

# VOETBAL EN GELIJKE KANSEN: EEN INCLUSIEF SPORTBELEID

Een onderzoek naar gelijke  
kansen in het Nederlandse  
mannen- en vrouwenvoetbal

|   |           |
|---|-----------|
| <b>INLEIDING</b> .....  | <b>4</b>  |
| <b>LEESWIJZER</b> .....   | <b>5</b>  |
| 1. Geschiedenis van voetbal in Nederland .....                              | 6         |
| 2. Wat is de huidige situatie? .....  | 9         |
| 3. Welke partijen hebben invloed en zijn bepalend voor gelijke kansen?..... | 12        |
| 4. Wat zijn de huidige belemmeringen? .....                                 | 14        |
| 5. Waar liggen de kansen? .....   | 20        |
| 6. Good practices .....   | 24        |
| <b>7. CONCLUSIE</b> .....   | <b>26</b> |
| <b>8. AANBEVELINGEN</b> .....   | <b>28</b> |
| <b>VERANTWOORDING</b> .....   | <b>29</b> |
| <b>COLOFON</b> .....  | <b>30</b> |

Vrouwenvoetbal is een van de snelst groeiende sporten ter wereld. Momenteel heeft de KNVB (Koninklijke Nederlandse Voetbalbond) 170.000 vrouwelijke leden, waarvan er 138.000 actief voetballen. In het seizoen 2021/2022 steeg het aantal vrouwen dat voetbalt zelfs harder dan het aantal mannelijke voetballers, volgens cijfers van de de KNVB.<sup>1</sup>

De successen van de Oranjeleeuwinnen leveren een belangrijke bijdrage aan deze groei. Na het behalen van de Europese titel in 2017, en de WK-finale in 2019, blijft de aandacht naar de Oranjeleeuwinnen groeien. Stadions tijdens interlandwedstrijden zitten vol, op sociale media hebben de Oranjeleeuwinnen miljoenen volgers uit zowel het binnen- als buitenland, en grote merken zoals Nike en Adidas willen spelers als Lieke Martens of Vivianne Miedema maar al te graag sponsoren.

Het succes van het nationale elftal staat echter sterk in contrast met het succes van de nationale competitie: de Vrouwen Eredivisie.<sup>2</sup> De meeste spelers in de Vrouwen Eredivisie kunnen niet leven van de sport. Er ontbreekt nog een collectieve arbeidsovereenkomst (cao). En volle stadions zoals bij de Oranjeleeuwinnen trekken de wedstrijden in de Vrouwen Eredivisie nog niet.

Deze uitdagingen hebben nadelige gevolgen voor de kwaliteit van de Vrouwen Eredivisie: volgens de KNVB draait “het merendeel van de speelsters in de Eredivisie geen optimaal topsportprogramma”.<sup>3</sup> Spelers zijn fulltime met hun sport bezig, maar een groot deel moet daarnaast werken om rond te kunnen komen. Het gevolg: een aantal Nederlandse spelers stopt met voetbal, waardoor de kwaliteit van de Vrouwen Eredivisie achterblijft op andere Europese competities.

De KNVB zet daarom in op kwaliteitsverbetering van de Vrouwen Eredivisie. In 2018 lanceerde het de “Visie Vrouwenvoetbal 2018-2022”. In haar visie pleit de KNVB ervoor dat de Vrouwen Eredivisie versterkt moet worden. Spelers moeten rondkomen en de “commerciële waarde” moet vergroot worden. De Vrouwen Eredivisie moet zichtbaarder worden en meer interesse wekken van sponsors, media en toeschouwers. Het uiteindelijke doel? In 2027 een topcompetitie worden waarin de beste spelers actief zijn, clubs meedoen om Europese prijzen te winnen en spelers volledig met voetbal bezig zijn.

## ONDERZOEKSVRAAG

Er is een kwaliteitsslag nodig in de Vrouwen Eredivisie, maar wat is daarvoor nodig? In dit rapport staan twee hoofdvragen centraal:

1. Wat is de rol van sponsors en clubs in het vergroten van gelijke kansen in de Vrouwen Eredivisie?
2. Op welke manier kan een inclusief sportbeleid ontwikkeld worden?

Om meer inzicht te krijgen in gelijke kansen in de Vrouwen Eredivisie heeft WOMEN Inc. interviews gehouden met in totaal 25 partijen. Bij het hoofdstuk verantwoording staan deze partijen benoemd.

## LEESWIJZER

Van gelijke kansen in het Nederlandse voetbal is momenteel geen sprake. Nog niet elke speler in de Vrouwen Eredivisie kan leven van de sport. Om te bepalen wat er nodig is voor een kwaliteitsslag zal in dit rapport dieper worden ingegaan op het Nederlandse voetbal als geheel. In de volgende hoofdstukken geven we een uitleg over de geschiedenis van het Nederlandse mannen- en vrouwenvoetbal (H1), wordt er stilgestaan bij de huidige situatie (H2), komen de belangrijkste partijen aan bod die bepalend zijn voor het realiseren van gelijke kansen (H3). Door middel van interviews met onder andere clubs en sponsors leggen we de huidige belemmeringen bloot (H4) en wijzen we op de kansen die er liggen (H5). In de samenvatting en conclusie (H6) beantwoorden we de hoofdvragen van het onderzoek en geven we aanbevelingen (H7) aan clubs, sponsors, en voetbalorganisaties.

## AANLEIDING ONDERZOEK

Op 6 juli 2022, de eerste dag van het EK voetbal voor vrouwen, lanceerden WOMEN Inc., In Sport We Trust en Less Agency de campagne *Ik ben V* om gelijke kansen tussen vrouwen en mannen, meiden en jongens in het voetbal te versnellen.

**V** staat voor **V**rouwen, **V**oetbal, **V**erbinding en **V**ersnelling. De campagne *Ik ben V* zet zich in voor gelijke kansen op het gebied van beleid, beloning, faciliteiten op en rond het veld en in de media. Vrouwen en meiden krijgen nu nog niet dezelfde kansen in het voetbal als jongens en mannen. Die ongelijkheid zit in het hele systeem. Tijdens de campagne zitten daarom verschillende partijen aan tafel, zoals mediapartijen, sponsors en voetbalverenigingen.

Onderdeel van de campagne *Ik ben V* zijn twee onderzoeken:

- **Voetbal en gelijke kansen: een inclusief sportbeleid**
- **Scoren zonder stereotypen. Onderzoek naar de mediaberichtgeving over het Nederlandse mannen- en vrouwenvoetbal**

<sup>1</sup> KNVB Media. Jaarverslag: KNVB-ledenaantal licht gegroeid in seizoen 2021/22

<sup>2</sup> De officiële namen van beide Eredivisies zijn Azerion Vrouwen Eredivisie en Eredivisie. In dit rapport kiezen we voor Vrouwen Eredivisie en Mannen Eredivisie. We zetten hiermee beide competities op een gelijkwaardige manier naast elkaar, zonder de implicatie dat de Mannen Eredivisie dé Eredivisie is.

<sup>3</sup> KNVB. Visie Vrouwenvoetbal 2018-2022

# 1. GESCHIEDENIS VAN VOETBAL IN NEDERLAND

Om in te kunnen gaan op wat de huidige situatie is voor spelers in de Vrouwen Eredivisie, is het allereerst belangrijk om stil te staan bij de belangrijkste momenten in de geschiedenis van het Nederlandse mannen- en vrouwenvoetbal. In dit hoofdstuk richten we ons op de belangrijkste momenten. Zien we grote verschillen in de geschiedenis of zijn er ook overeenkomsten?

## VOETBAL

De sport voetbal ontstond in Engeland in het laatste kwart van de negentiende eeuw. Niet lang daarna waaide de sport over naar Nederland. Aan het begin speelden vooral mannen voetbal. Vrouwen die wilden voetballen kregen te horen dat een fysiek intensieve sport als voetbal niet goed zou zijn voor het vrouwenlichaam. Volgens medici zou voetbal gevaarlijk zijn voor de vruchtbaarheid van vrouwen en zelfs schadelijk voor het produceren van moedermelk.<sup>4</sup> Vrouwenvoetbal kent hierdoor een kortere geschiedenis dan het mannenvoetbal.

## MANNENVOETBAL

Voetbal is in Nederland de populairste sport onder mannen en jongens. Ruim een miljoen mannen zijn momenteel lid van de KNVB. Voetballers op het hoogste niveau kunnen daarnaast leven van de sport. Maar de geschiedenis leert dat dit niet altijd zo het geval is geweest.

Zo was de KNVB lange tijd tegen de komst van betaald voetbal in Nederland. De KNVB legde dit in 1889 vast in haar statuten. Ook mochten spelers niet voor het Nederlands elftal uitkomen als zij toch betaald werden in bijvoorbeeld het buitenland. “De sport verloedert wanneer voetballers betaald krijgen, omdat er dan andere belangen bij het spel komen”, was de gedachtegang van de KNVB.<sup>5</sup> Voetbal moest zo toegankelijk mogelijk blijven en geld mocht de sport niet beïnvloeden.

Het verbod op betaald voetbal voor mannelijke voetballers gold tot 1954. Dat veranderde doordat de vraag naar betaald voetbal in Nederland toenam. Op 20 december 1953 besloten tien clubs om een eigen voetbalbond op te richten: de Nederlandse Beroepsvoetbalbond (NBVB). Door deze druk gaf de KNVB uiteindelijk toe: beide voetbalbonden voegden

zich samen en de KNVB accepteerde de komst van betaald voetbal in Nederland.

In het jaar 1956 werd de Mannen Eredivisie als nationale competitie opgericht, de hoogste competitie voor betaald voetbalclubs. Ook werden de Eerste Divisie (A en B) en Tweede Divisie (A en B) opgericht. Dit waren ook betaald voetbalcompetities, maar dan onder het niveau van de Mannen Eredivisie. Ook hier verliep het niet altijd even makkelijk. Al na vier jaar viel de Tweede Divisie B uit elkaar doordat er te weinig clubs waren en na het seizoen 1970/1971 werd de Tweede Divisie in zijn geheel opgeheven. De resterende clubs keerden daarom terug naar de amateurcompetities.

Op dit moment bestaat het Nederlands betaalde voetbal uit de Mannen Eredivisie en de Eerste Divisie (ook wel bekend als de Keuken Kampioen Divisie). De Tweede Divisie valt niet meer onder betaald voetbal en is de hoogst haalbare competitie voor amateurclubs.

### Internationale kampioenschappen

Het eerste Wereldkampioenschap (WK) voor de mannen was in 1930. Dertien landen deden hieraan mee, maar Nederland was niet van de partij. Aan het tweede WK in 1934 deed Nederland wel mee. Maar het duurde nog veertig jaar voordat Nederland voor het eerst de WK finale behaalde: het WK van 1974 in Duitsland.

Mede vanwege de Tweede Wereldoorlog werd het eerste Europese Kampioenschap (EK) pas in 1960 georganiseerd. Slechts vier landen deden hieraan mee. Ook hier deed Nederland niet aan mee. Nederland plaatste zich voor het eerst voor een EK in 1976. Twaalf jaar later, in 1988, behaalde Nederland voor het eerst een EK finale, en met succes: het werd dat jaar Europees kampioen.

De Nederlandse mannen staan momenteel op plek 6 van de FIFA wereldranglijst.

## VROUWENVOETBAL

Het Nederlands vrouwenvoetbal kent een kortere geschiedenis dan het mannenvoetbal. Dat heeft te maken met de manier waarop de maatschappij naar vrouwenvoetbal keek in de vorige eeuw. De medische wereld was bezorgd over de invloed van de sport op het vrouwenlichaam. De burgemeester van Amsterdam verbood vrouwenvoetbal in 1935. De KNVB volgde met landelijk verbod op vrouwenvoetbal in het jaar 1938.<sup>6</sup>

Net zoals bij de mannen, ontstond er bij clubs het idee om een eigen voetbalbond op te richten, zodat vrouwen wel konden voetballen. In 1955 sloten zich 14 clubs aan bij de Nederlandse Damesvoetbalbond (NDVB). Hier gaf de KNVB echter niet toe aan de druk: de KNVB accepteerde de NDVB niet. Clubs die hun velden beschikbaar stelden aan vrouwenteams van de NDVB kregen zelfs een boete van de KNVB. Volgens Hans Hopster, destijds voorzitter van de KNVB, was voetbal voor vrouwen “een amusementsbeweging die niets met sport te maken heeft en wel weer zal overwaaien.”<sup>7</sup>

Ook was er lange tijd onder de KNVB geen nationaal elftal voor vrouwen. Daarom werd er buiten de KNVB om een Nederlands vrouwenelftal opgericht. In 1956 speelden zij hun eerste wedstrijd. Uiteindelijk accepteerde de KNVB vrouwenvoetbal in 1971. Sinds dat jaar mogen vrouwen lid worden bij de KNVB. Acht jaar later, in 1979, mochten ook ‘meisjes’ lid worden.

En hoe zit het met de komst van het betaalde voetbal? Eind 2022 besloot de KNVB dat de bestuurlijke verantwoordelijkheid van de Vrouwen Eredivisie niet meer onder de amateurtak zou vallen. Volgens de KNVB omarmen de betaaldvoetbalorganisaties (bvo's) in Nederland het vrouwenvoetbal steeds meer. Daarom vallen de topcompetities in het Nederlandse vrouwenvoetbal per ingang van het seizoen 2023/2024 onder betaald voetbal.<sup>8</sup>

De Vrouwen Eredivisie kent een kortere geschiedenis dan de Mannen Eredivisie. Tot aan 2007 speelden de beste vrouwenteams in de ‘Hoofdklasse’. In 2007 was daar eindelijk de komst van de Vrouwen Eredivisie.

Zes clubs sloten zich aan: ADO Den Haag, AZ, sc Heerenveen, FC Twente, FC Utrecht en Willem II. Door de jaren heen sloten er zich meer clubs aan, alhoewel er ook clubs afvielen. Zo besloten clubs als Roda JC, AZ, VVV-Venlo, Willem II, FC Utrecht en Achilles '29 om te stoppen met hun vrouwenteam, vooral vanwege financiële redenen.

In 2012 veranderde de Vrouwen Eredivisie tijdelijk naar de Women's BeNe League: een gezamenlijke competitie voor de beste teams uit België en Nederland. Deze competitie hield slechts drie jaar stand. Sinds 2015/2016 spelen clubs weer in de Vrouwen Eredivisie. In 2020 kreeg de Eredivisie haar eerste naamsponsor: de Pure Energie Eredivisie Vrouwen. Op dit moment is Azerion de naamsponsor van de Vrouwen Eredivisie.

Per seizoen 2023/2024 bestaat de Eredivisie uit twaalf teams. Om de competitie verder te professionaliseren heeft de KNVB besloten dat de Eredivisie voorlopig niet uit meer teams kan bestaan en op termijn kan uitgroeien naar een nog hoger niveau. Vanaf het seizoen 2023/2024 verandert de naam van de ‘beloftencompetitie’ naar ‘Eerste Divisie’. In de toekomst zal de KNVB toewerken naar een promotie- en degradatieregeling.

### Internationale kampioenschappen

Het eerste EK voor vrouwen werd in 1984 georganiseerd. Slechts vier landen deden hieraan mee. Nederland was niet van de partij. Nederland plaatste zich pas voor het eerst voor een EK in 2009. Slechts acht jaar later, in 2017, bereikte Nederland voor het eerst een EK finale. En met succes: dat jaar werd Nederland Europees kampioen.

Het eerste WK vond plaats in 1991. Pas in 2015 plaatste Nederland zich voor het eerst voor het WK. Toch behaalde de Oranjeleeuwinnen al rap haar eerste WK succes: slechts vier jaar later, in 2019, stonden de Oranjeleeuwinnen voor het eerst in een WK finale.

De Nederlandse vrouwen staan momenteel op plek 9 van de FIFA wereldranglijst.

<sup>4</sup> Nemo Kennislink, Gezocht: vrouwelijke rolmodellen aan de bal

<sup>5</sup> IsGeschiedenis, Tot 1954 waren profvoetballers niet welkom in het Nederlands elftal

<sup>6</sup> Sportgeschiedenis.nl, Honderd jaar vrouwenvoetbal in Nederland

<sup>7</sup> Quest, Oranje doet het geweldig, maar vrouwenvoetbal is er nog lang niet

<sup>8</sup> KNVB Media, Topcompetities vrouwenvoetbal onderdeel van betaald voetbal

## CONCLUSIE

Momenteel zijn er nog grote kwaliteitsverschillen tussen de Mannen Eredivisie en Vrouwen Eredivisie. Toch leert de geschiedenis ons dat zowel de mannen als vrouwen tegenslagen hebben gekend. Aan beide partijen werden bijvoorbeeld sancties uitgedeeld door de KNVB.

Bij de mannen stelde de KNVB zich terughoudend op bij de komst van betaald voetbal. Spelers die betaald werden, kwamen niet meer in aanmerking voor het nationale elftal. En ook bij de vrouwen stelde de KNVB zich terughoudend op en werd met sancties gedreigd.

Maar bij de vrouwen werd voetbal zelfs verboden, eerst door de burgemeester van Amsterdam en later door een landelijk verbod. En ook de komst van betaald voetbal duurde bij de vrouwen langer (2023) dan bij de mannen (1954).

Een andere overeenkomst is het wankele begin van de competities. Bij de mannen werd al snel afscheid genomen van Tweede Divisie B. Bij de vrouwen heeft de Eredivisie een paar gedaanteverwisselingen doorgemaakt en hebben meerdere clubs afscheid genomen van hun vrouwenteams.

Toch zijn er nog grote verschillen in de competities op het hoogste niveau. De Mannen Eredivisie is al jarenlang stabiel. Spelers komen rond, wedstrijden worden standaard in de stadions gespeeld en er is een collectieve arbeidsovereenkomst. De Vrouwen Eredivisie loopt hierin nog een paar stappen achter. Momenteel onderneemt de KNVB actie om de Vrouwen Eredivisie verder te professionaliseren.

## BELANGRIJKSTE JAARTALLEN

**1889:** Oprichting nationale voetbalbond ("NVAB", later werd dit de KNVB)

**1889:** KNVB neemt in haar statuten op dat mannelijke voetballers niet betaald mogen worden

**1935:** Burgemeester van Amsterdam verbiedt vrouwenvoetbal

**1938:** KNVB voert een landelijk verbod op vrouwenvoetbal in

**1953:** Oprichting Nederlandse Beroepsvoetbalbond (NBVB)

**1954:** NBVB richt betaald voetbal competitie voor mannen op

**1954:** KNVB accepteert betaald voetbal voor mannen en start een gezamenlijke competitie met de NBVB

**1956:** Oprichting Mannen Eredivisie

**1971:** Vrouwen mogen lid worden bij de KNVB

**1979:** Meisjes mogen lid worden bij de KNVB

**2007:** Oprichting Vrouwen Eredivisie

**2023:** Topcompetities bij de vrouwen vallen onder 'betaald voetbal' bij de KNVB

## 2. WAT IS DE HUIDIGE SITUATIE?

In dit hoofdstuk staan we stil bij de huidige situatie van de Vrouwen Eredivisie. Wat zijn de huidige teams en welke sponsors zijn er? Wat voor contracten kan een speler momenteel krijgen en wat verdienen spelers? Wat houden de huidige licentie-eisen van de KNVB in en wat betekent dit voor clubs en spelers?

### HUIDIGE TEAMS EN HOOFDSPONSOREN

Dit WOMEN Inc. onderzoek is uitgevoerd tijdens het voetbalseizoen 2022/2023. Op dat moment bestaat de Vrouwen Eredivisie uit **11 teams**: ADO Den Haag, Ajax, VV Alkmaar, Excelsior, Feyenoord, Fortuna Sittard, sc Heerenveen, PEC Zwolle, PSV, Telstar en FC Twente.

In het seizoen 2023/2024 zal de Vrouwen Eredivisie bestaan uit 12 teams. AZ neemt de licentie over van VV Alkmaar. VV Alkmaar verdwijnt uit de Vrouwen Eredivisie. Ook treedt FC Utrecht toe tot de Vrouwen Eredivisie.

Hieronder staat een overzicht van de huidige hoofdsponsors van de teams in de Vrouwen Eredivisie:

| Naam voetbalteam | In de Vrouwen Eredivisie sinds | Naam hoofdsponsor                 |
|------------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| ADO Den Haag     | 2007                           | GirlPower Radio                   |
| Ajax             | 2012                           | ABN Amro                          |
| VV Alkmaar       | 2017                           | Schot Groep                       |
| Excelsior        | 2017                           | Nederlof Fish                     |
| Feyenoord        | 2021                           | EuroParcs                         |
| Fortuna Sittard  | 2022                           | Enkele aandeelhouders van Azerion |
| sc Heerenveen    | 2007                           | Ausnutria                         |
| PEC Zwolle       | 2010                           | VDK Groep                         |
| PSV              | 2012                           | High Tech Campus Eindhoven        |
| Telstar          | 2022                           | SportCity                         |
| FC Twente        | 2007                           | Future of Twente                  |

*Seizoen 2022/2023*

### CONTRACTEN EN SALARISSEN

Er zijn twee type contracten te onderscheiden voor spelers in de Vrouwen Eredivisie: een vrijwilligersovereenkomst en een arbeidscontract.

Spelers met een vrijwilligersovereenkomst ontvangen geen salaris, maar vergoedingen (vrijwilligers- en onkostenvergoeding). Spelers met een arbeidscontract ontvangen salaris.

Uit een rondvraag van WOMEN Inc. blijkt dat afgerond 57% van de spelers in het seizoen 2022/2023 salaris ontvangt. De andere spelers, 43%, spelen voor een vergoeding.

**57%** van de spelers in de Vrouwen Eredivisie ontvangt salaris. Het aandeel spelers dat geen salaris ontvangt is net iets lager: **43%**

In 2011 was FC Twente de eerste club in de Vrouwen Eredivisie die haar spelers ging betalen. Momenteel zijn er drie clubs met een cao voor hun vrouwenteams: Ajax (sinds 2019), PSV (sinds 2020) en FC Twente (sinds 2021). Vanaf het seizoen 2023/2024 heeft ook Feyenoord een cao.

Een collectieve arbeidsovereenkomst in de Vrouwen Eredivisie is er dus nog niet. In de Mannen Eredivisie is de cao er wel al jaren. Die trad voor het eerst in werking op 1 juli 1979. De Mannen Eredivisie had hierdoor als eerste voetbalcompetitie ter wereld een cao. De eerste cao hield onder andere in dat spelers minimaal 22 uur per week moesten werken en een minimumloon van 15.000 gulden moesten ontvangen.<sup>10</sup>

De cao voor contractspelers wordt in Nederland opgesteld door de FBO (Nederlandse Federatie van Betaald Voetbal Organisaties), de VVCS (Vereniging van Contractspelers) en ProProf. In de cao voor betaald voetballers staan onder andere bepalingen voor de arbeidsduur, het minimumsalaris, reiskostenvergoedingen, maar ook regelingen voor de ziektekostenverzekering of het recht op een spelersraad.

<sup>9</sup> Feyenoord, Feyenoord Vrouwen 1 krijgt eigen CAO

<sup>10</sup> De Stadsbron, Betaald voetbal in Amersfoort 7: Paleisrevolutie (voorjaar 1979)

Alhoewel er momenteel nog geen cao is voor de vrouwen, heeft de KNVB het doel dat in 2027 elke speler in Nederland zou moeten kunnen leven van de sport. Om clubs een zetje in de juiste richting te geven, heeft de KNVB als één van de licentie-eisen (*meer hierover in het volgende subkopje*) vastgesteld dat clubs in de Vrouwen Eredivisie in het seizoen 2022/2023 minimaal twee spelers een arbeidscontract moeten geven van ten minste 22 uur per week, waarbij spelers minimaal 55% van het minimumloon naar leeftijd moeten verdienen.

Een speler in de Vrouwen Eredivisie van 21 jaar oud met een arbeidscontract verdient minimaal **€1.073,59** bruto per maand.

Maar wat verdienen spelers in de Vrouwen Eredivisie daadwerkelijk op dit moment? De accountant- en adviesorganisatie KPMG onderzocht het gemiddelde salaris van spelers in de Vrouwen Eredivisie. Uit dit onderzoek blijkt dat spelers bij Ajax, PSV en FC Twente in het seizoen 2022/2023 een gemiddeld jaarsalaris hebben van 20.000 euro (ongeveer €1.666,67 per maand). Spelers bij de overige clubs in de Vrouwen Eredivisie verdienen jaarlijks gemiddeld 7.000 euro (ongeveer €583,33 per maand).<sup>11</sup>

Daartegenover staan de salarissen van de mannen. Volgens gegevens van werkgeversorganisatie FBO krijgt een speler in de Mannen Eredivisie een gemiddeld jaarsalaris van 291.000 euro (ongeveer €24.250 per maand). Hierbij moet wel vermeld worden dat er grote onderlinge verschillen zijn tussen de grote en kleine clubs.<sup>12</sup>

Spelers bij clubs in de Vrouwen Eredivisie met een cao verdienen gemiddeld **€1666,67** bruto per maand. Bij de overige clubs is dit lager: gemiddeld **€583,33** per maand. Het gemiddelde maandsalaris bij de mannen ligt veel hoger: **€24.250** per maand.

## LICENTIE-EISEN

Om de Vrouwen Eredivisie verder te professionaliseren voerde de KNVB sinds 2019 kwaliteitseisen in. In 2022 volgden de licentie-eisen.

**Kwaliteitseisen** (per seizoen 2019/2020): Denk hierbij aan eisen voor de accommodatie, verlichting, begroting, gediplomeerde trainers, aantal trainingen en de organisatiestructuur.

**Licentie-eisen** (per seizoen 2022/2023): Elke club heeft een 'licentie' nodig om met een team te kunnen uitkomen in de Eredivisie. Denk hierbij aan eisen voor de kwaliteit en inrichting van een jeugdopleiding, de financiële positie en de arbeidsorganisatie. Elke club moet nu aan een minimum aantal eisen voldoen, om niet haar licentie kwijt te raken.

In totaal bestaat het licentiereglement voor de Vrouwen Eredivisie uit 16 artikelen.<sup>13</sup> De licentie-eisen voor teams in de Vrouwen Eredivisie lopen sterk uiteen. Hieronder volgt een opsomming van de belangrijkste eisen:

1. De A-selectie traint **minimaal vijf keer per week overdag** onder de verantwoordelijkheid van de hoofdtrainer.
2. In het seizoen 2022/2023 moeten **minimaal twee** spelers een arbeidscontract ontvangen. Deze contractspelers moeten **minimaal 55,5% van het wettelijk minimumloon** naar leeftijd verdienen. In het seizoen 2023/2024 moeten **minimaal vier** spelers een arbeidscontract ontvangen.
3. De club moet beschikken over een **manager vrouwenvoetbal** die verantwoordelijk is voor de dagelijkse leiding met betrekking tot de bedrijfsvoering ten aanzien van het vrouwenvoetbal.
4. De club moet **minimaal één fysiotherapeut** in dienst hebben die verantwoordelijk is gedurende wedstrijden en trainingen van de A-selectie.
5. De club moet een **beleidsplan** hebben waarin beschreven staat wat de positie is **van het vrouwenvoetbal binnen de club**.
6. De club moet een **meerjarenplan** hebben met daarin gedetailleerde **marketing en commerciële plannen** hoe onder meer de inkomsten en het aantal toeschouwers verhoogd kunnen worden

Ook de teams bij de mannen moeten voldoen aan licentie-eisen. Het licentiereglement voor de mannen bestaat uit 18 artikelen.<sup>14</sup> De licentie-eisen voor teams in de Vrouwen Eredivisie en Mannen Eredivisie

verschillen van elkaar. Hieronder staan de belangrijkste verschillen naast elkaar:

| Licentie eisen voor clubs in Eredivisie + Eerste Divisie mannen  | Licentie eisen voor clubs in Eredivisie vrouwen   |
|--|---|
| Een club heeft ten minste <b>drie jeugdteams</b> aan zich verbonden.   | Een club heeft ten minste <b>twee jeugdteams</b> aan zich verbonden. In het seizoen 2022/2023 was de eis <b>ten minste één jeugdteam</b> .                    |
| Een club betaalt ten minste <b>18*</b> contractspelers volgens een arbeidsovereenkomst, en <b>ten minste 100%</b> van het wettelijk minimumloon naar leeftijd. | Een club betaalt ten minste <b>2</b> contractspelers volgens een arbeidsovereenkomst, en <b>ten minste 55,5%</b> van het wettelijk minimumloon naar leeftijd. |
| Een club moet <b>minimaal 1 fte</b> hebben voor één of meerdere fysiotherapeuten in loondienst.  | Een club moet minimaal <b>één fysiotherapeut</b> in dienst hebben, het aantal fte is hierbij niet geformuleerd.   |
| De club moet een trainer/coach in dienst hebben voor het eerste elftal dat in bezit is van een geldige <b>UEFA Pro trainerslicentie</b> .                      | De club moet een trainer/coach in dienst hebben voor het eerste elftal dat in het bezit is van een minimaal geldige <b>UEFA A trainerslicentie</b> .          |

*\*dit geldt voor een club in de Mannen Eredivisie, een club uit de Eerste Divisie moet minimaal 16 spelers een arbeidscontract aanbieden.*

Uit de vergelijking blijkt dat de licentie-eisen voor clubs in de Mannen Eredivisie en Eerste Divisie een stuk strenger zijn dan voor clubs in de Vrouwen Eredivisie. De licenties voor de vrouwen zijn momenteel bedoeld om een minimale kwaliteit te bieden aan de Eredivisie en dit te verbeteren door het periodiek verhogen van de licentie-eisen. Denk bijvoorbeeld aan de verhoging van het minimum aantal spelers dat onder contract moet staan: dat verandert van twee spelers in seizoen 2022/2023 naar ten minste vier spelers in het seizoen 2023/2024.

## WAT BETEKENT DIT VOOR SPEELSTERS?

Zoals uit de gegevens van de 11 clubs in de Vrouwen Eredivisie blijkt, speelt net iets minder dan de helft van de spelers voor een onkostenvergoeding. Om toch rond te kunnen komen zijn een aantal spelers genoodzaakt om daarnaast te werken. Uit interviews met de clubs blijkt dat deze spelers dit doen in de avonden of op een dag in het weekend wanneer er geen wedstrijd is.

Het ontbreken van een cao heeft een aantal gevolgen voor spelers in de Vrouwen Eredivisie. Zo ontbreekt er een minimumsalaris of minimale arbeidsduur voor alle spelers. Ook kan het ontbreken van een cao nadelige gevolgen hebben voor spelers die bijvoorbeeld arbeidsongeschikt raken door een ernstige blessure. Spelers in de Mannen Eredivisie die arbeidsongeschikt raken hebben namelijk een collectieve ongevallen- en ravalidatieverzekering. Dat ontbreekt voor spelers in de Vrouwen Eredivisie. Ook zaken als zwangerschap is voor spelers niet collectief geregeld. Voor spelers bij clubs in de Vrouwen Eredivisie die geen eigen cao hebben heeft dat als gevolg dat zij geen salaris ontvangen als zij zwanger zijn.

Daarnaast vielen de Nederlandse topcompetities in het vrouwenvoetbal tot en met het seizoen 2022/2023 onder amateurvoetbal bij de KNVB. Voor spelers in de Vrouwen Eredivisie had dit volgens de vakbond VVCS een negatieve invloed op de algemene beeldvorming op vrouwenvoetbal. In een interview met WOMEN Inc. geeft VVCS aan dat spelers werden gezien als amateurs, ondanks dat zij fulltime met de sport bezig zijn, waardoor dit een negatieve invloed had op hun uitstraling.

Dat de topcompetities van het vrouwenvoetbal onder amateurvoetbal stond had ook logistieke gevolgen. Zo is in het reglement van betaald voetbal geregeld dat clubs officieel stemrecht hebben bij de KNVB. Mannelijke spelers kunnen al lange tijd stemmen over voorstellen van de KNVB. De vrouwen konden dat tot dusver nog niet.

Als laatste betekent de huidige situatie voor spelers ook financiële kwetsbaarheid. 43% van de spelers in de Vrouwen Eredivisie ontvangt nog geen salaris. Spelers moeten zoeken naar andere manieren om geld te verdienen, bijvoorbeeld door het hebben van een bijbaan. Uit een interview met het Nederlands managementbureau Women's Sports Agency blijkt dat spelers die weinig verdienen ook extra kwetsbaar zijn voor personen met verkeerde bedoelingen. Volgens *Women's Sports Agency* maken sommige bedrijven misbruik van de financiële situatie van een aantal spelers. Deze bedrijven benaderen spelers via sociale media met de vraag om hun product of dienst via een social media bericht te promoten. Spelers die nog niet veel verdienen, zouden op het eerste gezicht goede deals kunnen slepen uit zulke voorstellen. Maar volgens Women's Sports Agency gaat het hierbij mis: bedrijven willen de spelers met korting hun producten aanbieden, in plaats van het product gratis te geven. Daardoor geeft een speler ook nog eens geld uit.

<sup>11</sup> KPMG, Rapport foto organisatie en financiering topsport

<sup>12</sup> Voetbal International, Gemiddeld salaris Eredivisie stijgt naar 291 duizend euro

<sup>13</sup> KNVB, Licentiereglement Vrouwen Eredivisie

<sup>14</sup> KNVB, Licentiereglement Betaald Voetbal

### 3. WELKE PARTIJEN HEBBEN INVLOED EN ZIJN BEPALEND VOOR GELIJKE KANSEN?

| PARTIJ                        | TAAK   | INVLOED   |
|-------------------------------|--|---|
| Voetbalclubs in de Eredivisie | Voetbalclubs leiden spelers op of kopen/huren nieuwe spelers. Clubs geven voetballers een contract of overeenkomst. Clubs stellen doelen op voor het team en bieden faciliteiten aan.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soort contract</li> <li>• Salaris</li> <li>• Faciliteiten</li> <li>• Beleid</li> </ul>                                 |
| Sponsors                      | Sponsors bieden financiële vergoedingen aan voetbalclubs. Sponsors kunnen daarnaast ook extra dienstverlening aanbieden.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiële vergoedingen</li> <li>• Dienstverlening</li> </ul>  |
| Voetbalbond en -organisaties  | De KNVB is de Nederlandse voetbalbond die landelijke competities organiseert en alles om de nationale elftallen en competities coördineert.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coördineren</li> <li>• Betaald voetbal</li> <li>• Organisatie competitie</li> <li>• Commerciële exploitatie</li> </ul> |
| Media                         | De Eredivisie CV (ECV) is een zelfstandige rechtsvorm waarin de 18 Eredivisieclubs (mannen) zich hebben verenigd. De Eredivisie CV behartigt de belangen van de eredivisieclubs.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uitzenden wedstrijden</li> <li>• Aandacht</li> <li>• Zichtbaarheid</li> </ul>  |
| Vakbonden                     | De media zorgen voor exposure, blootstelling, van het Nederlandse voetbal. Kranten schrijven over de wedstrijden en spelers. Op televisie worden de wedstrijden uitgezonden. Vakbonden zijn belangenorganisaties voor voetballers en ondersteunen de voetballers op allerlei gebieden. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Invloeden op belangen spelers</li> <li>• Onderhandelen cao</li> <li>• Ondersteuning contracten</li> </ul>              |

#### VOETBALCLUBS

Voetbalclubs in de Vrouwen Eredivisie zijn bepalend voor gelijke kansen. Daarnaast zijn ook de voetbalclubs zonder team in de Vrouwen Eredivisie bepalend. Welk beleid voeren deze voetbalclubs als het gaat om vrouwenvoetbal? Vanaf het seizoen 2024/2025 moeten clubs die met hun mannenteam Europees voetbal willen spelen (Conference League, Europa League, Champions League) ook vrouwenvoetbal ondersteunen. De Europese bond UEFA heeft namelijk besloten dat vanaf seizoen 2024/2025 een club alleen nog maar mag deelnemen aan Europese mannencompetities als zij bijvoorbeeld een vrouwenteam hebben of meisjes jeugdteam, of door samen te werken met een lokale voetbalvereniging.<sup>15</sup>

Voetbalclubs hebben op veel zaken invloed: denk bijvoorbeeld aan het soort contract dat aan spelers wordt gegeven, de begroting, welke faciliteiten er geregeld worden, waar de wedstrijden gespeeld worden (in een stadion, jeugdcomplex of op een amateurvereniging). De personen binnen een club bepalen de beeldvorming rondom het vrouwenvoetbal bij een club. Hoe een directie kijkt naar het vrouwenteam heeft invloed op gelijke kansen.

#### SPONSOREN

Sponsors zijn belangrijk als het gaat om gelijke kansen. De begrotingen van de voetbalclubs worden deels opgevuld door inkomsten uit sponsordeals. Door sponsorgelden kunnen allerlei zaken geregeld worden

(denk aan salaris, voetbaltenues, LED verlichting in stadions of het faciliteren van een jeugdopleiding). Daarnaast kunnen sponsors eisen stellen aan clubs: waar wil een sponsor dat het geld in geïnvesteerd wordt? Sponsors kunnen zich daarnaast ook maatschappelijk inzetten en meer doen dan alleen geld geven. Zo kan een sponsor spelers ondersteunen in hun maatschappelijke carrière door het aanbieden van studies of cursussen.

#### VOETBALBOND EN -ORGANISATIES

Voetbalorganisaties hebben een coördinerende rol in het vrouwenvoetbal en zijn belangrijk als het gaat om gelijke kansen. Hieronder rekenen wij de voetbalbond (KNVB) en de overkoepelende organisatie van de

Eredivisieclubs (Eredivisie CV). Momenteel neemt de KNVB een coördinerende rol op zich bij het vrouwenvoetbal. De bond staat in contact met de voetbalclubs en maakt beslissingen die invloed hebben op het Nederlandse vrouwenvoetbal. Denk bijvoorbeeld aan de regeling dat topcompetities in het Nederlandse vrouwenvoetbal niet meer onder amateurvoetbal valt.

Bij de mannen is de ECV een belangrijke partij. De ECV heeft onder andere zeggenschap over de organisatie van de competitie van de Mannen Eredivisie. En ze zijn bepalend in de exploitatie van media- en sponsorrechten. Op dit moment draagt de KNVB de verantwoordelijkheid van de commercialisering van de Vrouwen Eredivisie. De KNVB heeft in het Strategisch Plan voor 2022-2026 opgenomen dat zij de commerciële exploitatie van de Vrouwen Eredivisie op termijn goed willen beleggen bij een derde partij, zoals de ECV of een andere partij.<sup>16</sup>

#### MEDIA

De media hebben invloed op de aandacht dat er aan voetbal wordt gegeven. Het uitzenden van voetbalwedstrijden heeft invloed op het gedrag van sponsors. Sponsors, die op zoek zijn naar exposure voor hun merk, zullen sneller geneigd zijn aan te haken bij een voetbalclub als zij daarvoor naamsbekendheid kunnen terugkrijgen. Sinds het seizoen 2020/2021 zendt ESPN één live wedstrijd in de Vrouwen Eredivisie per week uit.

#### VAKBONDEN

De vakbonden ProProf en VVCS zetten zich in voor het belang van spelers. Zij behartigen de belangen van spelers bij zowel de KNVB als bij voetbalclubs. Daarnaast worden de vakbonden betrokken bij het opstellen en verlengen van collectieve arbeidsovereenkomsten (cao).

<sup>15</sup> NOS, 'Eindelijk' promoveert KNVB vrouwenvoetbal tot betaald voetbal, weg uit amateursport

<sup>16</sup> KNVB Strategie, Strategische Doelen 2022-2026

## 4. WAT ZIJN DE HUIDIGE BELEMMERINGEN?

Nog niet alle spelers in de Vrouwen Eredivisie komen rond. Van gelijke kansen is er momenteel nog geen sprake. Als het gaat om geld is er een belangrijke rol weggelegd voor voetbalclubs en voetbalsponsors. Welke belemmeringen zien we bij clubs enerzijds en sponsors anderzijds?

### VOETBALCLUBS

Voor dit onderzoek zijn alle voetbalclubs in de Vrouwen Eredivisie geïnterviewd. Dit zijn: ADO Den Haag, Ajax, VV Alkmaar, Excelsior, Feyenoord, Fortuna Sittard, sc Heerenveen, PEC Zwolle, Telstar en FC Twente. Omdat AZ per seizoen 2023/2024 de licentie van VV Alkmaar zal overnemen en FC Utrecht ook toetreedt tot de Vrouwen Eredivisie, zijn ook deze clubs geïnterviewd.

### INTEGRATIE

Eén van de huidige belemmeringen is dat de Vrouwen Eredivisie tot en met het seizoen 2022/2023 officieel onder de tak 'amateurs' viel bij de KNVB. Daardoor hoefde niet elk team in de Vrouwen Eredivisie uit te maken van de 'bvo' (betaald voetbal organisatie). En dat gebeurde ook: 4 van de 11 teams in de Vrouwen Eredivisie vielen in het seizoen 2022/2023 niet onder een bvo (ADO Den Haag, VV Alkmaar, sc Heerenveen en Telstar). De teams gebruikten weliswaar de naam van de bvo, met uitzondering van VV Alkmaar, maar waren in de praktijk een stichting. De dagelijkse werkzaamheden van deze stichtingen stonden volledig los van de club: zij opereerden zelfstandig.

Vanaf het aankomende voetbalseizoen verandert dit, omdat de KNVB alle Nederlandse topcompetities voor de vrouwen (Eredivisie, Beloftencompetitie en TOTO KNVB beker) van de amateurs tak naar betaald voetbal verplaatst. Dit heeft als gevolg dat ook alle clubs per 1 juli 2023 een betaald voetbalorganisatie moeten zijn. Voor VV Alkmaar heeft dit verregaande gevolgen: omdat VV Alkmaar alleen maar een vrouwenteam heeft en niet de financiële middelen heeft om een bvo te worden, neemt voetbalclub AZ hun licentie over.

De andere clubs in de Vrouwen Eredivisie (ADO Den Haag, sc Heerenveen en Telstar) maken de overgang van stichting naar bvo. Dat betekent dat zij integreren binnen de club.

Het is voor sommige teams niet de eerste keer dat ze onderdeel worden van de bvo. Eerder waren ADO Den Haag en sc Heerenveen al ondergebracht binnen de bvo. Maar vanwege financiële redenen stopte de samenwerking. In april 2011 maakte sc Heerenveen bekend dat het vrouwenteam definitief zou stoppen. Uiteindelijk bleef sc Heerenveen in de Vrouwen Eredivisie door verder te gaan als een stichting.<sup>17</sup> Ook ADO Den Haag was van 2007 tot 2012 een onderdeel van de bvo. In 2012 stopte de club met het vrouwenteam, maar door de oprichting van Stichting ADO Den Haag Vrouwenvoetbal kon het team blijven bestaan.<sup>18</sup>

De stichtingen ervoeren zowel voor- als nadelen. Uit interviews met de vier stichtingen blijkt dat zij alle vier afhankelijk waren van vrijwilligers vanwege de beperkte financiële middelen. De stichtingen waren tegelijkertijd afhankelijk van sponsorgelden en andere inkomsten. Maar omdat de stichtingen grotendeels draaien op werkzaamheden van vrijwilligers, blijkt er niet altijd tijd te zijn om volledig te focussen op het vinden van sponsorgelden. De clubs geven aan dat er daardoor inkomsten zijn misgelopen:

***“We werken maar met een klein team dat zich inzet voor de vrouwen. Daardoor blijven we noodgedwongen in dezelfde situatie hangen. En is er helaas weinig aandacht voor marketing. We willen graag meer bezoekers bij de wedstrijden ontvangen, maar doordat we een klein team zijn is er te weinig tijd om ons ook nog eens te focussen op het promoten van de verkoop van seizoenskaarten voor de vrouwen.”***

De vier stichtingsvormen vonden dan ook dat het tijd werd om de overgang naar de bvo te maken. Maar daarvoor is samenwerking van de club nodig. Het besluit van de KNVB dat elke club in de Vrouwen Eredivisie onderdeel moet zijn van een bvo heeft daarmee het proces weten te versnellen. De vier clubs wijzen op de voordelen: zo worden de middelen en kansen veel groter wanneer zij onder de bvo vallen en hoeven de vrijwilligers van de stichtingen niet meer zelf de sponsorgesprekken te voeren. Dat zal na de integratie opgepakt worden door de medewerkers in dienst van de bvo:

***“Met nieuwe sponsors werven ga je winnen qua marketing verhaal, want er gaat een professioneel team op zitten.”***

***“Doordat we niet meer apart sponsorgesprekken hoeven te voeren, maar er meerdere afdelingen betrokken zullen raken, verwachten wij ook dat we de speelsters beter kunnen betalen.”***

Ook bij VV Alkmaar, die haar licentie laat overnemen door AZ, heerst positiviteit als het gaat om toekomstige sponsoring:

***“Als wij nu bedrijven opbellen en wij benoemen dat we VV Alkmaar zijn, dan krijgen wij te horen: ‘Wie?’ Doordat AZ onze licentie overneemt, komen er meteen nieuwe sponsors bij. Waarom? Omdat zij AZ zijn. Hun naam werkt daar al in mee.”***

Maar er heerst ook bezorgheid bij de stichtingen. De vrouwen kregen onder de stichtingen de volledige aandacht, maar het is nog de vraag of dat ook zo zal zijn onder de bvo. Wat als het bij de mannen minder goed gaat, wordt er dan automatisch in het budget van de vrouwen gesneden?

***“Vrouwenvoetbal moet wel veilig weggezet worden. We willen dat iedereen één is bij onze club. En dat moet ook uitgedragen worden. We zijn in het verleden al afgestoten. Dat mag niet nog een keer gebeuren.”***

***“We moeten opletten dat de vrouwen niet gaan verzuipen door mannen die echt niets weten van de vrouwentak. Ze hebben echt geen idee.”***

### BEELDVORMING

Hoe zit het met de andere 7 teams in de Vrouwen Eredivisie (Ajax, Excelsior, Feyenoord, Fortuna Sittard, PEC Zwolle, PSV en FC Twente) die al eerder onder de bvo vielen? Hoe gaat het met de beeldvorming bij clubs over vrouwenvoetbal? En bij hoeveel clubs vormt de beeldvorming een belemmering als het gaat om gelijke kansen?

Aan alle 11 clubs in de Vrouwen Eredivisie is gevraagd hoe het er momenteel voor staat met de beeldvorming over vrouwenvoetbal. Uit de interviews blijkt dat hier nog een wereld in te winnen is. Zo geven 7 van de 11 clubs aan dat zij regelmatig te horen krijgen dat de vrouwen “geld kosten”. Dit horen ze met name van belangrijke personen binnen de club: bestuursleden of vanuit de raad van commissarissen.

Uit de interviews blijkt dat veel clubs vrouwenvoetbal momenteel nog zien als investering: de uitgaven wegen niet op tegen de inkomsten. Het eerste elftal van de mannen haalt vooral veelzijdige inkomsten binnen: denk bijvoorbeeld aan sponsoring, ticketing, merchandise, transferbedragen, televisie-inkomsten en opleidingsvergoedingen. De inkomsten bij het eerste elftal van de vrouwen zijn veel minder veelzijdig. De vrouwenteams zijn vooral nog afhankelijk van sponsorgelden.

In vergelijking met de mannen worden er bij de vrouwen minder kaartjes en seizoenskaarten verkocht, zijn de televisie inkomsten gering en is er van opleidingsvergoedingen bovendien nog geen sprake in de Vrouwen Eredivisie. Een speler die door club A wordt opgeleid en door club B wordt overgenomen, hoeft geen vergoeding voor de opleiding aan club A te betalen.

Als het gaat om beeldvorming bij clubs vormt het argument dat de ‘vrouwen geld kosten’ een belangrijke belemmering als het gaat om gelijke kansen. 10 van de 11 clubs geven aan dat clubs vastzitten in verouderde structuren waar de voornaamste focus op de mannen ligt. En dat terwijl, geven de geïnterviewden aan, de focus op voetbal in het algemeen moet liggen.

**7 van de 11 clubs** in de Vrouwen Eredivisie geven aan dat zij regelmatig geluiden binnen de club horen dat de vrouwen “geld kosten”.  
**En 10 van de 11 clubs** geven aan dat de focus vooral nog steeds op de mannen ligt.

<sup>17</sup> Sc Heerenveen Vrouwen, Historie

<sup>18</sup> Ado Vrouwen, Stichting



**“Clubs verkopen het product voetbal. Daarin zijn mensen geïnteresseerd. Het is de bedoeling om een zo groot mogelijke afzetmarkt neer te zetten. Als je jouw merk als voetbalclub ‘verkoop’ aan deze afzetmarkt, dan moet je wel de gehele markt aanspreken en niet maar 50%.”**

**“We zijn afhankelijk van hoe mensen intern naar de vrouwen kijken. Dat heeft echt met personen te maken.”**

Daarnaast zijn er ook positieve geluiden te horen over de clubs. Zo spreken clubs die regelmatig hun wedstrijden in het stadion spelen hun waardering uit dat dit nooit een probleem is geweest. Daarnaast leggen de meeste bvo's extra geld in, om jaarlijks te voldoen aan de begroting.

## GELD

Een terugkerend onderwerp uit de interviews is geld. Het levert zowel belemmeringen op als kansen. Voor dit onderzoek zijn de begrotingen van de clubs opgevraagd en met elkaar vergeleken. Bij het vergelijken van de begrotingen is gekeken naar zowel het gemiddelde als de mediaan. Vanwege de grote onderlinge verschillen in begrotingen (sommige clubs hebben begrotingen van miljoen en andere clubs tonnen), is de mediaan meegenomen. Het geeft hierbij de middelste waarde aan van alle meegenomen begrotingen. De bedragen zijn afgerond op halve en hele getallen.

### Begrotingen bvo's (18 clubs in de Mannen Eredivisie) in het seizoen 2022/2023

- Gemiddelde: 31,5 miljoen
- Mediaan: 15,5 miljoen

### Begrotingen bvo's met zowel een team in de Mannen Eredivisie als Vrouwen Eredivisie (10 clubs) in het seizoen 2022/2023

- Gemiddelde 80 miljoen
- Mediaan 14,5 miljoen

### Begrotingen Vrouwen Eredivisie (11 teams) in het seizoen 2022/2023

- Gemiddelde: 8 ton
- Mediaan: 4,5 ton

In het seizoen 2022/2023 was de gemiddelde begroting voor clubs in de Vrouwen Eredivisie 8 ton, met een mediaan van 4.5 ton.

Clubs geven talloze negatieve voorbeelden over hoe de vrouwentak momenteel wordt neergezet binnen de bvo. Zo werd bij een club geen trainingskamp voor de vrouwen georganiseerd, is er bij meerdere clubs geen ‘ruimte’ voor de vrouwen en meisjes op het trainingscomplex of voor hun faciliteiten (zoals trainingsspullen), geeft een club aan dat de vrouwenwedstrijden doorgaans te laat op sociale media bekend worden gemaakt, is er bij meerdere clubs weinig tot geen informatie over de vrouwen te vinden op de website, staan in de jaarverslagen van de meeste clubs niet meer dan één alinea over de vrouwen, en nodigde een club zelfs medewerkers bij de vrouwen niet uit op personeelsfeestjes.

De manier hoe de club naar het vrouwenteam kijkt heeft voor sommige teams ook financiële gevolgen. Zo benoemen de meeste clubs tijdens verlenggesprekken met huidige sponsors of gesprekken met potentieel nieuwe sponsors de vrouwenteams pas aan het einde van het gesprek of helemaal niet.

**“Onlangs had iemand van de club een gesprek met een sponsor. Toen werd aan de sponsor aan het einde van het gesprek nog even medegedeeld: ‘Oja, we hebben ook de vrouwen nog’”**

**“Als de club de vrouwen niet als volwaardig ziet, dan gaan sponsors dat ook niet zo zien. Clubs geven daarmee een bepaald signaal af. Wil je de vrouwentak zien groeien, dan zal de club het zelf ook serieus moeten nemen.”**

Clubs gaven hierbij aan dat in welke mate de vrouwen serieus genomen worden, samenhangt met welke personen er in het bestuur of rvc zitten. Zo gaf een club aan dat zij op een bepaald moment heel snel moesten handelen om een vrouwenteam te starten, omdat een nieuw bestuur plaatsnam en positief naar vrouwenvoetbal kijkt. Volgens deze club zou het bestuur er over een paar jaar weer heel anders uit kunnen zien en wellicht minder positief denken over vrouwenvoetbal. Andere clubs gaven de volgende voorbeelden:

**“We willen fulltime contracten aanbieden, maar het is afhankelijk van hoe de directie daarin staat.”**

Zoals benoemd zijn de inkomsten van clubs in de Vrouwen Eredivisie met name afhankelijk van sponsorgelden, terwijl de inkomsten bij clubs in de Mannen Eredivisie gevarieerder zijn. Aan alle clubs in de Vrouwen Eredivisie is gevraagd hoeveel procent van hun inkomsten afhankelijk is van sponsoring. 9 van de 11 clubs konden hier antwoord op geven: uit de antwoorden van deze 9 clubs blijkt dat gemiddeld 51% van de inkomsten afkomstig is van sponsorgelden, met een mediaan van 50%. De overige 3 clubs waren niet in staat om deze statistieken te leveren.

Inkomsten van de meeste clubs in de Vrouwen Eredivisie zijn nog sterk afhankelijk van sponsorgelden: gemiddeld 51% en een mediaan van 50% (op basis van antwoorden van 9 clubs).

Om voldoende sponsorgeld te vinden, vormt voor bijna alle clubs een uitdaging. 10 van de 11 clubs in de Vrouwen Eredivisie geven aan dat het werven van voldoende sponsors een uitdaging is.

### Hoofdsponsors seizoen 2022/2023

| CLUB            | HOOFDSPONSOR MANNEN | HOOFDSPONSOR VROUWEN              |
|-----------------|---------------------|-----------------------------------|
| ADO Den Haag    | Hommerson Casino    | GirlPower Radio                   |
| Ajax            | Ziggo               | ABN Amro                          |
| VV Alkmaar      | niet van toepassing | Schot Groep                       |
| Excelsior       | DSW                 | Nederlof Fish                     |
| Feyenoord       | EuroParcs           | EuroParcs                         |
| Fortuna Sittard | BetCity             | Enkele aandeelhouders van Azerion |
| sc Heerenveen   | Ausnutria           | Ausnutria                         |
| PEC Zwolle      | VDK Groep           | VDK Groep                         |
| PSV             | Brainport Eindhoven | High Tech Campus Eindhoven        |
| Telstar         | BUKO                | SportCity                         |
| FC Twente       | Pure Energie        | Future of Twente                  |

Ook de vakbond VVCS komt een aantal belemmeringen tegen als het gaat om geld. In het interview gaf VVCS aan dat zij bij de vrouwen een aantal keer standaard gekopieerde zinnen tegenkomen die afkomstig zijn van de contracten bij de mannen. De VVCS gaf als voorbeeld dat de hoogte van boetes voor mannelijke spelers standaard werden overgenomen:

In de werving naar nieuwe sponsors staan clubs in de Vrouwen Eredivisie hier ook vaak alleen voor. 6 van de 11 clubs geven aan dat medewerkers van de bvo bij sponsorgesprekken een standaard promotieverhaal over de mannen houden. 3 van de 11 clubs geven aan dat dit soms gebeurt en dat er soms ook ruimte wordt gemaakt voor een promotieverhaal over de vrouwen. 2 clubs geven aan dat de vrouwen standaard meegenomen worden in deze gesprekken.

Het resulteert er mede in dat bij 8 van de 11 clubs de mannen en de vrouwen niet dezelfde hoofdsponsor hebben. Slechts drie clubs (Feyenoord, sc Heerenveen en PEC Zwolle) hebben een hoofdsponsor die zowel de mannen als vrouwen sponsoren.

**“Een bedrag voor een boete kan in een mannencontract bijvoorbeeld 5000 euro zijn. Maar voor spelers in de Vrouwen Eredivisie staat dat niet in verhouding met wat ze verdienen. Maar denk ook aan contracten waar niks in wordt opgenomen over zwangerschap. Clubs moeten nog werken aan hun bewustwording als het gaat om de vrouwenteams.”**

## SPONSOREN

### Exposure

Om vast te stellen wat de huidige belemmeringen zijn voor sponsoren die een vrouwenteam sponsoren of voor sponsoren die (nog) niet zijn ingestapt in het vrouwenteam, zijn interviews afgenomen met in totaal 7 hoofdsponsoren. De volgende sponsoren in het Nederlandse voetbal hebben meegewerkt aan het onderzoek:

### Overzicht geïnterviewde hoofdsponsoren

| NAAM SPONSOR               | SOORT SPONSOR                                     | SINDS WANNEER HOOFDSPONSOR? |
|----------------------------|---|-----------------------------|
| ABN Amro                   | Hoofdsponsor Ajax vrouwen                         | 2015                        |
| Azerion                    | Naamsponsor Eredivisie Vrouwen                    | 2022                        |
| DSW                        | Hoofdsponsor Excelsior mannen                     | 2004                        |
| Future of Twente           | Hoofdsponsor FC Twente vrouwen                    | 2021                        |
| GirlPower Radio            | Hoofdsponsor ADO Den Haag vrouwen                 | 2021                        |
| High Tech Campus Eindhoven | Hoofdsponsor PSV vrouwen                          | 2022                        |
| ING                        | Hoofdsponsor Nederlands voetbal mannen en vrouwen | 2010                        |

Voor dit onderzoek zijn meerdere hoofdsponsoren van de Mannen Eredivisie gevraagd om input te leveren. Alleen DSW (verzekeringsmaatschappij) wilde aan het onderzoek meedoen.

DSW is sinds 2004 hoofdsponsor bij Excelsior mannen geworden en zijn daarmee de langstzittende sponsor van de Mannen Eredivisie. Het sponsorgeld gaat (nog) niet naar het vrouwenteam toe. Volgens DSW heeft dit ermee te maken dat Excelsior pas sinds het seizoen 2017/2018 een team in de Vrouwen Eredivisie heeft en tot een lange tijd nog een aparte stichting was. DSW geeft als grootste belemmering aan dat er nog te weinig media aandacht is voor de vrouwen op televisie en in de kranten.

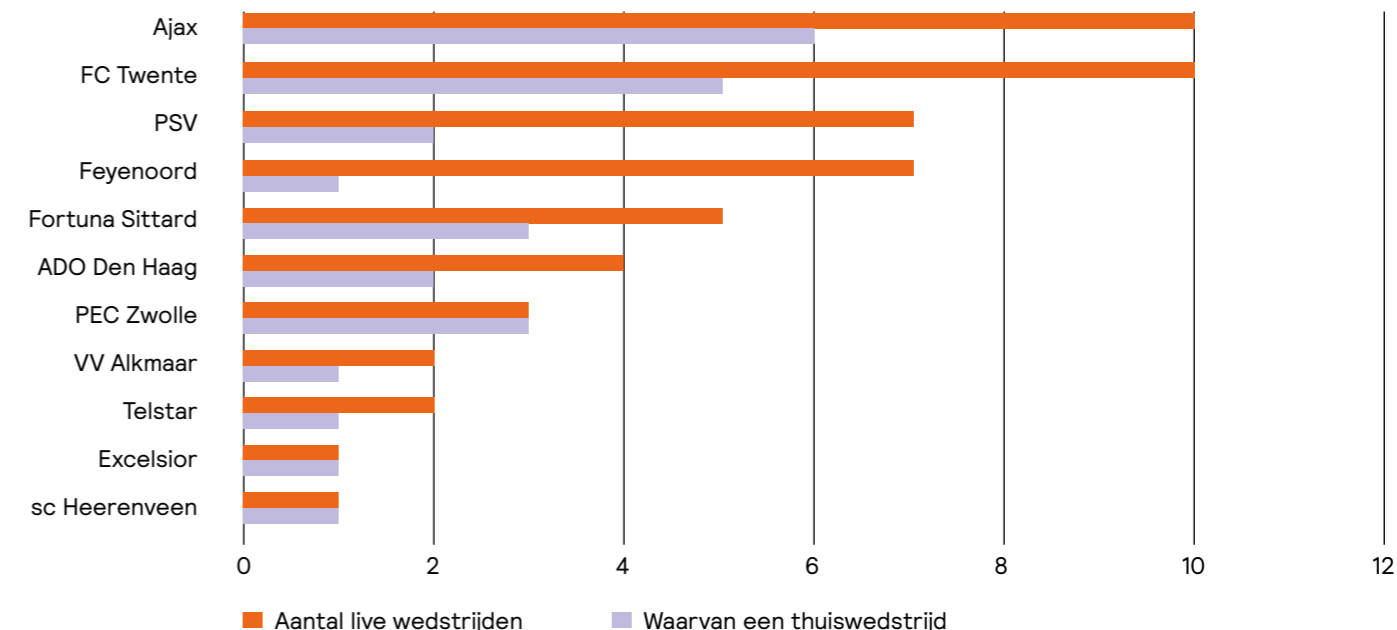
**“Maar de tijden veranderen en bedrijven moeten ook beter gaan nadenken over de maatschappelijke impact die ze kunnen leveren. Vrouwenvoetbal is in ontwikkeling en bedrijven moeten meegaan met die stroom. Maar niet alleen sponsoren, ook clubs moeten meer nadenken over de naam van de club. Je moet staan voor zowel een mannen- als vrouwenteam.”**

Jako Papac (Directeur DSW Zorgverzekeraar)

Momenteel voert DSW gesprekken met Excelsior over toekomstige sponsoring voor het vrouwenteam. De belemmering die DSW schetst, illustreert de grootste uitdaging voor andere sponsoren. Ook uit interviews met de 11 clubs blijkt dat de grootste drempel voor sponsoren het krijgen van te weinig exposure is. Clubs benoemen in de interviews regelmatig dat er sprake is van een vicieuze cirkel: de Vrouwen Eredivisie heeft nog te grote onderlinge kwaliteitsverschillen waardoor sommige clubs nog weinig worden uitgezonden op tv. Maar omdat sponsoren op zoek zijn naar naamsbekendheid, zullen zij met te weinig uitzendtijd niet instappen. En door te weinig sponsoren die investeren, zullen constructieve investeringen in het vrouwenvoetbal uitblijven waardoor de kwaliteit volgens clubs achterblijft.

In het seizoen 2022/2023 werd op de zender van ESPN één wekelijkse wedstrijd van de Vrouwen Eredivisie uitgezonden. Ook is dat seizoen afgesproken dat clubs in de Vrouwen Eredivisie garantie hebben op minimaal één live wedstrijd. Deze afspraak biedt sponsoren exposure op, alhoewel het voor sommige clubs nog beperkt blijft. Uit data van de uitzendingen van ESPN blijkt over het algemeen dat de clubs met de grootste begrotingen ook de meeste uitzendtijd krijgen. Clubs met minder uitzendtijd zijn ook vaak de clubs met de kleinere begrotingen.

### Aantal live wedstrijden op ESPN (seizoen 2022/2023)



## AFHANKELIJKHEID VAN EEN SPONSOR

Aangezien alleen DSW als hoofdsponsor van een mannenteam mee wilde doen aan het onderzoek, is aan clubs gevraagd welke belemmeringen zij van sponsoren horen. Zo hebben de prestaties van het mannenteam indirect invloed op de sponsoring bij de vrouwen. Volgens clubs stappen er minder sponsoren bij de vrouwen in op het moment dat het mannenteam minder goed presteert. Dit is bijvoorbeeld het geval na degradatie van het mannenteam. Maar ook bij de mannen stappen er tegelijkertijd minder sponsoren in. Ook in dit geval heeft het financiële consequenties voor de vrouwen: bij veel clubs wordt een deel van de begroting bij de vrouwen nog aangevuld vanuit de algemene inkomsten van de club.

Zoals benoemd zijn veel van de vrouwenteams nog afhankelijk van sponsorgeld inkomsten. Deze afhankelijkheid kan ook een gevaar vormen. Wat als een belangrijke sponsor uitvalt door onvoorziene redenen en het gat in de begroting niet opgevuld kan worden? Dit was voor clubs zoals AZ, Willem II en FC Utrecht bijvoorbeeld de reden om in het verleden het vrouwenteam volledig te stoppen. Maar ook FC Twente dreigde zonder hoofdsponsor te spelen. Doordat de huidige hoofdsponsor Future of Twente al snel aangaf om hoofdsponsor te worden, bleef het alleen bij een dreiging.

## OVERIGE BELEMMERINGEN

Uit interviews met de 7 sponsoren blijkt dat zij ook andere uitdagingen tegenkomen in het vrouwenvoetbal naast het ontbreken van voldoende exposure. Een aantal sponsoren gaf in de interviews aan andere bedrijven proberen te activeren om het vrouwenvoetbal financieel te ondersteunen. 3 sponsoren gaven aan dat dit echter nog een grote uitdaging blijft. Zo doet GirlPower Radio, hoofdsponsor van de ADO Vrouwen, regelmatig oproepen op de radio aan ondernemers om te investeren in het vrouwenteam van Den Haag. Daar is tot dusver nog geen gehoor aan gegeven.

Ook geven 2 sponsoren aan dat clubs niet voldoende meedenken of meewerken in de wensen van een sponsor. Sommige sponsoren zouden meer inspraak willen in ruil voor hun investeringen. Denk hierbij aan de wens van een sponsor om meer wedstrijden in het stadion te laten spelen of het ontbreken van een jeugdopleiding voor meisjes. Een andere sponsor gaf aan dat clubs vrouwenvoetbal nog niet voldoende professioneel benaderen. Daarnaast mist een sponsor een soort handboek voor sponsoren:

**“Ik zit ook in een ondernemingsraad van een bedrijf dat een handleiding heeft waarin punten staan van zaken waar een ondernemingsraad invloed op kan uitoefenen. Ik mis nog zo’n handleiding voor sponsoren. Waar kan een sponsor allemaal invloed op uitoefenen?”**

## 5. WAAR LIGGEN DE KANSEN?

Hoe staat Nederland er momenteel voor als het gaat om gelijke kansen? In dit hoofdstuk kijken we naar goede voorbeelden uit het buitenland. Ook worden de kansen beschreven en welke partij hier een rol in heeft. De focus ligt hier met name op voetbalclubs en sponsors.

### LEREN VAN HET BUITENLAND

Als we het hebben over gelijke kansen is het ook belangrijk om een vergelijking te maken met buitenlandse competities. Door een goed beeld te schetsen over welke mogelijkheden er zijn, kan er ook geleerd worden van ontwikkelingen in het buitenland.

Kijkcijfers en fans in het buitenland

#### Engeland: Feiten over de WSL (nationale competitie)

- Het publiek in stadions bij vrouwenwedstrijden is toegenomen met **200%** in de eerste seizoenshelft sinds het afgelopen EK in 2022
- Competitiewinnaar wint daar een prijzenpot van maar liefst 500.000 Britse ponden
- Toename van 70% kijkers op televisie naar vrouwenvoetbalwedstrijden in vergelijking met vorig seizoen (via mediazender Sky)

#### Verenigde Staten: Feiten over de NWSL (nationale competitie)

- Meer kaartjes verkocht bij vrouwenvoetbalwedstrijden in vergelijking met vorig seizoen: stijging van 125%
  - Stijging van 29% kijkers op televisie (via Paramount+) ten opzichte van vorig seizoen
  - Een toename van bijna 90% sponsorinkomsten bij vrouwenteams ten opzichte van vorig seizoen
- Meetmoment: oktober 2022

#### Records in de stadions:

- **EK:** 87,192 fans bij de wedstrijd Engeland tegen Duitsland. Dit is bovendien een all time record: record voor mannen en vrouwen bij een EK. (2022)
- **WK:** 90,185 fans bij de wedstrijd Verenigde Staten tegen China (1999)
- **Champions League:** 91,648 fans bij de wedstrijd Barcelona tegen FC Wolfsburg (2022)
- **Eredivisie:** 33,742 fans bij de wedstrijd Ajax tegen Feyenoord (2023)

#### UEFA onderzoek

In 2022 publiceerde de UEFA een grootschalig onderzoek over de business case van vrouwenvoetbal

in Europa.<sup>19</sup> In totaal ontving de UEFA input van 162 Europese clubs en meer dan 20.000 stakeholders. De cijfers:

- In Europa zijn er momenteel 144 miljoen vrouwenvoetbal liefhebbers. De fanbase heeft de potentie om in 2033 uit te groeien naar 328 miljoen fans
- Ongeveer eenderde van de vrouwenvoetbal liefhebbers zijn nieuwe fans van voetbal
- De commerciële waarde van het vrouwenvoetbal kan verzesvoudigen in het komende decennium, met een jaarlijkse waarde van 686 miljoen euro in 2033
- Hiervan is sponsoring de snelstgroeiende inkomstenstroom. De waarde van club sponsoring kan verzesvoudigen tot 295 miljoen euro in 2033
- Momenteel is 50% professioneel voetballer. Dit betekent dat de helft nog speelt met een amateurovereenkomst of vrijwilligersvergoeding. Maar, 77% van de competities geeft aan dat het aantal professionele spelers toeneemt.
- 87% van de geïnterviewde clubs met een vrouwenteam gaf aan dat dit een positieve impact heeft op hun reputatie

### MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN

Uit interviews met de 7 sponsors en 13 clubs blijkt dat veel van de huidige sponsors een vrouwenteam **bewust** financieel ondersteunen. Ook nemen sponsors bewuste keuzes waar hun sponsoring naartoe moet gaan en trekken ze gezamenlijk op met clubs, bijvoorbeeld ter ondersteuning om andere sponsors te werven.

De 7 sponsors uit het onderzoek tonen aan dat er van hun geld programma's voor de vrouwen zijn ontwikkeld die er voorheen nog niet waren. Zo ontwikkelde ABN Amro door haar sponsoring talentontwikkeling bij Ajax (een Talentenacademie en Talentendagen). Daarnaast ontwikkelde Ajax het idee om het eerste cao in de Vrouwen Eredivisie te bewerkstelligen. Met behulp van de sponsoring van

ABN Amro kon dit uiteindelijk uitgevoerd worden in 2019. Ook stelt de sponsoring van ABN Amro Ajax in staat om de spelers langdurige contracten aan te bieden.

Azerion is vanaf het seizoen 2022/2023 voor drie jaar naamssponsor van de Vrouwen Eredivisie. Azerion heeft als doel om samen met de KNVB de aandacht voor vrouwenvoetbal structureel te vergroten en om nog meer voetbalfans naar de stadions te trekken. Door de kennis en ervaring van Azerion in media en technologie ondersteunt zij de KNVB om de aandacht voor de topcompetities in het vrouwenvoetbal verder te laten groeien. Daarnaast zijn enkele aandeelhouders van Azerion ook mede-eigenaar bij Fortuna Sittard. Door de sponsoring van deze aandeelhouders is er een geheel nieuw vrouwenteam opgezet bij Fortuna Sittard.

Future of Twente werd hoofdsponsor bij FC Twente Vrouwen toen het team zonder hoofdsponsor kwam te zitten. Future of Twente is een collectief van Twentse bedrijven en zet zich in voor meer vrouwelijk talent in het bedrijfsleven. Future of Twente is een betrokken sponsor en biedt onder andere loopbaangeleiding aan spelers aan als onderdeel van de sponsoring.

GirlPower Radio is al een paar seizoenen hoofdsponsor van ADO Den Haag Vrouwen. Maar de radiozender kijkt verder dan het eerste elftal. Zo besloot het om ook de jeugdopleiding van de ADO Vrouwen te sponsoren. GirlPower Radio wist hierdoor ook de broek- en rugspponsor te inspireren waardoor zowel de jeugdopleiding als het eerste elftal van ADO Den Haag Vrouwen dezelfde sponsors kent in het seizoen 2022/2023.

High Tech Campus Eindhoven werkt als hoofdsponsor van de PSV vrouwen nauw samen met de club. Zo helpen ze mee om nieuwe sponsors te werven maar ook op het gebied van innovatie. High Tech Campus zet de spelers daarnaast in als rolmodellen voor hun plannen en campagnes.

De ING is geen hoofdsponsor bij een betaald voetbalclub, maar is hoofdsponsor van de KNVB en daarmee Oranje (mannen en vrouwen) en het Nederlandse voetbal in zijn algemeenheid (met ook een sterke focus op amateurvoetbal). Daarnaast was de ING de eerste sponsor van de Vrouwen Eredivisie (als *launching partner*). Momenteel organiseert de ING drie programma's om voetbal in Nederland te ondersteunen. Eén van deze programma's is meiden- en vrouwenvoetbal. In dit programma zet ING in op 25% meer vrouwen in het

Nederlandse voetbal: van meer voetballende meisjes en vrouwen, naar vrouwelijke trainers en vrouwelijke bestuurders. De ING start met een nieuw programma voor amateurclubs op 1 september 2023. De ING gaat 625 amateurclubs in Nederland sponsoren met als belangrijkste eis dat minimaal 25% van het sponsorgeld geïnvesteerd wordt in meiden- en vrouwenvoetbal.

Als het gaat om de rol van sponsors, geven alle geïnterviewden aan dat de gewenste rol van een sponsor meer is dan alleen geld geven. Zowel clubs als sponsors zien het liefst een sponsor die maatschappelijk betrokken is. In de vraag wat het hoofddoel is van de sponsors om een vrouwenteam financieel te ondersteunen geven 4 sponsors aan dat dit vooral is om maatschappelijke impact te bevorderen. De andere twee sponsors geven aan dat het een combinatie is van maatschappelijke impact en het genereren van naamsbekendheid. De andere sponsor, DSW, voert op dit moment gesprekken met Excelsior voor het mogelijk sponsoren van de Excelsior vrouwen.

### MEER NAAMSBEKENDHEID DOOR BEWUST VROUWENTEAM TE SPONSOREN

Sponsors geven aan dat door te investeren in vrouwenvoetbal zij de bereikbaarheid van hun merk weten te vergroten. Zo was High Tech Campus Eindhoven eerst onderdeel van het consortium Brainport Eindhoven: hoofdsponsor van de PSV mannen. In dit consortium zitten meerdere bedrijven (denk bijvoorbeeld aan Philips, VDL en ASML). High Tech Campus geeft aan dat sinds zij uit dit consortium zijn gestapt om volledig hoofdsponsor te worden van de PSV vrouwen, zij ook meteen meer naamsbekendheid kregen. Volgens sponsors levert het mooie reclame op door hun naam aan een vrouwenteam te koppelen. Investeren in een vrouwenteam levert dus maatschappelijke impact: het versnelt de beweging richting gelijke kansen.

### EEN NIEUWE MARKT

Door te investeren in een vrouwenteam, leert een sponsor ook een nieuw netwerk kennen. Zo geeft een club aan:

*“Een sponsor geeft niet alleen geld, ze kunnen bij ons ook onderdeel worden van een community. Voor sponsors hebben wij namelijk een businessclub. In dit nieuwe netwerk kunnen zij weer op zoek naar potentieel nieuwe klanten.”*

<sup>19</sup> UEFA, The Business Case for Women's Football

Ook uit het eerder benoemde onderzoek van de UEFA blijkt dat er een geheel nieuwe markt beschikbaar is voor sponsors wanneer zij een vrouwenteam sponsoren: Ongeveer eenderde van de vrouwenvoetbal liefhebbers zijn nieuwe fans van voetbal. Bovendien geven clubs in de interviews aan dat het publiek bij de vrouwen er heel anders uitzien dan bij de mannen:

**“Bij de vrouwenteams zien we vooral gezinnen, jonge kinderen en vrouwen, terwijl we bij de mannen toch meer volwassen, met name, mannen zien die houden van een biertje. De wedstrijden bij de vrouwen zijn daardoor veel familievriendelijker.”**

Vrouwenvoetbalwedstrijden bereiken dus een nieuw publiek.

## SPELERS INZETTEN ALS ROLMODELLEN OF AMBASSADEURS

Uit gesprekken met de clubs en sponsors blijkt dat sponsors met name graag de vrouwelijke spelers inzetten als rolmodellen of ambassadeurs voor hun bedrijf. Dit heeft ook te maken met de benaderbaarheid van de spelers. Meerdere clubs geven bijvoorbeeld aan dat de vrouwelijke spelers na hun wedstrijd vaker te zien zijn in de business lounge waar de sponsors zich bevinden dan de mannelijke spelers.

**“Onze club roept nu al dat we met kerst de vrouwen moeten uitnodigen. ‘De mannen komen toch niet’ zeggen ze dan.”**

Maar ook voor de fans zijn vrouwelijke spelers zeer benaderbaar. Het valt op dat na elke wedstrijd spelers alle tijd nemen om iedere fan van een foto of handtekening te voorzien. Een club gaf ook aan:

**“Bij de wedstrijd Feyenoord – Ajax zaten de fans door elkaar heen. Bij mannenwedstrijden zou dat nooit kunnen, maar bij de vrouwen kan dat gewoon. Het maakt fans uiteindelijk ook niet uit voor welke club hun favoriete spelers spelen. Zo waren er Feyenoord fans die na afloop van de wedstrijd een handtekening van Sherida Spitse (speler van Ajax) op hun Feyenoord shirt wilde laten signeren. Dat zou bij de mannen echt een taboe zijn.”**

En een sponsor geeft tot slot aan:

**“Vrouwenvoetbal heeft haar eigen charme: je kan naast elkaar zitten in het publiek, de fans en spelers zijn niet zo gewelddadig als bij de mannen en er is altijd een gemoedelijke sfeer. Wij denken ook wel eens na over positieve rolmodellen. Dan werkt een vrouwelijk rolmodel eigenlijk beter dan een mannelijke voetballer.”**

## MEER UITZENDTIJD VOOR VROUWEN

Sinds 2020 zendt ESPN de wedstrijden van de Vrouwen Eredivisie uit op haar mediakanaal. In het interview met WOMEN Inc. geeft ESPN aan dat het een bewuste keuze was om ook deze wedstrijden uit te gaan zenden:

**“Wij voelen een bepaalde verantwoordelijkheid als bronger van het Nederlandse voetbal. Dat doen we al in de Eredivisie voor mannen en de Keuken Kampioen Divisie. Wij vinden dat de vrouwen in de Eredivisie daar ook bijhoren.”**

Maarten van Rooijen, Director Communications Sports bij ESPN en Rob Labree, Director Programming & Production bij ESPN

ESPN werkt samen met de KNVB om te komen tot een goed werkend speelschema. De live wedstrijden worden daardoor standaard op zondag 12:15 uitgezonden, waarbij ESPN deze wedstrijden standaard op het eerste kanaal programmeert waar het grootste bereik zit.

Volgens ESPN hebben ze een nieuwe groep kijkers naar hun kanaal getrokken door het uitzenden van de wedstrijden van de Vrouwen Eredivisie: fans die normaal niet altijd om 12:15 ook naar een mannenwedstrijd zouden kijken.

Waar nog meer kansen in te halen vallen, zijn het uitzenden van alle wedstrijden. Live wedstrijden geven namelijk de exposure waar sponsors om vragen. Dit draagt bij aan de commercialisering van het vrouwenvoetbal. Uit gesprekken met ESPN blijkt dat zij onder bepaalde voorwaarden de ambitie hebben om in de toekomst alle wedstrijden van de vrouwen uit te zenden. Wel moet goed nagedacht worden door alle betrokkenen (zoals clubs of de KNVB) over hoe dat optimaal te organiseren.

**“Denk bijvoorbeeld aan een goede spreiding van aftraptijden om de vrouwenwedstrijden zoveel mogelijk ruimte en aandacht te kunnen geven. Dat gaat niet als er te veel wedstrijden tegelijkertijd worden gespeeld. Of denk aan logistieke problemen: sommige clubs in de Vrouwen Eredivisie spelen de meerderheid van hun wedstrijden op amateurcomplexen en niet in het stadion bij de club. Dat brengt een uitdaging met zich mee: ze moeten op dat terrein bijvoorbeeld een heel podium bouwen voor de camera’s. En nog tal van andere productionele voorwaarden om een mooie uitzending mogelijk te maken.”**

Maarten van Rooijen, Director Communications Sports bij ESPN en Rob Labree, Director Programming & Production bij ESPN

## PROFESSIONALISERING EREDIVISIE VROUWEN

De KNVB heeft zich in de afgelopen jaren ingezet om de kwaliteit van de Vrouwen Eredivisie te verbeteren. Denk bijvoorbeeld aan het invoeren van de kwaliteitseisen en de licentie-eisen. Ook in de toekomst wil de KNVB zich blijven inzetten voor kwaliteitsverbetering:

**“In de komende jaren gaan wij toewerken naar een promotie- en degradatieregeling tussen de Vrouwen Eredivisie en een Eerste Divisie. We willen opleidingsvergoedingen gaan introduceren en toewerken naar een collectieve cao voor de gehele divisie.”**

Lucienne Reichardt, manager vrouwenvoetbal bij de KNVB

Het invoeren van opleidingsvergoedingen biedt voor alle clubs in de Vrouwen Eredivisie een kans. Deze vergoedingen zien we wel al in het mannenvoetbal. Een club die een speler jarenlang opleidt, maar vervolgens kwijtraakt aan een club die een (beter) contract aanbiedt, krijgt in de Vrouwen Eredivisie momenteel nog geen opleidingsvergoeding. De KNVB onderzoekt momenteel vanaf welke leeftijd dit voor spelers in de Vrouwen Eredivisie zou moeten gelden en welke bedragen daar aan vast moeten hangen.

Een collectieve cao voor de hele divisie komt ten goede aan alle spelers in de Vrouwen Eredivisie. Daardoor wordt voor elke speler een minimumsalaris vastgelegd en hebben spelers recht op een collectiviteitsverzekering. Volgens de KNVB is het momenteel nog een kwestie van balanceren: waarbij sommige clubs al grote stappen hebben gezet met het ontwikkelen van een eigen cao, zijn er ook clubs die nog niet zo ver zijn. “Door het invoeren van de licentie-eisen en deze langzaam te verhogen zetten we een stap in de goede richting. Maar het moet wel in balans blijven, we willen niet dat clubs hun vrouwenteam afstoten.” – Lucienne Reichardt, manager vrouwenvoetbal bij de KNVB

Doordat de Vrouwen Eredivisie tot en met het seizoen 2022/2023 nog niet onder betaald voetbal viel, werd er vanuit de KNVB nog weinig statistieken over de Eredivisie verzameld. Voor clubs die recentelijk met een vrouwenteam zijn gestart bestaan momenteel nog onvoldoende onderzoeken. Zo gaf een club aan dat zij geen idee hadden met welke begroting zij het eerste seizoen kunnen werken. Dit verandert door de overgang naar het betaald voetbal. Het

kennis- en innovatiecentrum betaald voetbal bij de KNVB, KNVB Expertise, verzamelt namelijk alleen informatie over betaald voetbal organisaties. KNVB Expertise is in het seizoen 2022/2023 al gestart met een onderzoek naar vrouwenvoetbal bij de bvo's. Daarnaast stimuleert de KNVB de clubs in de Vrouwen Eredivisie om ook onderling informatie met elkaar uit te wisselen. Volgens de KNVB is transparantie vanuit de clubs belangrijk om de Vrouwen Eredivisie verder te ontwikkelen.

Een andere kans ligt bij een partij die de commerciële verantwoording van de Vrouwen Eredivisie op zich wil nemen. Bij de mannen ligt de commerciële exploitatie in handen bij de Eredivisie CV (ECV). De KNVB heeft voornamelijk een coördinerende rol. Maar in 2020 tekende de KNVB een commercieel convenant met de clubs in de Vrouwen Eredivisie om de commerciële en maatschappelijke waarde van de competitie verder te vergroten.<sup>20</sup> In het strategisch plan van de KNVB (2022-2026) beschrijft de KNVB dat de commerciële exploitatie van de Vrouwen Eredivisie in de toekomst goed belegd moet worden bij de ECV of een andere partij. Volgens de KNVB is het namelijk niet hun wens om als voetbalbond de Vrouwen Eredivisie verder te commercialiseren.<sup>21</sup>

Uit het interview van WOMEN Inc. met de ECV blijkt dat zij positief kijken naar de toekomst van vrouwenvoetbal in Nederland. In het aankomende seizoen, 2023/2024, zal de ECV gezamenlijk met de KNVB gaan verkennen wat de beste vorm is om de commerciële rechten van de Vrouwen Eredivisie te exploiteren.

**“We willen hierbij onderzoeken welke organisatievorm het beste past. En om welke collectieve exploitatie gaat het precies? Denk bijvoorbeeld aan mediarechten of sponsorrechten. Welke sponsorrechten willen clubs afstaan voor de commerciële organisatie van de Vrouwen Eredivisie? We willen dit eerst goed onderzoeken. Binnen de ECV is er breed draagvlak om mee te denken en helpen bij het optuigen van de professionele exploitatie van de Vrouwen Eredivisie. We zien bij de clubs in de Vrouwen Eredivisie dat dit om een solide organisatie vraagt: van de clubs moet er voldoende commitment zijn zodat het vrouwenvoetbal niet ondergesneeuwd raakt.”**

Bas Raemakers, Head of International Commerce & Strategy bij de ECV

<sup>20</sup> KNVB Media, KNVB en clubs uit de Eredivisie tekenen commercieel convenant

<sup>21</sup> KNVB Strategie, Strategische Doelen 2022-2026

## 6. GOOD PRACTICES

### GOOD PRACTICE: AZERION

Azerion is sinds 2022 bewust naamssponsor van de Vrouwen Eredivisie:

*“Wij geloven in voetbal als totaal en in gelijke kansen voor iedereen. Binnen de voetbalwereld is er voor de vrouwen nog een flinke inhaalslag te maken.”*

Kyra Steegs, Investor Relations Officer bij Azerion Group

Om deze inhaalslag te versnellen, draagt Azerion bij aan een aantal punten:

1. Vergroten van de **digitale merkwaarde** en het versterken van **online verdienmodellen**: Azerion is een digitaal entertainment- en mediaplatform en brengt deze kennis en ervaring met zich mee. *“Er zijn veel verdienmodellen mogelijk bij voetbalclubs. Er is veel ruimte te behalen als het gaat om online modellen.”*
2. Ondersteunen bij het trekken van zoveel mogelijk toeschouwers in stadions, zoals bij het recordaantal bezoekers bij de wedstrijd Ajax – Feyenoord (4 maart 2023: 33.742 bezoekers)

Tijdens de campagne om de Johan Cruijff Arena zo vol mogelijk te krijgen, is onder andere het online advertentienetwerk van Azerion ingezet:

- Display advertenties: in totaal 8.107.064 impressies en 24.475 clicks
- Online video advertising: in total 7.116.679 impressies
- DOOH advertenties op metro- en treinstations in Amsterdam en omgeving: in totaal 2.335.657 impressies



### GOOD PRACTICE: FUTURE OF TWENTE

Future of Twente is sinds 2021 hoofdsponsor van de FC Twente Vrouwen.

Wanneer FC Twente Vrouwen zonder hoofdsponsor komt te zitten, grijpt een groep ambitieuze vrouwen in: *Future of Twente* wordt als collectief opgericht om het sponsorschap over te nemen. Het collectief bestaat uit bedrijven uit de regio Twente.

Met behulp van het sponsorgeld van Future of Twente draagt het bij aan de verdere ontwikkeling van de FC Twente Vrouwen:

1. **Meer wedstrijden in het stadion**: Future of Twente maakte met de club afspraken om vaker wedstrijden van de FC Twente Vrouwen in de Grolsch Veste te laten spelen
2. **Loopbaanbegeleiding**: Eén van de investeerders van Future of Twente biedt loopbaanbegeleiding aan. *“Door dit traject zijn al zes speelsters geholpen met hun loopbaanbegeleiding. Voetballers missen een aantal jaar aan werkervaring als zij hun carrière beëindigen. Door de begeleiding bereiden wij spelers in de toekomst voor op de arbeidsmarkt.”*

Emma van Gee, Oprichter Future of Twente

*“Wij doen meer dan platte sponsoring en richten ons specifiek op de regio Twente. Ons sponsorgeld gaat alleen naar de vrouwen: het eerste elftal en de jeugdelftallen.”*



BRON: FUTURE OF TWENTE

### GOOD PRACTICE: HIGH TECH CAMPUS EINDHOVEN

High Tech Campus Eindhoven (HTCE) is sinds 2022 hoofdsponsor van de PSV Vrouwen. Voorheen (2019–2021) maakte High Tech Campus deel uit van het consortium Brainport Eindhoven: hoofdsponsor van de PSV Mannen.

*“Maar we wilden iets anders doen. We staan voor innovatie, diversiteit, ondernemerschap en duurzaamheid. Het besluit om uit het consortium Brainport Eindhoven te stappen en hoofdsponsor te worden van PSV Vrouwen was voor ons een mooie volgende stap. Het voordeel hiervan is dat we nu meer naamsbekendheid hebben en dat we direct kunnen samenwerken aan gezamenlijke projecten.”*

Hilde de Vocht, Marketing & Communications Director bij HTCE

HTCE is een actieve sponsor. Samen met de club en andere sponsors zitten ze regelmatig om de tafel om te bespreken hoe zij zaken voor de PSV Vrouwen kunnen verbeteren.

*“Dit gaat niet alleen om sponsoring, maar ook om innovatie en om de speelsters als rolmodellen meer aandacht te geven.”*



AFBEELDING: FE-MALE TECH HEROES CONFERENTIE (2023) OP DE HIGH TECH CAMPUS EINDHOVEN, MET SANDRA DORELEIJERS (MANAGER PSV VROUWEN) IN HET PANEL

### GOOD PRACTICE: ABN AMRO

ABN Amro is sinds 2014 hoofdsponsor van de Ajax Vrouwen.

*“We keken kritisch naar wat we met ons sponsorgeld wilden doen. Daarom hebben we bewust ervoor gekozen om de vrouwen te sponsoren. Door sponsorgeld kan je de ontwikkeling van vrouwenvoetbal versnellen en in beweging brengen. Dat past het beste bij ons.”*

Marco Moers, Senior Activation Manager bij ABN Amro

Met behulp van sponsorgeld van ABN Amro draagt het bij aan de verdere ontwikkeling van de Ajax Vrouwen:

1. **Talentontwikkeling**: zoals de ontwikkeling van de ABN Amro Talentendagen en een Talentenacademie
2. **Ondersteunen van cao**: door de ondersteuning van ABN Amro kon Ajax haar idee uitvoeren van een cao voor de Ajax Vrouwen
3. **Langdurige contracten**: door de ondersteuning van ABN Amro heeft Ajax de mogelijkheid om spelers langdurige contracten aan te bieden

*“Veel partijen onderschatten wat de kracht van een sponsor zou kunnen zijn en dat je als sponsor dingen in stand houdt, zonder dat je je daar als sponsor bewust van bent. Sponsoring kan een uniek middel zijn om maatschappelijke thema's aan te pakken. Met ons sponsorgeld willen we dat vrouwenvoetbal een vlucht gaat nemen.”*



Op zaterdag 4 maart veranderden de speelsters van Ajax en Feyenoord het leven van duizenden meisjes die ook dromen van voetballen in een vol stadion. Wat ons betreft de mooiste Klassieker ooit. #sponsoringversnelt

TROUWE SPONSOR AJAX VROUWEN

ABN AMRO

# 7. CONCLUSIE

In dit onderzoek hebben we onderzocht in hoeverre er sprake is van gelijke kansen in vrouwenvoetbal. Hierbij gingen we in gesprek met de belangrijkste partijen in het Nederlandse voetbal die kunnen bijdragen aan het vergroten van gelijke kansen in de Vrouwen Eredivisie. Met name sponsors en clubs spelen hierbij een cruciale rol.

De KNVB heeft als doelstelling in 2027 om een topcompetitie te worden waarin de beste spelers actief zijn, clubs meedoen om Europese prijzen te winnen en spelers volledig met voetbal bezig zijn. Volgens de KNVB moeten spelers rondkomen. Ook moet de commerciële waarde van de Vrouwen Eredivisie vergroot worden door het creëren van meer zichtbaarheid en het wekken van meer interesse van sponsors, media en toeschouwers.

Ons onderzoek toont aan dat er momenteel nog geen sprake is van gelijke kansen in de Vrouwen Eredivisie. Op dit moment worden clubs in de Vrouwen Eredivisie nog geconfronteerd met diverse belemmeringen. Die belemmeringen worden onder andere beïnvloed door beeldvorming bij belangrijke partijen, wat ook voortvloeit uit gebeurtenissen van het verleden. Vrouwenvoetbal was lange tijd verboden in Nederland en het duurde tot 1971 voordat vrouwen lid konden worden bij de KNVB, en meisjes mochten pas vanaf 1979 deelnemen.

De nationale competitie, de Vrouwen Eredivisie, kent een korte geschiedenis: de oprichting was in 2007. Binnen een relatief korte periode kent het vrouwenvoetbal zeer positieve ontwikkelingen. In het seizoen 2022/2023 zagen we een bezoekersrecord van 33.742 fans bij de wedstrijd tussen Ajax en Feyenoord. En vanaf het seizoen 2023/2024 hebben vier clubs in de Vrouwen Eredivisie een cao voor hun spelers. In de erkenning en zichtbaarheid van de Vrouwen Eredivisie zit een duidelijk stijgende lijn.

Maar als het gaat om gelijke kansen, kunnen er een aantal dingen nog versneld worden. In het seizoen 2022/2023 ontvangt 57% van de spelers in de Vrouwen Eredivisie salaris. Iets minder dan de helft van de spelers, 43%, heeft nog een arbeidsovereenkomst. Het is duidelijk dat er in de Vrouwen Eredivisie nog een aantal stappen gezet moeten worden.

## BEELDVORMING

Om deze stappen te zetten, kunnen belangrijke partijen een bijdrage leveren. De erkenning van de topcompetities in het vrouwenvoetbal als betaald voetbal door de KNVB is een belangrijke stap, omdat dit bijdraagt aan de beeldvorming rondom vrouwenvoetbal. Wanneer een voetbalbond uitstraalt vrouwenvoetbal serieus te nemen, heeft dit ook invloed op andere partijen.

Wat betreft beeldvorming binnen clubs krijgen vrouwenteams nog niet altijd de juiste zorg en aandacht die de mannenteams wel ontvangen. Clubs zijn nog steeds voornamelijk gericht op de mannen, en de beeldvorming is nog te sterk gebaseerd op een mannelijk perspectief.

Per 1 juli 2023 maken alle clubs in de Vrouwen Eredivisie deel uit van de betaald voetbalorganisatie (bvo). Voor vier clubs heeft dit grote gevolgen: de licentie van VV Alkmaar wordt door AZ overgenomen en de overige drie stichtingen (ADO Den Haag, sc Heerenveen en Telstar) integreren binnen de bvo. Het is daarom belangrijk dat voetbalclubs bij de overgang van een stichting naar een bvo serieuze aandacht besteden aan vrouwenvoetbal en ervoor zorgen dat het een prominente plek krijgt.

## GELD

Geld vormt een cruciale factor voor het realiseren van gelijke kansen. Voor het realiseren van gelijke kansen moeten alle spelers kunnen rondkomen. Dat is nu nog niet het geval. Sponsorgeld speelt momenteel een doorslaggevende rol in de ontwikkeling van het vrouwenvoetbal. Clubs in de Mannen Eredivisie zijn in vergelijking minder afhankelijk van sponsorgeld, wegens meer gevarieerde inkomsten (zoals merchandise en ticketing, transfersommen, opleidingsvergoedingen en tv-gelden).

Uit het onderzoek van WOMEN Inc. blijkt dat de inkomsten bij clubs in de Vrouwen Eredivisie gemiddeld 51% afhankelijk zijn van sponsorgelden, met een mediaan van 50% (op basis van antwoorden van 9 van de 11 clubs). Voor clubs in de Vrouwen Eredivisie is het van essentieel belang om in de toekomst een gezonder verdienmodel te creëren met meer gevarieerde inkomstenbronnen.

Voor clubs is het belangrijk om daarbij ook na te denken over een marketingverhaal. Uit interviews met de clubs blijkt dat slechts twee clubs in gesprekken met huidige en nieuwe sponsors standaard een marketingverhaal over de vrouwen vertellen. Hierbij speelt ook beeldvorming weer een rol: als een club de juiste aandacht aan het vrouwenteam besteedt, kan dit leiden tot meer inkomsten. Immers, meer sponsors betekent meer inkomsten voor het vrouwenteam.

## EXPOSURE

Uit interviews met de 7 sponsors blijkt dat het gebrek aan exposure in het vrouwenvoetbal een belangrijke uitdaging vormt. Veel sponsors streven naar naamsbekendheid en verwachten daarvoor return on investment: exposure vanuit wedstrijduitzendingen of media-aandacht.

Op dit moment zendt ESPN één live wedstrijd per week uit van de Vrouwen Eredivisie: elke zondag om 12:15. Uit het onderzoek van WOMEN Inc. blijkt dat ESPN de ambitie heeft om in de toekomst alle wedstrijden van de vrouwen uit te zenden, onder bepaalde voorwaarden. Zo moet goed worden nagedacht door clubs en de KNVB hoe dat optimaal georganiseerd moet worden. In het seizoen 2022/2023 werd een wedstrijd van elke club minimaal één keer per seizoen live uitgezonden. Met name de clubs die bovenaan in de ranglijst zijn geëindigd kregen de meeste uitzendtijd.

Uit interviews met de geïnterviewde sponsors blijkt dat zij echter genoeg exposure terugkrijgen voor hun sponsoring. Sponsors geven aan dat het mooie reclame oplevert door hun naam aan een vrouwenteam te koppelen. Zo geeft High Tech Campus Eindhoven aan dat zij meer naamsbekendheid kregen nadat zij uit het consortium Brainport Eindhoven (hoofdsponsor PSV Mannen) waren gestapt. Ook blijkt uit het onderzoek dat sponsors een nieuw netwerk leren kennen, omdat het vrouwenvoetbal een gedeeltelijk nieuwe markt aanspreekt. Een onderzoek van de UEFA toont aan dat ongeveer eenderde van de vrouwenvoetbal liefhebbers zijn nieuwe fans van voetbal. Investeren in een club in de Vrouwen Eredivisie levert dus ook veel op: het draagt bij aan een positieve naam voor een sponsor en het versnelt de beweging richting gelijke kansen.

Maar onder exposure kunnen we ook denken aan clubs die zichtbaarheid geven aan het vrouwenvoetbal. Voor clubs is het van belang om vrouwenvoetbal blijvend onder de aandacht brengen, onder andere bij sponsors.

Hieruit blijkt dat de drie pijlers, namelijk beeldvorming, geld en exposure onderling verweven zijn en elkaar beïnvloeden. Wanneer een club over voldoende financiële middelen beschikt, kan de club faciliteiten creëren om sponsors meer exposure te bieden. Bovendien zorgt meer aandacht voor vrouwenvoetbal vanuit de media en clubs die het serieus nemen ook voor meer financiële ondersteuning, omdat sponsors dan graag betrokken raken. Clubs die het vrouwenteam serieus nemen, kunnen zo bijdragen aan een hogere financiële bijdrage.

Kortom: het vergroten van gelijke kansen in de Vrouwen Eredivisie is afhankelijk van verschillende factoren. Het verbeteren van de beeldvorming rondom vrouwenvoetbal, het creëren van een gezonder verdienmodel en het vergroten van exposure voor sponsors zijn allemaal essentiële aspecten. Door deze pijlers met elkaar te verbinden en verschillende partijen bewust ervan te maken er gezamenlijk aan te werken, kunnen we de weg vrijmaken voor een toekomst waarin vrouwelijke voetballers kunnen rondkomen en vrouwenvoetbal de erkenning krijgt die het verdient. Het is tijd om actie te ondernemen en gezamenlijk de handen ineen te slaan om te streven naar een Vrouwen Eredivisie waarin gelijke kansen en succes voorop staan. Door actief in te zetten op gezamenlijke inspanningen en een doelgerichte aanpak kan een positieve verandering voor zowel huidige als toekomstige generaties vrouwelijke voetballers plaatsvinden.

## 8. AANBEVELINGEN VOOR EEN INCLUSIEF SPORTBELEID

Voor de belangrijkste betrokken partijen bij het bevorderen van gelijke kansen in de Vrouwen Eredivisie worden verschillende aanbevelingen gedaan. Met name clubs, sponsors, de KNVB en de media spelen hierbij een belangrijke rol.

### SPONSOREN

- Sponsors dienen vrouwenvoetbal als een interessante businesscase te zien. Niet alleen vanuit maatschappelijke betrokkenheid, maar ook als een kans om nieuwe doelgroepen en markten aan te boren. Door creatief om te gaan met het sponsorschap en niet volledig in te zetten op exposure via live wedstrijden, kan het sponsorschap ook exposure opleveren via andere manieren. Denk bijvoorbeeld aan het inzetten van spelers in eigen campagnes of het actief ondersteunen van de club in het aantrekken van meer publiek naar de wedstrijden.
- Sponsors kunnen meer bewustwording creëren over waar het sponsorgeld precies naartoe gaat. Weet de sponsor dat het geld niet naar het vrouwenteam gaat of vraagt de sponsor daar niet naar? Sponsors kunnen een essentiële rol spelen door kritische vragen te stellen aan een club en een inclusief standpunt in te nemen.

### CLUBS

- Clubs moeten meer tijd investeren in het ontwikkelen van een inclusief beleid met een positieve beeldvorming rondom vrouwenvoetbal. Nog niet bij alle clubs worden de vrouwen als volwaardig gezien. Het is belangrijk dat clubs doelstellingen formuleren op het gebied van vrouwenvoetbal of gendergelijkheid. Voetbal gaat niet alleen over mannen, maar ook over vrouwen. De vrouwen verdienen dezelfde rechten en faciliteiten als de mannen. Dit beleid moet ook doorgetrokken worden naar het sponsorbeleid van een club.
- Eén van de grootste uitdagingen bij clubs momenteel is het voorzien van spelers met arbeidscontracten. Op dit moment speelt 43% nog met een vrijwilligersovereenkomst. Als een club investeert in deze contracten, kan een speler zich op professioneel niveau verder ontwikkelen en zal het ook de kwaliteit van de Vrouwen Eredivisie verder bevorderen.

- Clubs kunnen daarnaast meer nadenken over het genereren van meer gevarieerde inkomsten. Hiervoor kan een club verschillende innovatieve benaderingen gebruiken. Door bijvoorbeeld een meerjarenplan kan een club eerst inzetten op meer zichtbaarheid door het bezoeken van wedstrijden laagdrempelig te maken. Na een paar jaar kan er meer waarde gegeven worden aan de prijs voor tickets of seizoenskaarten ter bevordering van gevarieerdere verdienmodellen.
- Clubs kunnen hun vooroordelen aanpakken en meer bewustwording creëren door het introduceren van trainingen over anti-bias trainingsprogramma's.
- Clubs kunnen elkaar daarnaast ook ondersteunen door het actief uitwisselen van informatie. Naar de Vrouwen Eredivisie is nog relatief weinig onderzoek gedaan. Clubs kunnen profiteren door onderling gegevens te delen over best practices en door meer openheid te geven over hun aanpak voor hun team in de Vrouwen Eredivisie.

### KNVB

- Aankomend seizoen (2023/2024) starten de KNVB en de ECV (Eredivisie CV) een gezamenlijke verkenning naar de toekomstige commerciële exploitatie van de Vrouwen Eredivisie. Het is voor de KNVB belangrijk om in gesprek te blijven gaan met de ECV voor een verdere professionalisering van de Vrouwen Eredivisie. Clubs hebben behoefte aan een partij die de commerciële verantwoordelijkheid op zich wil nemen.
- De KNVB kan een grotere rol spelen in het faciliteren van informatie-uitwisseling tussen clubs. Aan het einde van het seizoen 2022/2023 is de KNVB al gestart met een bijeenkomst waarin clubs best practices met elkaar konden delen. Uit het onderzoek van WOMEN Inc. blijkt dat veel clubs tegen dezelfde belemmeringen aanlopen. Een aanbeveling is om deze bijeenkomsten met best practices voort te zetten, en met name in te zetten op het bespreekbaar maken van belemmeringen waar clubs tegenaan lopen.

- Voor de toekomst van het vrouwenvoetbal is het van belang om meer in te zetten op het uitvoeren van onderzoeken. Het onderzoek van de UEFA (The Business Case for Women's Football) dient als mooi voorbeeld. Het kennis- en innovatiecentrum van de KNVB, KNVB Expertise, kan deze rol op zich nemen. Zo kan KNVB Expertise zich bijvoorbeeld richten op een onderzoek naar wat er nodig is om een topcompetitie te worden in 2027 (doelstelling van de KNVB). Hierbij moet gekeken worden naar gevarieerdere verdienmodellen, zodat clubs in de Vrouwen Eredivisie minder afhankelijk worden van sponsorgelden en ook andere inkomsten kunnen genereren.

- De KNVB heeft aangekondigd om te verkennen hoe en wanneer opleidingsvergoedingen in de Vrouwen Eredivisie ingevoerd kunnen worden. Vanuit clubs is die behoefte er zowel uit de onderste als bovenste laag van de Vrouwen Eredivisie. Het invoeren van opleidingsvergoedingen vormen daarom een belangrijke aanbeveling.

### MEDIA

- De media dragen bij aan meer zichtbaarheid van de Vrouwen Eredivisie. Het uitzenden van meer live wedstrijden levert deze zichtbaarheid meteen

op en draagt ook bij aan de wens van sponsors en fans voor meer exposure. Mediapartijen met uitzendrechten kunnen hierbij inzetten op zoveel mogelijk vaste uitzendtijden of plekken zodat dit zo zichtbaar mogelijk is voor het publiek. Voor de media levert dit ook nieuwe kijkers op, zoals blijkt uit het interview met ESPN en het Engelse voorbeeld op het kanaal van Sky Sports dat een toename constateerde van 70% meer kijkers naar vrouwenvoetbalwedstrijden ten opzichte van vorig seizoen.

### VAKBONDEN

- In de toekomst zal een collectieve cao bijdragen aan de verdere professionalisering van de Vrouwen Eredivisie. Uit het interview met VVCS blijkt dat in juli 2026 er meerdere cao's aflopen. Voor vakbonden zoals de VVCS, maar ook partijen als de FBO en FIFPro, is het van belang om met clubs en de KNVB in gesprek te gaan in hoeverre een collectieve cao vanaf juli 2026 haalbaar zou zijn. Het bestaansrecht van de Vrouwen Eredivisie moet hierbij veiliggesteld worden: een collectieve cao is alleen haalbaar wanneer clubs daar de financiële middelen voor hebben.

## VERANTWOORDING

Voor dit onderzoek zijn interviews gehouden met in totaal 25 partijen. Deze partijen zijn:

- **13 voetbalclubs**  
ADO Den Haag, Ajax, VV Alkmaar, AZ, Excelsior, Feyenoord, Fortuna Sittard, sc Heerenveen, PEC Zwolle, PSV Telstar, FC Twente, FC Utrecht
- **7 sponsors**  
ABN Amro, Azerion, DSW, Future of Twente, GirlPower Radio, High Tech Campus Eindhoven, ING
- **1 zaakwaarnemer**  
Women's Sports Agency
- **1 vakbond**  
VVCS
- **1 mediabedrijf**  
ESPN
- **1 voetbalbond**  
KNVB
- **1 voetbalorganisatie**  
Eredivisie CV

# COLOFON

VOETBAL EN GELIJKE KANSEN: EEN INCLUSIEF SPORTBELEID  
is een publicatie van Stichting WOMEN Inc.

**Aan deze uitgave werkten mee**

Monica Lam (onderzoeksjournalist)

Saskia de Hoog (specialist redactie & onderzoek)

Joline Heusinkveld (programmamanager)

Natasha Tastachova (grafisch ontwerper)

Met dank aan iedereen die een bijdrage heeft geleverd  
aan de totstandkoming van deze publicatie.

Koivistokade 54 III  
1013 BB Amsterdam  
T: 020 788 42 31  
E: [info@womeninc.nl](mailto:info@womeninc.nl)  
[www.womeninc.nl](http://www.womeninc.nl)

© WOMEN Inc. 2023

*Dit rapport is onderdeel van de beweging* **Ik  
ben  
V**



