



Waardering Voetbalvrijwilligers

Over het maatschappelijk belang van vrijwilligers bij voetbalverenigingen

Onderzoeksrapport

M250656

Kevin Hengstz

k.hengstz@motivaction.nl

Inhoud

Achtergrond en doelstelling	p. 3
Methode en opzet	p. 4
Samenvatting van de resultaten	p. 6
Resultaten	p. 7
01. Waardering Algemeen	p. 7
02. Waardering bij Voetbalvereniging	p.13
03. Belang van de Sportkantine	p.21
Bijlagen	p.29



Achtergrond en doelstelling

In opdracht van One:Nil heeft Motivaction een onderzoek uitgevoerd naar de waardering en ervaren waardering van voetbalvrijwilligers in Nederland.

Achtergrond

In opdracht van Heineken en de KNVB ontwikkelt One:Nil een campagne rondom voetbalverenigingen, vrijwilligers bij voetbalverenigingen en de rol van de sportkantine als belangrijke ontmoetingsplek in onze samenleving. De verbindende rol van sport en sociale activiteiten in onze samenleving spelen daarbij een centrale rol.

Motivaction

Mentality Vitaliteit onderzoeksprogramma

Motivaction doet al tientallen onderzoek naar de rol van vitaliteit (sporten, voeding en bewegen) in de Nederlandse samenleving; voor klanten en in eigen beheer met het eigen Mentality Vitaliteits-onderzoeksprogramma:

<https://www.motivaction.nl/mentality/vitaliteitsprofielen>

Doelstelling van het onderzoek

Inzicht krijgen in de houding en waardering van vrijwilligers bij voetbalverenigingen in Nederland; zowel vanuit het perspectief van bezoekers en leden van voetbalverenigingen die zelf geen vrijwilliger zijn op de voetbalvereniging, als vanuit de voetbalvrijwilligers zelf.

Methode en opzet

Kwantitatief panelonderzoek & KNVB ledenonderzoek

Het kwantitatieve onderzoek is online uitgevoerd onder zowel het ISO-20252:2019-gecertificeerde panel van Motivaction: Stempunt als onder een deel van het KNVB-ledenbestand

Doelgroep & steekproef

Voor het onderzoek in Stempunt is een steekproef getrokken van leden van voetbalverenigingen. n=505 leden en/of recente bezoekers van een voetbalvereniging vulden de vragenlijst volledig in. Voor het onderzoek onder KNVB-leden is een steekproef getrokken van leden van voetbalverenigingen. n=1.060 leden een voetbalvereniging vulden de vragenlijst volledig in.

Vragenlijst, dataverzameling & veldwerkperiode

De vragenlijst met 14 vragen is in samenwerking met One:Nil, Heineken en de KNVB opgesteld. Er zijn selectievragen gesteld om zowel voetbalvrijwilligers als bezoekers aan (amateur) voetbalverenigingen te werven en selecteren.

Voor personen die in de afgelopen 12 maanden niet bij een (amateur) voetbalvereniging zijn geweest, stopte de vragenlijst na de selectievragen. Het veldwerk is uitgevoerd tussen 15 augustus en 1 september 2025.

Weging

De onderzoeksdata zijn niet gewogen, aangezien er geen ijkbestand (universum) beschikbaar is.



Methode

Kwantitatief onderzoek
Online vragenlijst



Werving

Via het online panel van
Motivaction: Stempunt
en via een deel van het
KNVB-ledenbestand



Doelgroep & steekproef
Bezoekers en vrijwilligers
voetbalverenigingen in NL,
n=1.565



Veldwerkperiode
15 augustus t/m
1 september 2025



Vragenlijst

14 vragen voor
voetbalvrijwilligers en
recente bezoekers van
een voetbalvereniging

Leeswijzer voor de resultaten

Doelgroepen

Dit rapport is gebaseerd op volwassenen die in de afgelopen 12 maanden bij een (amateur) voetbalvereniging in Nederland zijn geweest. In dit rapport worden de resultaten van deze totale doelgroep gerapporteerd. Daarnaast is er onderscheid gemaakt tussen mensen die wel en niet vrijwilligerswerk voor een (amateur) voetbalvereniging doen. Voor de leesbaarheid van het rapport verwijzen we naar de doelgroepen: 'Vrijwilligers' en 'Niet-vrijwilligers, tenzij specifiek anders vermeld is.

'De Nederlander' / 'de mensen'

Wanneer er in de resultaten en communicatie wordt gerefereerd aan 'Nederlanders / Nederland / de mensen' wordt hiermee de gezamenlijke doelgroep van 'Vrijwilligers' en 'Niet-vrijwilligers bij de Nederlandse (amateur) voetbalverenigingen bedoeld.

Grafiektitels

Iedere grafiek toont een 'n': het ongewogen aantal respondenten waarop de resultaten in de grafiek betrekking hebben. Daarnaast staat bij elke grafiek een 'basis'. De basis beschrijft welke deel van de respondenten de vraag heeft beantwoord.

Percentages

De grafieken in dit rapport tonen percentages. Sommige opgetelde percentages in de tekst komen net niet overeen met de percentages in de grafiek (verschil van -1% / 1%). Dit komt door afrondingsverschillen.

Bij sommige grafieken telt het totaal niet op tot 100%. Dit kan komen door afrondingsverschillen of doordat er sprake is van een vraag waarbij men meerdere antwoorden mocht aanvinken.

Top 2

Naast sommige grafieken staat ook een top 2. Dit is het optelde percentage van de twee hoogste/meest positieve antwoordcategorieën (bv. eens + zeer eens).

Samenvatting van de resultaten

Het belang van de sportkantine voor onze samenleving

- Voor 93% van de voetbalvrijwilligers en niet-vrijwilligers is het behoud van de sportkantine belangrijk voor het voortbestaan van de voetbalvereniging;
- Voor 86% van de voetbalvrijwilligers en niet-vrijwilligers is de sportkantine een belangrijke ontmoetingsplek in onze samenleving;
- Voor het merendeel van de niet-vrijwilligers (58%) is de sportkantine dé plek waar zij het meest in contact komen met vrijwilligers van de voetbalvereniging;
- Twee derde van de voetbalvrijwilligers (67%) voelt zich dankzij de sportkantine meer verbonden met andere leden en vrijwilligers van de voetbalvereniging.

Het belang van vrijwilligers voor voetbalverenigingen én de samenleving

- Voor 96% van de voetbalvrijwilligers en niet-vrijwilligers zijn vrijwilligers onmisbaar voor voetbalverenigingen;
- Voor 96% van de voetbalvrijwilligers en niet-vrijwilligers spelen vrijwilligers een belangrijke rol in onze samenleving;
- Niet-vrijwilligers hechten veel waarde aan het werk van vrijwilligers; belangrijk voor de sfeer (zegt 86%) én het bestaansrecht van de voetbalvereniging (zegt 88%).

Waardering voor vrijwilligers bij de voetbalvereniging

- 58% van de vrijwilligers krijgt regelmatig tot vaak waardering bij de voetbalvereniging;
- Niet-vrijwilligers laten minder vaak (42% regelmatig/altijd) waardering blijken aan vrijwilligers bij de voetbalvereniging dan (mede-)vrijwilligers (72% regelmatig/altijd);
- Bijna twee derde (62%) van de mensen spreekt niet altijd hun positieve gedachte uit naar de voetbalvrijwilliger; in veel gevallen is het moeilijk het juiste moment ervoor te vinden;
- Drie kwart (74%) van de vrijwilligers voelt zich gezien binnen de vereniging;
- Drie kwart (74%) van de vrijwilligers vindt ook dat 'niet-vrijwilligers' vaker 'dankjewel' zouden mogen zeggen.

Waardering vaker uitspreken

- Bij bijna drie kwart (73%) van de voetbalvrijwilligers en niet-vrijwilligers zorgt het ontvangen van waardering voor positief effect (op motivatie en humeur);
- Een kwart (25%) van de voetbalvrijwilligers en niet-vrijwilligers vindt zichzelf te zuinig met het geven van waardering

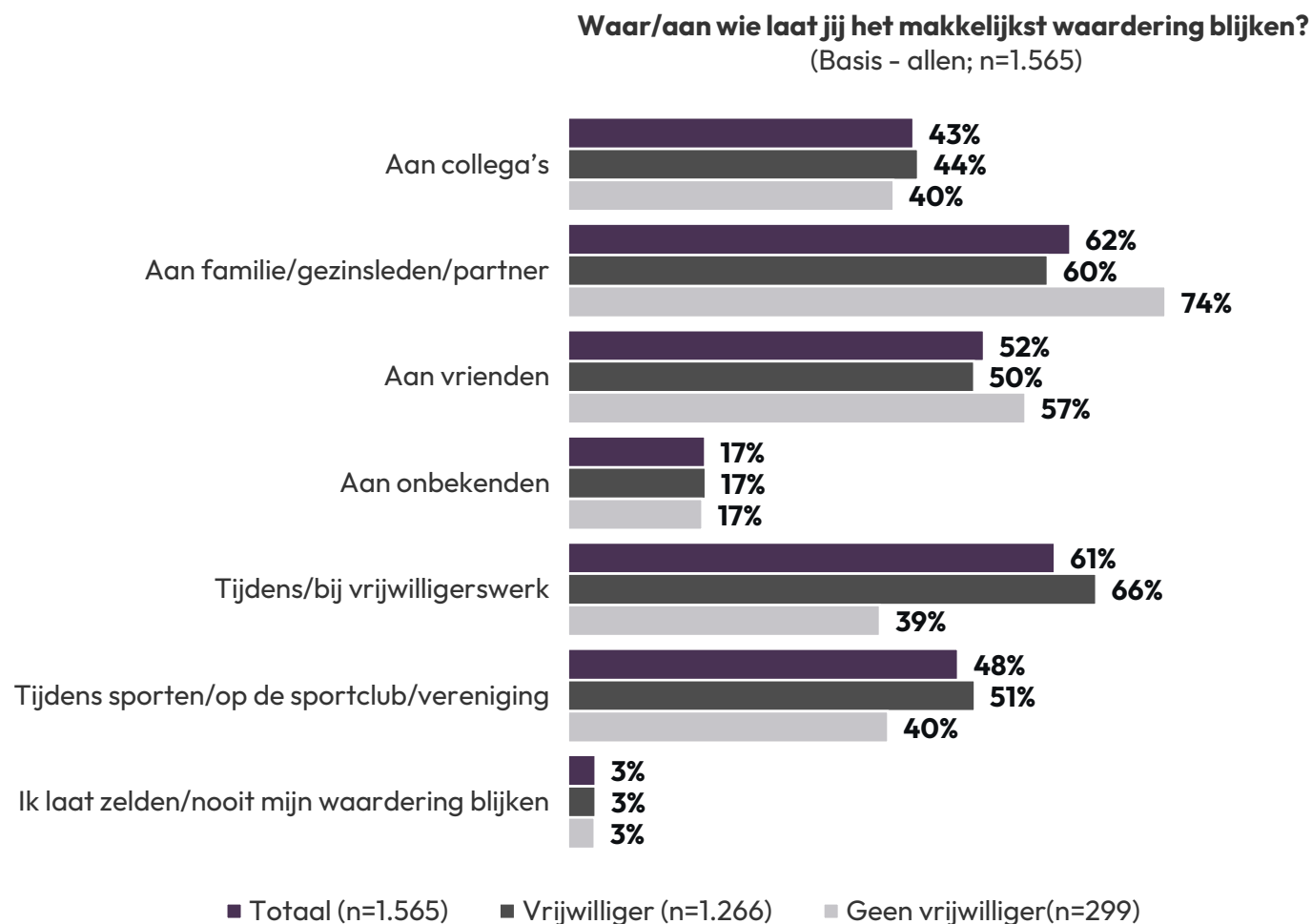


Resultaten

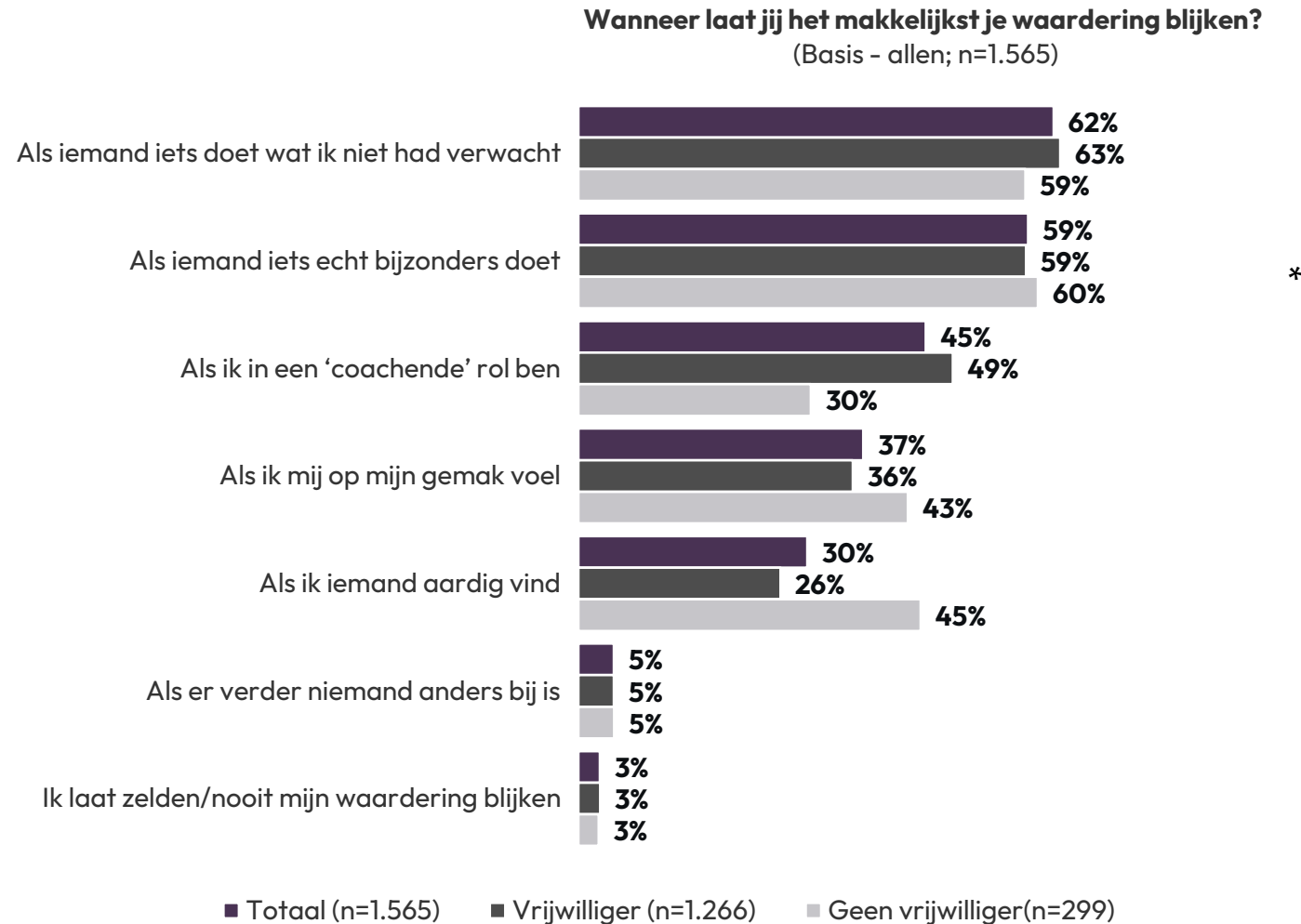
01. Waardering Algemeen

De niet-vrijwilligers laten het makkelijkst hun waardering blijken aan hun familie/partner

De vrijwilligers laten het makkelijkst hun waardering blijken tijdens vrijwilligerswerk

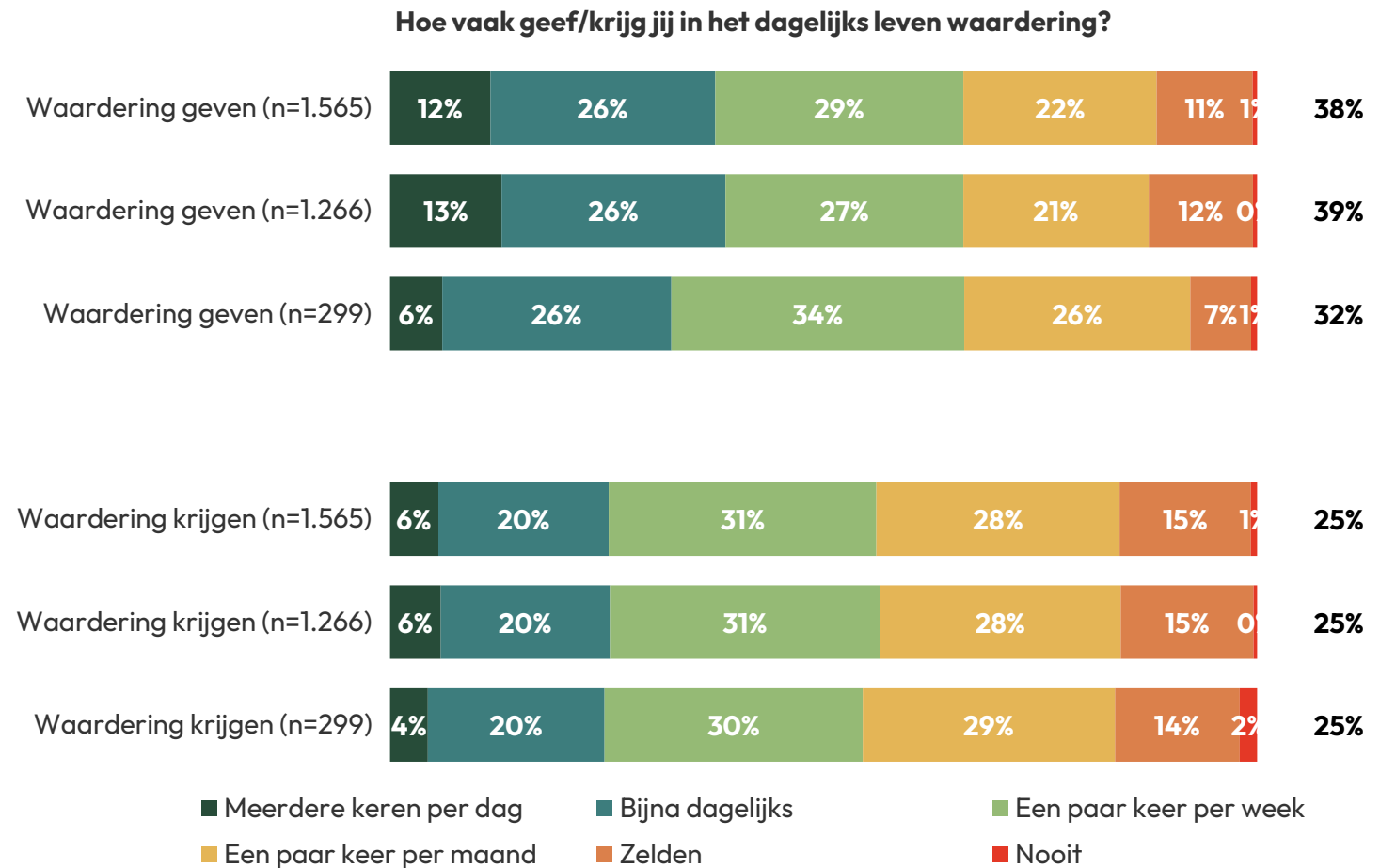


Waardering laat je het makkelijkst blijken als iemand iets echt bijzonders doet of iets doet wat je niet had verwacht

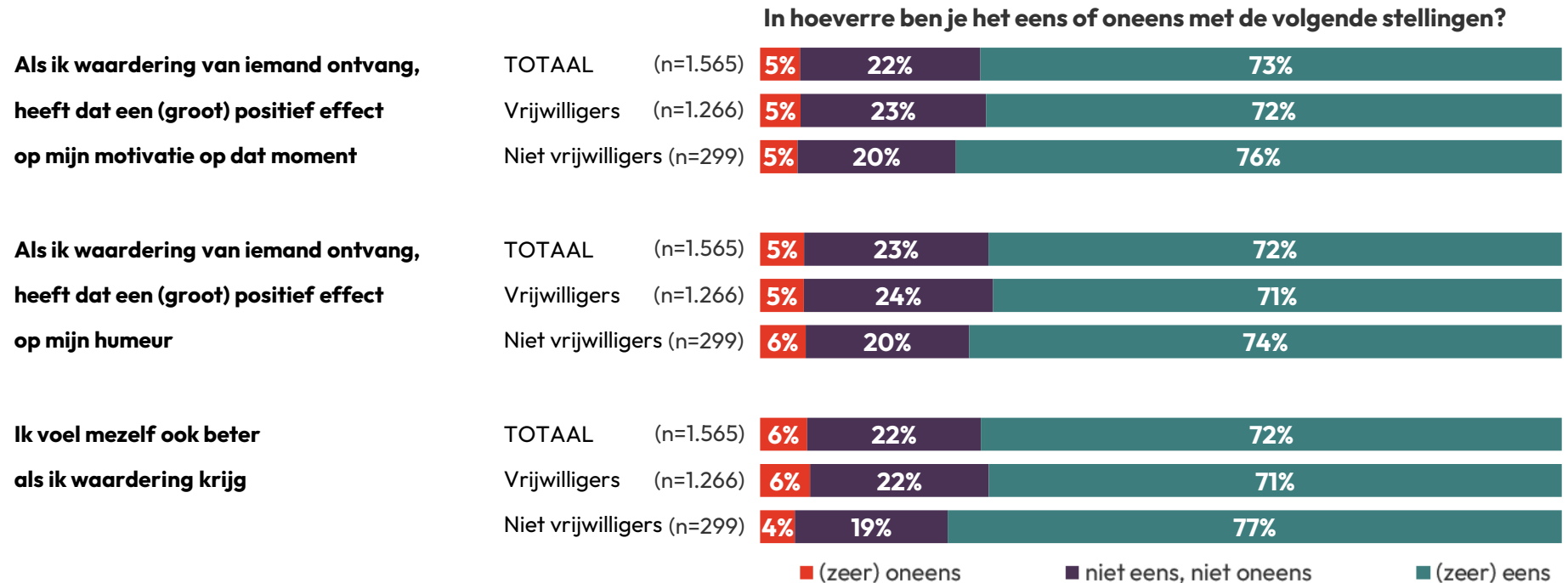


Vrijwilligers krijgen niet vaker waardering dan niet-vrijwilligers

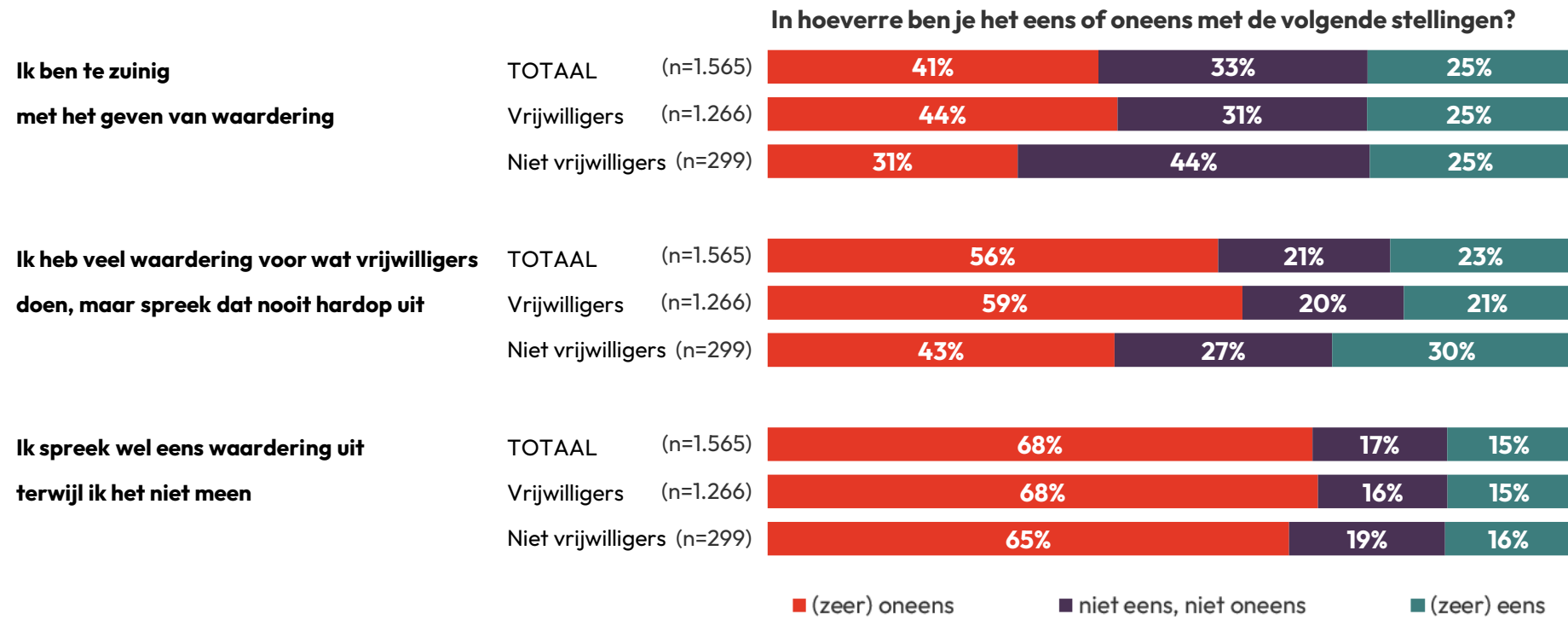
Vrijwilligers geven wel vaker dagelijks/meerdere keren per dag waardering dan niet-vrijwilligers



Bij bijna drie kwart van de 'vrijwilligers en niet-vrijwilligers' zorgt het ontvangen van waardering voor positief effect



Een kwart van de 'vrijwilligers en niet-vrijwilligers' vindt zichzelf te zuinig met het geven van waardering



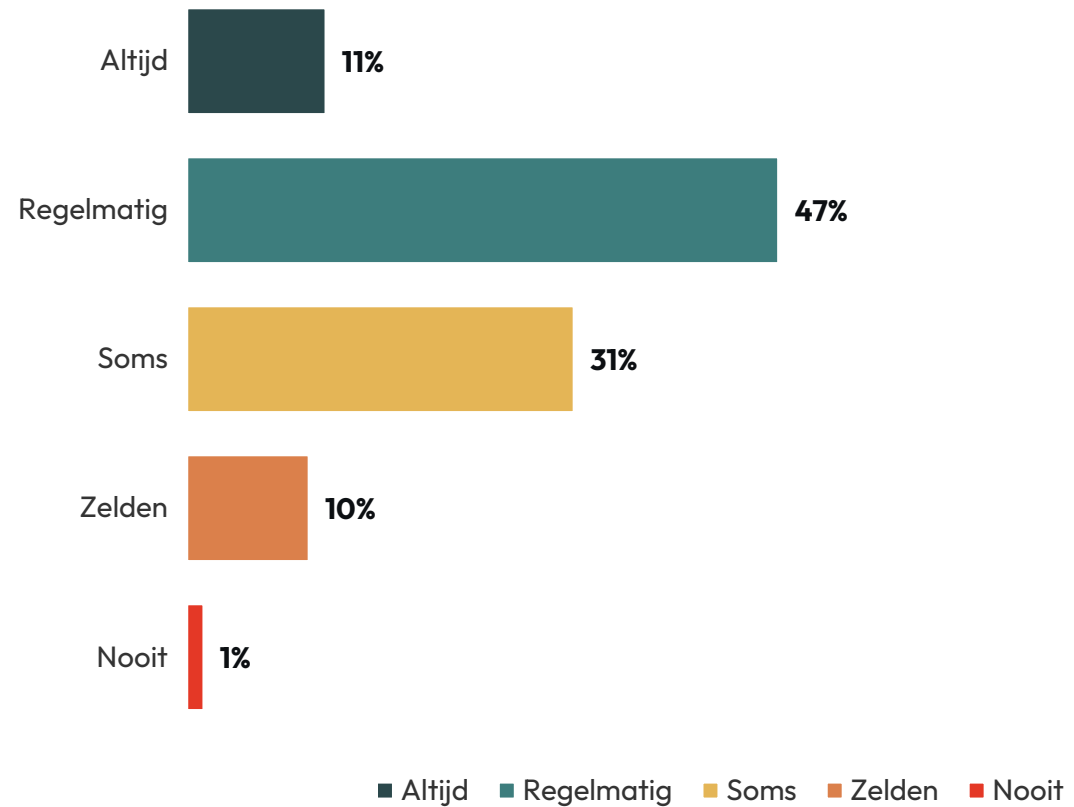


Resultaten

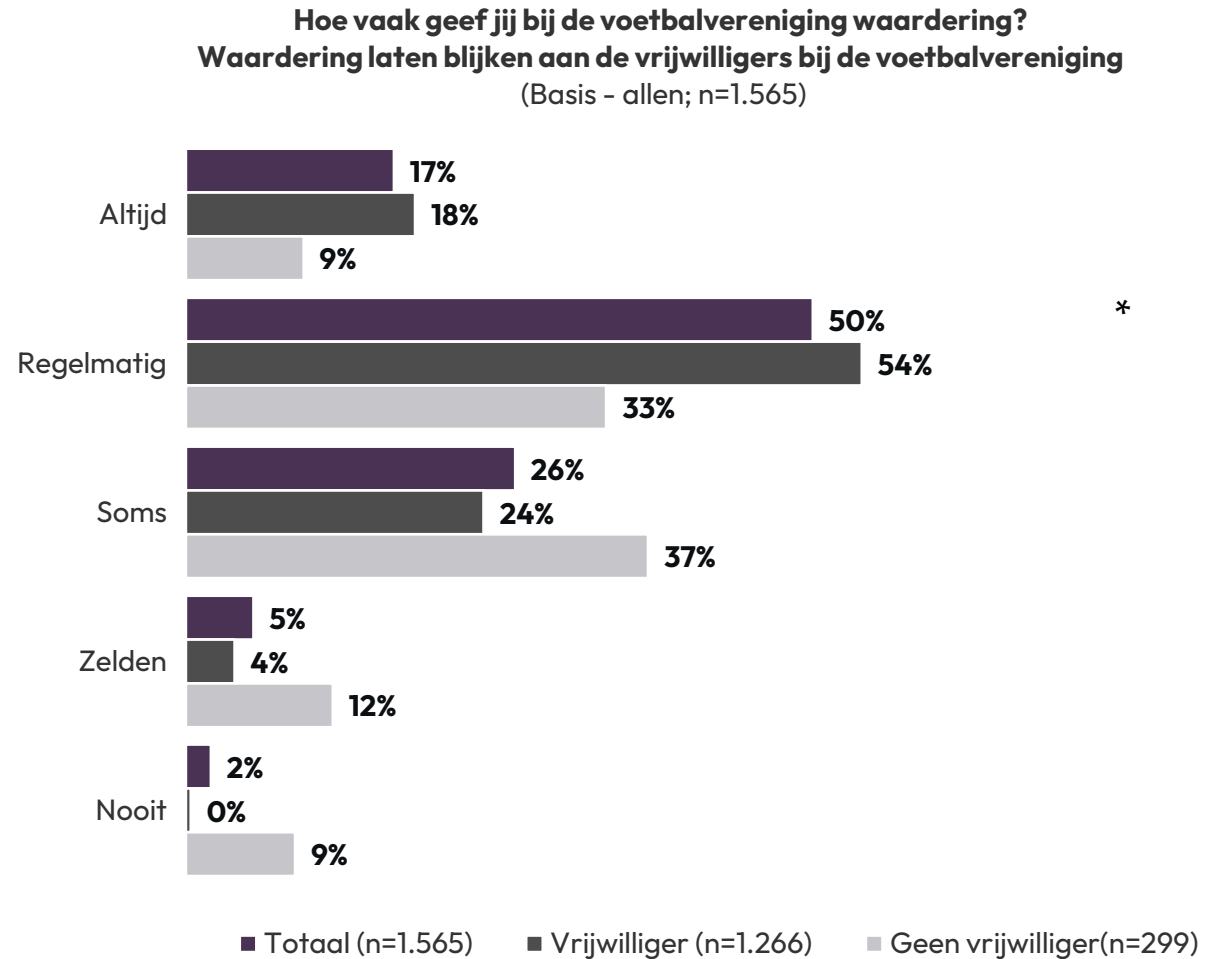
02. Waardering bij Voetbalvereniging

58% van de vrijwilligers krijgt regelmatig tot vaak waardering bij de voetbalvereniging

Hoe vaak krijg jij bij de voetbalvereniging waardering?
Waardering krijgen in mijn rol als vrijwilliger bij de voetbalvereniging
(Basis - Vrijwilliger; n=1.266)

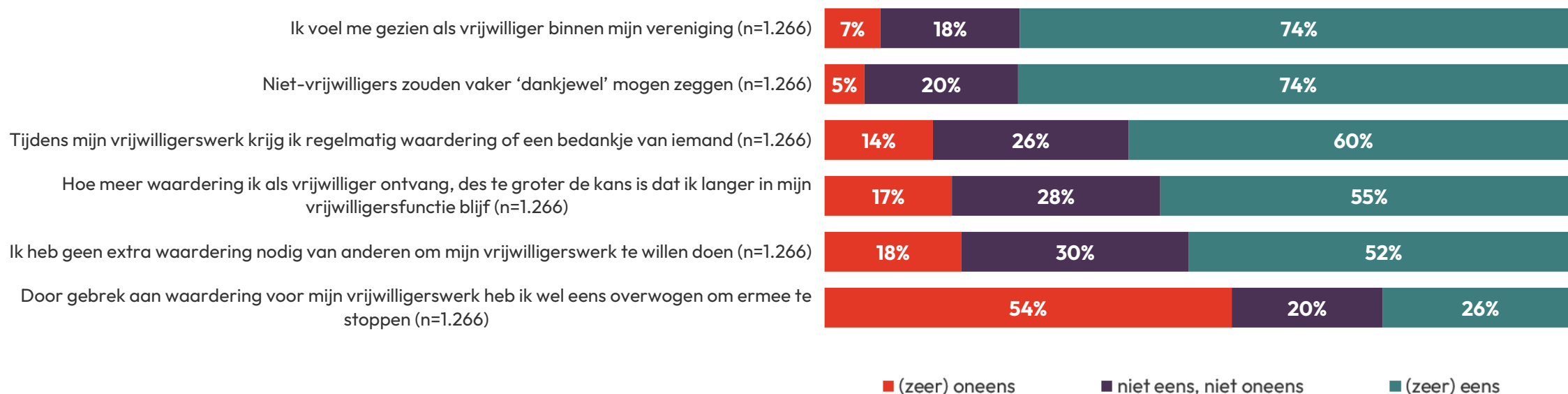


Niet-vrijwilligers laten minder vaak (42% regelmatig/altijd) waardering blijken aan vrijwilligers bij de voetbalvereniging dan (mede-)vrijwilligers (72% regelmatig/altijd)



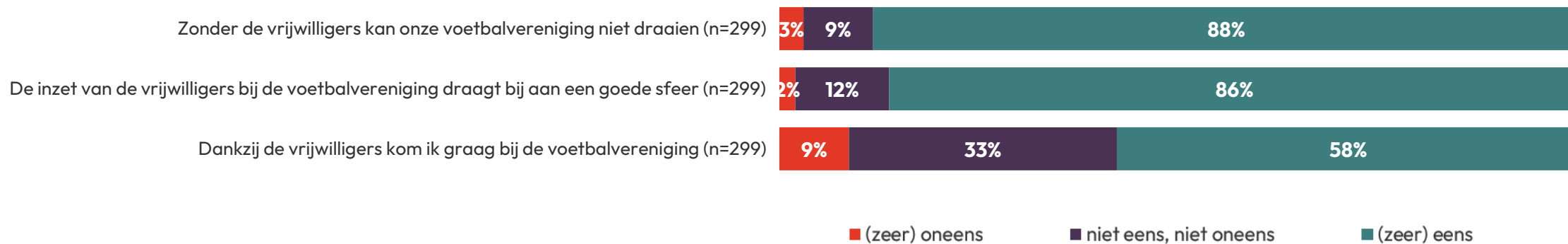
Meer dan de helft van de vrijwilligers (55%) geeft dan dat de kans groter is dat zij vrijwilliger blijven, naarmate zij meer waardering ontvangen voor hun vrijwilligerswerk

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen?
(Vrijwilligers; n=1.266)

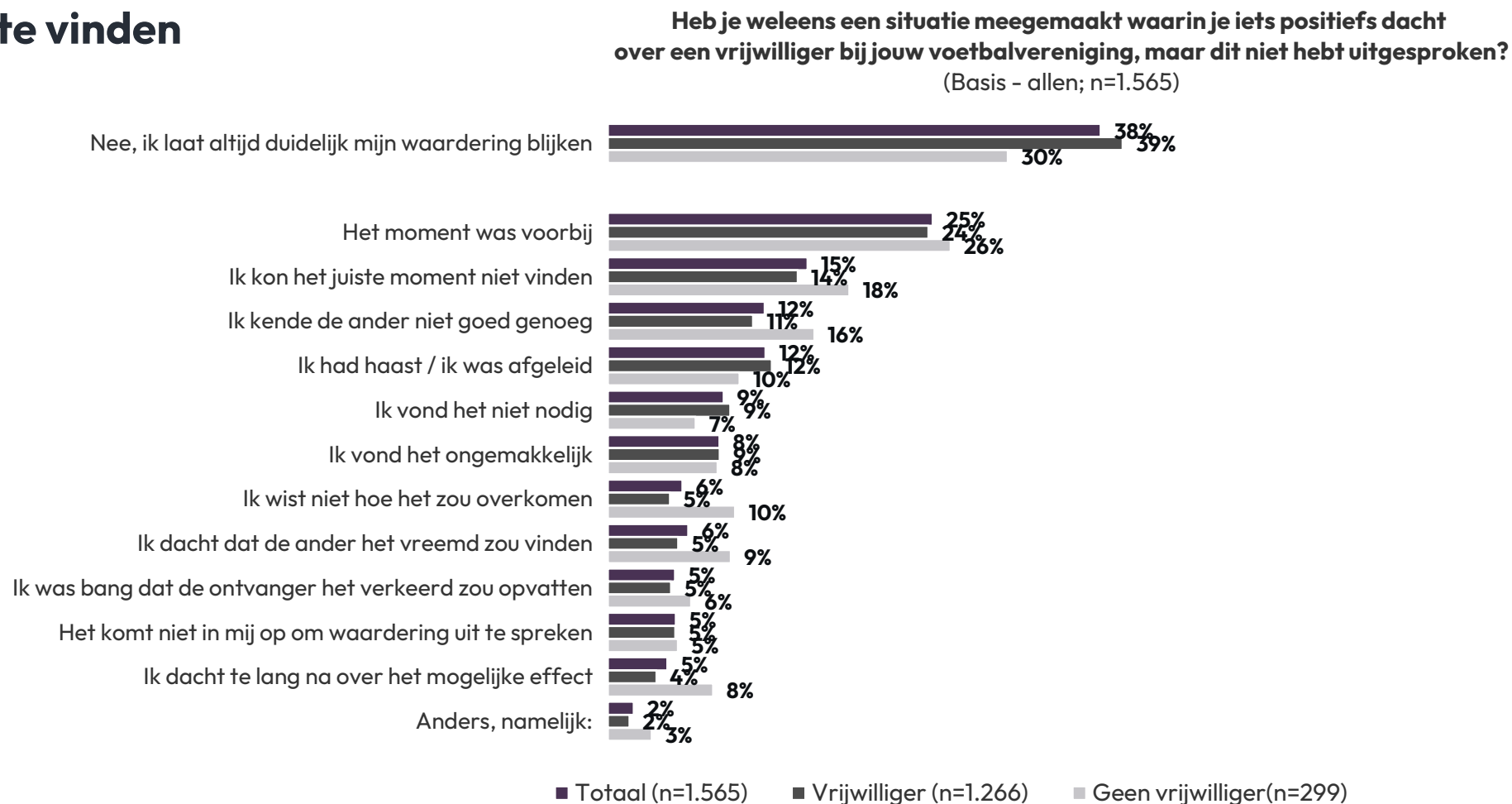


Niet-vrijwilligers hechten veel waarde aan het werk van vrijwilligers; belangrijk voor de sfeer én het bestaansrecht van de voetbalvereniging.

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen?
(Niet-vrijwilligers; n=299)



Bijna twee derde (62%) van de 'vrijwilligers en niet-vrijwilligers' spreekt niet altijd hun positieve gedachte uit naar de voetbalvrijwilliger; in veel gevallen is het moeilijk het juiste moment ervoor te vinden



Vrijwilligers zijn onmisbaar voor voetbalverenigingen en samenleving als geheel

Vrijwilligers verdienen meer waardering en veel mensen (78%) zouden dat willen laten blijken

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen?

Zonder vrijwilligers kunnen voetbalverenigingen niet bestaan



Vrijwilligers spelen een belangrijke rol in de samenleving



Vrijwilligers verdienen meer waardering



Ik zou vrijwilligers mijn waardering willen laten blijken



Ik vind dat er te weinig waardering is voor wat vrijwilligers doen



Ik spreek bijna nooit waardering uit naar anderen

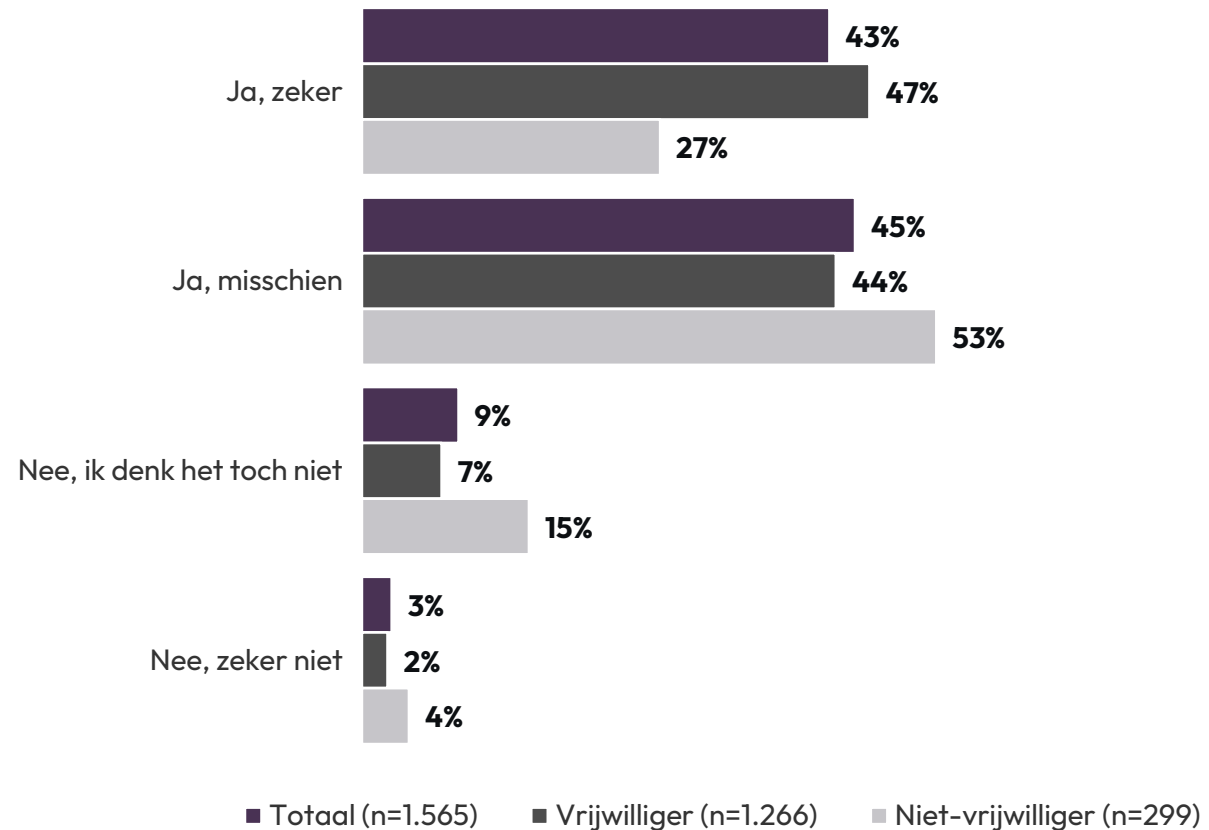


■ (zeer) oneens ■ niet eens, niet oneens ■ (zeer) eens

Negen op de tien 'vrijwilligers en niet-vrijwilligers' is van plan de komende maand een vrijwilliger bij de vereniging waardering te geven

Denk je dat je na het invullen van deze vragenlijst in de komende maand een vrijwilliger bij de vereniging waardering gaat geven?

(Basis - allen; n=1.565)

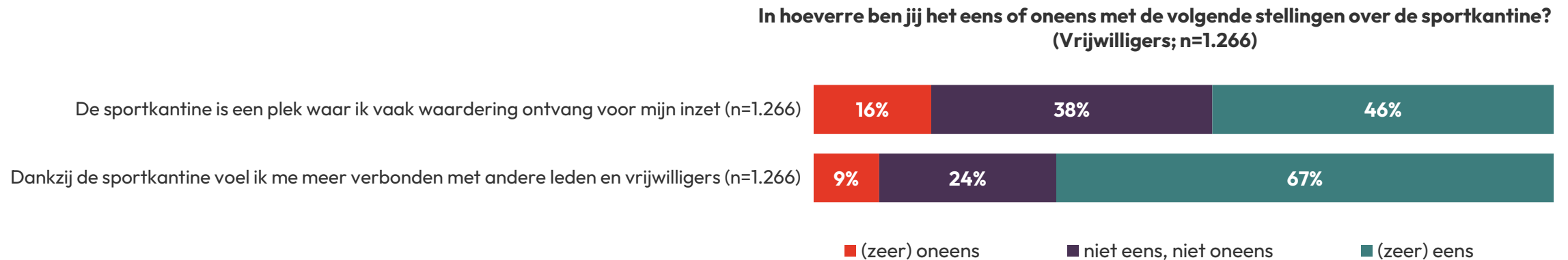




Resultaten

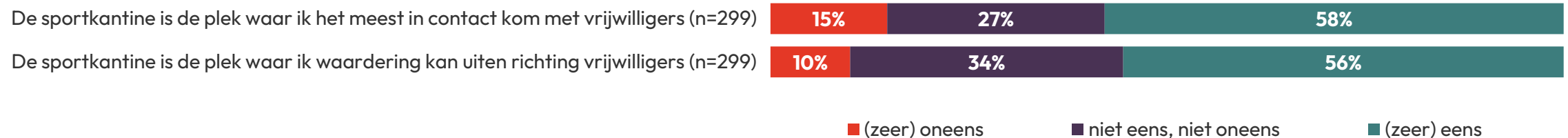
03. Belang van de Sportkantine

Twee derde van de voetbalvrijwilligers (67%) voelt zich dankzij de sportkantine meer verbonden met andere leden en vrijwilligers van de voetbalvereniging



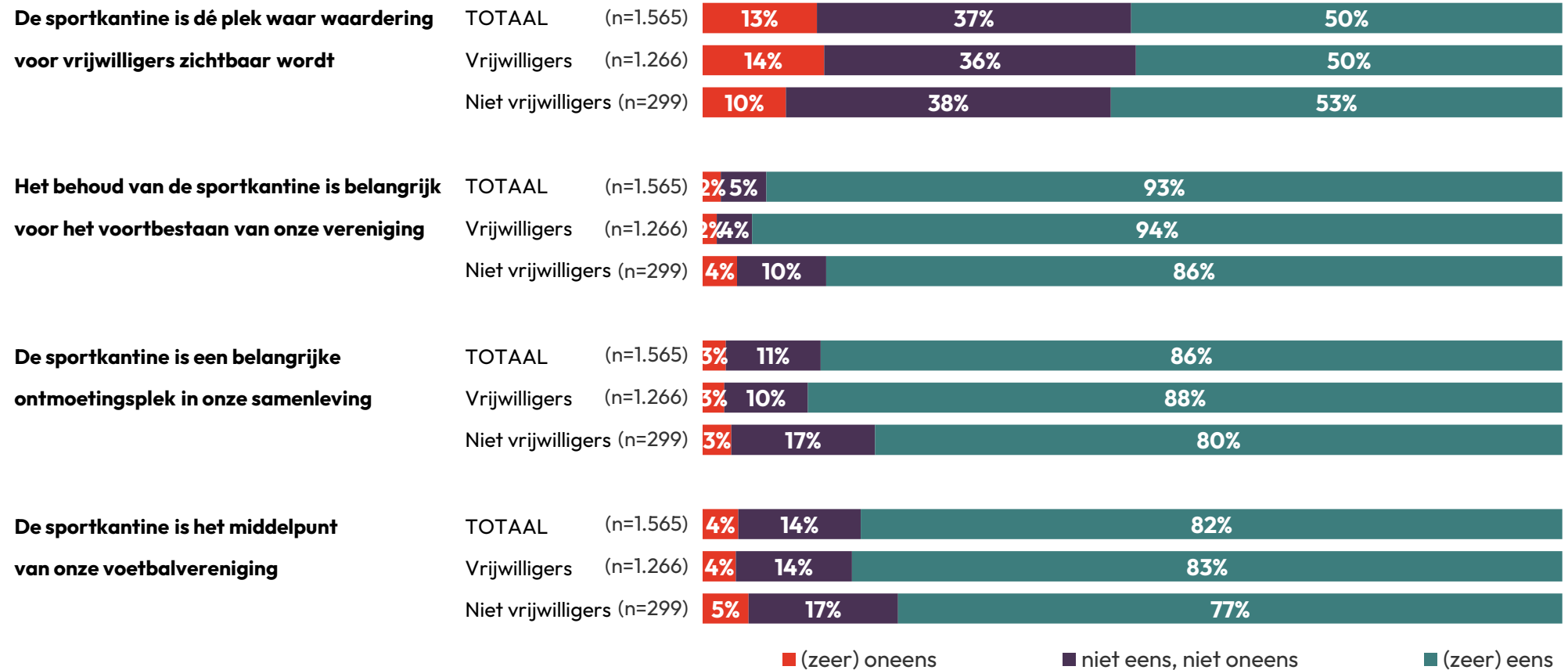
Voor het merendeel van de niet-vrijwilligers (58%) is de sportkantine dé plek waar zij het meest in contact komen met vrijwilligers van de voetbalvereniging

In hoeverre ben jij het eens of oneens met de volgende stellingen over de sportkantine?
(Niet-vrijwilligers; n=299)



Zonder sportkantine kan de voetbalvereniging niet blijven bestaan (93%); en daarmee is de sportkantine een belangrijke ontmoetingsplek in onze samenleving (86%)

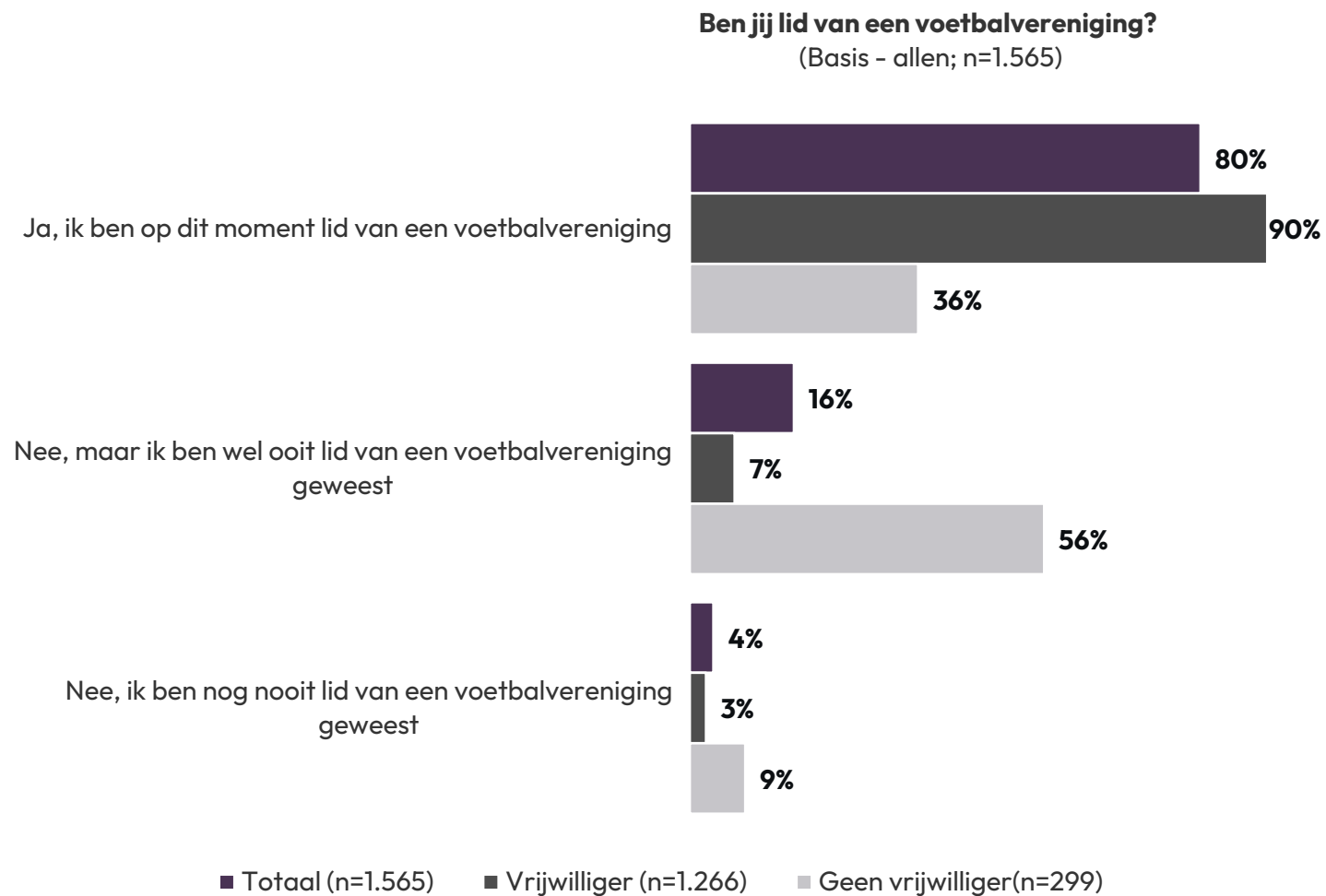
In hoeverre ben jij het eens of oneens met de volgende stellingen over de sportkantine?



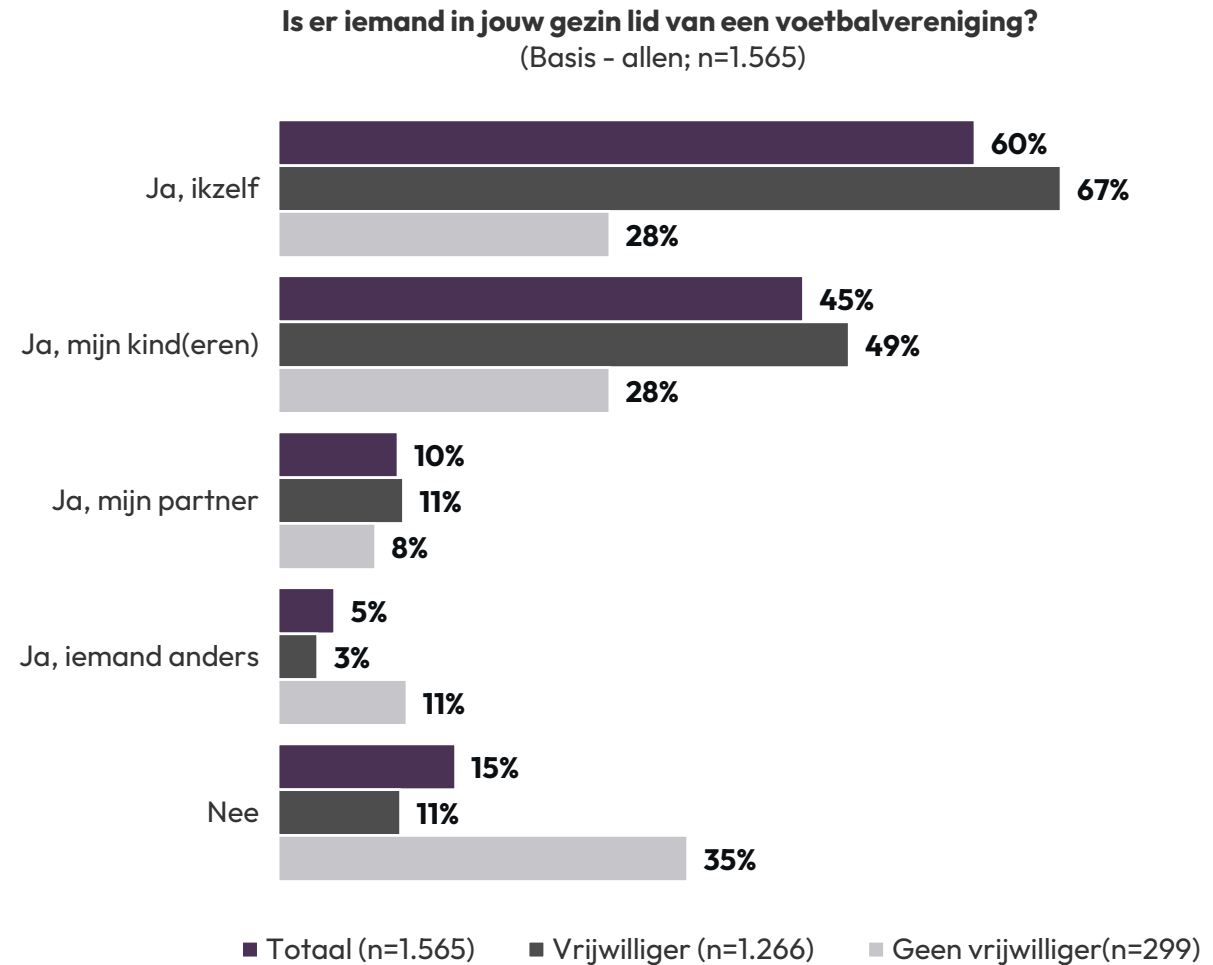


Achtergronden bij het onderzoek

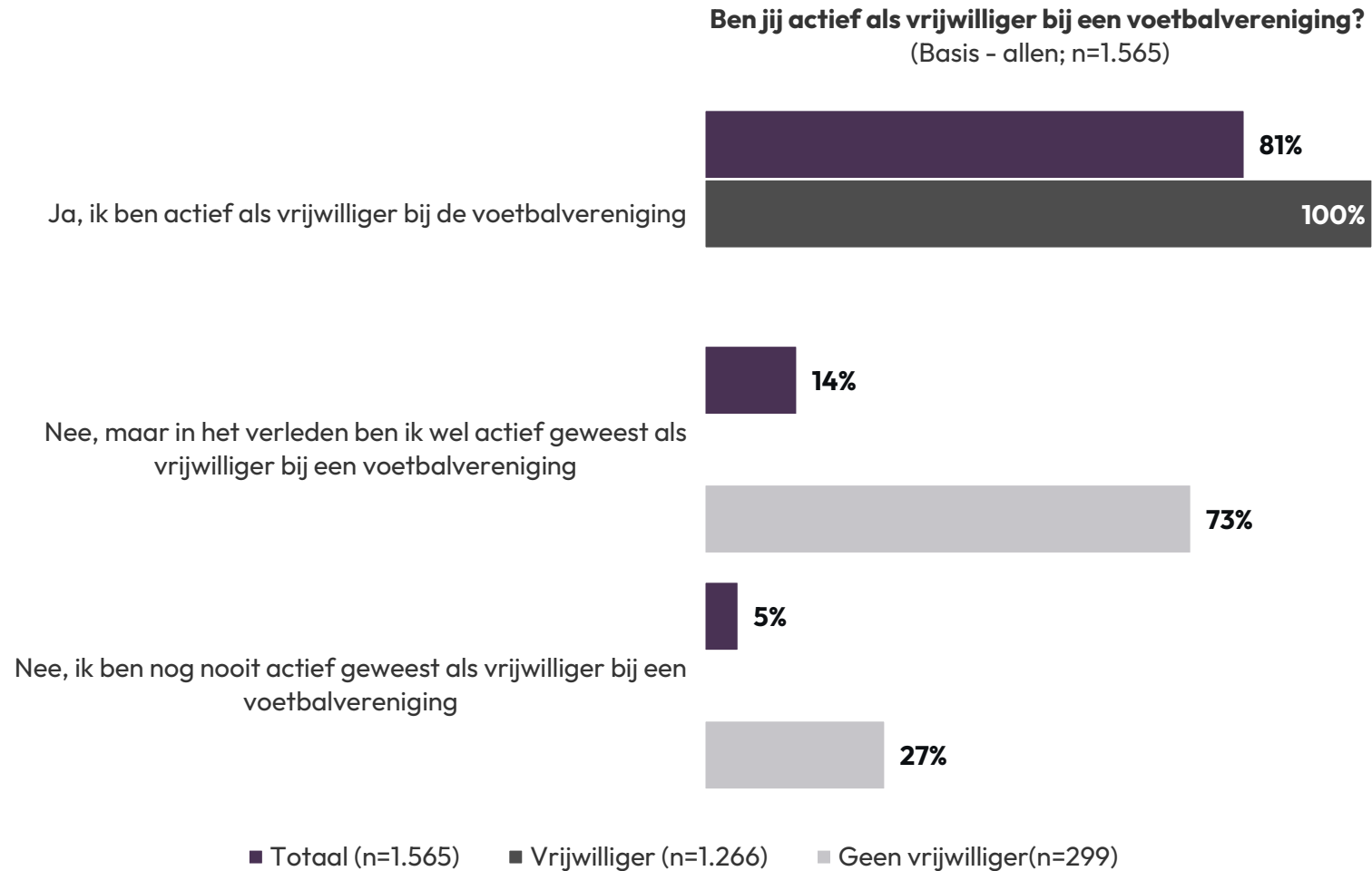
Bijna alle respondenten (96%) is lid of is lid geweest van een voetbalvereniging



Twee derde (67%) van de voetbalvrijwilligers komt uit de leden van de voetbalvereniging



Bijna drie kwart (73%) van de huidige 'niet-vrijwilligers' is in het verleden wel actief geweest als vrijwilliger bij een voetbalvereniging





Bijlagen

A green rectangular graphic on the left side of the slide, featuring a white fingerprint pattern that curves and flows downwards.

Wij verminderen onze footprint

Motivaction gebruikt uitsluitend papier met een FSC-label

Motivaction gebruikt energiezuinige auto's

Motivaction gebruikt groene stroom

Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage – anders dan integrale publicatie – is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International bv

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

**meer zien
meer weten
meer betekenen**

motivaction
insights and strategy

Motivaction International bv

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl
www.motivaction.nl