleint	<	55%	67%	59%	53%	37%
	Neutraal	28%	20%	25%	32%	38%
	>	11%	10%	15%	14%	6%
	Weet ik niet/geen mening	6%	2%	1%	2%	20%
zorgt voor meer saamhorigheid ..... minder saamhorigheid	<	58%	74%	57%	70%	36%
	Neutraal	26%	16%	25%	19%	36%
	>	11%	9%	17%	11%	9%
	Weet ik niet/geen mening	5%	1%	1%	1%	19%
bijdraagt aan het oranjegevoel..... het oranjegevoel tegengaat	<	61%	75%	59%	62%	49%
	Neutraal	23%	12%	27%	20%	29%
	>	11%	12%	14%	16%	4%
	Weet ik niet/geen mening	5%	1%	1%	2%	18%
Ethiek & fair play						
aanzet tot gedrag dat ethisch ..... onethisch is (ethisch = juist/goed gedrag)	<	29%	39%	31%	36%	18%
	Neutraal	45%	44%	48%	43%	38%
	>	15%	11%	15%	14%	19%
	Weet ik niet/geen mening	11%	6%	7%	6%	24%

tradities in stand houdt …… doorbreekt	<	39%	45%	47%	38%	27%
	Neutraal	41%	36%	44%	40%	44%
	>	11%	13%	5%	19%	6%
	Weet ik niet/geen mening	10%	6%	5%	3%	23%
mensen aanzet om eerlijk te spelen (fair play) …… vals te spelen	<	37%	45%	34%	42%	27%
	Neutraal	39%	35%	49%	38%	35%
	>	18%	18%	15%	16%	17%
	Weet ik niet/geen mening	7%	2%	1%	4%	21%
de mogelijkheid om te protesteren bevordert …… tegengaat	<	29%	38%	37%	29%	14%
	Neutraal	45%	41%	45%	47%	45%
	>	12%	12%	10%	12%	11%
	Weet ik niet/geen mening	14%	9%	9%	12%	30%
ook buiten de sport gedrag promoot dat integer/eerlijk is …… niet integer/oneerlijk is	<	32%	44%	39%	38%	21%
	Neutraal	41%	39%	41%	38%	35%
	>	18%	15%	16%	16%	20%
	Weet ik niet/geen mening	10%	2%	5%	8%	23%
een vorm van competitiviteit aanmoedigt die wenselijk is …… onwenselijk is	<	43%	56%	52%	46%	26%
	Neutraal	36%	32%	32%	34%	39%
	>	15%	11%	14%	15%	19%
	Weet ik niet/geen mening	6%	1%	2%	5%	17%
agressie/geweld tegengaat …… bevordert	<	26%	35%	31%	27%	16%
	Neutraal	42%	42%	48%	46%	34%
	>	25%	20%	17%	23%	33%
	Weet ik niet/geen mening	7%	3%	4%	4%	16%
een levensstijl promoot bij jongeren die fatsoenlijk (zoals het hoort) is …… aanstootgevend is	<	43%	55%	48%	55%	26%
	Neutraal	33%	29%	35%	22%	37%
	>	15%	14%	15%	17%	15%
	Weet ik niet/geen mening	9%	2%	3%	7%	21%

het amateur-gebruik van doping ontmoedigt …… aanmoedigt	<	22%	28%	23%	14%	16%
	Neutraal	42%	40%	46%	48%	40%
	>	19%	21%	17%	22%	14%
	Weet ik niet/geen mening	17%	11%	13%	16%	31%
Geluk & passie						
zorgt voor plezier/blijdschap …… teleurstellingen/ verdriet	<	65%	80%	71%	72%	38%
	Neutraal	18%	9%	12%	16%	35%
	>	12%	10%	16%	9%	15%
	Weet ik niet/geen mening	4%	0%	1%	3%	12%
zorgt voor belevenissen die uniek zijn …… gangbaar zijn	<	52%	68%	53%	58%	25%
	Neutraal	31%	21%	28%	28%	50%
	>	12%	9%	15%	9%	11%
	Weet ik niet/geen mening	6%	2%	4%	5%	14%
het algemeen welzijn verhoogt …… verlaagt	<	50%	67%	52%	52%	23%
	Neutraal	32%	22%	30%	32%	46%
	>	12%	10%	14%	14%	15%
	Weet ik niet/geen mening	6%	2%	4%	2%	16%
zorgt voor passie/enthousiasme …… saaiheid/verveling	<	66%	80%	72%	67%	44%
	Neutraal	19%	9%	11%	21%	32%
	>	12%	10%	16%	11%	11%
	Weet ik niet/geen mening	4%	0%	1%	1%	13%
zorgt voor een gevoel van succes …… mislukking	<	59%	76%	60%	61%	35%
	Neutraal	26%	14%	23%	31%	43%
	>	11%	10%	16%	7%	10%
	Weet ik niet/geen mening	4%	0%	1%	1%	12%

Aantrekkingskracht, media & fans						
de maatschappij aantrekkelijker maakt ..... onaantrekkelijker maakt	<	45%	64%	47%	46%	25%
	Neutraal	36%	25%	41%	39%	40%
	>	12%	9%	6%	12%	14%
	Weet ik niet/geen mening	7%	1%	5%	3%	20%
iets is om van te houden..... te haten	<	52%	76%	57%	63%	25%
	Neutraal	31%	15%	30%	24%	43%
	>	13%	9%	11%	11%	22%
	Weet ik niet/geen mening	4%	0%	2%	3%	11%
zorgt voor goede sporthelden..... foute sporthelden	<	55%	74%	55%	61%	34%
	Neutraal	28%	18%	27%	26%	38%
	>	9%	8%	14%	11%	8%
	Weet ik niet/geen mening	8%	0%	5%	2%	20%
zorgt voor interessant nieuws ..... oninteressant nieuws	<	49%	74%	56%	63%	18%
	Neutraal	28%	16%	26%	22%	34%
	>	17%	8%	15%	13%	33%
	Weet ik niet/geen mening	5%	1%	2%	3%	15%
de algemene kennis van wat sport is verhoogt ..... verlaagt	<	54%	70%	57%	58%	33%
	Neutraal	30%	20%	27%	30%	37%
	>	8%	8%	10%	11%	6%
	Weet ik niet/geen mening	7%	2%	6%	2%	24%
gokverslavingen teweegbrengt ..... tegengaat	<	22%	26%	20%	22%	22%
	Neutraal	43%	42%	42%	45%	37%
	>	20%	22%	25%	23%	13%
	Weet ik niet/geen mening	16%	9%	13%	11%	28%

sport in het algemeen een beter imago bezorgt ..... slechter imago bezorgt	<	52%	67%	52%	58%	31%
	Neutraal	32%	24%	32%	27%	42%
	>	10%	9%	13%	11%	10%
	Weet ik niet/geen mening	6%	0%	3%	3%	18%
Internationale prestige & imago						
globalisering stimuleert ..... tegenwerkt (globalisering = het proces van wereldwiid worden)	<	38%	46%	40%	37%	28%
	Neutraal	42%	39%	42%	44%	45%
	>	8%	8%	10%	11%	8%
	Weet ik niet/geen mening	12%	7%	8%	8%	19%
internationale erkenning en prestige van het land versterkt ..... vermindert	<	56%	72%	56%	56%	39%
	Neutraal	29%	20%	28%	28%	35%
	>	7%	7%	11%	10%	6%
	Weet ik niet/geen mening	7%	1%	5%	6%	19%
de populariteit van politici doet stijgen ..... doet afnemen	<	11%	15%	18%	11%	7%
	Neutraal	47%	49%	40%	52%	44%
	>	28%	30%	29%	29%	23%
	Weet ik niet/geen mening	14%	6%	13%	9%	26%
aanzet tot vrede ..... tot oorlog	<	31%	42%	32%	28%	20%
	Neutraal	46%	45%	45%	52%	43%
	>	14%	10%	14%	13%	20%
	Weet ik niet/geen mening	9%	3%	8%	7%	18%
het imago van een land, stad of buurt positief beïnvloedt ..... negatief beïnvloedt	<	52%	72%	51%	58%	36%
	Neutraal	32%	19%	34%	27%	38%
	>	8%	7%	9%	11%	8%
	Weet ik niet/geen mening	7%	2%	7%	4%	18%

Levenskwaliteit & vaardigheden topsporters						
belangrijk is voor het leveren van rolmodellen…… onbelangrijk is voor het leveren van rolmodellen	<	47%	53%	50%	61%	28%
	Neutraal	31%	29%	30%	23%	38%
	>	17%	16%	13%	14%	23%
	Weet ik niet/geen mening	6%	3%	7%	3%	11%
topsporters waardevolle kennis en vaardigheden bijbrengt …… nutteloze kennis en vaardigheden bijbrengt	<	41%	55%	41%	53%	22%
	Neutraal	37%	32%	34%	30%	48%
	>	12%	9%	18%	6%	15%
	Weet ik niet/geen mening	10%	4%	8%	12%	15%
een druk legt op topsporters om te presteren die wenselijk is …… onwenselijk is	<	33%	43%	38%	32%	18%
	Neutraal	34%	33%	33%	35%	41%
	>	23%	20%	22%	22%	25%
	Weet ik niet/geen mening	9%	4%	7%	12%	16%
topsporters een goede gezondheid bezorgt …… ernstige schade aan hun gezondheid bezorgt (bv. door	<	36%	45%	42%	37%	23%
	Neutraal	32%	30%	20%	38%	41%
	>	24%	19%	31%	21%	26%
	Weet ik niet/geen mening	8%	6%	7%	5%	10%

ervoor zorgt dat topsporters meer blootgesteld worden aan grens-overschrijdend gedrag (schadelijke situaties als uitbuiting, aanzetten tot eetstoornissen, seksueel misbruik) …… minder blootgesteld worden aan grens-overschrijdend	<	31%	29%	28%	27%	26%
	Neutraal	42%	48%	41%	40%	44%
	>	14%	14%	18%	19%	14%
	Weet ik niet/geen mening	13%	9%	13%	14%	16%
ervoor zorgt dat topsporters na hun sportcarrière gelukkig zijn …… ongelukkig zijn	<	22%	29%	28%	20%	7%
	Neutraal	46%	46%	39%	50%	58%
	>	12%	8%	13%	8%	15%
	Weet ik niet/geen mening	21%	17%	20%	22%	20%
dopinggebruik onder topsporters tegengaat …… aanmoedigt	<	28%	38%	29%	31%	14%
	Neutraal	36%	33%	37%	34%	44%
	>	18%	17%	14%	15%	21%
	Weet ik niet/geen mening	18%	12%	21%	20%	21%
topsporters en teams voortbrengt waar mensen zich graag mee verbonden voelen…… niet mee willen associëren	<	59%	70%	60%	70%	34%
	Neutraal	24%	22%	22%	19%	34%
	>	10%	5%	11%	9%	18%
	Weet ik niet/geen mening	7%	3%	7%	3%	14%

Sportparticipatie & gezondheid						
mensen aanmoedigt om aan vrijwilligerswerk te doen …… mensen ontmoedigt om aan vrijwilligerswerk te doen	<	20%	25%	25%	20%	12%
	Neutraal	45%	51%	41%	46%	42%
	>	19%	16%	18%	15%	27%
	Weet ik niet/geen mening	15%	8%	15%	19%	19%
sportprestaties toont die aanmoedigen om zelf te sporten …… ontmoedigen om zelf te sporten	<	56%	72%	57%	65%	40%
	Neutraal	25%	20%	18%	21%	35%
	>	12%	8%	18%	11%	15%
	Weet ik niet/geen mening	6%	1%	7%	3%	11%
mensen aanzet tot een gezondere leefstijl …… ongezondere leefstijl	<	52%	64%	52%	61%	31%
	Neutraal	28%	23%	24%	20%	39%
	>	14%	10%	17%	14%	20%
	Weet ik niet/geen mening	6%	3%	8%	5%	9%
mensen aanzet een realistisch lichaamsbeeld te ontwikkelen …… onrealistisch lichaamsbeeld te ontwikkelen	<	22%	25%	29%	27%	11%
	Neutraal	35%	40%	28%	27%	48%
	>	33%	29%	36%	34%	29%
	Weet ik niet/geen mening	9%	6%	7%	11%	12%
Sponsors & commerciële activiteit						
onze economie een positieve impuls geeft …… negatieve impuls geeft	<	44%	57%	49%	49%	22%
	Neutraal	31%	28%	25%	29%	37%
	>	13%	9%	15%	13%	19%
	Weet ik niet/geen mening	12%	5%	11%	10%	22%
de bedrijfswereld een sterke vorm van reclame geeft …… zwakke vorm van reclame geeft	<	54%	65%	58%	59%	32%
	Neutraal	24%	23%	17%	23%	37%
	>	12%	7%	17%	9%	17%
	Weet ik niet/geen mening	10%	6%	8%	9%	15%

de media via sport-uitzendrechten een winstgevende bron van inkomsten geeft …… een verliesgevende bron van	<	49%	54%	54%	50%	33%
	Neutraal	26%	31%	25%	20%	33%
	>	10%	8%	10%	9%	15%
	Weet ik niet/geen mening	14%	7%	12%	20%	20%
sportorganisaties via de verkoop van tickets en licenties een winstgevende …… een verliesgevende bron van	<	46%	54%	48%	41%	30%
	Neutraal	29%	28%	28%	28%	36%
	>	9%	8%	7%	9%	13%
	Weet ik niet/geen mening	17%	11%	16%	21%	21%
wetenschappelijk onderzoek en innovatieve projecten bevordert …… belemmert	<	43%	61%	41%	51%	18%
	Neutraal	32%	26%	31%	25%	39%
	>	13%	8%	17%	12%	21%
	Weet ik niet/geen mening	13%	5%	12%	12%	22%
bedrijven en mensen stimuleert zich in te zetten voor goede doelen …… ontmoedigt zich in te zetten voor goede doelen	<	33%	41%	40%	34%	15%
	Neutraal	39%	42%	29%	44%	46%
	>	15%	10%	18%	8%	18%
	Weet ik niet/geen mening	14%	7%	12%	14%	20%
sponsors geregeld in een positief daglicht plaatst …… in een negatief daglicht plaatst	<	42%	55%	45%	43%	25%
	Neutraal	34%	33%	26%	36%	41%
	>	13%	5%	21%	12%	16%
	Weet ik niet/geen mening	11%	7%	9%	9%	18%
Lokale consumptie & leefbaarheid						
de algemene consumptie doet toenemen …… doet afnemen (consumptie= bv. voeding, kleren, apparaten… kopen)	<	46%	55%	55%	43%	33%
	Neutraal	33%	30%	22%	35%	38%
	>	9%	7%	12%	9%	13%
	Weet ik niet/geen mening	12%	9%	11%	13%	17%

werkgelegenheid creëert die tijdelijk is …… duurzaam is	<	45%	45%	50%	44%	39%
	Neutraal	29%	30%	24%	25%	31%
	>	14%	15%	13%	18%	11%
	Weet ik niet/geen mening	13%	10%	13%	14%	18%
leidt tot meer toerisme …… minder toerisme	<	42%	49%	53%	43%	25%
	Neutraal	32%	34%	19%	33%	40%
	>	11%	8%	14%	11%	12%
	Weet ik niet/geen mening	15%	9%	14%	13%	24%
leidt tot nieuwe (sport)infrastructuur die waardevol is voor de bevolking …… nutteloos is voor de bevolking	<	44%	60%	47%	48%	19%
	Neutraal	27%	24%	24%	25%	36%
	>	18%	11%	22%	15%	25%
	Weet ik niet/geen mening	12%	5%	7%	11%	20%
een impact heeft op het milieu die positief is …… negatief/schadelijk is	<	12%	16%	16%	9%	12%
	Neutraal	42%	45%	40%	48%	34%
	>	31%	28%	27%	33%	37%
	Weet ik niet/geen mening	14%	10%	17%	9%	16%
leidt tot (jarenlange) investeringen die te verantwoorden zijn …… onverantwoord hoog zijn	<	28%	43%	33%	28%	10%
	Neutraal	33%	34%	25%	37%	31%
	>	24%	14%	28%	17%	35%
	Weet ik niet/geen mening	15%	9%	14%	18%	23%

de levens-omstandigheden van de bewoners in de buurt van een topsportevenement op een positieve manier beïnvloedt ..... op een negatieve manier beïnvloedt	<	24%	34%	31%	25%	11%
	Neutraal	38%	43%	31%	38%	36%
	>	24%	15%	22%	27%	33%
	Weet ik niet/geen mening	13%	9%	16%	10%	19%
leidt tot het organiseren van topsportevenement en waarvan de tijdelijke/eenmalige kosten te verantwoorden zijn ..... onverantwoord hoog zijn	<	31%	46%	36%	32%	16%
	Neutraal	30%	30%	31%	23%	29%
	>	27%	17%	26%	32%	37%
	Weet ik niet/geen mening	12%	7%	6%	13%	19%