



AAN DE BAL BLIJVEN

Hoe media berichten over het Europees kampioenschap vrouwen en mannen – en wat er is veranderd sinds 2023

INHOUD

INLEIDING	4
WERKWIJZE	5
1. REPRESENTATIE	6
Aantal uitgezonden minuten per wedstrijd – NOS	6
Nieuw: live via TikTok	7
Aantal artikelen per wedstrijd – online nieuwsmedia	8
Aantal woorden per artikel – online nieuwsmedia	9
Vergelijking Eredivisie 2022	9
2. STEREOTYPERING	11
De schoonheidsparadox	11
Actief in beeld	11
Actief versus passief	12
Verschillen binnen media	13
Vergelijking Eredivisie 2022	14
3. TAAL	15
Referentie naar gender in de kop	15
Gebruik van de woorden ‘vrouw’ en ‘man’	16
Vergelijking Eredivisie 2022	17
CONCLUSIE	18
CHECKLIST: INCLUSIEVE TAAL- EN BEELDVORMING	20
COLOFON	22

INLEIDING

In 2023 brachten we het rapport ‘*Scoren zonder Stereotypen*’ uit. Daarin lieten we zien hoe er in 2022 verslag werd gedaan van de Vrouwen Eredivisie en de Mannen Eredivisie. De conclusie was duidelijk, maar ook pijnlijk: artikelen over mannen waren gemiddeld twee keer zo lang, vrouwen werden op foto’s vooral passief afgebeeld (in 84% van de gevallen), en in bijna alle koppen over vrouwenvoetbal (97%) werd expliciet benoemd dat het om vrouwen ging. Bij de mannen gebeurde dat slechts in 2,5% van de gevallen.

Deze cijfers vertelden ons een groter verhaal: hoe media over voetbal schrijven en welke beelden ze tonen gaat verder dan losse foto’s of losse woorden, het bepaalt mede hoe wij naar de sport kijken. Het beïnvloedt wie en wat we normaal vinden, wie we als ‘anders’ zien en wie überhaupt zichtbaar is.

Inmiddels zijn we drie jaar verder en aandacht voor het vrouwenvoetbal groeit. “Laat nu maar zitten, dat vrouwenvoetbal? Dat is nationale *bias*, deze sport groeit als kool.” Dit kopte het NRC op 15 juli 2025 over het Europees Kampioenschap Vrouwen. Ook wij zien sinds het laatste rapport positieve veranderingen. Maar hoe ver zijn we nu echt gekomen als het aankomt op gelijkwaardige representatie?

Daarom deden we opnieuw onderzoek. Dit keer vergeleken we hoe media schrijven over het Europees Kampioenschap Vrouwen (EK Vrouwen) en het Europees Kampioenschap Mannen (EK Mannen). Is het beeld evenwichtiger dan bij het onderzoek naar de Eredivisies? Worden de vrouwen nu net als de mannen actief in beeld gebracht? En wat hebben redacties nu anders gedaan in vergelijking met de Eredivisie competities van drie jaar geleden? Daarvoor spraken we met journalisten van de verschillende sportredacties.

OVER WOMEN INC.

WOMEN Inc. is een maatschappelijke belangenorganisatie die de positie van vrouwen in Nederland verbetert door het systeem structureel te veranderen. Binnen gezondheid, geld, werk, veiligheid en beeldvorming maken we ongelijkheid zichtbaar met gedegen onderzoek en zetten we met campagnes, events en tools de juiste spelers in beweging. We activeren politiek, werkgevers, professionals, media en publiek tot echte verandering. Met kennis, lef en creativiteit bouwen we aan een gelijkwaardige samenleving.

WERKWIJZE

In dit onderzoek hebben we geanalyseerd hoe verschillende media verslag deden van het EK Vrouwen als het EK Mannen. We hebben ons uitsluitend gericht op de groepsfase (ook wel de poulefase genoemd), wat voor beide toernooien neerkomt op drie wedstrijden. Voor de vrouwen was dit het hele toernooi, omdat het Nederlandse elftal na de groepsfase werd uitgeschakeld. Om een eerlijke vergelijking te maken, bekeken we bij de mannen daarom eveneens alleen de eerste drie duels.

Europees kampioenschap voetbal mannen 2024	De groepsfase	3 wedstrijden
Europees kampioenschap voetbal vrouwen 2025	De groepsfase	3 wedstrijden

We richten ons in dit onderzoek op representatie, stereotypering en taal. Daarvoor hebben we een analyse gedaan van de berichtgeving van online nieuwsmedia en hebben we gekeken naar de uitzendingen van de NOS. De analyse is gemaakt vanaf één week voor de startdatum van de groepsfase van het EK tot en met één week na de einddatum van de groepsfase. Dit betekent dat bij het EK Mannen de periode 7 juni tot en met 1 juli 2024 is geanalyseerd en bij het EK Vrouwen 25 juni tot en met 19 juli 2025.

UITZENDINGEN

Voor de televisie-uitzendingen is in het onderzoek gekeken naar de uitzendingen van de NOS, zij hebben de uitzendrechten voor het EK-voetbal. Hierin is het volgende meegenomen: de ‘rollende bal’ minuten, de voor- en nabeschouwingen, de wedstrijdanalyses en samenvattingen.

ONLINE GESCHREVEN MEDIA

Bij de (online) geschreven media (Algemeen Dagblad (AD), de Volkskrant, de Telegraaf, NRC, NOS en NU.nl) hebben we ons gericht op wedstrijdverslagen, reportages, interviews en nieuwsartikelen over spelers en coaches. Liveblogs, speelschema’s en sfeerartikelen over

publiek en fans zijn buiten beschouwing gelaten. In elk hoofdstuk van dit rapport vergelijken we de resultaten met het rapport ‘*Scoren zonder Stereotypen*’ (2023) over de Eredivisie om te zien in hoeverre de bevindingen overeenkomen of verschillen.

INTERVIEWS

Om de resultaten van ons onderzoek beter te begrijpen, is WOMEN Inc. in gesprek gegaan met professionals van verschillende sportredacties. Aan hen legden we de resultaten van het onderzoek voor en stelden we vragen over hoe zij kijken naar de aandacht voor het EK Vrouwen ten opzichte van het EK Mannen, en hoe keuzes binnen hun redacties tot stand zijn gekomen.¹ De citaten die we in dit rapport hebben opgenomen, zijn door deze gesprekspartners gelezen en goedgekeurd. Wij spraken onder andere met:

- Laurine Slingerland, Sportredacteur/ verslaggever bij NU.nl
- Philip de Witt Wijnen, Chef Sport bij NRC
- Cécile Koekkoek, Chef V, Media & sport bij de Volkskrant
- Koen Adriaanse, Communicatie-adviseur NOS algemeen en Sport

¹ Alle geanalyseerde media zijn om een reactie gevraagd; alleen de geciteerde media hebben aan dit verzoek gehoor gegeven.



HOOFDSTUK REPRESENTATIE

Representatie in de media speelt een cruciale rol in hoe voetbal wordt ontvangen en gezien. Voetbal wordt van oudsher gezien als mannensport, maar de groei van vrouwen in deze sport is enorm. En hetzelfde geldt voor supporters van het vrouwenvoetbal. De verwachting is dat het aantal fans wereldwijd van 500 miljoen naar 800 miljoen groeit in 2030, waarmee vrouwenvoetbal in de top vijf sporten qua publieksbereik komt.² Een gigantische groei, maar groeit de media-aandacht ook mee?

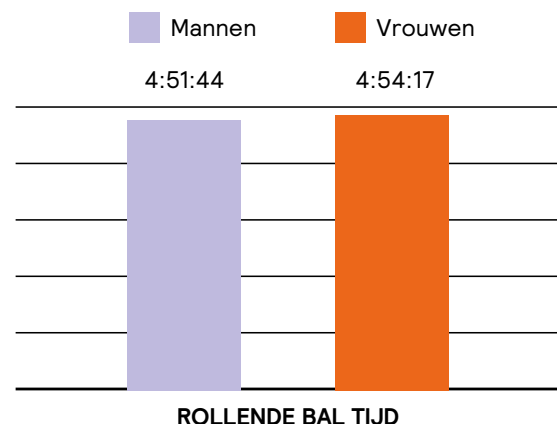
WAAROM REPRESENTATIE ERTOE DOET

Als het vrouwenvoetbal structureel minder media-aandacht krijgt dan het mannenvoetbal, leidt dit tot scheve beeldvorming waarbij het mannenvoetbal de norm blijft en vrouwenvoetbal de uitzondering. Dit heeft directe gevolgen

voor de kansengelijkheid in het voetbal: minder media-aandacht betekent uiteindelijk ook minder waardering, minder sponsors, minder investeringen en minder rolmodellen.

Uit ons onderzoek 'Scoren zonder Stereotypen' (2023) bleek de scheve representatie tussen de Eredivisie Vrouwen en Eredivisie Mannen. Daarom hebben we in dit huidige onderzoek gekeken hoe vaak de vrouwen- en mannenteams bij het EK-voetbal te zien zijn, zowel op televisie als in de online nieuwsmedia. We telden het absolute aantal minuten dat de wedstrijden te zien waren via de NOS, dit is inclusief de voor- en nabeschouwing, de wedstrijdanalyse en de samenvatting. Daarnaast telden we het aantal artikelen dat online verscheen in het AD, de Volkskrant, de Telegraaf, NRC, NOS en NU.nl.

UITZENDINGEN OP TELEVISIE



De cijfers hiernaast laten de hoeveelheid minuten van de door de NOS uitgezonden wedstrijden zien. Hierin zijn de 'rollende bal-minuten' gemeten, dat zijn de daadwerkelijke speelminuten. De voor- en nabeschouwingen, zoals studio gesprekken of interviews langs het veld, zijn hierin niet meegenomen. De hoeveelheid uitgezonden speelminuten is vrijwel gelijk, omdat tijdens het Europees Kampioenschap alle wedstrijden van zowel het Nederlands vrouwenelftal als het Nederlands mannenelftal helemaal zijn uitgezonden.

² NRC (2025). Laat nu maar zitten, dat vrouwenvoetbal? Dat is nationale bias, deze sport groeit als kool.

“Bij NOS Sport is het onze wettelijke taak om topsport op journalistieke wijze te verslaan. Dat betekent dat wij zowel mannen- als vrouwensporten op een gelijkwaardige en onafhankelijke manier verslaan, binnen de journalistieke kaders en binnen de ruimte die we hebben in zendtijd, rechten en platforms Onderzoeken als van WOMEN Inc. helpen bij het alert blijven op beeldvorming, taalgebruik en zichtbaarheid in ons verslag. Bij NOS Sport zijn daar de afgelopen jaren ook stappen in gezet.”

- KOEN ADRIAANSE, COMMUNICATIE-ADVISEUR NOS ALGEMEEN EN SPORT -

TOTALE ZENDTIJD: INCLUSIEF RANDPROGRAMMERING

Er blijkt geen verschil te zijn in zendtijd tussen de wedstrijden van het mannen- en vrouwenelftal voor het Europees Kampioenschap bij de NOS. Beide toernooien kregen ruime aandacht, inclusief voor- en nabeschouwingen, samenvattingen en wedstrijdanalyses.

NIEUW: LIVE VIA TIKTOK

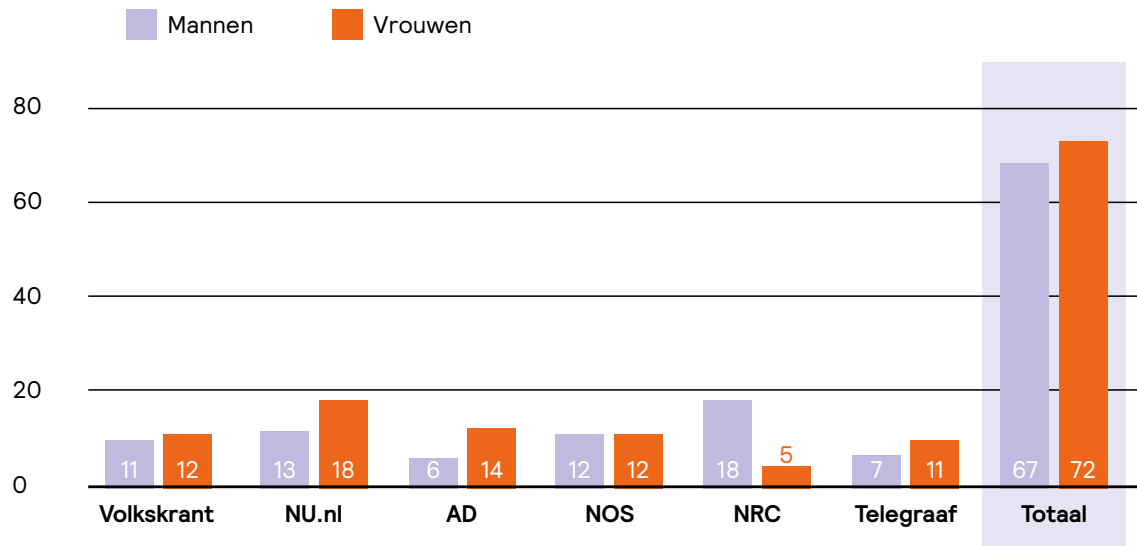
Voor het eerst zond de NOS de EK-wedstrijden van het Nederlands vrouwenelftal ook live uit op TikTok, dit gebeurde nog nooit eerder. De TikTok-uitzendingen richtten zich op een jongere doelgroep en boden ruimte voor interactie via reacties en live-commentaar³.

“We experimenten om sport op verschillende manieren te verslaan. Dit was een experiment, wat zomaar ook een gevolg kan hebben bij andere mannen én vrouwen sporten.”

- KOEN ADRIAANSE, COMMUNICATIE-ADVISEUR NOS ALGEMEEN EN SPORT -

³ NOS (2025). Live watch-along: [Beleef het EK voetbal live op TikTok met NOS Sport](#).

ONLINE GESCHREVEN MEDIA – AANTAL ARTIKELN



Naast televisie-representatie spelen ook de geschreven (online) media een belangrijke rol. Opvallend is dat er over het EK Vrouwen iets méér geschreven is dan over het EK Mannen. Bij de vrouwen zijn er 72 artikelen gepubliceerd en bij de mannen 67 artikelen. Het EK Vrouwen kreeg hiermee iets meer aandacht in geschreven online media dan het EK Mannen.

De diagram (zie hierboven) laat zien hoeveel artikelen de verschillende mediakanalen aan beide EK's hebben gewijd. De Volkskrant, NU.nl, AD en de Telegraaf schreven méér over het EK Vrouwen dan over het EK Mannen. Het AD schreef zelfs meer dan twee keer zoveel over de vrouwen dan over de mannen. Alleen NRC week hiervan af: die publiceerde meer artikelen over het EK Mannen (18) dan over het EK Vrouwen (5).

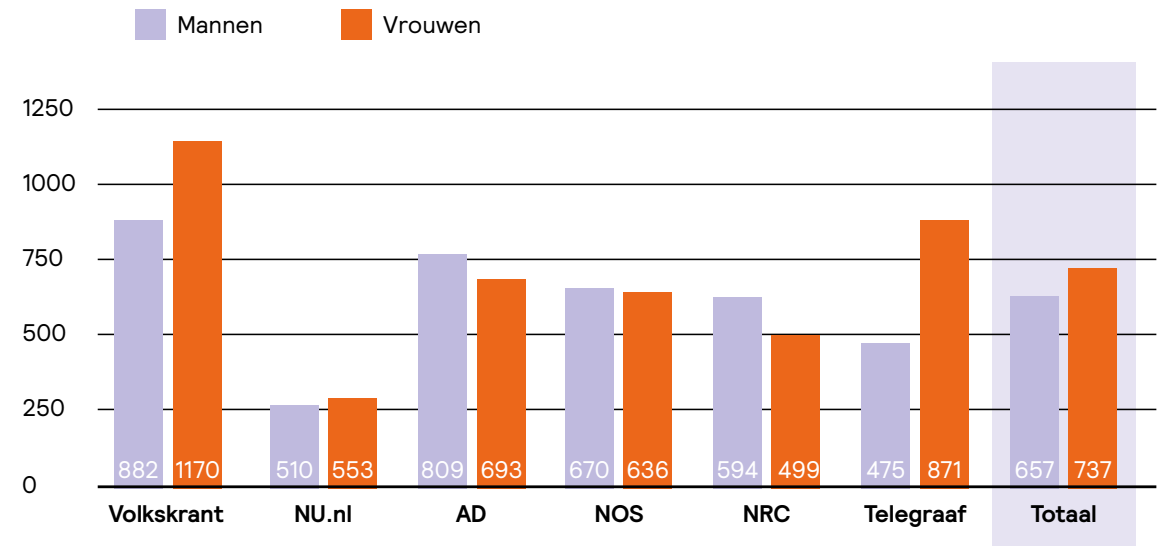
“Wij wilden het EK Vrouwen op dezelfde manier beschouwen als het EK Mannen.

Ook nadat Nederland was uitgeschakeld, zijn we over de andere landen blijven berichtgeven. Je neemt juist een toernooi serieus als je ook kijkt naar onderwerpen buiten het veld. We lieten het dus niet bij wedstrijdverslagen alleen, maar hebben ook veel achtergrondverhalen en analyses gemaakt, plus het luchtig journalistieke rubriekje De steekpass over triviale of minder triviale randzaken. Dat doen we ook altijd bij eindtoernooien van de mannen.

Die verhalen zijn helaas niet meegenomen in deze analyse, terwijl ze een belangrijk deel vormen van onze benadering.”

– PHILIP DE WITT WIJNEN, CHEF SPORT NRC –

GEMIDDELD AANTAL WOORDEN PER ARTIKEL – AANTAL WOORDEN PER ARTIKEL



Over het EK Vrouwen werd gemiddeld met iets meer woorden geschreven dan over het EK Mannen: 737 woorden tegenover 657 woorden. Zowel de Volkskrant als de Telegraaf besteedden niet alleen meer woorden aan het EK Vrouwen, ze publiceerden ook meer artikelen over het toernooi van de vrouwen dan over het toernooi van de mannen.

“Bij het EK Vrouwen ligt de focus meer op de Nederlandse spelers, terwijl er bij het EK Mannen ook internationaal veel aandacht is, omdat daar grote, bekende namen spelen. Die artikelen zijn in deze analyse niet meegenomen, en dat kan het verschil in hoeveelheid verklaren.”

– CÉCILE KOEKKOEK, CHEF V, MEDIA & SPORT DE VOLKSKRANT –

VERGELIJKING EREDIVISIE 2022

Bij de televisie-uitzendingen van de twee EK's is er dit keer geen groot verschil te zien in de aandacht voor de mannen en de vrouwen. In ons eerdere onderzoek 'Scoren zonder Stereotypen' (2023) zagen we nog dat wedstrijden in de Eredivisie Vrouwen veel minder zendtijd

kregen dan die van de Eredivisie Mannen. Zowel de mannen als de vrouwen kregen nu volledige uitzendingen, met tijd voor de voor- en nabeschouwingen en wedstrijdanalyses. In tegenstelling tot de Eredivisie 2022 is de aandacht nu veel gelijk verdeeld.

“We zien aan de cijfers dat sinds we de berichtgeving gelijk hebben getrokken van de EK-toernooien, de leescijfers net zo goed zijn bij de artikelen over de vrouwen als bij de mannen. Ook op onze podcast over het EK Vrouwen kregen we positieve reacties, dus dat laat wel zien dat er zeker interesse voor is.

Bij de wedstrijden van de Eredivisie zien we dit trend nog niet terug.”

– LAURINE SLINGERLAND, SPORTREDACTEUR/VERSLAGGEVER BIJ NU.NL –

“Bij NU.nl hanteren we een maximum van 500 woorden per wedstrijdverslag en een maximum van 900 woorden per artikel. Verder is er geen strikt beleid over hoe lang iets moet worden geschreven. Dat hangt ook een beetje van de redacteur af. Toevallig is dit keer wel dezelfde verslaggever bij zowel het EK Mannen als het EK Vrouwen geweest, wat kan verklaren dat de lengtes van de artikelen ongeveer hetzelfde zijn.”

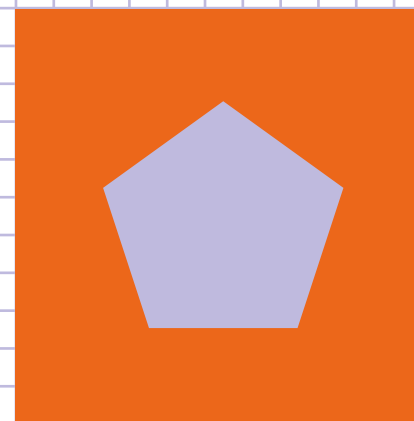
- LAURINE SLINGERLAND, SPORTREDACTEUR/VERSLAGGEVER BIJ NU.NL -

Tijdens het EK kregen vrouwen in geschreven (online) nieuwsmedia dit keer zelfs iets meer aandacht dan mannen. Dat is een duidelijke verschuiving ten opzichte van 2022, toen nieuwsmedia gemiddeld over 82% van de wedstrijden in de Eredivisie Mannen berichtten en slechts 25% over de wedstrijden van de Eredivisie Vrouwen. Opvallend is dat de

Volkskrant, die destijds het minst berichtte over de Eredivisie Vrouwen, nu juist meer publiceerde over het EK Vrouwen dan over het EK Mannen. Het verschil in media-aandacht tussen voetballende mannen en vrouwen is bij de EK's aanzienlijk kleiner dan bij de vergelijking van de Eredivisie competities uit 2022.

“Het vrouwenvoetbal is geen afgeleide meer van het mannenvoetbal. Als ik nu terugkijk op het vorige rapport, voelt dat echt ouderwets aan. Voor de Europees Kampioenschappen hebben we wel echt een ander beleid dan bij de Eredivisies. Daar is de journalistieke belangstelling nog niet gelijkwaardig; dat zie je terug in de publieke interesse voor de Eredivisie Vrouwen, bijvoorbeeld in het aantal bezoekers in het stadion.”

- PHILIP DE WITT WIJNEN, CHEF SPORT BIJ NRC -



HOOFDSTUK STEREOTYPERING

Naast *hoe* vaak het voetbal in beeld is, doet *de manier waarop* er ook toe. Beeldvorming in de media beïnvloedt namelijk hoe we vrouwen en mannen in het voetbal zien en beoordelen. Beelden kunnen bestaande genderstereotypen bevestigen of juist doorbreken. Buiten het voetbal worden mannen vaak neergezet als krachtig en assertief, vrouwen als zorgzaam en zacht.

In dit hoofdstuk onderzoeken we hoe vrouwen en mannen in beeld worden gebracht tijdens het EK-voetbal: zien we actie of passiviteit, een voetbalcontext of worden er juist portretten getoond? En zit er verschil hoe dit bij de mannen gebeurt in vergelijking met de vrouwen. Ook vergelijken we het beeldgebruik met dat in de verslaglegging van de Eredivisie. Uit het onderzoek ‘*Scoren zonder Stereotypen*’ (2023) bleek namelijk dat er in 84% van de artikelen met beeld passieve foto's werden gebruikt bij de vrouwen. Bij mannen was dat anders: 56% van de beelden toonde hen in actie.

DE SCHOONHEIDSPARADOX

Het beeld van de voetballer is sterk verbonden met eigenschappen als kracht en competitie, die traditioneel als mannelijk worden gezien. Daardoor passen vrouwen minder gemakkelijk binnen het dominante beeld van de ‘echte’ voetballer. Tegelijkertijd worden vrouwen geacht fanatiek, snel en fysiek te spelen, maar ook ‘vrouwelijk’ te blijven. In de Volkskrant (2025) werd dit ook wel omschreven als de ‘schoonheidsparadox’.⁴

ACTIEF IN BEELD

Bij online artikelen worden vaak één of meerdere foto's of video's geplaatst.⁵ Uit onze analyse blijkt dat gemiddeld 23% van de beelden bij artikelen over het EK Mannen actief is. Bij het EK Vrouwen is dit 12%. De mannen zijn dus twee keer zo vaak actief afgebeeld als de vrouwen. De vrouwen worden dus 88% van de tijd passief afgebeeld en de mannen 77% van de keren.

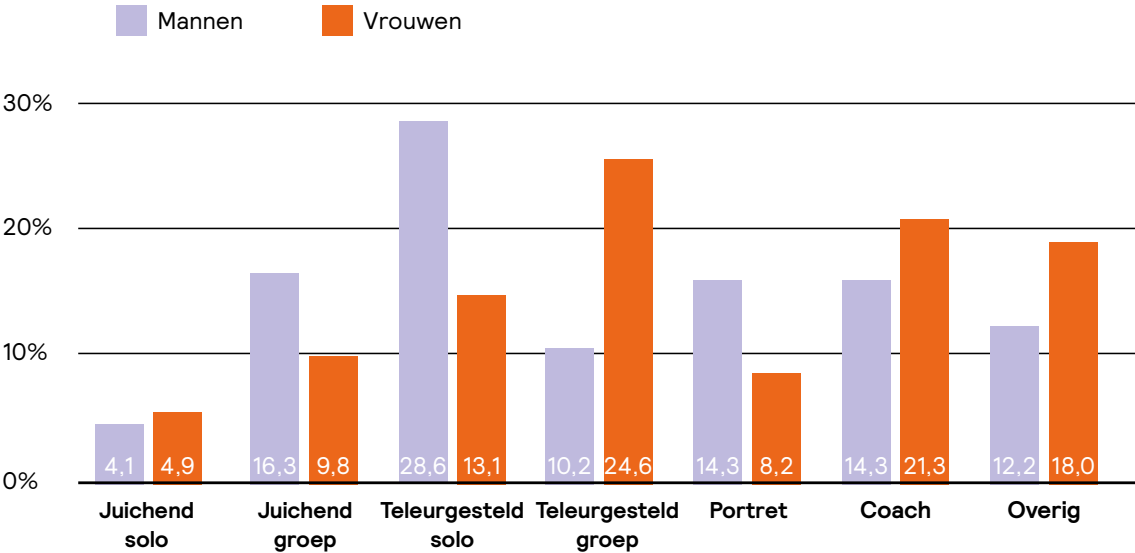
De passieve beelden zijn opgedeeld in zeven categorieën: ‘juichend solo’, waarin spelers individueel en juichend worden afgebeeld; ‘juichend groep’, waar twee of meer personen samen een blijde of juichende houding tonen; ‘teleurgesteld solo’, met spelers die alleen zichtbaar teleurgesteld zijn; ‘teleurgesteld groep’, waarin meerdere personen gezamenlijk teleurstelling of frustratie uitdrukken; ‘portret’, portretten van spelers zonder duidelijke voetbalcontext of actie; ‘coach’, beelden van de coaches, zowel in actie als in rust, ongeacht hun emotie; en tot slot ‘overig’, een categorie die niet in de bovenstaande groepen past, zoals scheidsrechters, supporters of sfeerbeelden.

⁴ De Volkskrant (2025). *Hoe vrouwenvoetbal tientallen jaren klein werd gehouden: 'Ik vind dat er herstelbetalingen moeten komen'*

⁵ Voor deze analyse is steeds het eerste beeld van het artikel meegenomen. Alleen wanneer alle beelden van het artikel actief waren en het eerste beeld niet, is het eerste actieve beeld meegenomen. Naast de foto's bevatten sommige artikelen uit de dataset ook video's. Die zijn voor deze analyse ook buiten beschouwing gelaten.

CATEGORIE PASSIEVE BEELDEN

In procenten



WAT IS ACTIEF VS. PASSIEF?

Actieve foto's laten spelers letterlijk in actie zien, bijvoorbeeld rennend, schreeuwend of tijdens een doelpoging – kortom: duidelijk binnen de voetbalcontext in actie. Passieve foto's laten spelers zien buiten het spelmoment, zoals juichend na een doelpunt, teleurgesteld na afloop, of stilstaand en omarmend. Hierbij staat de emotie of sfeer centraal, in plaats van het voetbalspel zelf, soms zelfs zonder duidelijke voetbalcontext.

VOORBEELDEN PASSIEVE FOTO'S



BRON: De Volkskrant (2025). Oranje gaat voor EK-winst, maar de ploeg van bondscoach Jonker is niet vrij van zorgen.



BRON: NRC (2025). De vraag is of bondscoach Koeman en zijn spelers wel dezelfde voetbaltaal spreken.

VOORBEELDEN ACTIEVE FOTO'S



BRON: De Volkskrant (2025). Om de keepsters zal dit EK nauwelijks meer worden gelachen; daarvoor is het niveau nu te hoog – zeker ook bij Oranje.



BRON: NRC (2025). Nederlands elftal treft Roemenië in achtste finales door zinderende 2-0 overwinning van Georgië op Portugal.

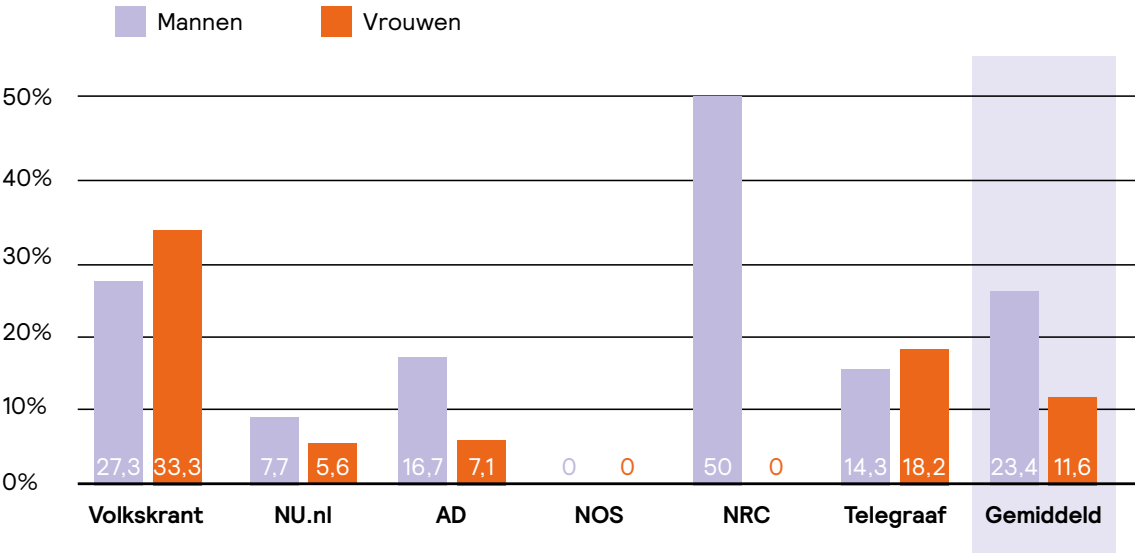
DE VERSCHILLEN BINNEN MEDIA

De beeldkeuze per mediaplatform verschilt enorm. Zo publiceerde de NOS geen enkel artikel met een actiefoto – niet bij de vrouwen, maar ook niet bij de mannen. Wat ook opvalt is dat NRC bij de berichtgeving over het EK Mannen in 50% van de gevallen een actiefoto gebruikte, terwijl dat percentage bij het EK Vrouwen 0% was. Ook bij het AD zijn de verschillen opvallend: 16,7% van de foto's bij de mannen waren actiebeelden, tegenover slechts 7,1% bij de vrouwen.

In tegenstelling tot andere media hebben de Telegraaf en de Volkskrant juist meer actiebeelden bij de vrouwen dan bij de mannen geplaatst.

BEELD MET ACTIE

In procenten



“Redacteuren kiezen bij ons zelf hun beeld; we hebben geen aparte beeldredactie. Wel is er een commissie die zich met beeldgebruik bezighoudt, en we houden elkaar scherp op de keuzes die we maken. Het belang van goed beeld leeft op de redactie. Vaak plaatsen we in eerste instantie snel een foto om het stuk online te krijgen, en vervangen we die later door een sterker of mooier beeld zodra dat beschikbaar is.”

- LAURINE SLINGERLAND, SPORTREDACTEUR/VERSLAGGEVER BIJ NU.NL -

“Onze keuze voor beelden bij vrouwensport is heel bewust. We hebben beleid om vrouwen net zo actief in beeld te brengen als mannen. We voeren daar veel gesprekken over, want vrouwen worden normaal vaker in emotie getoond, terwijl sport vooral actie is. Tegelijkertijd vind ik als chef Sport de beleving van de sport – ook bij de supporters – minstens zo belangrijk.”

- CÉCILE KOEKKOEK, CHEF V, MEDIA & SPORT DE VOLKSKRANT -

VERGELIJKING EREDIVISIE 2022

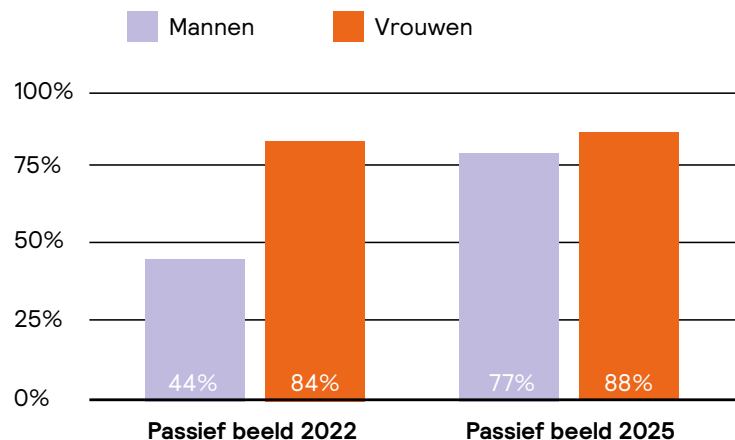
In 2022 was er een duidelijk verschil te zien in hoe mannen en vrouwen werden afgebeeld in het voetbal: mannen kwamen vooral in actie in beeld (56%), terwijl vrouwen juist meestal passief werden weergegeven (84%). In 2025 is dat voor vrouwen vrijwel hetzelfde gebleven (88%). Dat laat zien dat vrouwen nog steeds vooral in minder dynamische situaties worden afgebeeld. Bij de mannen is hierin juist een verandering opgetreden: waar ze in 2022 nog vaak actief in beeld kwamen (56%), zijn in 2025 juist veel passieve foto's gebruikt. Bij deze analyse werden de mannen slechts op 23% van de beelden

actief afgebeeld. In beide gevallen is er bij de EK toernooien dus vaker gekozen voor passieve beelden. Het verschil tussen hoe vrouwen en mannen zijn afgebeeld is wel een stuk kleiner dan drie jaar geleden.

Wij hebben een aparte beeldredactie, maar sportredacteuren brengen wel suggesties in. We gebruiken veel veel juich- en baalfoto's, want dat zijn eigenlijk de mooiste foto's van de wedstrijd.

- PHILIP DE WITT WIJNEN, CHEF SPORT BIJ NRC -

PASSIEF BEELD

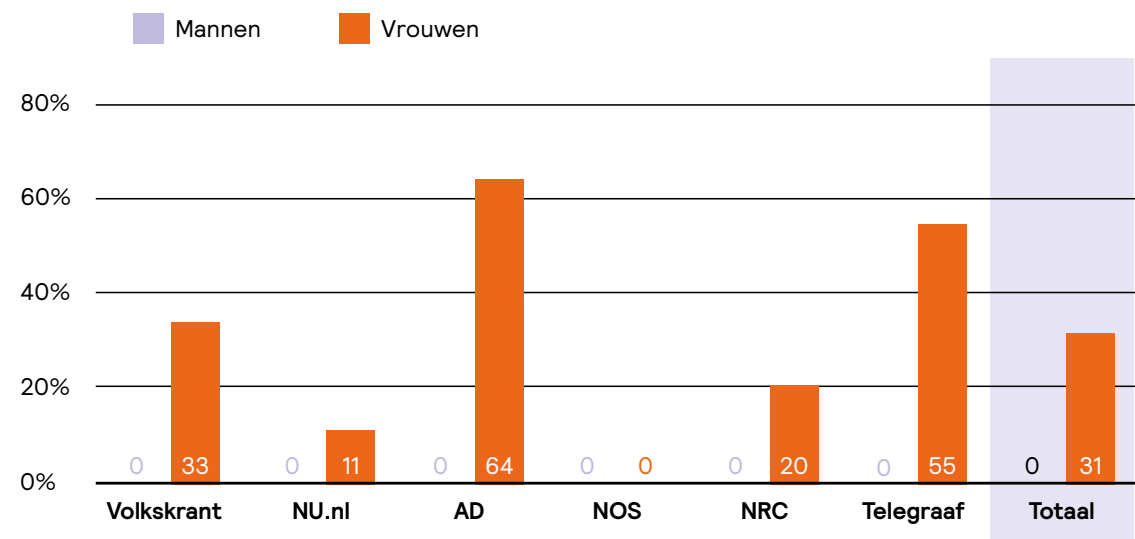


HOOFDSTUK TAAL

Taal heeft veel invloed op hoe we bepaalde thema's, onderwerpen of personen zien: het kan iets de norm maken, of juist als de uitzondering neerzetten. Dit geldt ook binnen de context van voetbal. In dit hoofdstuk onderzoeken we daarom hoe er geschreven is over het EK Vrouwen en het EK Mannen. We analyseren welke woorden er gekozen zijn in de kop en of er een verschil is in de manier waarop over beide EK's wordt gesproken.

REFEREREN AAN GENDER IN DE KOP

In procenten



“Het is een combinatie van beleid en bewustwording. Het is een belangrijk onderdeel van gesprek hier op de redactie, waarbij we evalueren maar ook vooruitkijken naar hoe we over sporten berichten. Daarbij gaat zowel over representativiteit, taal en stereotypering.”

- KOEN ADRIAANSE, COMMUNICATIE-ADVISEUR NOS ALGEMEEN EN SPORT -

We analyseerden hoe vaak in de koppen van artikelen van nieuwsmedia verwezen wordt naar gender. Voor de vrouwen telden we daarbij woorden mee zoals 'vrouwenvoetbal', 'de Oranjevrouwen', 'de vrouwen van Oranje', 'de Oranje Leeuwinnen' en 'de Leeuwinnen', en 'vrouwen'. Bij de mannen hebben we precies hetzelfde gedaan in de mannelijke variant. Wat hierbij opvalt, is dat er bij het EK Mannen geen enkele keer expliciet naar gender wordt verwezen, terwijl dat bij het EK Vrouwen in gemiddeld 31% van de koppen nog wél gebeurt.

De NOS maakt in haar koppen bij beide toernooien geen enkele verwijzing naar gender. Andere mediaplatformen doen dit alleen bij het EK Vrouwen, en niet bij het EK Mannen. Dit noemen we asymmetrisch taalgebruik. Daarmee blijft het mannenvoetbal de 'norm', terwijl vrouwenvoetbal als iets afwijkends wordt benoemd. Er wordt dus níét gesproken over 'mannenvoetbal', 'de mannen van Oranje', enzovoorts.

"Bij ons is het woord 'vrouwenvoetbal' afgeschaft. Het woord 'dames' gebruiken we sowieso niet. We gebruiken nog wel het woord 'vrouwen' of 'vrouw', maar alleen wanneer dat echt nodig is. Soms ontkom je er niet aan – bijvoorbeeld bij een vergelijking met de mannen. Maar als je die vergelijking niet maakt, kun je het woord 'vrouwen' vaak gewoon vermijden.

- PHILIP DE WITT WIJNEN, CHEF SPORT NRC -

VOORBEELD VAN KOP MET REFERENTIE AAN VROUW-ZIJN

Dit moet je weten over de Oranje Leeuwinnen die op het EK vrouwenvoetbal actief zijn

BRON: De Telegraaf (2025). Dit moet je weten over de Oranje Leeuwinnen die op het EK vrouwenvoetbal actief zijn

HOE HET OOK KAN

REPORTAGE
Als de training vordert, komt het plezier terug bij Oranje

BRON: NRC (2025). Als de training vordert, komt het plezier terug bij Oranje

"We gebruiken nu alleen een vergelijking tussen mannen en vrouwen als het écht nodig is om iets duidelijk te maken, maar we proberen het zoveel mogelijk te vermijden. Ook termen als 'dames' of 'Oranje Leeuwinnen' gebruiken we niet, tenzij we iemand citeren. We zien vrouwen- en mannenvoetbal als twee verschillende sporten en benaderen ze ook zo."

- CÉCILE KOEKKOEK, CHEF V, MEDIA & SPORT DE VOLKSKRANT -

GEBRUIK VAN DE WOORDEN 'VROUW' EN 'MAN'

Niet alleen in de koppen van artikelen wordt vaker verwezen naar het vrouw-zijn dan naar het man-zijn. Ook in de lopende teksten van de artikelen komt deze verwijzing vaker voor. Het woord 'man' wordt in totaal 50 keer genoemd in de artikelen over het EK Mannen, terwijl het woord 'vrouw' 100 keer voorkomt in de artikelen over het EK Vrouwen. Dat betekent dat er bij het vrouwenvoetbal twee keer zo vaak naar gender wordt verwezen als bij het mannenvoetbal.

VERGELIJKING EREDIVISIE 2022

In de categorie taal zien we een groot verschil tussen de berichtgeving over de Eredivisie en de Europese kampioenschappen. Tijdens de berichtgeving over de Eredivisie Vrouwen bevatte maar liefst 97% van de koppen bij artikelen een verwijzing naar het vrouw-zijn. Ter vergelijking: bij de Eredivisie Mannen werd slechts in 2,5% van de artikelen verwezen naar het man-zijn. Bij de recente EK's zien we een verschuiving. 31% van de koppen over het EK Vrouwen bevatte een verwijzing naar het vrouw-zijn, terwijl dit

bij het EK Mannen helemaal niet is gebeurd (0%). Door de afname van het percentage bij de vrouwen is het verschil tussen vrouwen en mannen aanzienlijk kleiner geworden.

Ook in het gebruik van de woorden 'vrouw' en 'man' in de tekst van de artikelen zien we dit terug. In de berichtgeving over de Eredivisie Vrouwen kwam het woord 'vrouw' nog zes keer zo vaak voor als het woord 'man' in artikelen over de Eredivisie Mannen. Tijdens de EK's is dit verschil afgenomen tot twee keer zo vaak.

"Tijdens het EK zijn we ervan uitgegaan dat iedereen weet dat het toernooi gaande is, dus hoefden we niet in elke kop te benoemen of het om de mannen of de vrouwen ging. De Eredivisie is een wekelijkse competitie waarbij de competitie van de vrouwen gelijk loopt met de competitie van de mannen. Daarom zijn we nu nog vaker geneigd het dan wel expliciet te vermelden."

- LAURINE SLINGERLAND, SPORTREDACTEUR/VERSLAGGEVER BIJ NU.NL -

CONCLUSIE

In vergelijking met het eerdere onderzoek 'Scoren zonder Stereotypen' (2023) zijn er duidelijk positieve verschuivingen zichtbaar in hoe media verslag doen van vrouwen- en mannenvoetbal.

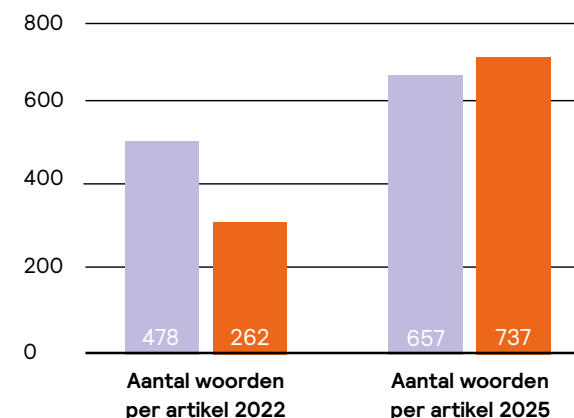
In alle onderzochte media-uitingen zien we dat het verschil in verslaggeving tussen het vrouwen- en mannenvoetbal kleiner wordt. De televisierepresentatie van het EK Vrouwen was dit jaar gelijk aan die van het EK Mannen van vorig jaar. Dat is een opvallende en positieve ontwikkeling. In ons eerdere onderzoek zagen we nog dat wedstrijden in de Eredivisie Vrouwen veel minder zendtijd kregen dan die in de Eredivisie Mannen.

Ook in online geschreven media zijn positieve ontwikkelingen zichtbaar. Zo verschenen er in enkele media zelfs iets meer artikelen over het EK Vrouwen dan over het EK Mannen, en die stukken waren gemiddeld ook langer. Daarnaast is het verschil in verwijzingen naar gender in koppen en teksten kleiner geworden. Het taalgebruik laat dus een positieve verandering zien. Toch is er nog geen volledige gelijkheid in de manier waarop er over vrouwen- en mannenvoetbal wordt geschreven. Vrouwen worden minder vaak als 'anders' neergezet dan in 2022, maar mannenvoetbal blijft impliciet de norm. In berichten over mannen wordt gender vrijwel nooit benoemd, terwijl dat bij vrouwen nog in 31% van de gevallen gebeurt.

Tegelijkertijd zien we dat passief beeldgebruik nog steeds veel voorkomt. Opvallend is dat het verschil tussen mannen en vrouwen kleiner is geworden, omdat er bij de mannen juist méér passieve beelden zijn gebruikt dan voorheen. Hierdoor is de kloof in representatie verkleind, maar het probleem blijft bestaan: bij vrouwen is nog altijd 88% van de beelden passief.

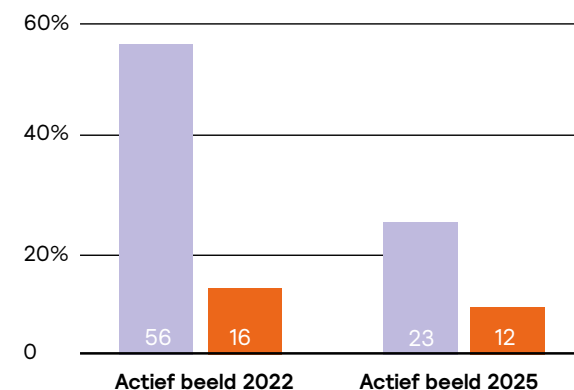
Er is duidelijk vooruitgang geboekt – en dat is goed nieuws. Tegelijkertijd is het belangrijk om alert te blijven. Uit de interviews met de verschillende sportredacties van de geanalyseerde media blijkt dat er nog wel een andere aanpak voor kortlopende internationale toernooien wordt gebruikt dan voor de seizoen Eredivisie-competities en de grote vooruitgang kan dus mede komen door het type toernooi. Daarnaast zijn redacties zich wel duidelijk meer bewust van de positie van het vrouwenvoetbal tegenover het mannenvoetbal en wat hun rol hierin in. Door bewust te blijven omgaan met taal en beeld, zorgen we ervoor dat deze vooruitgang niet tijdelijk is, maar blijvend wordt. Daarom hebben wij een checklist opgesteld voor sport- en beeldredacties, om de ontwikkeling naar een gelijkwaardige beeldvorming vast te houden en verder te verankeren.

REPRESENTATIE



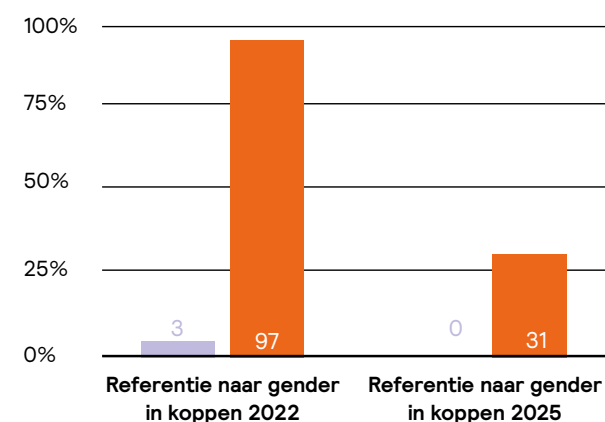
STEREOTYPERING

In procenten



TAAL

In procenten



CHECKLIST: INCLUSIEVE TAAL- EN BEELDVORMING

Het verschil in hoe er over vrouwenvoetbal en mannenvoetbal wordt geschreven is al iets verkleind, het gaat de goede kant op. Om verslaggeving over vrouwen- en mannenvoetbal gelijkwaardig te houden, is het belangrijk dat redacties bewust blijven omgaan met de keuze en inzet van zowel taal als beeld. Deze checklist helpt sportredacties om hier kritisch op te blijven reflecteren.

REPRESENTATIE: LAAT HET VOETBAL CENTRAAL STAAN

- ☐ Gebruik beelden waarin spelers daadwerkelijk aan het voetballen zijn.
- ☐ Vermijd stereotiepe beelden zoals lachende/knuffelende foto's of portretten die geen voetbalcontext hebben.

TAALGEBRUIK: GENDERNEUTRAAL

- ☐ Gebruik genderneutrale termen zoals 'het Europees kampioenschap', 'het team', 'de selectie' of 'de spelers'. En niet 'het vrouwenteam' of 'de vrouweselectie'.
- ☐ Vermijd woorden als 'dames', 'meisjes' of 'meiden' tenzij het symmetrisch gebeurt: ook bij de mannen. Bijvoorbeeld: Het Europees kampioenschap mannen en het Europees kampioenschap vrouwen.
- ☐ Vermijd onnodige verwijzingen naar het vrouw-zijn.
- ☐ Benoem gender alleen als het relevant of functioneel is.

LAAT VROUWENVOETBAL OP ZICHZELF STAAN

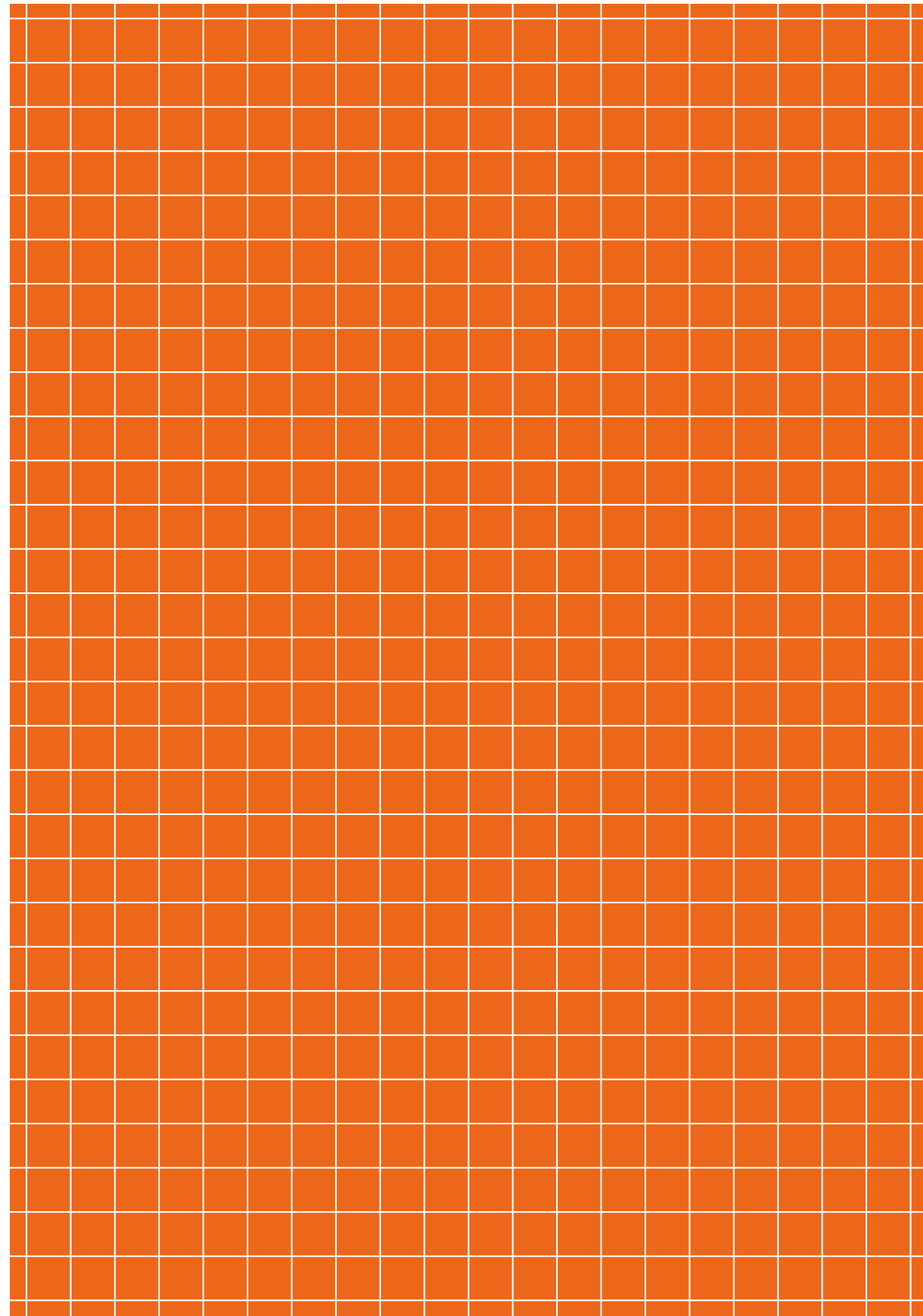
- ☐ Beschrijf prestaties en kwaliteiten zonder ze te spiegelen aan mannenvoetbal. Vermijd daarom uitspraken als 'de vrouwelijke Messi'.

ZORG VOOR GELIJKE MEDIARUIMTE

- ☐ Zorg voor gelijke zichtbaarheid van het vrouwen- en mannenvoetbal. Door dezelfde hoeveelheid artikelen te publiceren en uitzendingen uit te zenden, met vergelijkbare hoeveelheid woorden en beelden.

CONTROLEER OP (ONBEWUSTE) VOOROORDELEN

- ☐ Laat content redigeren of nalezen met een inclusieve blik.
- ☐ Stel jezelf de vraag: zou je dit ook zo zeggen of schrijven over een mannenteam?
- ☐ Maak inclusieve communicatie onderdeel van je beleid en dagelijkse werkwijze.



COLOFON

Aan de bal blijven

is een publicatie van Stichting WOMEN Inc.

Aan deze uitgave werkten mee

Rebecca Slee (redacteur arbeidsmarkt & beeldvorming)

Thirza Scholten (junior redacteur)

Saskia de Hoog (specialist redactie & onderzoek)

Clarisse Stulp (eindredactie)

Iliriana Banjska (programmamanager)

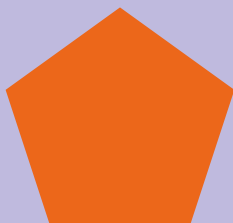
Natasha Tastachova (grafisch ontwerper)

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
www.womeninc.nl

© WOMEN Inc. 2025

Het onderzoek is mogelijk gemaakt door ING.



WOMEN
INC
●