



DE MEIDEN AAN ZET!

DOOR MARIJE LOBSTEIN, CORIEN VAN DER LINDEN EN JAN KOK, LAURA JONKER EN SABRINA COLS

In de huidige samenleving staan individualisme en persoonlijke wensen en behoeften steeds meer centraal. Mede daardoor vraagt het extra inzet van sportverenigingen om sporters te werven en aan zich te binden. Steeds meer mensen hebben het idee dat ze geen sportvereniging of sportclub nodig hebben om een sportieve invulling aan hun leven te geven. Alle sportbonden en sportverenigingen staan voor de uitdaging om meer mensen enthousiast te maken én te behouden voor de sport. Dit geldt vooral voor teamsporten. Er is op tal van punten nog winst te behalen. Voor de KNVB geldt dit extra sterk bij het vrouwenvoetbal. Zo blijkt uit onderzoek van Motivaction in samenwerking met de KNVB.



Ondanks groei vrouwenvoetbal, Oranje Leeuwinnen onbekend in Nederland

Speelden tien jaar geleden 70.000 meisjes en vrouwen voetbal in clubverband, tegenwoordig zijn dat er inmiddels 132.000: bijna een verdubbeling. Het vrouwenvoetbal krijgt op het veld dan wel een steeds prominenter plek, buiten het veld krijgt het echter nog niet de aandacht die het verdient. Van oudsher wordt voetbal als echte mannsport gezien. Dit beeld is aan het veranderen. Onderzoek van Motivaction onder een representatieve steekproef van n=1042 Nederlanders in de leeftijd van 15-70 jaar laat zien dat Nederlanders positiever tegenover vrouwenvoetbal staan. Maar liefst driekwart van de Nederlanders vindt dat voetbal net zo goed een sport is voor vrouwen als voor mannen. Deze opvatting leeft bij jongere generaties (15 t/m 24 jaar) sterker dan bij oudere bevolkingsgroepen (45 t/m 70 jaar). Gevraagd naar hun mening over vrouwenvoetbal zegt bijna tweederde van de Nederlanders het belangrijk te vinden dat de KNVB vrouwenvoetbal stimuleert.

"Het is gewoon irritant als je er niet allemaal hetzelfde over denkt. Een aantal van ons wil er echt voor gaan, maar sommige teamleden niet. We zijn nu eenmaal in een team geplaatst, maar het maakt het minder leuk. Je moet als team gewoon op één lijn zitten." (spelende voetbalster)

Opmerkelijk is dat het Nederlandse vrouwenelftal onlangs (juli 2013) aan het EK in Zweden heeft deelgenomen, maar dat 44% van Nederland niet op de hoogte was van dit evenement en dat de wedstrijden live op tv te volgen waren. De Oranje Leeuwinnen, de officiële naam van het team, blijkt voornog een onbekend begrip: 92% van Nederland weet spontaan deze naam niet te noemen. Opvallend is dat de helft van de Nederlanders die wel naar het EK hebben gekeken, positiever over vrouwenvoetbal is gaan denken. Dus ondanks de toename van het aantal vrouwelijke voetballers en de positieve attitude ten opzichte van vrouwenvoetbal, resulteert dit nog niet in een grotere bekendheid.

"We waren als team geen geheel, er waren te veel verschillen. Ik had ook niet de mogelijkheid om binnen mijn club bij een ander team te gaan spelen. Dus ben ik uiteindelijk gestopt. Maar ik mis het voetbal wel." (gestopte voetbalster)

Ook vrouwenvoetbal kampt met uitstroom

Uit onderzoek onder 2.525 gestopte leden van voetbalclubs blijkt dat de grootste groep 'uitstromers' te vinden is onder jongere leden (12-17 jaar). En hoewel het totale aantal vrouwelijke voetballers de afgelopen tien jaar bijna verdubbeld is, is er ook een aanzienlijke uitstroom bij meisjes te vinden. Een belangrijke uitkomst van het onderzoek is dat er duidelijke verschillen zijn in hoe jongens en meisjes voetbal beleven. Bij jongens spelen vooral het competitieve element en sfeer van de club een grote rol. Bij meisjes spelen deze factoren ook een rol, maar is het sociale aspect het belangrijkste. Op het eerste gezicht lijken

Stimuleringsplan KNVB en ING

De KNVB is dé ondersteuner en promotor van het meisjes- en vrouwenvoetbal in Nederland. ING ondersteunt het hele Nederlandse voetbal, dus ook het vrouwenvoetbal. ING vindt vanuit zijn diversiteitsbeleid dat het meisjes- en vrouwenvoetbal speciale aandacht moet krijgen. De KNVB en ING zetten zich daarom samen in om vrouwenvoetbal bekendder en populairder te maken bij het Nederlandse publiek.

Dit doen ze door het faciliteren van nationale elftallen bij topprestaties, het communiceren over vrouwelijke rolmodellen voor toekomstige generaties voetbalsters en een impuls te geven aan meisjesvoetbal door verenigingen actief te ondersteunen bij het werven en binden van vrouwelijke leden. De ondersteuning richt zich op de belangrijkste pijlers binnen het amateurvoetbal, namelijk clubontwikkeling, werving & behoud, kaderontwikkeling en bekendheid & imago. Deze activiteiten moeten bijdragen aan het uiteindelijke doel: zoveel mogelijk meisjes en vrouwen met veel plezier te laten voetballen. Voor meer informatie over het stimuleringsplan kunt u contact opnemen met Sabrina Cols (sabrina.cols@KNVB.nl).

deze verschillen tussen jongens en meisjes niet heel groot, toch is het voor de clubbesturen zaak zich te realiseren dat er bij de voetballende meisjes van nu andere wensen en behoeften leven die de basis vormen voor het voetbalplezier en hun voetbaltoekomst dan bij jongens.

Teamsamenstelling belangrijk voor voetbalplezier en motivatie van voetbalsters

Het grootste struikelblok voor het vrouwenvoetbal is dat er niet altijd genoeg gelijkgestemden binnen een club zijn om één team te vormen. Dit zorgt ervoor dat de samenstelling van veel meisjesteams een té heterogeen karakter heeft. Uit 45 interviews die in opdracht van de KNVB zijn gehouden



Meer aandacht vanuit de media voor het vrouwenvoetbal is een mooie eerste stap als het gaat om het creëren van betrokkenheid en ondersteuning onder het Nederlandse publiek. Maar om het vrouwenvoetbal nog sterker te verankeren in de Nederlandse samenleving is meer nodig.

met voetballende meisjes én meisjes die inmiddels gestopt zijn, blijkt dat er irritaties op verschillende vlakken voorkomen. Binnen de vrouwenteams ontstaat bijvoorbeeld een tweedeling tussen recreatieve spelers (voetbalsters die vooral willen voetballen omdat ze het leuk vinden en voor de gezelligheid) en ambitieuze spelers (voetbalsters waar de technische voetbalkwaliteiten voorop staan). Maar ook verschillen in leeftijd of levensfase zorgen bij veel meiden voor demotivatie en een verminderd voetbalplezier omdat de meiden binnen het team te weinig op één lijn zitten.

Deze irritaties zorgen voor een hoger uitstroomrisico dan bij jongens. Bij de jongens is het namelijk makkelijker om homogene teams samen te stellen, omdat het aantal voetballende jongens binnen een club groter is.

Toch zijn er voor clubs mogelijkheden om het meisjesvoetbal beter te faciliteren. Daarbij kan gedacht worden aan het aanbieden van alternatieve voetbalvormen voor meisjes, zoals het vormen van kleinere teams, denk aan 7 tegen 7 of het samenstellen van cluboverschrijdende meisjesteams. Op die manier wordt beter aangesloten bij de motivatie

van voetballende meisjes en ontstaan er teams met een homogener karakter. Marije Lobstein, onderzoeker Sport bij Motivaction: "Voetbalclubs zouden op regionaal niveau meer de samenwerking met elkaar moeten opzoeken. Op die manier bied je meer mogelijkheden voor voetbalsters en is de kans groter dat meisjes aan boord blijven en niet afhaken. Zo kan er nog zo veel winst behaald worden binnen voetbalclubs. En dan zowel voor meiden die talent hebben, maar juist ook voor de meiden die voor de lol spelen!"

Het vrouwenvoetbal vraagt om duidelijke trainers

Ook kan nog veel winst worden behaald in de relatie tussen trainers en voetballende meisjes. Vooral op het vlak van pedagogische vaardigheden en omgangsvormen verwachten meisjes andere kwaliteiten van een trainer dan jongens. Een trainer moet betrokken zijn en transparant met het team communiceren. En het is belangrijk dat hij of zij duidelijk de verwachtingen en afspraken in een team managet. De voetbalsters vragen om meer aandacht in de vorm van persoonlijke opbouwende feedback (benoem niet alleen wat fout gaat, maar ook wat de sterke punten zijn van een speelster). Marije Lobstein: "Meisjes willen ook dat een trainer interesse toont in hun persoonlijke situatie, dus breder dan alleen de situatie op het veld. Meisjes vinden het belangrijk dat er een echte klik ontstaat met de trainer en het team. Dat betekent dat een trainer zich op een breder vlak geïnteresseerd moet tonen."

De meisjes aan zet!

Als de voetbalclubs de kennis die de KNVB nu heeft over de wensen en behoeften van meisjes oppakken en aangrijpen om hun beleid bij te sturen, komen de meiden echt aan zet. De hier geschetste noodzakelijke stappen voor het verder professionaliseren en uitbouwen van het vrouwenvoetbal zijn ook voor andere teamsporten en sportbonden relevant. ●

.....

Drs. Marije Lobstein werkt sinds 2007 bij Motivaction. Als researchmanager richt zij zich actief op onderzoek en advies in de sportbranche. U kunt contact met haar opnemen via m.lobstein@motivaction.nl of 020-589 82 86. Voor meer informatie over het onderzoek van de KNVB kunt u contact opnemen met Laura Jonker via laura.jonker@KNVB.nl.

.....

