

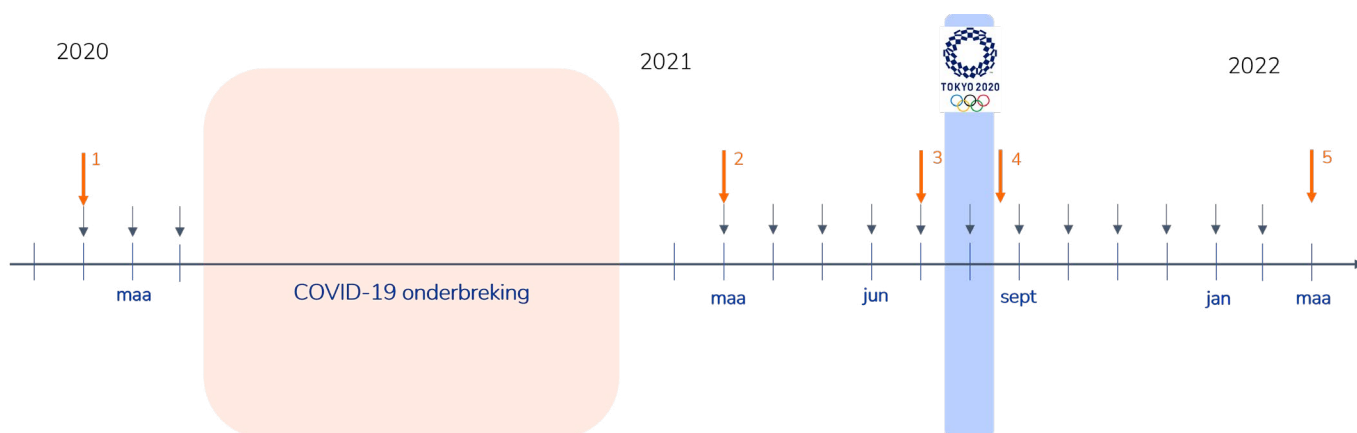
DE MAATSCHAPPELIJKE IMPACT VAN TOPSPORT IN VLAANDEREN: 'TOPSPORT ALS MIDDEL'



Uitgevoerd door de onderzoeksgroep SPLISS van de Vrije Universiteit Brussel in opdracht van Sport Vlaanderen
De Bosscher, V., Descheemaeker, K., Van Roey, A., De Rycke, J., Derom, I.

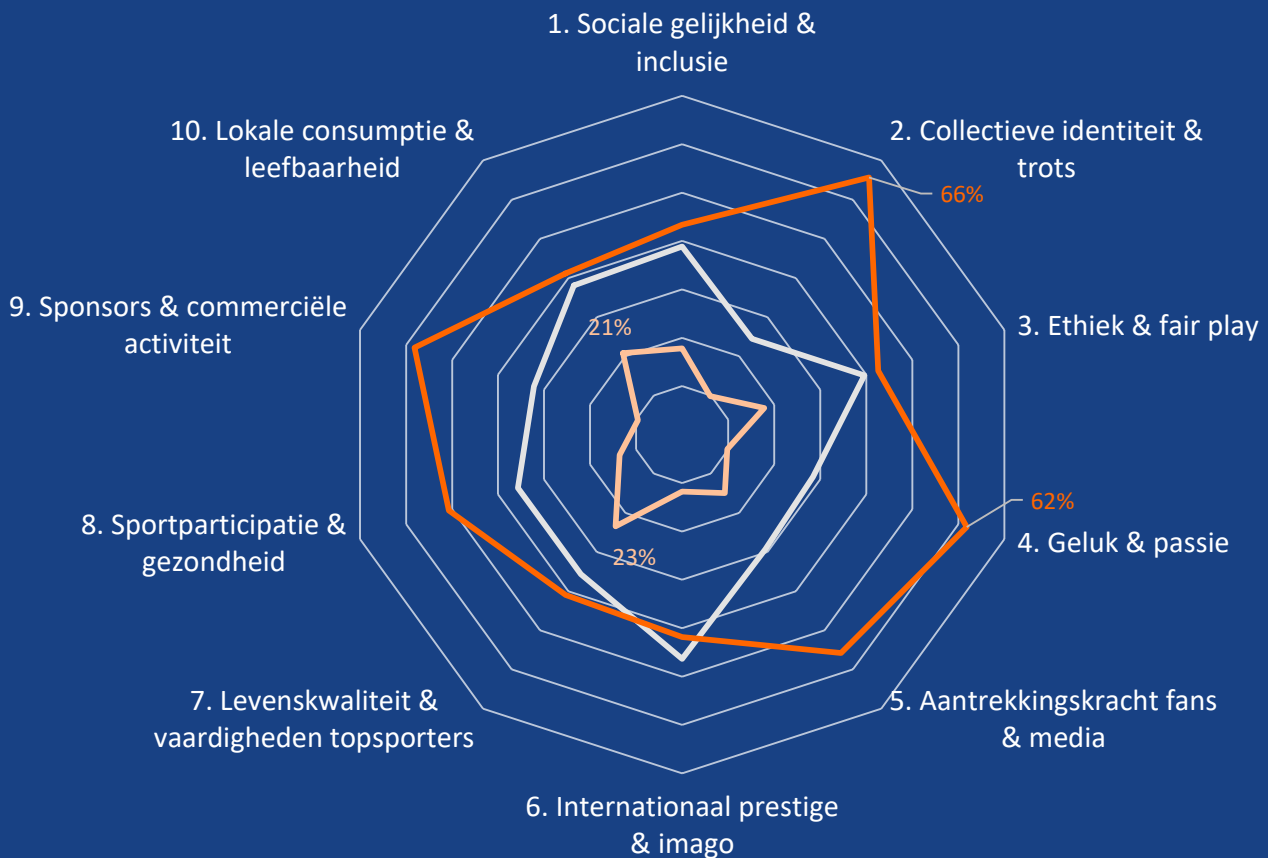
Het project 'topsport als middel', in opdracht van Sport Vlaanderen, had als doel de **maatschappelijke waarde van topsport** volgens de Vlaamse bevolking te evalueren. Er is een groeiende noodzaak ontstaan om de investeringen van een land in topsport te rechtvaardigen. De bevolking is, via belastingen, de hoofdsponsor van topsport. Daarom is het voor het beleid interessant om inzicht te krijgen in hoe de bevolking de potentiële maatschappelijke impact van topsport percipieert. Verder heeft dit project als doel om federaties en andere stakeholders te stimuleren om **topsport als middel te gebruiken** voor bijvoorbeeld sportpromotie.

Het project gaat uit van verschillende grote metingen (**oranje pijltjes**), met tussenin de Olympische Spelen. De maandelijkse omnibussen (**blauwe pijltjes**) zijn korte en gerichte steekproeven om evoluties gedetailleerd in kaart te brengen en te monitoren. Alle metingen worden uitgevoerd bij telkens 1000 inwoners van Vlaanderen.



MESSI

— Negatieve impact — Neutraal — Positieve impact



De MESSI-meetschaal geeft de perceptie van de Vlamingen over de maatschappelijke impact van topsport. Respondenten kunnen, per item, een negatieve of een positieve waarde aan topsport toekennen. De resultaten worden geclusterd in tien dimensies die de mogelijke impact van topsport weergeven.

Meer dan 60% van de Vlamingen is van mening dat topsport een **positieve impact** heeft op de dimensies:

- **Collectieve identiteit & trots** (dimensie 2)
- **Geluk & passie** (dimensie 4)

De hoogste **negatieve percepties** zien we in volgende dimensies:

- **Levenskwaliteit & vaardigheden van topsporters** (dimensie 7) (23%)
- **Lokale consumptie & leefbaarheid** (dimensie 10) (21%)

DIMENSIE 1. SOCIALE GELIJKHEID & INCLUSIE

Ik vind dat topsport het verschil tussen arme en rijke mensen ...



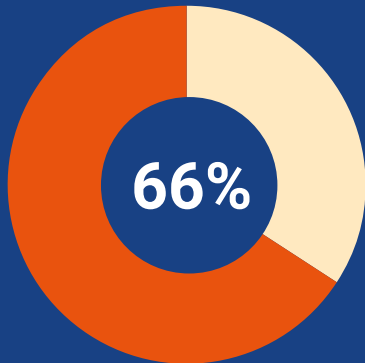
Ik vind dat topsport de inclusie van mensen met een beperking ...



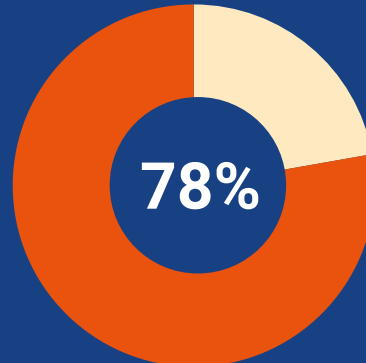
Ik vind dat topsport mensen met verschillende religies, culturen en afkomst ...



DIMENSIE 2. COLLECTIEVE IDENTITEIT & TROTS



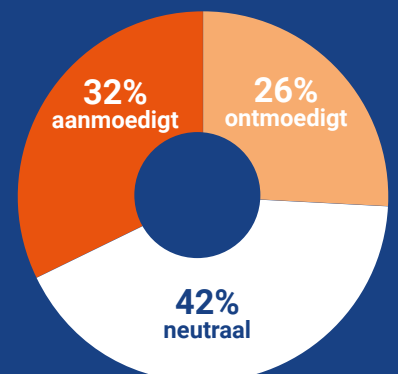
66% van de Vlamingen wordt **trots** door de prestaties van de Belgische **Olympische topsporters** (n = 20 000)



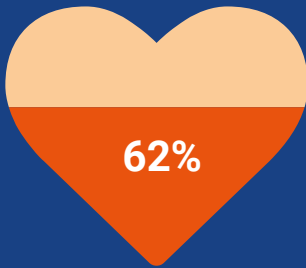
78% van de Vlamingen wordt **trots** door de prestaties van de Belgische **Paralympische topsporters** (n = 5 000)

DIMENSIE 3. ETHIEK & FAIR PLAY

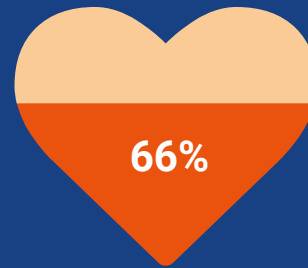
Ik vind dat topsport het amateurgebruik van prestatiebevorderende middelen ...



DIMENSIE 4. GELUK & PASSIE



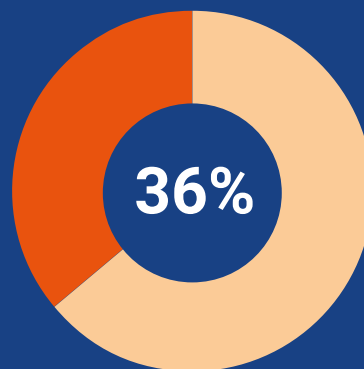
geeft aan dat de prestaties van onze topsporters hen gelukkig maakt (n = 20 000)



geeft aan dat de prestaties van onze Paralympische topsporters hen gelukkig maakt (n = 9 000)

DIMENSIE 5. AANTREKKINGSKRACHT FANS & MEDIA

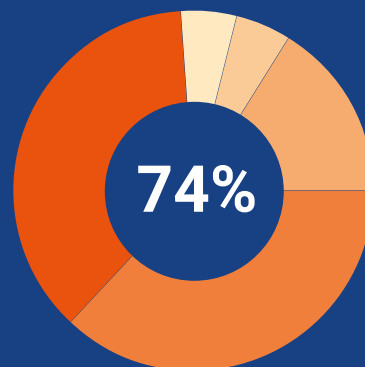
Meer dan één op drie ziet zichzelf als een fan/supporter van Team Belgium



Fan van Team Belgium

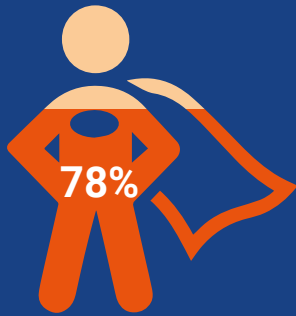
DIMENSIE 6. INTERNATIONAAL PRESTIGE & IMAGO

Onze topsporters bezorgden ons de voorbije maand positieve uitstraling in binnen- en buitenland. (n = 20 000)



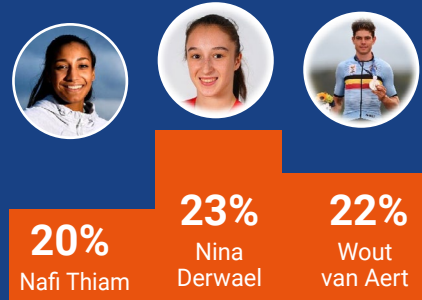
■ Helemaal mee oneens ■ Enigszins mee oneens
■ Niet eens/oneens ■ Enigszins mee eens ■ Helemaal mee eens

DIMENSIE 7. LEVENSKWALITEIT & VAARDIGHEDEN TOPSPORTERS



van de Vlamingen vindt dat onze Olympische topsporters rolmodellen zijn voor jongeren

De 3 meest favoriete topsporters zijn:



DIMENSIE 8. SPORT PARTICIPATIE & GEZONDHEID

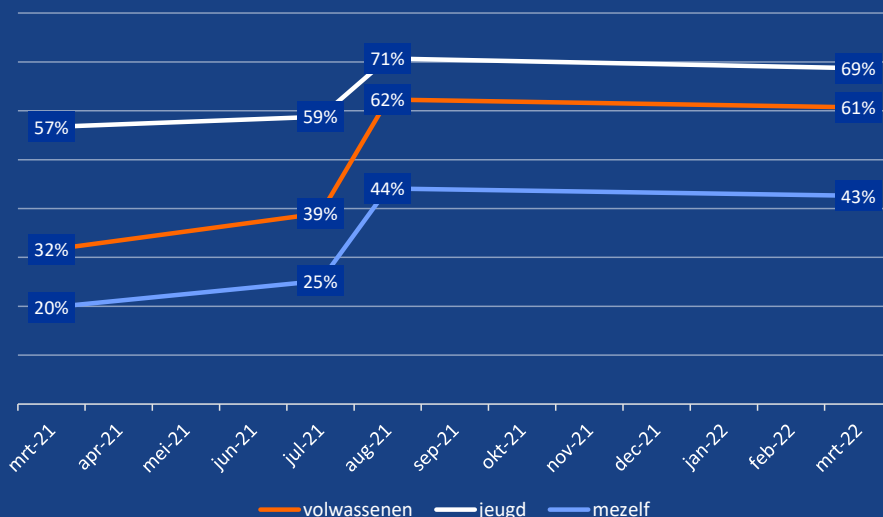


56% van de Vlamingen beoefende tenminste 1 keer per week sport (n = 5000).



30% van de Vlamingen geeft aan niet gesport te hebben het voorbije jaar (n = 5000).

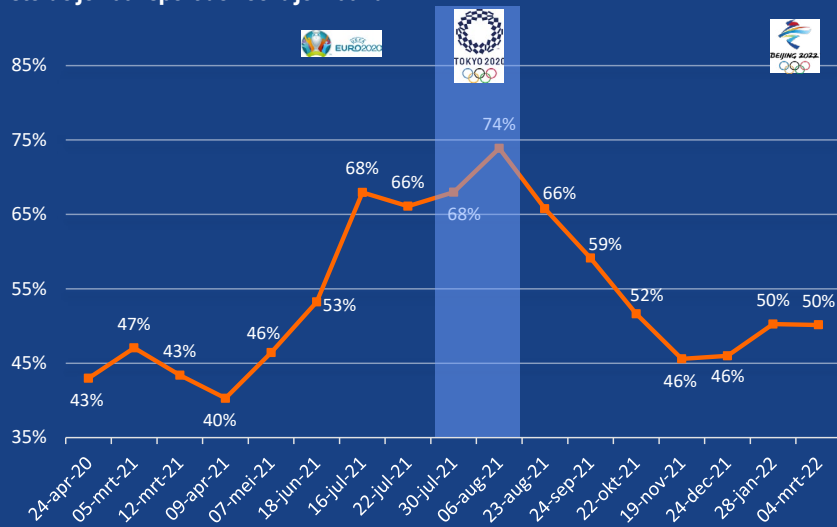
Ik ben van mening dat goede topsportprestaties niet-sporters aanzetten om te starten met sporten.



De percepties van de Vlamingen veranderen na de Olympische Spelen. Een groter percentage denkt dat goede topsportprestaties niet-sporters aanzetten om te starten met sporten.

DIMENSIE 9. SPONSORS & COMMERCIEËLE ACTIVITEIT

In welke mate keek, las of luisterde je naar sport de voorbije maand?



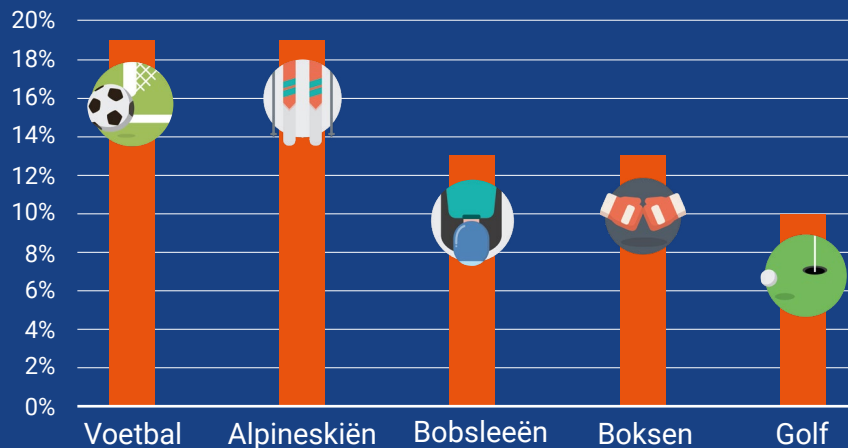
Grote topsportevenementen, zoals het EK voetbal en de Olympische Spelen, zorgen voor meer kijkers.

DIMENSIE 10. LOKALE CONSUMPTIE & LEEFBAARHEID

In welk sporten willen Vlamingen meer investeren?



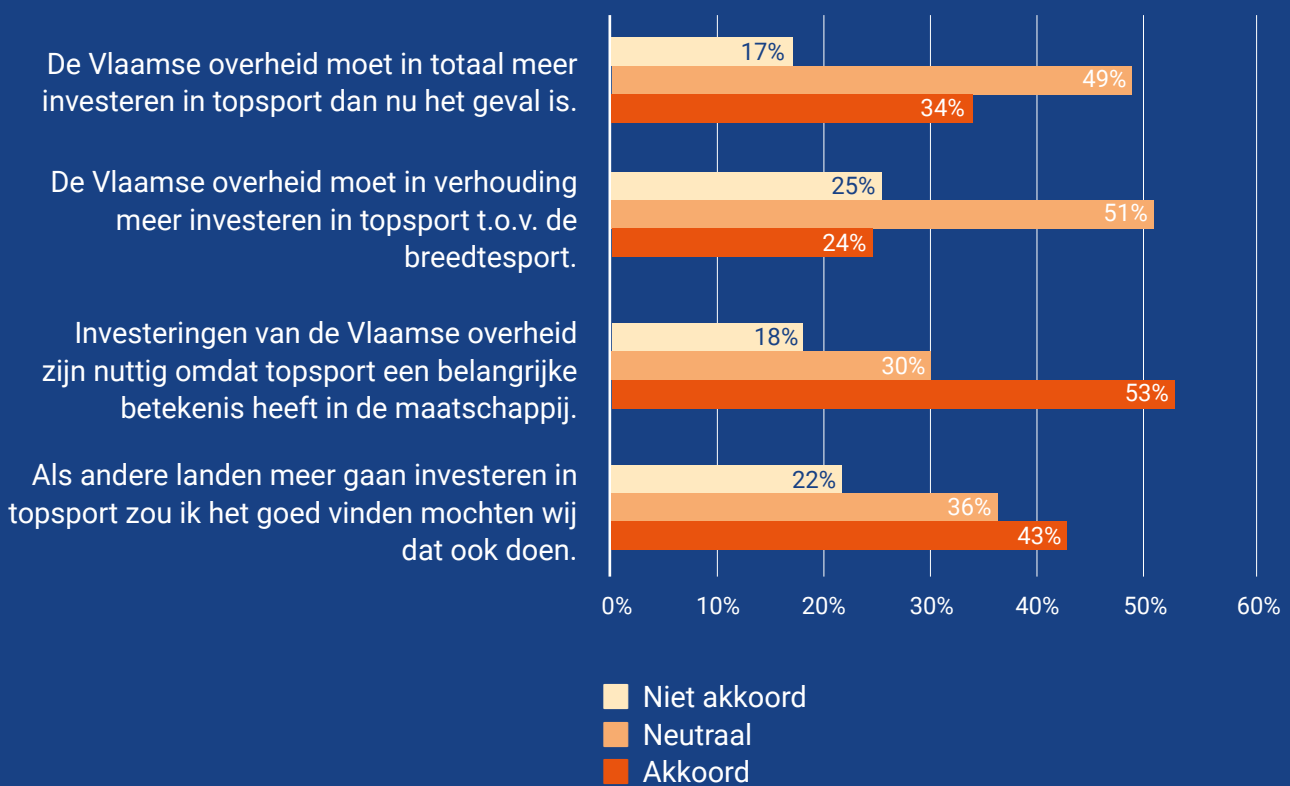
In welk sporten willen Vlamingen minder investeren?



WILLINGNESS TO PAY



Vlamingen zouden zelf jaarlijks 3,2 euro per persoon willen spenderen aan topsport.



Referentie: De Bosscher, V., Descheemaeker, K., Van Roey, A., De Rycke, J., Derom, I. (2022). De maatschappelijke impact van topsport. SPLISS. Onderzoek in opdracht van Sport Vlaanderen & Baillet Latour. Brussel: VUB. ISBN: 9789072325136

Met dank aan

