



Rapport

Consumentenuitgaven aan sport 2025

Consumentenuitgaven aan sport 2025

Met ondersteuning van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS)

Mulier Instituut

Nicoline Hertogs

Peter van Eldert

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met het Mulier Instituut.

© Mulier Instituut

Utrecht, december 2025

www.mulierinstituut.nl

info@mulierinstituut.nl

Disclaimer

U mag delen uit deze publicatie overnemen op voorwaarde van bronvermelding: auteur(s), de titel van de publicatie en het jaar van uitgave.

Er gelden gebruiksvoorwaarden voor de foto's in deze publicatie. Neem foto's daarom niet over zonder toestemming van het Mulier Instituut.

Over ons

Het Mulier Instituut doet sportonderzoek voor beleid en samenleving. Voor overheden, maatschappelijke organisaties, onderwijsinstellingen, sportorganisaties en bedrijven onderzoeken we allerlei thema's op het gebied van sport en sportief bewegen: van de sportdeelname van (groepen) Nederlanders tot de motorische vaardigheden van kinderen, en van diversiteit en inclusie in de sport tot de economische impact van sportevenementen.

Het Mulier Instituut is een onafhankelijke stichting zonder winstoogmerk.

Ons doel is bijdragen aan goed onderbouwd beleid, gericht op de bevordering van sport, sportief bewegen en versterking van de sportsector. Dit doen we op verschillende manieren:

We verzamelen data en monitoren de Nederlandse sportsector en beleidsprogramma's.

We ontwikkelen kennis en onderzoeksmethoden via verkennende en verdiepende studies.

We duiden onderzoeksuitkomsten en vertalen deze naar de beleidspraktijk.

We onderbouwen beleidsbeslissingen met expertise en advies.

We bieden gevraagd en ongevraagd duiding en reflectie in de rol van 'kritische vriend' van de sportsector.

We zetten ons in voor de bevordering van de sportwetenschap.

Afkortingen

Afkortingen

CBS	Centraal Bureau voor de Statistiek
NSO	Nationaal Sportonderzoek
VTO	Vrijetijdsomnibus

Inhoudsopgave

Consumentenuitgaven aan sport 2025

Kerncijfers	5
1 Inleiding	7
1.1 Achtergrond	7
1.2 Doelstelling	7
1.3 Vraagstelling	7
1.4 Aanpak	8
2 Landelijke ontwikkelingen	11
2.1 Consumentenvertrouwen	11
2.2 Inflatie en koopkracht	12
2.3 Vrij besteedbaar inkomen	14
3 Sportuitgaven	16
3.1 Bestedingen aan sport	16
3.2 Online sportaankopen	19
3.3 Financieel budget	22
3.4 Tijdsbudget	26
4 Conclusie & reflectie	28
4.1 Conclusie	28
4.2 Reflectie	28
Bronnen	31
Bijlage 1 – Resultaten naar achtergrondkenmerken	32
Bijlage 2 – Resultaten uit eerdere peilingen	34

Consumentenuitgaven aan sport 2025

We vatten hier de belangrijkste cijfers samen. Voor een goede interpretatie van de cijfers raden we aan het hele rapport te lezen.

Sportuitgaven

- 84 procent van de huishoudens met minstens één sporter gaf in 2025 geld uit aan actieve sportbeoefening. Vooral aan sportkleding en -schoenen (57%) en lidmaatschappen van sportverenigingen (36%).
- 27 procent van de huishoudens besteedde minder aan sport en aanverwanten dan in de twaalf maanden daarvóór. 12 procent gaf er meer aan uit en in 55 procent van de huishoudens bleven de uitgaven ongewijzigd.
- Nederlanders bezuinigden in 2025 minder op sport dan in 2023 en 2021.
- Wat betreft actieve sportbeoefening gaven mensen relatief vaak meer geld uit aan lidmaatschappen en sportabonnementen. Voor sportvakanties en -kampen en extra sportbegeleiding hielden ze de hand vaak op de knip.

Online sportaankopen

- In 2024 kocht 28 procent van de Nederlanders van 12 jaar en ouder sportartikelen online. 7 procent schafte online betaalde gezondheids- of sportapps aan. In 2023 en 2022 was dit beeld ongeveer hetzelfde.

Financieel budget

- 55 procent van de Nederlanders van 12 jaar en ouder vindt in 2025 de kosten voor sport in het algemeen te hoog.
- 45 procent van de Nederlanders van 12 jaar en ouder zou vaker gaan sporten als het gratis was. Dit geldt met name voor Nederlanders met een lager huishoudinkomen (57%).
- 20 procent van de Nederlanders van 12 jaar en ouder houdt na het betalen van de vaste lasten te weinig geld over voor sport.

Tijdsbudget

- 26 procent van de Nederlanders van 16-79 jaar zou vaker sporten als ze meer vrije tijd hadden.
- 38 procent van de Nederlanders van 16-79 jaar deed in hun vrije tijd liever andere activiteiten dan sport.
- Voor 32 procent van de Nederlanders van 16-79 jaar zou het een bittere pil zijn als ze sport moesten laten schieten voor andere dingen in hun vrije tijd.



Inleiding

In deze monitor brengen we de consumentenuitgaven aan sport in kaart. In dit eerste hoofdstuk schetsen we de aanleiding, doelstelling, vraagstelling en aanpak van het onderzoek.

1.1 Achtergrond

De Nederlandse sporteconomie drijft voor een belangrijk deel op de uitgaven van huishoudens. Volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) bedroegen de uitgaven van huishoudens¹ aan sportgoederen en -diensten in 2022 14,5 miljard euro (11,7 miljard euro in 2019; CBS, 2025; CBS, 2021). Dat was 53 procent van de totale bestedingen aan sportgoederen en -diensten. Hiervan gaven huishoudens 4,2 miljard euro uit aan sport- en fitnessdiensten en 3,4 miljard euro aan sportbenodigdheden.

In dit rapport zetten we de uitgaven van Nederlandse huishoudens aan sport centraal. We schetsen daarbij het beeld over 2024-2025 en brengen waar mogelijk een ontwikkeling in beeld. Dit rapport is een vervolg op de rapporten uit 2017 (Hover et al., 2017), 2018 (Hover et al., 2018), 2022 (Hover & Van Eldert, 2022) en 2024 (Van Eldert & Hover, 2024).

1.2 Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is om de ontwikkelingen in de consumentenuitgaven aan sport door volwassen Nederlanders te volgen. Daarnaast brengen we in kaart in hoeverre de kosten voor sport de sportbeoefening in de weg staan.

1.3 Vraagstelling

We beantwoorden met dit onderzoek de volgende vragen:

Hoe ontwikkelen de (online) uitgaven van consumenten aan sport zich?

In hoeverre vormt het financiële budget van consumenten een belemmering om te sporten?

In hoeverre vormt het tijdsbudget van consumenten een belemmering om te sporten?

¹ Inclusief de uitgaven van instellingen zonder winstoogmerk, waaronder sportverenigingen.

1.4 Aanpak

Voor dit onderzoek gebruiken we data uit drie databronnen:

- het Nationaal Sportonderzoek (NSO);
- de Vrijetijdsomnibus (VTO);
- CBS Statline.

Nationaal Sportonderzoek

Van het Nationaal Sportonderzoek (NSO) van het Mulier Instituut gebruiken we in dit onderzoek met name een peiling uit 2025. Voor deze peiling ondervroegen we via het panel van Ipsos een representatieve groep van 1.502 Nederlanders van 16-79 jaar. Het veldwerk vond plaats tussen 14 april en 6 mei 2025.

Waar mogelijk vergelijken we de resultaten van het NSO 2025 met die van 2019, 2021 en 2023.² In de peilingen vroegen we naar de uitgaven in de twaalf maanden vóór de peiling ([tabel 1.1](#)). We verwijzen tekstueel naar het jaar van de peiling, hiermee doelen we op de volledige terugvraagperiode.

Tabel 1.1

Terugvraagperiode Nationaal Sportonderzoek (NSO), per peiling

Peiling	Terugvraagperiode
2019	November 2018-november 2019
2021	September 2020-september 2021
2023	September 2022-september 2023
2025	April 2024-april 2025

De resultaten van de NSO-peilingen wegen we op leeftijd, geslacht, opleiding en regio voor de antwoorden over personen. Voor de antwoorden over huishoudens wegen we op grootte van het huishouden, leeftijd van de respondent en regio.

Waar mogelijk en relevant splitsen we de resultaten uit naar huishoudinkomen. Voor de NSO delen we dit op in drie categorieën op basis van het inkomen:

- benedenmodaal (lager dan €33.500);
- modaal (€33.500 tot €49.500);
- bovenmodaal (€49.500 en hoger).

² Door enkele aanpassingen in de vragenlijst is vergelijking met eerdere peilingen niet voor alle resultaten mogelijk. Dit zijn aanpassingen in het vragenblok zelf, maar ook in de manier waarop we achtergrondkenmerken van respondenten bevragen, zoals of de respondent sport.



Typologie van sportproducten

Of uitgaven van huishoudens betrekking hebben op de aanschaf van een sportproduct, hangt af van de definitie van 'sportproduct'. Hiervoor zijn verschillende opties. Twee aspecten spelen daarbij een rol: 1) de aard van het product (wel/niet sportief) en 2) het gebruik van het product (wel/niet voor actieve sportbeoefening).

Op basis van deze aspecten stelden we onderstaande matrix op. In dit onderzoek focussen we op de kwadranten 1 en 2: alle producten³ die voor actieve sportbeoefening worden gebruikt.

		Product van sportieve aard	
		Ja	Nee
Gebruik voor actieve sportdeelname	Ja	1	2
	Nee	3	4

Voorbeelden:

Kwadrant 1: een wielrenfiets die voor wielrennen gebruikt wordt.

Kwadrant 2: een regulier T-shirt dat gedragen wordt bij het hardlopen.

Kwadrant 3: een sportschoen die niet voor sporten wordt gebruikt.

Producten in kwadrant 4 zien we niet als sportproduct.

Vrijetijdsomnibus

De vrijetijdsomnibus (VTO) is een tweejaarlijks terugkerend onderzoek naar cultuurparticipatie en sportbeoefening, uitgevoerd door het CBS. Vanaf 2024 zijn hierin ook stellingen opgenomen over het financieel budget voor sport. Een deel van deze stellingen is vergelijkbaar met de stellingen die eerder in het NSO zaten.

In de peiling van 2024-2025 heeft het CBS een representatieve groep van 3.608 Nederlanders ondervraagd.⁴ De dataverzameling liep van 29 oktober 2024 tot en met 31 maart 2025. De resultaten van de VTO-peilingen weegt het CBS op leeftijd, geslacht, regio, herkomst, burgerlijke staat, huishoudinkomen en samenstelling van het huishouden.

Waar mogelijk en relevant spitsen we de resultaten uit naar huishoudinkomen. Voor de VTO hebben we dit ingedeeld in drie categorieën op basis van percentielen:

- laag inkomen (percentiel 1 tot en met 40);
- middeninkomen (percentiel 41 tot en met 70);
- hoog inkomen (percentiel 71 tot en met 100).

³ Uitgaven voor het kijken naar sport (live of via de media) nemen we niet mee, tenzij anders vermeld.

⁴ Het CBS heeft de vragenlijst uitgezet onder Nederlanders vanaf 6 jaar. Vragen over attituden, waaronder de stellingen over het financieel budget, stelden ze niet aan 6-12-jarigen.

In eerdere rapporten over de consumentenuitgaven aan sport gebruikten we data van het NSO om een beeld te krijgen over het financiële budget van consumenten als mogelijke belemmering voor sportdeelname. Met het oog op representativiteit en de grootte van de steekproef baseren we deze analyse vanaf nu op de VTO. Dit verbetert in onze ogen de analyse, maar maakt een vergelijking met de resultaten uit eerdere peilingen van het NSO minder goed mogelijk.

CBS Statline

Naast data uit het NSO en de VTO gebruiken we in deze rapportage data van CBS Statline over de volgende onderwerpen:

- consumentenvertrouwen op basis van het consumentenconjunctuuronderzoek;
- koopkrachtontwikkeling op basis van het [integraal inkomens- en vermogensonderzoek](#);
- inflatie op basis van de consumentenprijsindex;
- internetaankopen van mensen van 12 jaar en ouder op basis van onderzoek naar [ICT-gebruik van huishoudens en personen](#).



Leeswijzer

In hoofdstuk 2 gaan we in op landelijke ontwikkelingen om een beeld te schetsen van de economische situatie waarin het onderzoek plaatsvond. Vervolgens beschrijven we in hoofdstuk 3 de (online) bestedingen van consumenten aan sport en de mate waarin financieel en tijdsbudget een belemmering voor sportdeelname zijn. In hoofdstuk 4 trekken we conclusies.

Landelijke ontwikkelingen

In dit hoofdstuk schetsen we landelijke ontwikkelingen op het gebied van inkomen, consumentenvertrouwen en koopkracht. Deze ontwikkelingen hebben invloed op de (sport)uitgaven.

2.1 Consumentenvertrouwen

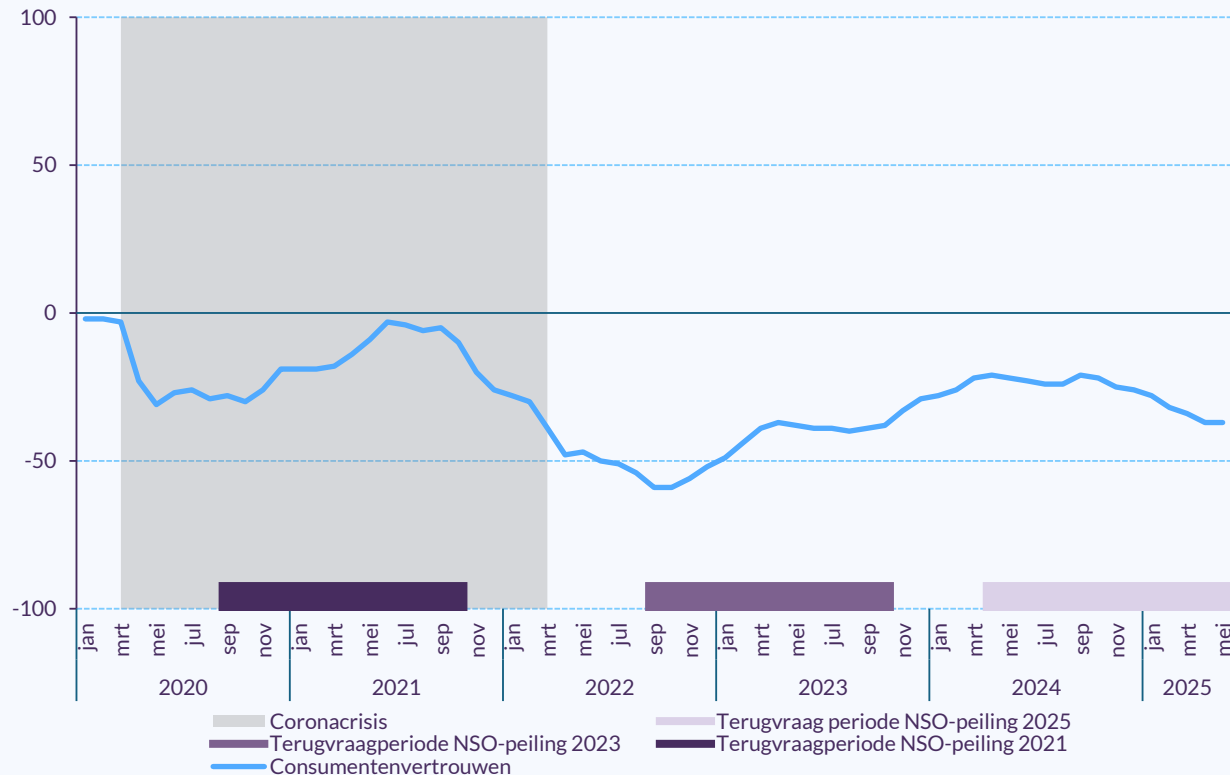
Om de ontwikkeling van de Nederlandse economie te volgen gebruikt het CBS onder andere de indicator 'consumentenvertrouwen'. Deze geeft informatie over het vertrouwen van consumenten in en hun opvattingen over de ontwikkelingen van de Nederlandse economie en hun eigen financiële situatie. Dit heeft invloed op de consumptie van huishoudens.

Het consumentenvertrouwen in Nederland is sinds april 2020, het begin van de coronacrisis, relatief laag ([figuur 2.1](#)). In 2021 zagen we een kleine opleving, maar in de periode daarna is het consumentenvertrouwen verder gedaald. Sinds 2023 is het weer iets gestegen, al blijft het onder het niveau van 2021.

Door de lichte stijging na 2023 is het consumentenvertrouwen tijdens de terugvraagperiode van de NSO-peiling van 2025 (april 2024-april 2025) gemiddeld hoger dan tijdens de terugvraagperiode van de vorige NSO-peiling (in 2023). Wel heerst er volgens de indicator consumentenvertrouwen nog altijd pessimisme in de samenleving over de economie.

Figuur 2.1**Ontwikkeling consumentenvertrouwen* in Nederland, tussen 2020 en 2025**

(saldo van -100 tot +100)



Bron: CBS Statline, 2025. Bewerking: Mulier Instituut.

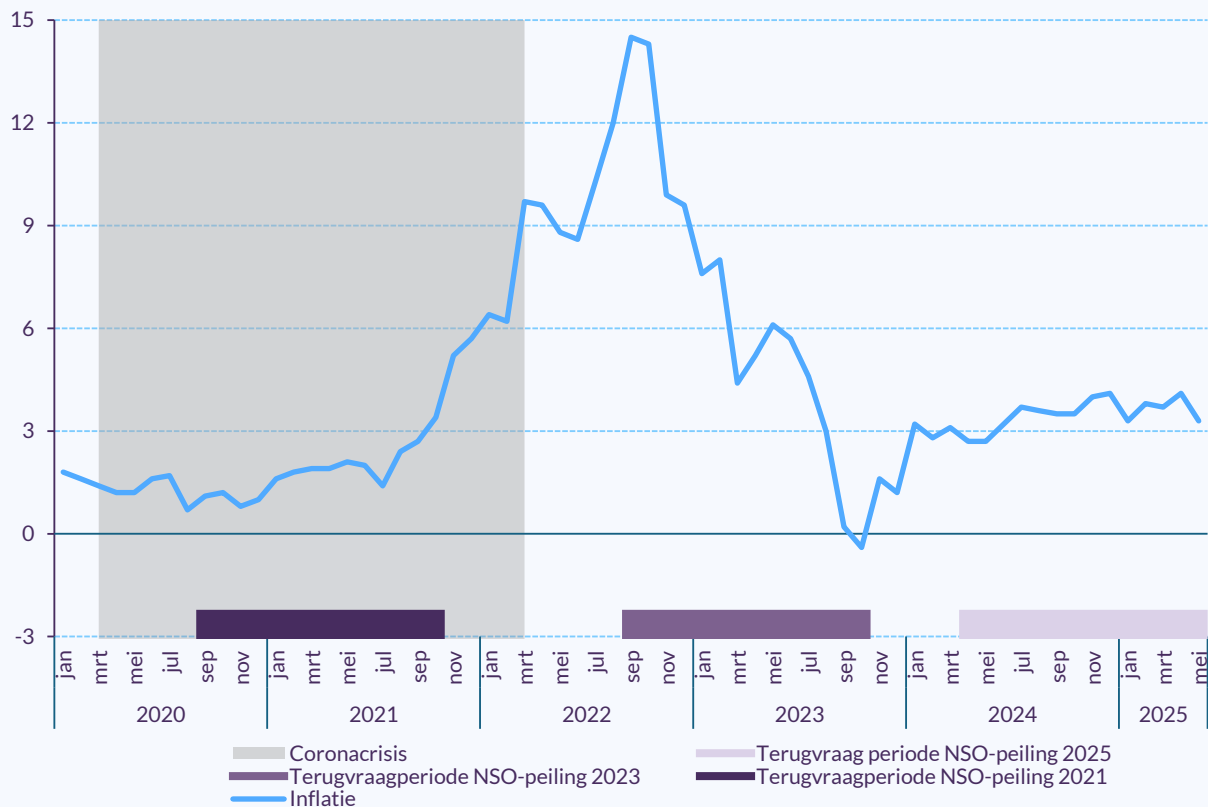
* Voor de indicator consumentenvertrouwen berekent het CBS het gemiddelde van de saldi van percentages van positieve en negatieve antwoorden op de vragen die ten grondslag liggen aan de indicator. De indicator kan uitkomen op een waarde van -100 (iedereen antwoordt negatief) tot +100 (iedereen antwoordt positief). Bij een waarde van 0 is het aandeel pessimisten gelijk aan het aandeel optimisten.

2.2 Inflatie en koopkracht

Prijsontwikkelingen hebben invloed op consumentenuitgaven. Inflatie, een algemene prijsstijging van goederen en diensten, zorgt ervoor dat huishoudens met hetzelfde inkomen minder kunnen kopen. Inflatie heeft invloed op de koopkracht. De koopkracht is de hoeveelheid goederen en diensten die een huishouden kan kopen van hun besteedbaar inkomen. Wanneer de koopkracht daalt, hebben consumenten minder financiële ruimte om uitgaven te doen aan onder andere sport.

De terugvraagperiode van de NSO-peiling 2025 viel in een tijd waarin de inflatie wat stabielere was dan tijdens de terugvraagperiode van de NSO-peiling 2023 ([figuur 2.2](#)). Wel was de inflatie over het algemeen hoger dan tijdens de terugvraagperiode van de NSO-peiling 2021. De inflatie werkt ook door in het consumentenvertrouwen: de grootste piek in de inflatie loopt ongeveer gelijk met het diepste dal in het consumentenvertrouwen.

Figuur 2.2
Ontwikkeling inflatie in Nederland, tussen 2020 en 2025
 (in procenten)



Bron: CBS Statline, 2025. Bewerking: Mulier Instituut.

In 2024 steeg de mediane⁵ koopkracht van de Nederlandse bevolking met 3,6 procent (CBS, z.d.).⁶ Dit is een grotere stijging dan in 2023 (0,6%). In 2022 was er nog sprake van een koopkrachtdaling van 1,1 procent. In 2024 steeg voor het grootste deel van de Nederlanders de koopkracht (69%; [figuur 2.3](#)). Dit aandeel is ook een stuk hoger in 2024 dan de jaren ervoor.

Voor alle inkomensgroepen was er sprake van een groter aandeel koopkrachtstijging dan koopkrachtdaling. Bij het laagste (50%) en hoogste deciel⁷ (62%) waren deze groepen het kleinst (niet in figuur).

⁵ De mediaan is de middelste waarde in een geordende dataset.

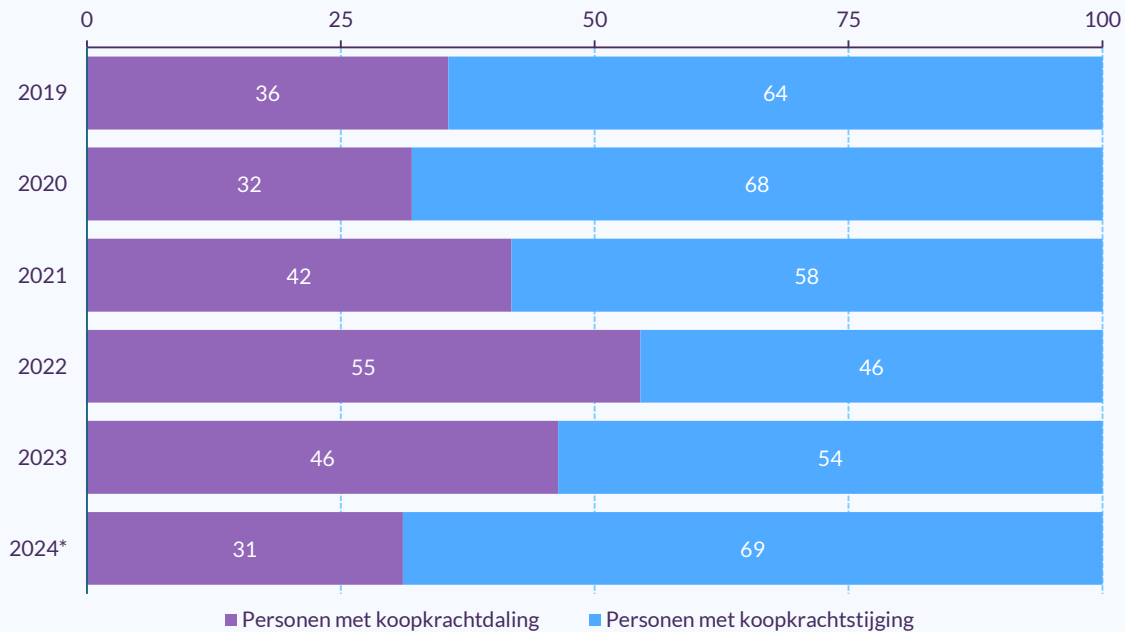
⁶ De resultaten over 2024 zijn de voorlopige resultaten.

⁷ Een deciel is een groep bestaande uit 10 procent van het totaal. In dit geval gaat het dus om de 10 procent met de laagste en hoogste inkomens.

Figuur 2.3

Aandeel Nederlanders met koopkrachtdaling en -stijging, in 2019 t/m 2024

(in procenten)



Bron: CBS Statline, 2025. Bewerking: Mulier Instituut.

* De resultaten over 2024 zijn de voorlopige resultaten.

2.3 Vrij besteedbaar inkomen

De ontwikkeling van het consumentenvertrouwen, de inflatie en de koopkracht hebben invloed op het vrij besteedbaar inkomen van Nederlandse huishoudens. Dit is het inkomen dat overblijft na aftrek van vaste lasten en dagelijkse uitgaven. En dus het bedrag dat huishoudens kunnen gebruiken voor uitgaven aan onder meer actieve sportbeoefening.

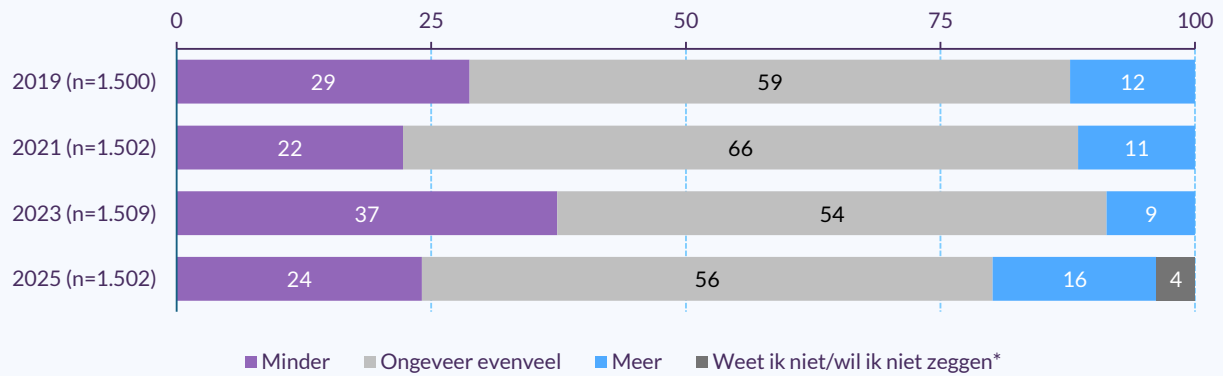
16 procent van de Nederlandse huishoudens had in 2025 meer vrij besteedbaar inkomen dan de twaalf maanden ervoor ([figuur 2.4](#)). In de vorige peiling was dit nog 9 procent. Huishoudens met een benedenmodaal inkomen hadden in 2025 minder vaak meer te besteden (8%; [figuur B1.1](#) in bijlage 1) dan huishoudens met een modaal (17%) of bovenmodaal inkomen (22%).

24 procent van de Nederlandse huishoudens had in 2025 juist minder vrij besteedbaar inkomen dan de twaalf maanden ervoor ([figuur 2.4](#)). Dit aandeel is lager dan in 2023 (37%). Huishoudens met een benedenmodaal inkomen hadden in 2025 vaker minder te besteden (41%; [figuur B1.1](#) in bijlage 1) dan huishoudens met een modaal (22%) of bovenmodaal inkomen (17%).

Figuur 2.4

Ontwikkeling vrij besteedbaar inkomen van Nederlandse huishoudens in het afgelopen jaar ten opzichte van de twaalf maanden ervoor, vergelijking peiling 2025, 2023, 2021 en 2019

(in procenten)



Bron: Nationaal Sportonderzoek (NSO, online panelonderzoek Ipsos) november 2019, september 2021, september 2023 en april 2025, Mulier Instituut.

* Vanaf de peiling in 2025 hebben we de antwoordoptie 'weet ik niet/wil ik niet zeggen' toegevoegd.

Sportuitgaven

In dit hoofdstuk laten we allereerst zien in hoeverre huishoudens geld besteden aan actieve sportbeoefening en om wat voor sportuitgaven het dan met name gaat. Vervolgens beschrijven we de online sportaankopen door consumenten. Tot slot gaan we in op het financiële budget en het tijdsbudget voor actieve sportbeoefening.

3.1 Bestedingen aan sport

Bezuinigingen en extra uitgaven

In 2025 besteedde 26 procent van de huishoudens minder aan sport en aanverwante dingen dan in de twaalf maanden ervoor ([figuur 3.1](#)). Huishoudens bezuinigden vaker op uitgaan (39%), eten of drinken buitenshuis (38%), kranten, tijdschriften, (luister)boeken, e-books, cd's en dvd's (34%) en vakanties of weekendjes weg (31%).

12 procent van de huishoudens besteedde meer aan sport en aanverwanten in 2025 ([figuur 3.1](#)). Voor andere typen uitgaven gebeurde dit vaker, vooral aan eten en drinken thuis (29%).

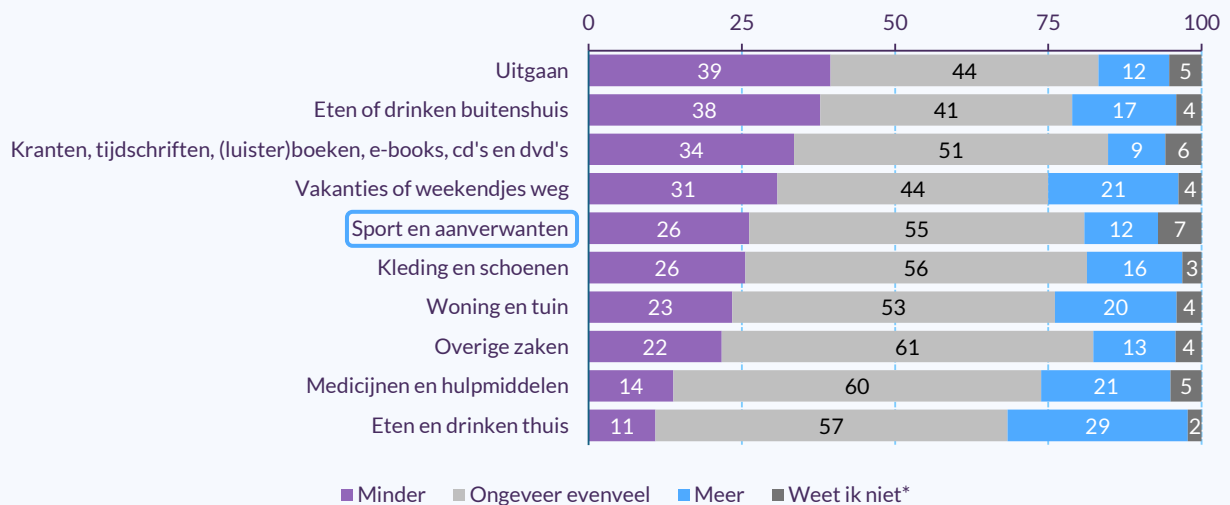
In 2021 en 2023 bezuinigden huishoudens vaker, grotendeels op dezelfde uitgaven. 35 procent van de huishoudens gaf minder uit aan sport en aanverwanten ([figuur B2.1](#) in bijlage 2) en huishoudens bezuinigden het vaakst op uitgaan (73% en 47%), eten of drinken buitenshuis (68% en 44%), kranten, tijdschriften, boeken, cd's en dvd's (26% en 40%) en vakanties of weekendjes weg (64% en 37%).

Daarmee staat sport over een langere periode niet boven aan het lijstje met bezuinigingen voor huishoudens.

Figuur 3.1

Ontwikkeling uitgaven aan verschillende zaken door Nederlandse huishoudens in het afgelopen jaar ten opzichte van de twaalf maanden ervoor, peiling 2025

(in procenten, n=1.502)



Bron: Nationaal Sportonderzoek (NSO, online panelonderzoek Ipsos) april 2025, Mulier Instituut.

Vanaf de peiling in 2025 hebben we de antwoordoptie 'weet ik niet/wil ik niet zeggen' toegevoegd.

Aandeel huishoudens met sportuitgaven

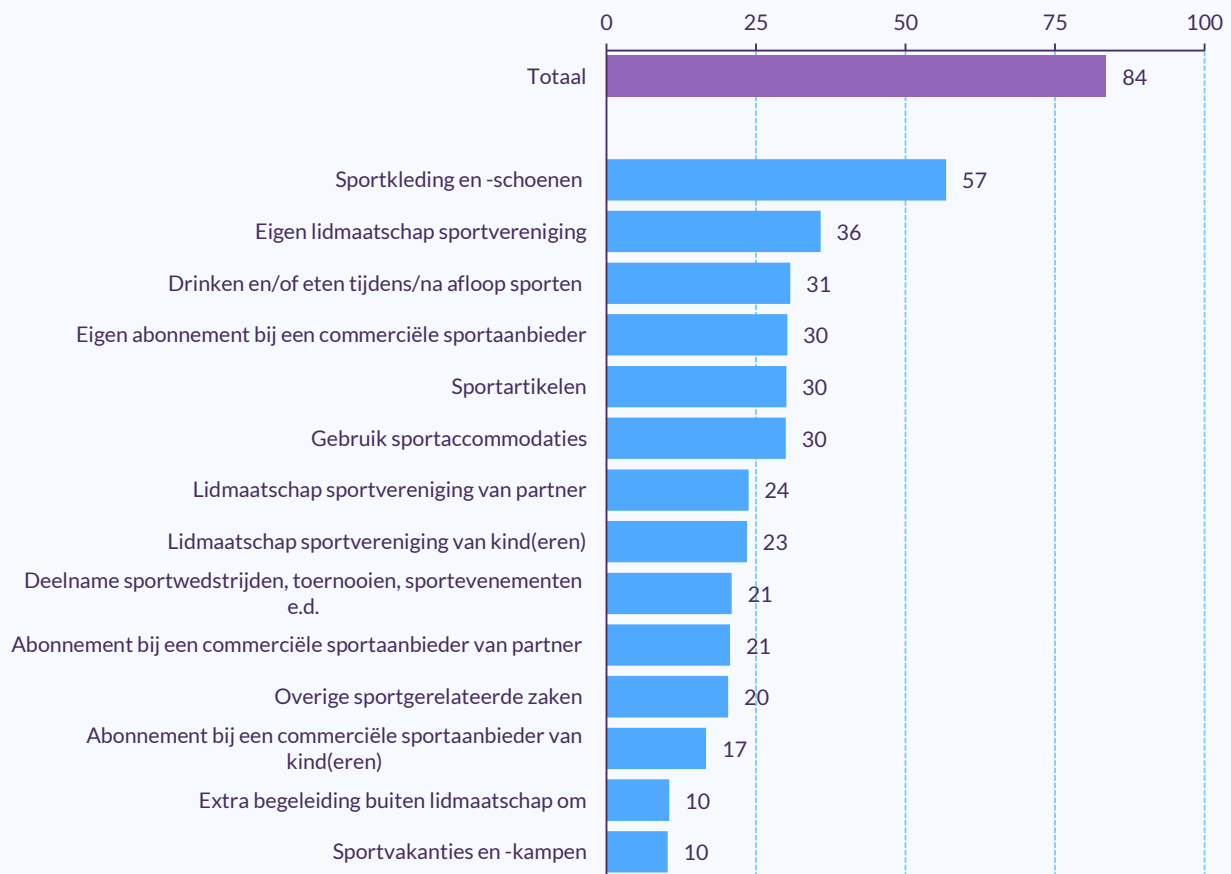
Ruim acht op de tien Nederlandse huishoudens met minstens één sporter (84%; [figuur 3.2](#)) gaven in 2025 geld uit aan actieve sportbeoefening. Huishoudens met een bovenmodaal jaarinkomen (88%; [figuur B1.2](#) in bijlage 1) deden dit vaker dan huishoudens met een benedenmodaal jaarinkomen (73%). In 2023 gaf 73 procent van de Nederlandse huishoudens met minstens één sporter geld uit aan actieve sportbeoefening (niet in figuur).

Het vaakst gaven huishoudens met minstens één sporter geld uit aan sportkleding en -schoenen (57%; [figuur 3.2](#)) en aan een lidmaatschap van een sportvereniging (36%). In 2021 en 2023 waren dit ook de sportuitgaven die Nederlandse huishoudens met minstens één sporter het vaakst deden (Van Eldert & Hover, 2024). Over het algemeen geven huishoudens aan dezelfde categorieën geld uit. Voor alle categorieën is het aandeel huishoudens dat hier geld aan besteed gegroeid.

Figuur 3.2

Aandeel Nederlandse huishoudens met minstens één sporter dat uitgaven deed voor actieve sportbeoefening in het afgelopen jaar, peiling 2025

(in procenten, n=1.230)



Bron: Nationaal Sportonderzoek (NSO, online panelonderzoek Ipsos) april 2025, Mulier Instituut.

Veranderingen in uitgaven

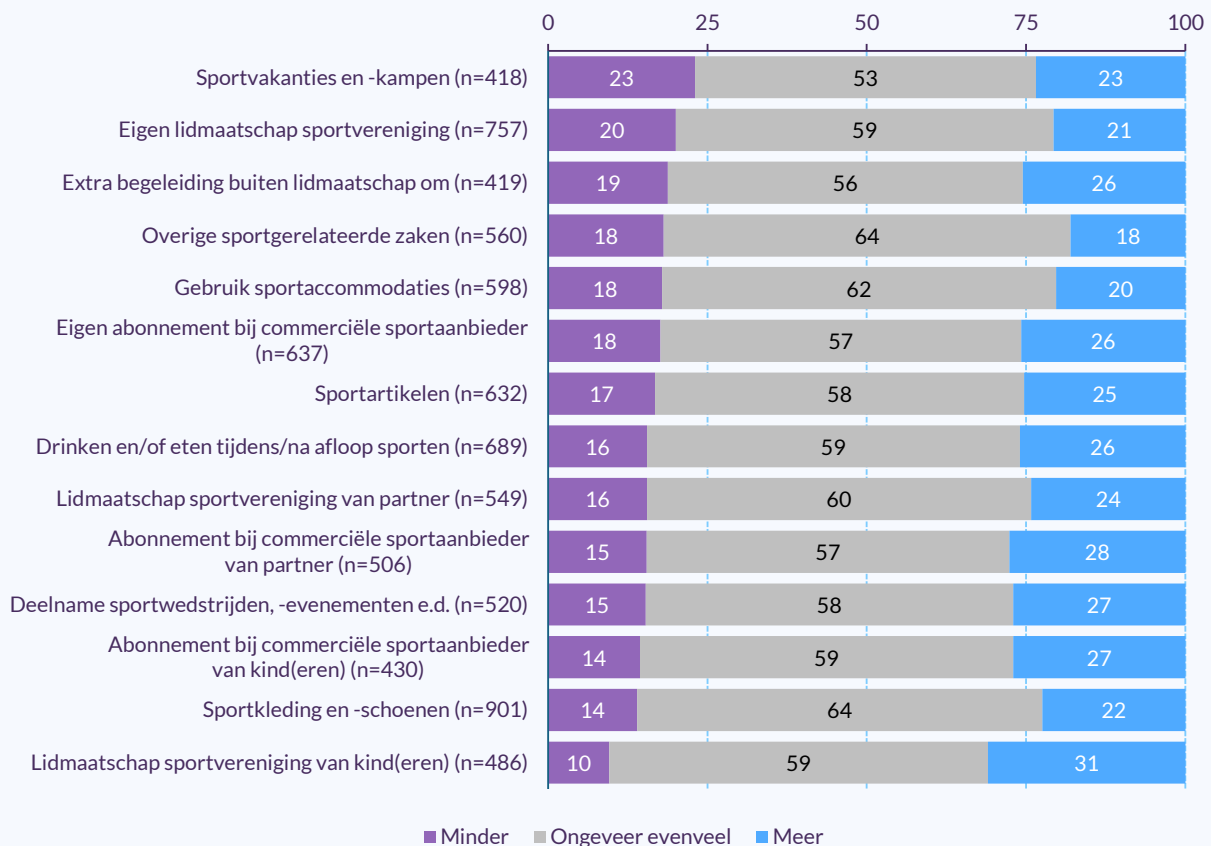
Vergeleken met de twaalf maanden ervoor gaven huishoudens met minstens één sporter in 2025 het vaakst minder geld uit aan sportvakanties en -kampen (23%; [figuur 3.3](#)), zelf sporten bij een sportvereniging (20%) en extra begeleiding (19%). Huishoudens bezuinigden het minst vaak op het sporten van kinderen bij een sportvereniging (10%) of commerciële sportaanbieder (14%) en op sportkleding en -schoenen (14%).

Aan het lidmaatschap van een sportvereniging van kinderen (31%) en het abonnement bij een commerciële sportaanbieder van een partner (28%) gaven huishoudens het vaakst meer geld uit in 2025.

Figuur 3.3

Ontwikkeling uitgaven aan actieve sportbeoefening door Nederlandse huishoudens met minstens één sporter in het afgelopen jaar ten opzichte van de twaalf maanden ervoor, peiling 2025

(in procenten)



Bron: Nationaal Sportonderzoek (NSO, online panelonderzoek Ipsos) april 2025, Mulier Instituut.

3.2 Online sportaankopen

Goederen en producten

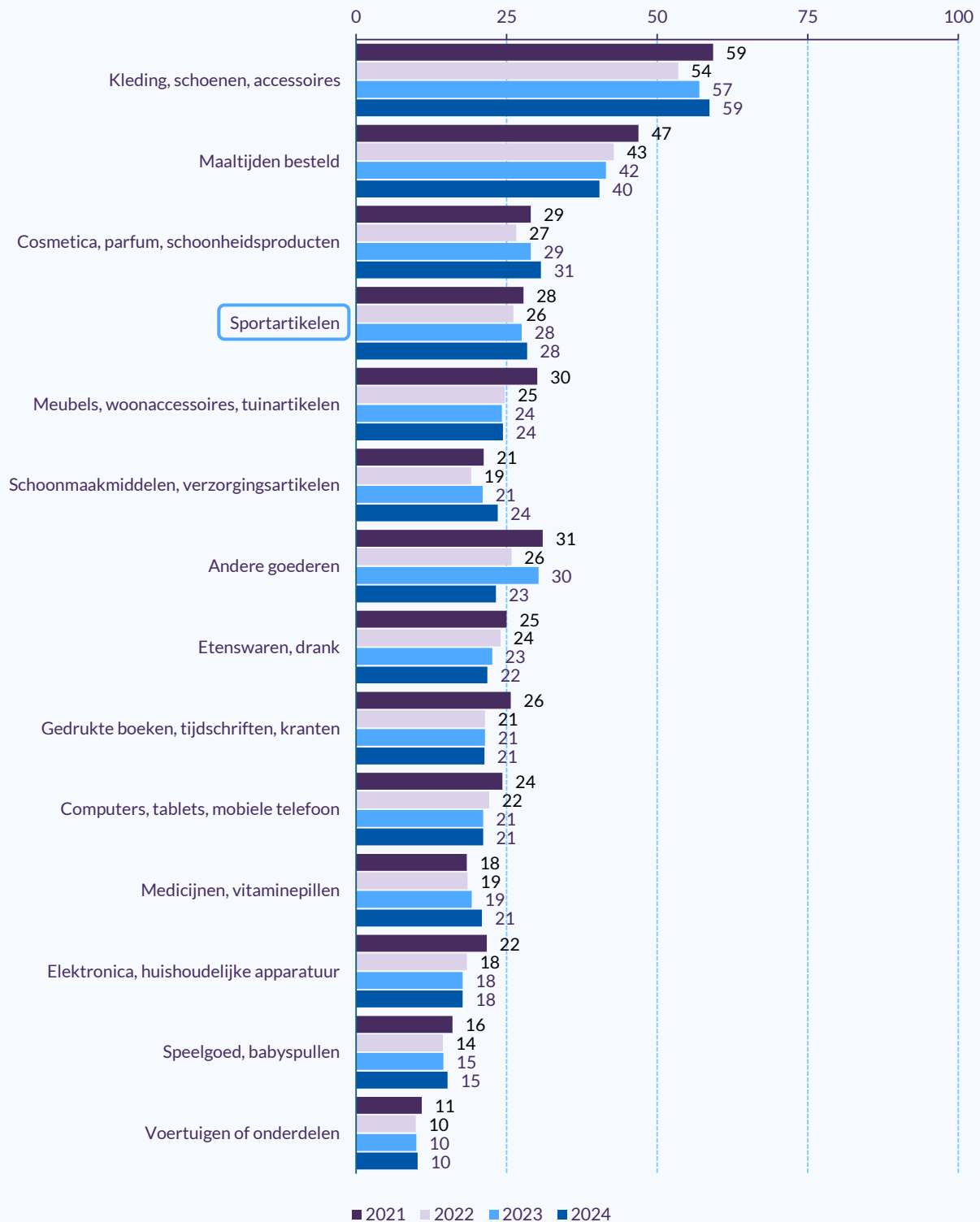
In 2024 kocht 28 procent van de Nederlanders van 12 jaar en ouder sportartikelen online ([figuur 3.4](#)). In 2022 (26%) en 2023 (28%) was dat ongeveer hetzelfde (Hover & Van Eldert, 2022). Nederlanders kochten vaker kleding en schoenen (59%) en maaltijden (40%) online. Speelgoed en babyspullen (15%) en elektronica en huishoudelijke apparatuur (18%) vinden online minder aftrek dan sportartikelen.

Hoogopgeleide mensen (37%) kochten in 2024 vaker online sportartikelen dan laagopgeleide mensen (18%; [figuur B1.3](#) in bijlage 1). 35-45-jarigen kochten het vaakst sportartikelen online (45%; [figuur B1.4](#) in bijlage 1). In 2022 en 2023 zagen we een vergelijkbaar beeld (Hover & Van Eldert, 2022).

Figuur 3.4

Online aankopen goederen of producten door personen van 12 jaar of ouder, 2021-2024

(in procenten)



Bron: CBS Statline, 2024. Bewerking: Mulier Instituut.

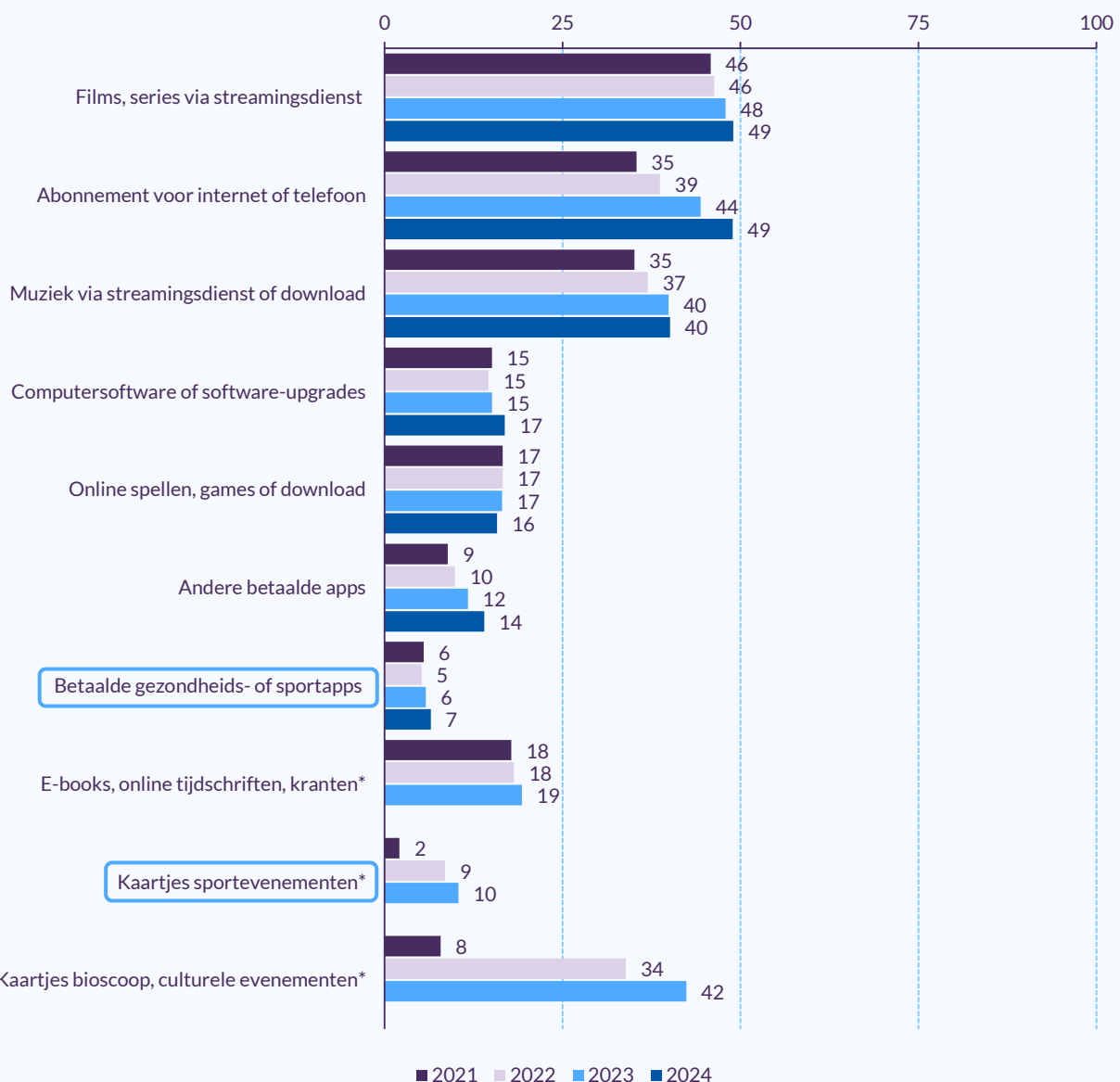
Digitale producten en diensten

7 procent van de Nederlanders kocht gezondheids- of sportapps online in 2024 (figuur 3.5). In 2022 (5%) en 2023 (6%) was dat vergelijkbaar (Hover & Van Eldert, 2022). Andere digitale producten en diensten kochten Nederlanders in 2024 een stuk vaker online, met films en series via streamingsdiensten als uitschieter (49%).

Hoogopgeleide mensen kochten in 2024 vaker gezondheids- of sportapps online (9%) dan laagopgeleide mensen (4%; figuur B1.3 in bijlage 1).

Figuur 3.5

Online aankopen digitale producten en diensten door personen van 12 jaar of ouder, 2021-2024
(in procenten)



Bron: CBS Statline, 2024. Bewerking: Mulier Instituut.

* Vanaf 2024 meet het CBS de online aankopen van e-books, online tijdschriften en kranten, kaartjes voor sportevenementen en kaartjes voor bioscoop of culturele evenementen niet meer.

3.3 Financieel budget



Nieuwe methode

Vanaf deze peiling hanteren we voor de resultaten over het financieel budget data uit de VTO. In voorgaande peilingen gebruikten we hiervoor data uit het NSO. De formulering van de stellingen is daardoor anders en de steekproef is groter en representatiever.

Kosten voor sporten te hoog?

Meer dan de helft van de Nederlanders vindt in 2025 de kosten om te sporten in het algemeen te hoog (55%; [figuur 3.6](#)). Vergeleken met eerdere peilingen is dit aandeel gestegen. Slechts 15 procent van de Nederlanders vindt de kosten om te sporten niet te hoog.

Nederlanders met een lager inkomen (66%; [figuur 3.7](#)) en niet-sporters (64%) vinden de kosten om te sporten vaker te hoog dan Nederlanders met een hoger inkomen (45%) en sporters (52%).

Besparen op sport?

Als het inkomen van het huishouden daalt, zou in 2025 38 procent van de Nederlanders meer op sportuitgaven besparen dan op andere uitgaven ([figuur 3.6](#)). Dit geldt met name voor Nederlanders uit huishoudens met een lager jaarinkomen (48%; [figuur 3.7](#)). In eerdere peilingen was dit vergelijkbaar.

39 procent van de Nederlanders zou niet meer op sportuitgaven besparen dan op andere uitgaven. Dit aandeel is gestegen ten opzichte van eerdere peilingen.

Figuur 3.6

Mening Nederlandse bevolking van 16-79 jaar* over stellingen over het financieel budget voor sport, peiling 2019, 2021, 2023 en 2025

(in procenten)



Bron: Nationaal Sportonderzoek (NSO, online panelonderzoek Ipsos) november 2019, september 2021 en september 2023, Mulier Instituut & CBS, Vrijetijdsomnibus (VTO) 2025. Bewerking: Mulier Instituut.

VTO-peiling vanaf 12 jaar.

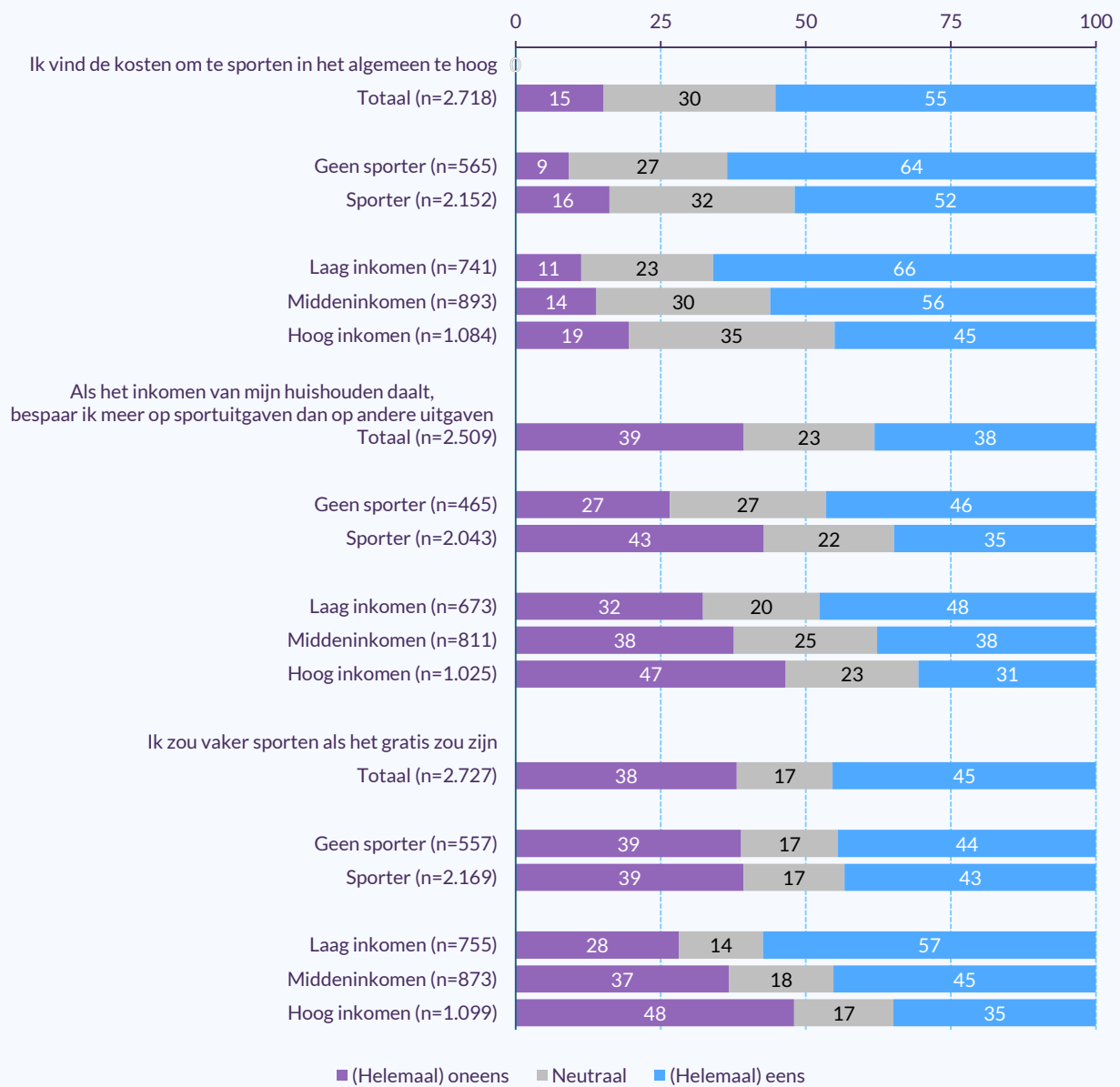
Als sport gratis was

In 2025 zou 45 procent van de Nederlanders vaker sporten als het gratis was ([figuur 3.6](#)). Voor Nederlanders met lagere inkomens zou dit vaker verschil maken (57%; [figuur 3.7](#)) dan voor Nederlanders met hogere inkomens (35%). Tussen sporters en niet-sporters zien we geen verschil.

In 2023 was het aandeel Nederlanders dat aangaf vaker te gaan sporten als het gratis was vergelijkbaar (46%). Wel geeft in 2025 een groter aandeel aan dat gratis sporten voor hen geen verschil zou maken (38% vs. 28%).

Figuur 3.7**Mening Nederlandse bevolking vanaf 12 jaar over stellingen over het financieel budget voor sport, peiling 2025**

(in procenten)



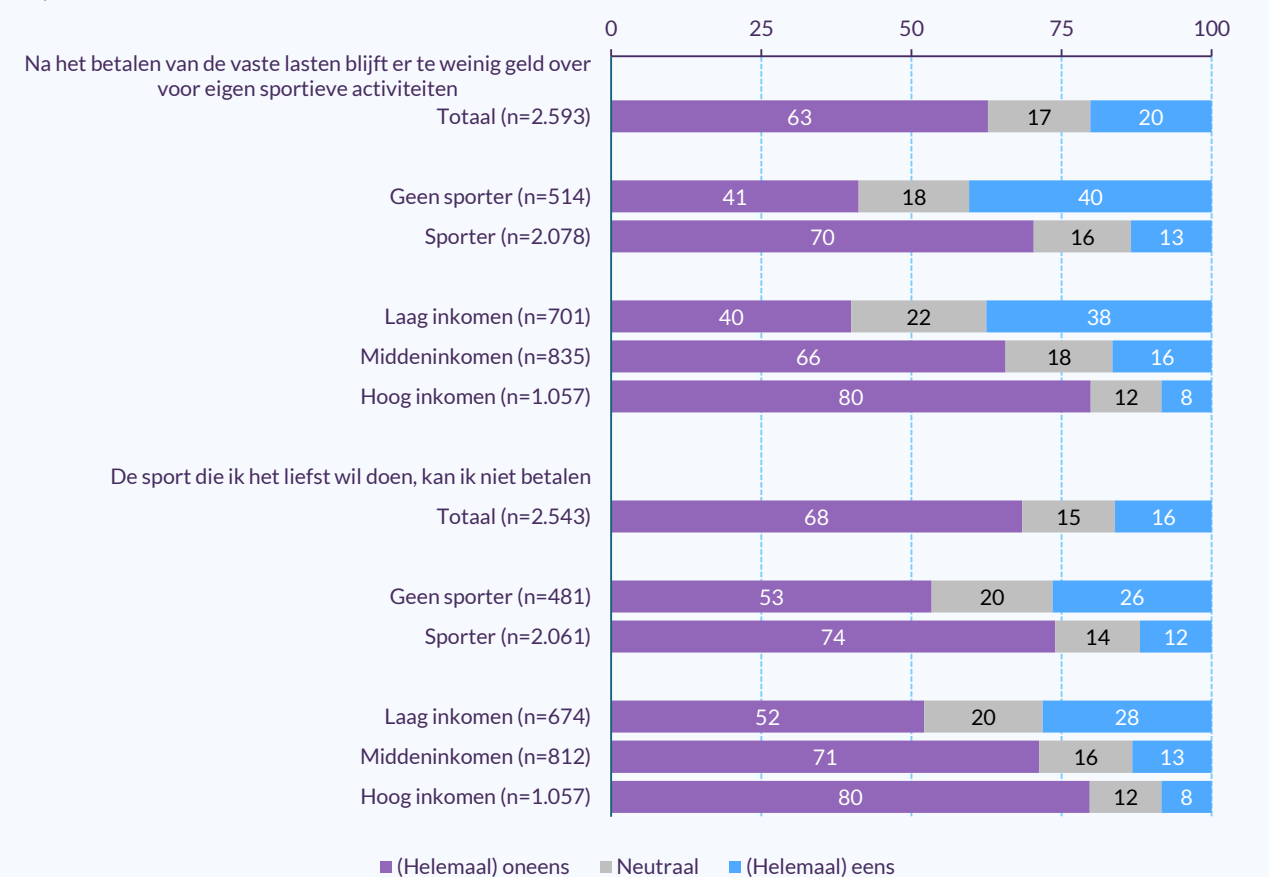
Bron: CBS, Vrijtijdsomnibus (VTO) 2025. Bewerking: Mulier Instituut.

Genoeg geld over voor sport?

Het merendeel van de Nederlanders geeft in 2025 aan dat er na het betalen van de vaste lasten voldoende geld overblijft voor eigen sportieve activiteiten (63%; [figuur 3.8](#)). Voor Nederlanders met een lager inkomen vormt dit vaker een probleem; 40 procent houdt voldoende geld over voor sport, 38 procent niet. Onder niet-sporters zien we een vergelijkbaar beeld.

Over het algemeen kunnen Nederlanders in 2025 de sport betalen die ze het liefst willen doen (68%; [figuur 3.8](#)). Nederlanders met een lager inkomen (28%) en niet-sporters (26%) kunnen deze sport vaker niet betalen dan Nederlanders met een hoger inkomen (8%) en sporters (12%).

Figuur 3.8
Mening Nederlandse bevolking vanaf 12 jaar over stellingen over het financieel budget voor sport, peiling 2025
 (in procenten)



Bron: CBS, Vrijetijdsomnibus (VTO) 2025. Bewerking: Mulier Instituut.

Sport vs. andere activiteiten

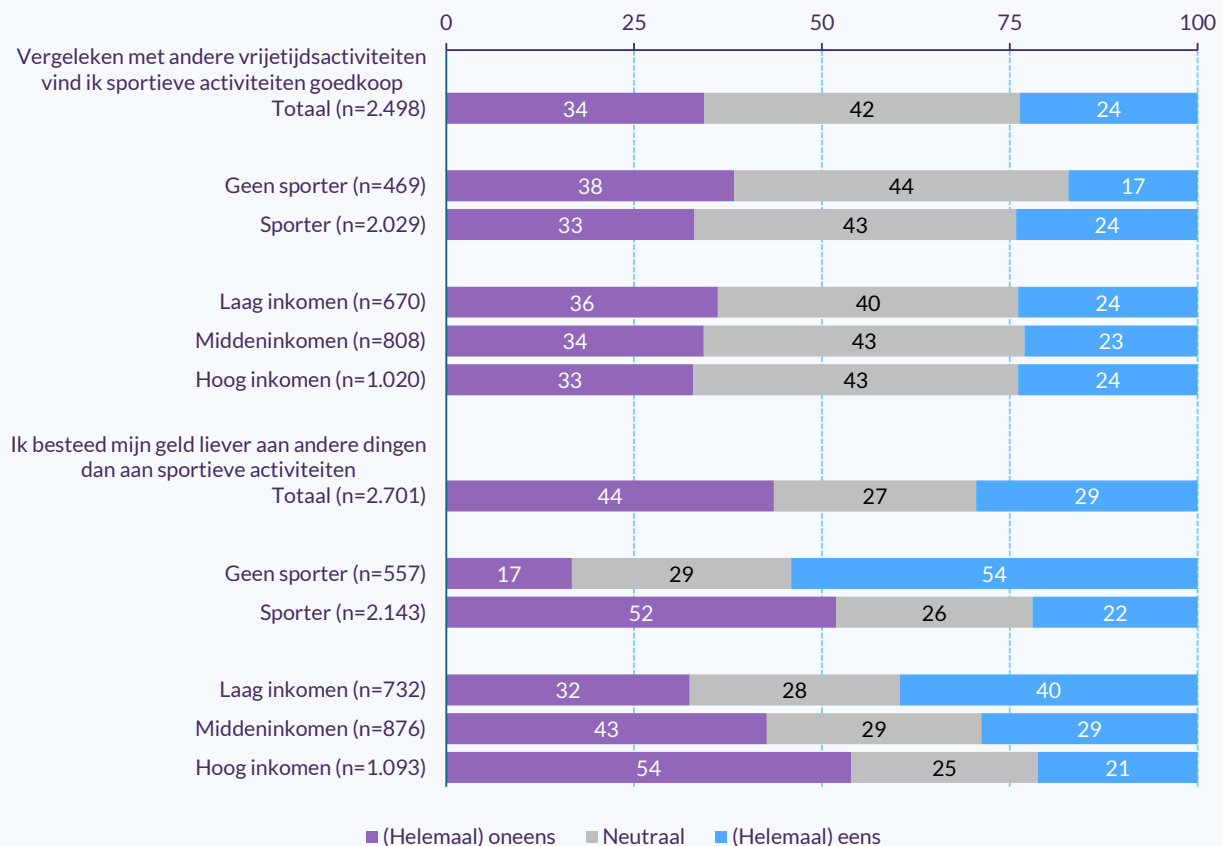
In vergelijking met andere vrijetijdsactiviteiten vindt in 2025 24 procent van de Nederlanders sportieve activiteiten goedkoop ([figuur 3.9](#)). 34 procent vindt dit juist niet. Er zijn geen grote verschillen tussen verschillende inkomensgroepen en tussen sporters en niet-sporters.

In 2025 geeft 29 procent van de Nederlanders aan hun geld liever aan andere dingen dan aan sportieve activiteiten te besteden ([figuur 3.9](#)). Niet-sporters (54%) en Nederlanders met een lager inkomen (40%) geven dit vaker aan dan sporters (22%) en Nederlanders met een hoger inkomen (21%).

Figuur 3.9

Mening Nederlandse bevolking vanaf 12 jaar over stellingen over het financieel budget voor sport ten opzichte van andere activiteiten, peiling 2025

(in procenten)



Bron: CBS, Vrijetijdsomnibus (VTO) 2025. Bewerking: Mulier Instituut.

3.4 Tijdsbudget

Aan sporten kan een prijskaartje hangen, en het kost sowieso tijd. Omdat tijd, net als geld, beperkt beschikbaar is, kijken we ook naar het tijdsbudget.

Meer sporten bij meer vrije tijd?

26 procent van de Nederlanders zou bij meer vrije tijd vaker sporten, 36 procent niet ([figuur 3.10](#)). In 2021 en 2023 gaf respectievelijk 33 en 32 procent van de Nederlanders aan extra vrije tijd graag aan sport te besteden ([figuur B2.2](#) in bijlage 2).

Voor niet-sportende Nederlanders lijkt beperkte vrije tijd niet de meest voorkomende reden om niet te sporten. Ruim de helft geeft aan ook niet te gaan sporten als ze meer vrije tijd zouden hebben (56%).

Sport vs. andere activiteiten

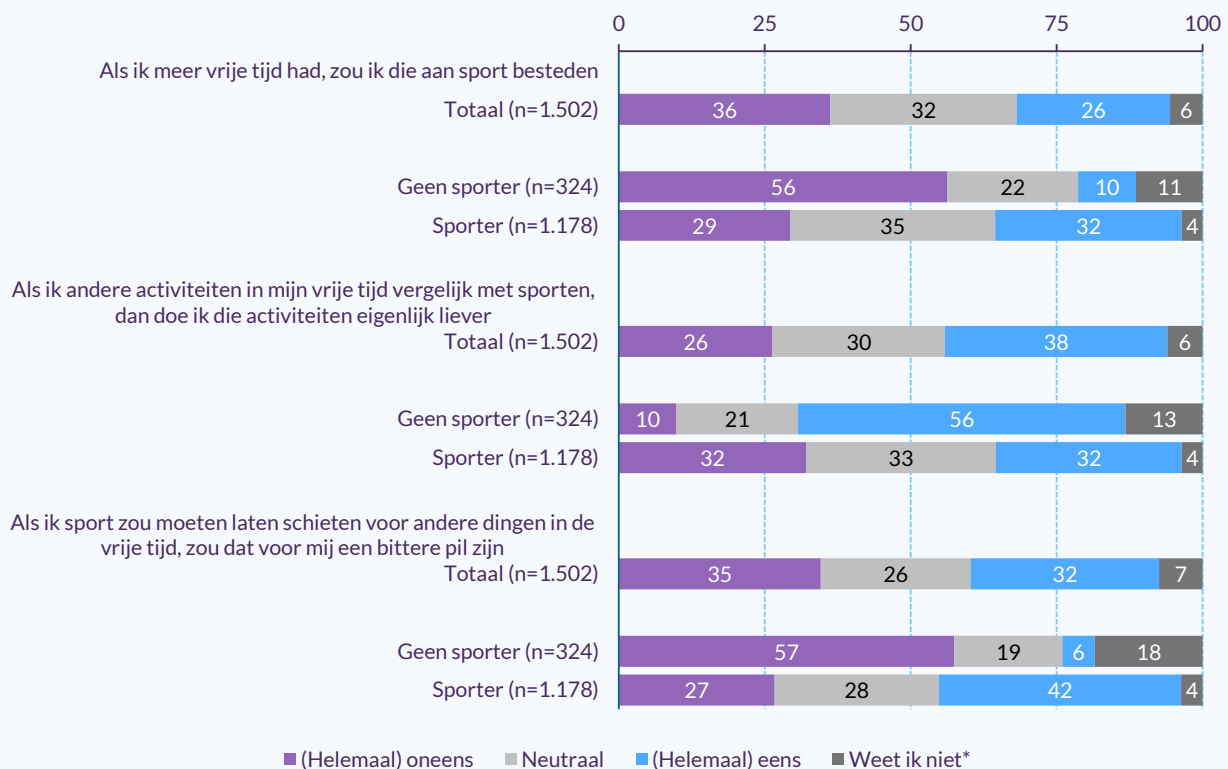
In 2025 doen bijna twee op de vijf Nederlanders (38%; [figuur 3.10](#)) liever andere activiteiten in hun vrije tijd dan sport. Voor 26 procent van de Nederlanders geldt dit juist niet.

Sportende Nederlanders zijn verdeeld in hun voorkeur voor vrijetijdsbesteding. 32 procent geeft de voorkeur aan sporten boven andere activiteiten, en een gelijk aandeel juist andersom. Van de niet-sportende Nederlanders geeft ruim de helft de voorkeur aan andere activiteiten boven sporten (56%). Slechts 10 procent verkiest sporten boven andere activiteiten.

Figuur 3.10

Mening Nederlandse bevolking van 16-79 jaar over stellingen over het tijdsbudget voor sport in 2025, naar sportdeelname

(in procenten)



Bron: Nationaal Sportonderzoek (NSO, online panelonderzoek Ipsos) april 2025, Mulier Instituut.

Vanaf de peiling in 2025 hebben we de antwoordoptie 'weet ik niet' toegevoegd.

Als je sport moet laten schieten

Voor ongeveer een derde van de Nederlanders (32%; [figuur 3.10](#)) zou het een bittere pil zijn als ze sport moesten laten schieten voor andere dingen in hun vrije tijd. Sportende Nederlanders vinden dit vaker (42%) dan niet-sporters (6%). Nederlanders uit huishoudens met een bovenmodaal jaarinkomen vinden sport laten schieten het vaakst een bittere pil (39%; niet in figuur).

Conclusie & reflectie

In dit afsluitende hoofdstuk bespreken we de conclusies van het onderzoek. Daarnaast reflecteren we op de resultaten.

4.1 Conclusie

(Online) sportuitgaven

Sport staat over een langere periode niet boven aan het lijstje met bezuinigingen voor huishoudens. In 2025 besteedde 84 procent van de Nederlandse huishoudens met minstens één sporter geld aan actieve sportdeelname (2023: 73%). Dat zijn vooral uitgaven aan sportschoenen en -kleding (2025: 57%, 2023: 43%) en lidmaatschappen van sportverenigingen (2025: 36%, 2023: 33%).

Bij 55 procent van de huishoudens zijn de uitgaven aan sport in de afgelopen twaalf maanden niet veranderd ten opzichte van de periode daarvóór. Ruim drie op de tien huishoudens gaven meer geld uit aan lidmaatschappen van sportverenigingen voor kinderen (31%) en aan abonnementen bij commerciële aanbieders van een partner (28%). De uitgaven aan sportvakanties en -kampen en hun eigen lidmaatschap bij een vereniging schroefden mensen relatief vaak terug (resp. 23% en 20%).

In 2024 kocht 28 procent van de Nederlanders van 12 jaar en ouder sportartikelen online. In voorgaande jaren was dat aandeel ongeveer even groot.

Financieel budget

55 procent van de Nederlanders vindt in 2025 de kosten voor sport te hoog. Mensen uit huishoudens met een benedenmodaal jaarinkomen vinden dat vaker (66%) dan mensen uit huishoudens met een bovenmodaal jaarinkomen (45%).

Als het sportaanbod gratis was, zou 45 procent van de Nederlanders vaker sporten. Van de niet-sporters geeft 44 procent aan dat ze zouden gaan sporten bij gratis sportaanbod. Dit is een substantieel aandeel. Tegelijk trekt gratis sportaanbod 39 procent van de niet-sporters niet over de streep.

Tijdsbudget

Meer vrije tijd zou maar 10 procent van de niet-sporters in beweging brengen. Een derde van de sporters zou wel vaker gaan sporten als ze meer vrije tijd hadden (32%). 42 procent van de sporters zou het dan ook een bittere pil vinden om sport te moeten laten schieten voor andere activiteiten.

4.2 Reflectie

Het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport zet zich in om sport voor iedereen toegankelijk te maken. Het doel is dat in 2040 75 procent van de Nederlanders voldoende beweegt (Rijksoverheid, z.d.). Mede hiervoor hebben ze het Sportakkoord opgesteld in samenwerking met andere partijen in de sportsector.

Kosten of tijd belangrijkste belemmering voor sport?

Uit dit onderzoek blijkt dat van zowel de sporters als de niet-sporters een deel zegt dat ze meer zouden gaan sporten als het sportaanbod gratis was. Maar er is geen garantie dat deze intentie zich vertaalt naar gedrag, omdat sportdeelname van veel factoren afhankelijk is. Wel lijken de kosten voor een groter aandeel Nederlanders een beperking te vormen dan tijdsgebrek.

Uit onderzoek van NOC*NSF onder niet-sporters komt een ander beeld naar voren. Hierin noemt 24 procent van de volwassenen 'geen tijd' als barrière voor sportdeelname (NOC*NSF, 2024). Slechts 7 procent van de volwassenen noemt 'geen betaalbaar sportaanbod'.

De twee onderzoeken zijn niet rechtstreeks te vergelijken. NOC*NSF vroeg naar de reden waarom mensen niet sporten, terwijl wij vroegen hoe lagere kosten en meer tijd de sportdeelname zouden beïnvloeden.

Onderzoek naar sportkosten in andere landen

Ook buiten Nederland heeft de prijs van sport de aandacht. Onderzoek in Noord-Ierland wijst uit dat de kosten voor sport impact hebben op de sportdeelname (O'Kane, et al., 2025). De onderzoekers vroegen ouders naar de sportdeelname van hun kinderen. 37 procent van de ouders gaf aan dat hun kinderen deelname aan sportieve activiteiten misliepen door de kosten.

Een recent initiatief in Zweden zette in op het verkleinen van deze financiële drempel voor sportdeelname. Hiervoor riepen ze een 'sportbibliotheek' (Leisure Equipment Library, LEL) in het leven (Högman, et al., 2024). Hier konden jongeren gratis sportmaterialen lenen. Dit initiatief wist effectief jongeren met verschillende achtergronden te bereiken. De groep die op voorhand weinig sportte, maakte het meest gebruik van de sportbibliotheek.

Aandacht voor betaalbaarheid van sport blijft nodig

Uit ons onderzoek blijkt dat de kosten voor sport vaker een probleem vormen voor huishoudens met een laag inkomen. In Nederland bestaan er in veel gemeentes financiële regelingen voor mensen met een laag inkomen om de kosten voor sportdeelname te compenseren. Maar de informatie over deze regelingen blijkt vaak lastig te vinden of te begrijpen (Stuij et al., 2024). Daardoor weten mensen die hier recht op hebben, deze financiële ondersteuning lang niet altijd te vinden.

De betaalbaarheid van sport en de invloed daarvan op de sportdeelname blijft een ingewikkelde kwestie, die ook in de komende jaren aandacht vraagt. Mede daarom startte eind 2024 een consortium met medewerkers van de Hogeschool Arnhem en Nijmegen, de Radboud Universiteit en het Mulier Instituut een onderzoek naar de betaalbaarheid van sport (SPRINTS). Dit is een onderzoek met cofinanciering door ZonMw in het kader van het programma 'Missiegedreven Ontwikkeling van Onderzoek en Innovatie' (MOOI). Daarnaast is het Mulier Instituut van plan de monitoring van de consumentenuitgaven aan sport voort te zetten.



Bronnen

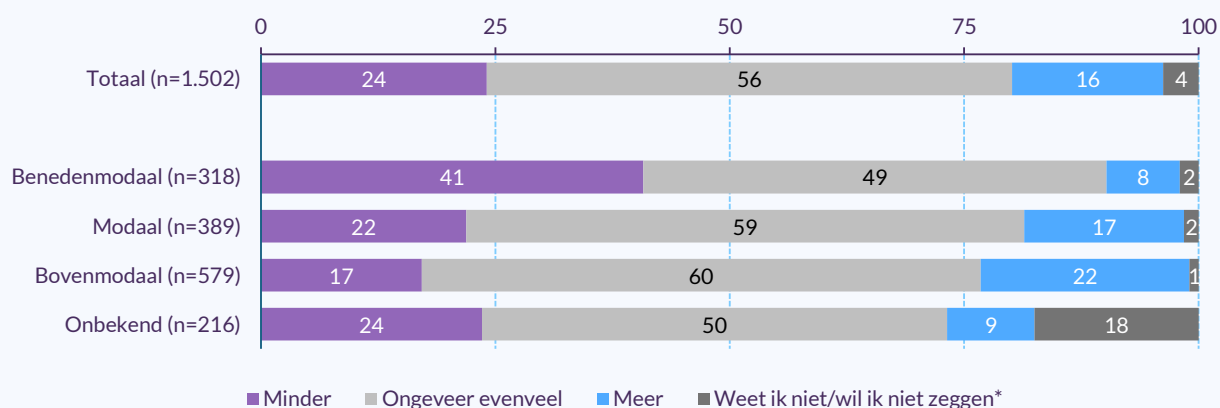
- CBS. (2021). *De Nederlandse sporteconomie 2019*.
- CBS. (2025). *De Nederlandse sporteconomie 2022*.
- CBS. (z.d.). *Koopkrachtontwikkeling personen; huishoudkenmerken*. Geraadpleegd op 14 augustus 2025 via <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/83781NED/table?ts=1763566413601>
- Högman, J., Wagnsson, S., & Bellander, S. (2024). Implementing a free lending of sports and leisure equipment service: a cross-sectional survey exploring user characteristics, utilization patterns, and significance among children and youth. *BMC Public Health*.
- Hover, P., & Van Eldert, P. (2022). *Consumentenuitgaven aan sport 2019-2021*. Mulier Instituut.
- Hover, P., De Boer, W., Van der Maat, K., & Van den Heuvel, M. (2017). *Consumentenuitgaven aan sport 2016*. Mulier Instituut.
- Hover, P., Van Eldert, P., & De Boer, W. (2018). *Consumentenuitgaven aan sport 2018*. Mulier Instituut.
- NOC*NSF. (2024). *Zo sport Nederland: Belangrijkste trends en ontwikkelingen in sportdeelname*.
- O'Kane, S., McCafferty, R., Gallagher, A., Murphy, M., Fitzpatrick, C., & Carlin, A. (2025). "Sport is NOT a luxury." The perceived impact of the cost-of-living crisis on sport and physical activity opportunities for children and adolescents in Northern Ireland (NI): A cross-sectional survey. *BMC Public Health*.
- PricewaterhouseCoopers. (2010). *Evaluation of the impact of free swimming*.
- Rijksoverheid. (z.d.). *Sport en bewegen*. Geraadpleegd op 25 november 2025 via <https://www.rijksoverheid.nl/ministeries/ministerie-van-volksgezondheid-welzijn-en-sport/samen-gezond-fit-en-veerkrachtig/sport-en-bewegen>
- Stuij, M., Pulles, I., Hoogendijk, R., Dalhuisen, C., & Prent, J. (2024). *Sport- en zwemlesregelingen voor mensen met een laag inkomen*. Mulier Instituut.
- Van Eldert, P., & Hover, P. (2024). *Consumentenuitgaven aan sport 2023*. Mulier Instituut.

Bijlage 1 – Resultaten naar achtergrondkenmerken

Figuur B1.1

Ontwikkeling van het vrij besteedbaar inkomen van Nederlandse huishoudens in het afgelopen jaar ten opzichte van de twaalf maanden ervoor, naar huishoudinkomen, peiling 2025

(in procenten)



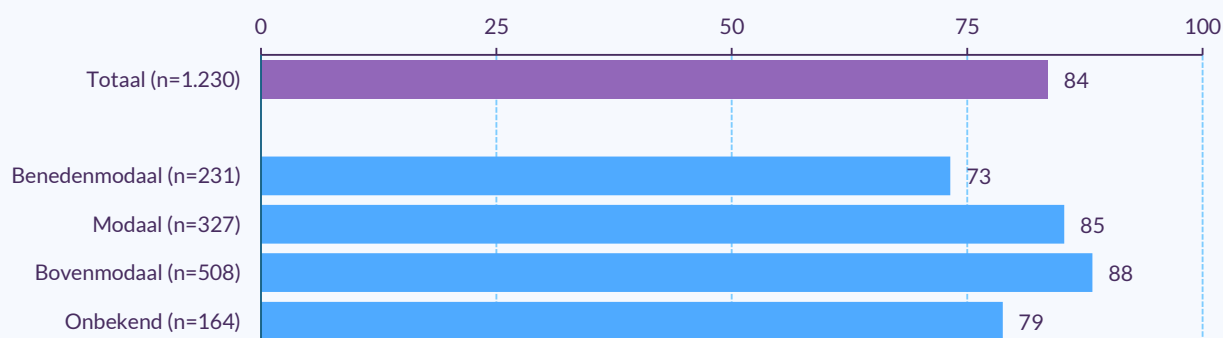
Bron: Nationaal Sportonderzoek (NSO, online panelonderzoek Ipsos) april 2025, Mulier Instituut.

Vanaf de peiling in 2025 hebben we de antwoordoptie "weet ik niet/wil ik niet zeggen" toegevoegd.

Figuur B1.2

Aandeel Nederlandse huishoudens met minstens één sporter dat uitgaven deed voor actieve sportbeoefening in het afgelopen jaar, naar huishoudinkomen, peiling 2025

(in procenten)

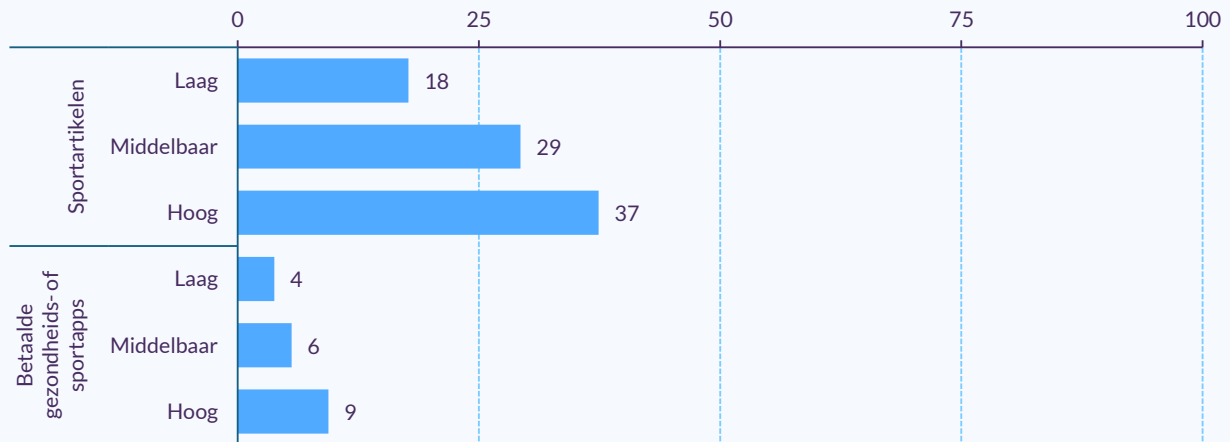


Bron: Nationaal Sportonderzoek (NSO, online panelonderzoek Ipsos) april 2025, Mulier Instituut.

Figuur B1.3

Online sportaankopen door personen van 12 jaar of ouder naar opleidingsniveau, 2024

(in procenten)

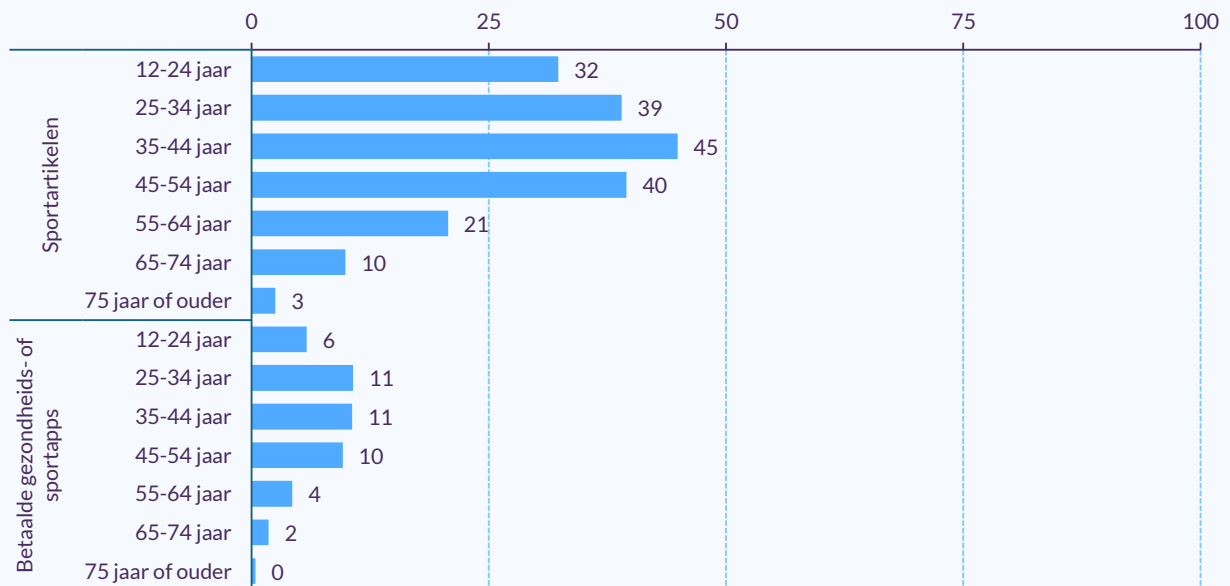


Bron: CBS Statline, 2024. Bewerking: Mulier Instituut.

Figuur B1.4

Online sportaankopen door personen van 12 jaar of ouder naar leeftijd, 2024

(in procenten)



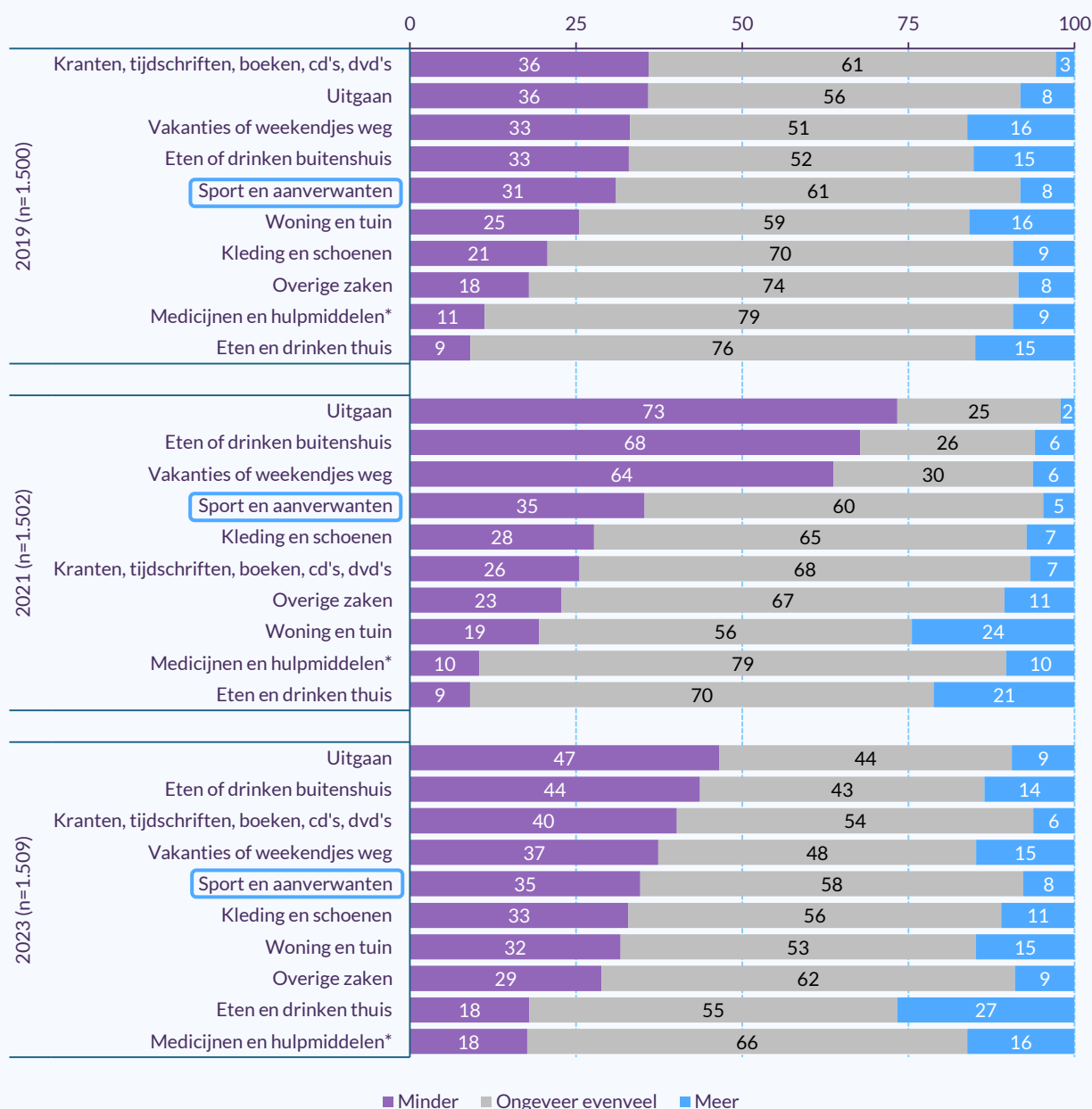
Bron: CBS Statline, 2024. Bewerking: Mulier Instituut.

Bijlage 2 – Resultaten uit eerdere peilingen

Figuur B2.1

Ontwikkeling van de uitgaven aan verschillende zaken door Nederlandse huishoudens in het afgelopen jaar ten opzichte van de twaalf maanden ervoor, vergelijking peiling 2023, 2021 en 2019

(in procenten)



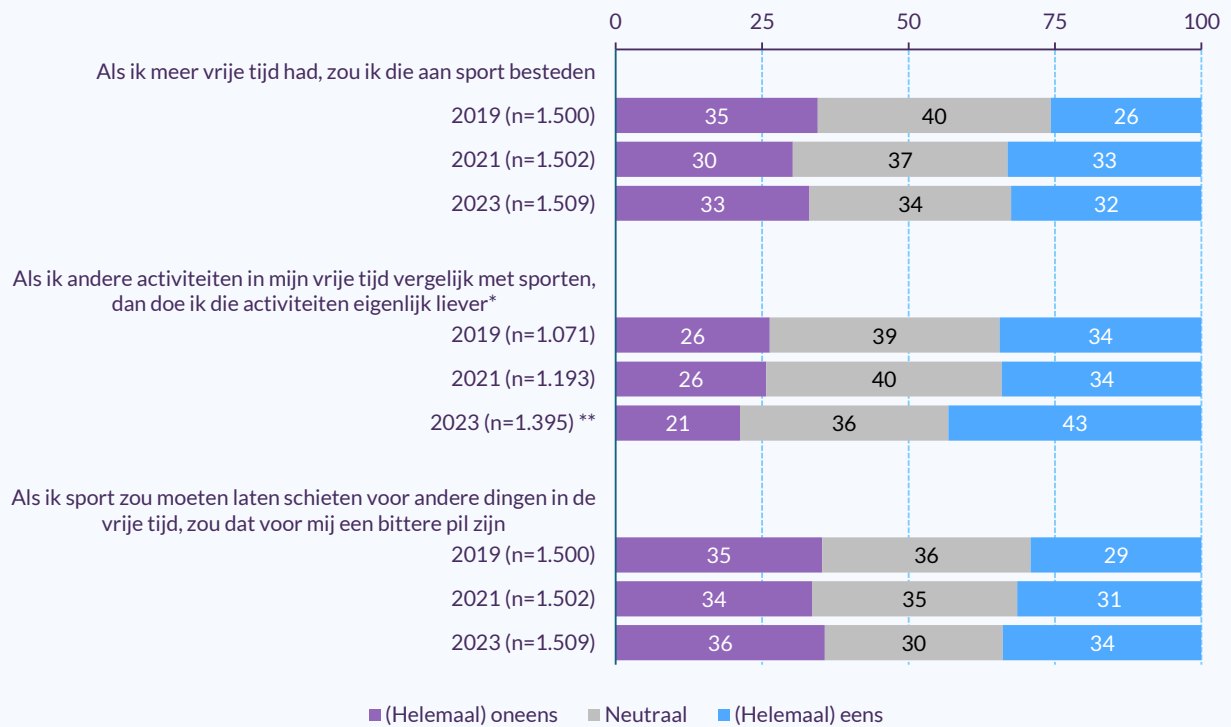
Bron: Nationaal Sportonderzoek (NSO, online panelonderzoek Ipsos) november 2019, september 2021 en september 2023, Mulier Instituut.

In de peilingen van 2019 en 2021 noemden we deze categorie nog 'Lichamelijke zaken'.

Figuur B2.2

Mening Nederlandse bevolking van 16-79 jaar over stellingen over het tijdsbudget voor sport, vergelijking peiling 2023, 2021 en 2019

(in procenten)



Bron: Nationaal Sportonderzoek (NSO, online panelonderzoek Ipsos) november 2019, september 2021 en september 2023, Mulier Instituut.

* Deze stelling hebben we alleen voorgelegd aan respondenten die minstens één keer per jaar sporten.

** In de peiling van 2023 hebben we de vraagstelling aangepast over of een respondent een sporter is. Aangezien we deze stelling alleen voorgelegd hebben aan sportende respondenten, heeft deze aanpassing invloed op de resultaten voor 2023.

Nicoline Hertogs

Peter van Eldert
p.vaneldert@mulierinstituut.nl