



# De maatschappelijke waarde van de FBK Games 2025

# Colofon

## Auteurs:

Koen Breedveld (De Haagse Hogeschool, Impact of Sport)  
Wesley van den Breul (De Haagse Hogeschool, Impact of Sport)

## Met medewerking van:

Ton Leenen (Mulier Instituut)  
Paul Hover (Mulier Instituut)

## Dank aan:

FBK Games

## Datum:

December 2025

Het MOVES onderzoek wordt gedaan door onderzoekers van:



Universiteit  
Utrecht

THE HAGUE  
UNIVERSITY OF  
APPLIED SCIENCES



MOVES wordt gefinancierd door:



Ministerie van Volksgezondheid,  
Welzijn en Sport



Foto's in de rapportage zijn eigendom van FBK Games.

## Managementsamenvatting

90%

van de bezoekers beoordeelt het evenement minimaal met een 8.

73%

van de deelnemers komt van buiten de provincie Overijssel.

51%

van de bezoekers is vaker naar het evenement geweest.

91%

van de bezoekers is trots dat het evenement in Nederland plaatsvindt.

76%

van bezoekers ervoer saamhorigheid tijdens het evenement.

76%

van vrijwilligers is al eerder vrijwilliger geweest bij de FBK Games.

76%

Van vrijwilligers voelt zich deel van een grotere groep door het vrijwilligerswerk.

84%

van vrijwilligers is trots dat het evenement in Nederland plaatsvindt.

72%

van vrijwilligers doet al meer dan 10 jaar aan vrijwilligerswerk.

93%

van wijkbewoners denkt dat de FBK Games goed zijn voor Hengelo

De FBK Games zijn een goed georganiseerd topsportevenement waar bezoekers (zeer) tevreden over zijn. Bezoekers én vrijwilligers ervaren gevoelens van trots en het evenement stimuleert sociale interactie. Daar bovenop genereert dit evenement extra waarde doordat het jaarlijks in Hengelo terugkeert. Zowel onder de groep bezoekers als vrijwilligers zijn veel mensen die elk jaar terugkeren naar het evenement, wat bijdraagt aan een sterk *community*-gevoel onder deze groepen. Wijkbewoners herkennen de waarde van het evenement voor de stad en juichen toe dat de gemeente in het evenement investeert.

# Inhoudsopgave

- Inleiding – slide 5
- Methode – slide 6
- Opzet – slide 7
- Deel 1: bezoekers – slide 8 tot en met 15
- Deel 2: vrijwilligers – slide 16 tot en met 23
- Deel 3: bewoners van Hengelo – slide 24 tot en met 26
- Conclusies – slide 27 en 28
- Literatuur – slide 29
- Bijlagen – slide 30 tot en met 36



# Inleiding

Nederland is succesvol in het organiseren van internationale topsportevenementen. EK's en WK's in tal van sporten worden goed georganiseerd en leveren mooie topsportprestaties op. Er is echter maar beperkt kennis over de voorwaarden waaronder een topsportevenement maatschappelijke waarde heeft en hoe deze waarde kan worden vergroot. In de [Nederlandse Topsportevenementenstrategie 2021-2030](#) is een verkenning naar dit thema uitgevoerd en een onderzoeksagenda opgesteld. Het [MOVES](#) programma geeft handen en voeten aan die agenda, en draagt eraan bij dat er structureel en systematisch onderzoek plaatsvindt rondom topsportevenementen.

In het kader van dit Moves programma is er onderzoek gedaan rondom de [FBK Games](#). De 44<sup>e</sup> editie van deze FBK Games vonden plaats op 9 juni 2025. Topatleten uit Nederland en het buitenland streden in Hengelo tegen elkaar op in totaal 16 atletiekdisciplines. De FBK Games waren een groot succes voor Nederland, waar naast topfavorieten Femke Bol en Lieke Klaver ook Jonas Phijffers en Elvis Afrifa een gouden plak pakten. Er zijn ongeveer 8.000 bezoekers op het evenement afgekomen.

Doel van dit onderzoek is inzicht te verkrijgen in de maatschappelijke waarde van het evenement. De FBK Games zijn interessant voor het onderzoek omdat het één van de grootste jaarlijks terugkerende topsportevenementen is in Nederland. Dit maakt het een interessante case study tussen andere (eenmalige) grote topsportevenementen (EK's, WK's) die in het MOVES-programma worden onderzocht.

# Methode

Om de maatschappelijke waarde van de FBK Games te onderzoeken zijn verschillende doelgroepen bevraagd. Deze doelgroepen zijn:

- Bezoekers (n=439)
- Vrijwilligers (n=88)
- Bewoners uit de omliggende wijk (n=80)

Het bevragen van de bezoekers vond plaats met een digitale vragenlijst, verspreid aan kaarthouders via contactgegevens en een QR-code die terplekke werd gedeeld. In totaal hebben 176 kaarthouders via de mailing de vragenlijst ingevuld en zijn er 263 enquêtes binnengekomen via de QR-codes.

Alle vrijwilligers zijn benaderd voor het invullen van de vragenlijst via de contactgegevens die bij de organisatie van de FBK Games bekend zijn.

De bewoners uit de omliggende wijk zijn face-to-face ondervraagd. Hiervoor is op de ochtend van de FBK Games 2025 een team van 6 onderzoekers en studenten de wijk ingetrokken en is aangebeld bij bewoners.

# Opzet

In deze rapportage worden de bevindingen van de deelonderzoeken besproken. In deel 1 worden de resultaten van het vragenlijstonderzoek onder bezoekers toegelicht. In deel 2 worden de resultaten van het onderzoek onder vrijwilligers uiteengezet. Tot slot zal in deel 3 aandacht worden besteed aan de antwoorden die de bewoners uit de wijk hebben gegeven.

De resultaten die worden getoond gaan over de totale onderzochte populatie, tenzij expliciet anders aangegeven in de figuur. Als er geen uitspraken worden gedaan over verschillen in impact bij mensen met een ander geslacht, leeftijd of opleidingsniveau, dan zijn er geen noemenswaardige verschillen gevonden tussen deze groepen.

In sommige slides wordt gerefereerd aan andere bronnen. De volledige literatuurlijst is te vinden op slide 29.

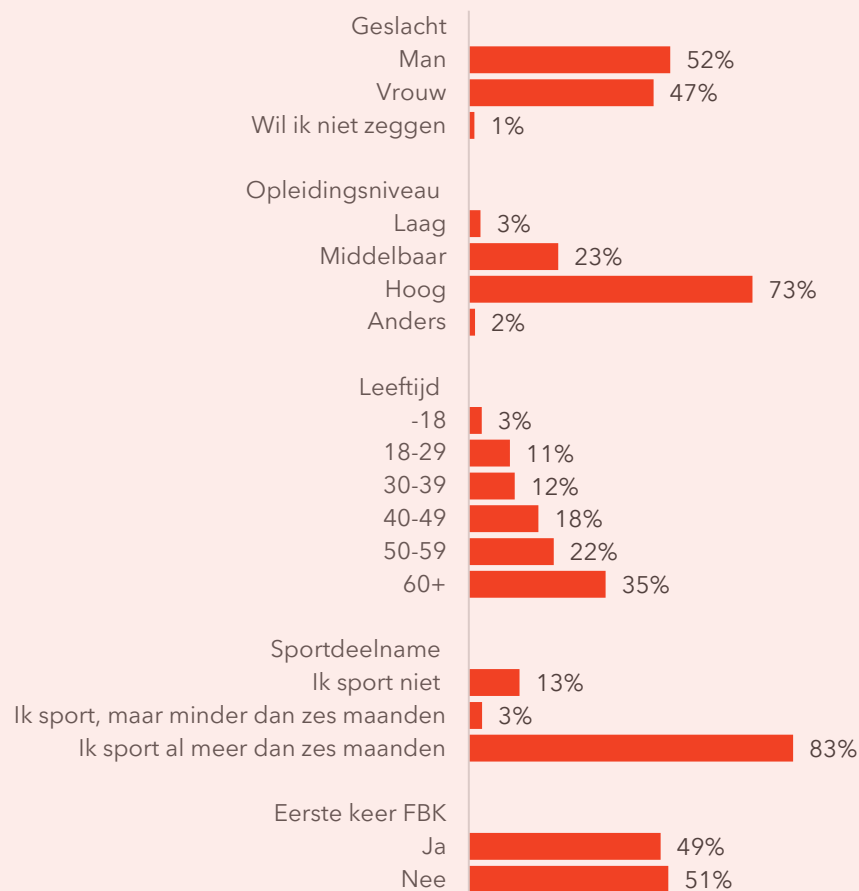




# Bezoekers

# Bezoekersprofiel

Figuur 1.1 – Profiel van de ondervraagde bezoekers



De FBK Games zijn door ongeveer evenveel mannen als vrouwen bezocht. Er komen meer meer ouderen dan jongeren op het evenement af. Beide resultaten zijn opvallend, omdat vrouwen en ouderen doorgaans minder vaak topsportevenementen bezoeken<sup>1</sup>.

Het merendeel van de bezoekers is hoogopgeleid en sport zelf ook regelmatig. Dat is lijn met eerder onderzoek<sup>1</sup>. Een verdieping laat zien dat ongeveer een kwart van de bezoekers aan hardlopen doet. 10 procent van de bezoekers doet zelf aan atletiek (en niet per se hardlopen).

De helft van de deelnemers is vaker naar FBK Games geweest. Van deze groep is 32% één keer eerder geweest, is 35% twee tot vier keer eerder geweest, en 33% vijf keer of vaker.

# Bezoekersprofiel

Bezoekers van de FBK Games komen uit het hele land.

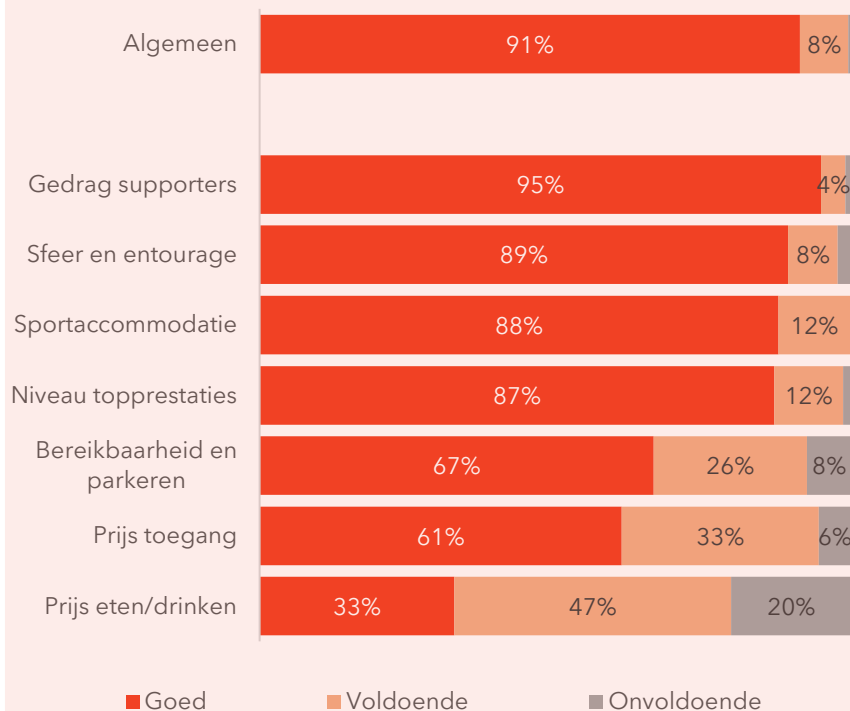
Ruim een kwart (27 procent) van de bezoekers is woonachtig in de provincie Overijssel. Dit is een overrepresentatie van de Overijsselse bevolking, want ongeveer 7 procent van Nederlanders woont in Overijssel<sup>2</sup>.

7 procent van de bezoekers woont in Hengelo, de stad waar de FBK Games plaatsvinden.



# Beoordeling

Figuur 1.2 - Beoordeling van de FBK Games door bezoekers



Bezoekers beoordelen het evenement positief. 99% geeft het evenement als geheel minimaal een voldoende, 91% geeft al beoordeling 'goed'. Ouderen zijn over het algemeen positiever over het evenement zijn dan jongeren (niet in tabel).

Het gedrag van supporters, de sfeer en entourage, de accommodatie en het niveau van de atleten wordt door vrijwel iedereen goed beoordeeld. Het minst tevreden zijn bezoekers over de prijs van het evenement. Met name de prijs van consumpties roept vragen op.

Deze resultaten zijn vergelijkbaar met de beoordeling van het EK Beachvolleybal 2024, waar ook onderzoekers van het MOVES-programma vragenlijstonderzoek onder bezoekers hebben uitgevoerd<sup>3</sup>.

# Beleving

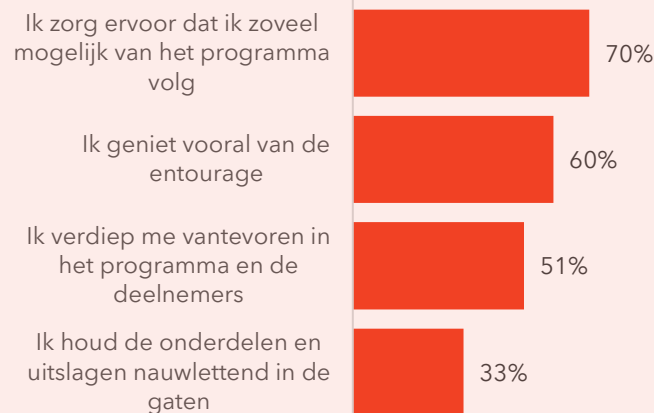
Bezoekers zijn betrokken bij het evenement. Ze willen veel van het programma volgen en verdiepen zich van tevoren in het programma en de deelnemers.

Ruim de helft (60%) geniet vooral van de entourage, wat aangeeft dat niet alleen de topsport zelf van belang is bij de belevenis van bezoekers. Dit wordt ook bevestigd doordat niet iedereen de onderdelen en uitslagen nauwlettend in de gaten houdt.

Uit de verdiepende analyse blijkt dat mannen meer van het programma volgen en de onderdelen meer nauwlettend in de gaten houden dan vrouwen (zie bijlage, slide 31).

Ook zijn mensen die al eerder bij de FBK Games zijn geweest relatief meer betrokken bij het volgen van onderdelen dan mensen die voor het eerst bij FBK Games zijn (niet in tabel). Andersom genieten first-time bezoekers juist meer van de entourage van het evenement.

Figuur 1.3 - Beleving van bezoekers FBK Games

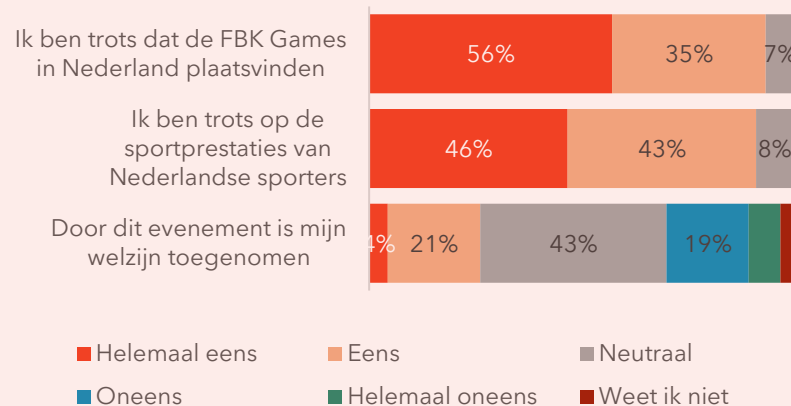


## Trots en welzijn

Bijna alle bezoekers zijn trots dat de FBK Games in Nederland plaatsvinden. Ook is vrijwel iedereen trots op de prestaties van Nederlandse sporters. Deze cijfers zijn nog iets positiever dan voor vergelijkbaar onderzoek bij het EK Beachvolleybal 2024<sup>3</sup>.

Een kwart van de bezoekers geeft aan dat het evenement positief heeft bijgedragen aan hun welzijn. Dit percentage ligt juist iets lager in vergelijking met het onderzoek rondom het EK Beachvolleybal 2024<sup>3</sup>.

Figuur 1.4 – Mate van trots en welzijn van bezoekers FBK Games

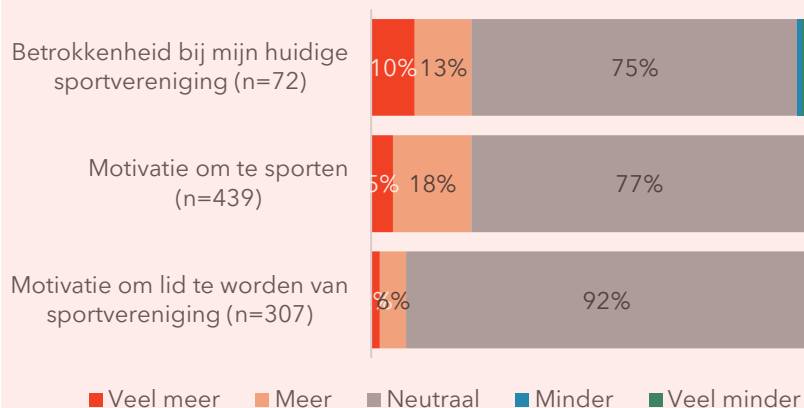


## Sportdeelname

23% van de bezoekers aan de FBK Games geeft aan dat zij (veel) meer motivatie hebben om te gaan sporten na het bezoek aan het evenement. Uit antwoorden op open vragen blijkt dat de entourage, prestaties van topsporters en goede herinneringen aan het evenement worden genoemd als redenen om zelf meer te sporten. Door de manier waarop het onderzoek is uitgevoerd is niet duidelijk of deze intenties ook daadwerkelijk zijn waargemaakt. Wel is het resultaat vergelijkbaar met onderzoek onder de Nederlandse bevolking, waarbij 25% aangeeft door het bezoek aan topsportevenementen vaker zelf te sporten<sup>4</sup>.

Van bezoekers van de FBK Games die zelf lid zijn van een sportvereniging geeft 23% aan de intentie te hebben meer betrokken te zijn bij de eigen sportvereniging. Dit kan zich uiten in vrijwilligerswerk, maar ook contact met andere leden.

Figuur 1.5 - Invloed FBK Games op sportbetrokkenheid bezoekers



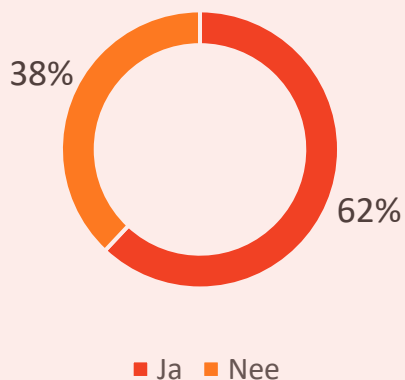
# Sociale waarde

De FBK Games stimuleren sociale interactie.

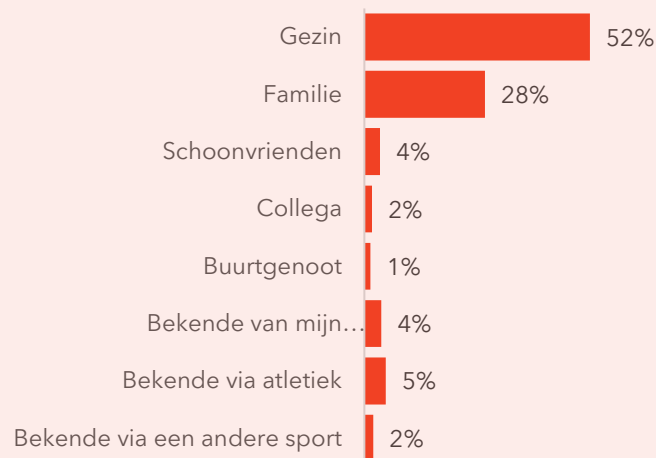
Bezoekers komen er met gezin of familie, hebben daarnaast ook vaak contact met andere bezoekers en ervaren in het stadion een gevoel van saamhorigheid.

Over de belevenissen op de FBK Games wordt gesproken met anderen, en bijna de helft van de bezoekers geeft aan dat de FBK Games gespreksstof oproepen.

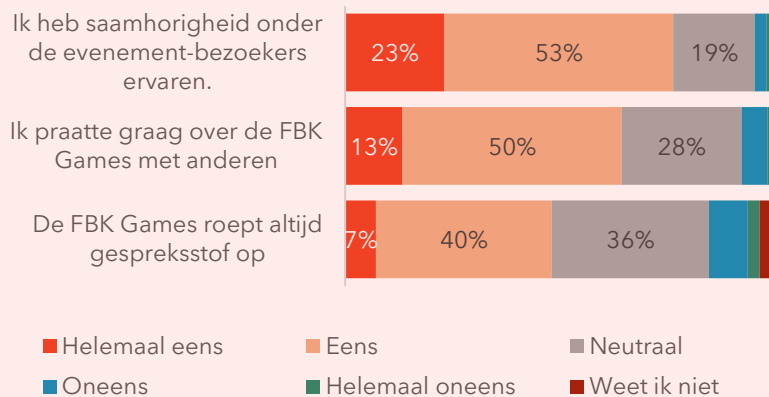
Figuur 1.7 - Contact met andere bezoekers FBK Games



Figuur 1.6 - Groepssamenstelling bezoekers FBK



Figuur 1.8 - Sociale waarde FBK Games volgens bezoekers





# Vrijwilligers

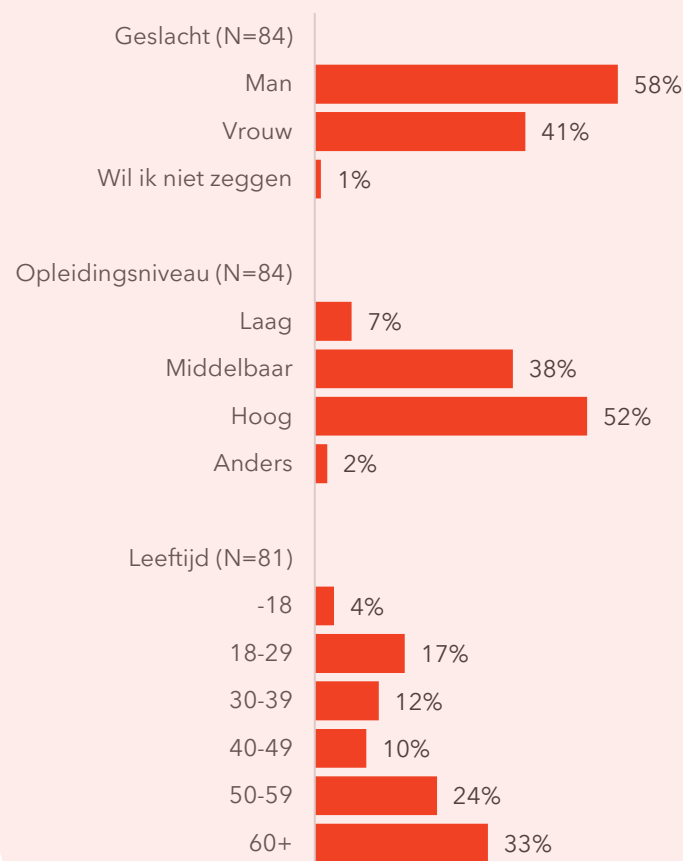
# Vrijwilligersprofiel

In tegenstelling tot bij de groep bezoekers zijn er bij de vrijwilligers wel meer mannen dan vrouwen in de populatie. Dit is in lijn met het algemene beeld dat er meer mannen dan vrouwen als vrijwilliger in de sport actief zijn<sup>5</sup>.

Verder bestaat de groep voor de helft uit hoogopgeleiden. Dit is een opvallend verschil tussen vrijwilligers en bezoekers, waar het percentage hoogopgeleiden op 73% ligt (zie slide 10).

Een derde (33%) van de groep is ouder dan 60. Dit is vergelijkbaar met de leeftijdsverdeling bij bezoekers (zie slide 10). Wel zijn er onder vrijwilligers meer jongvolwassenen (leeftijd 18-29, 17% bij vrijwilligers om 11% bij bezoekers, zie slide 10).

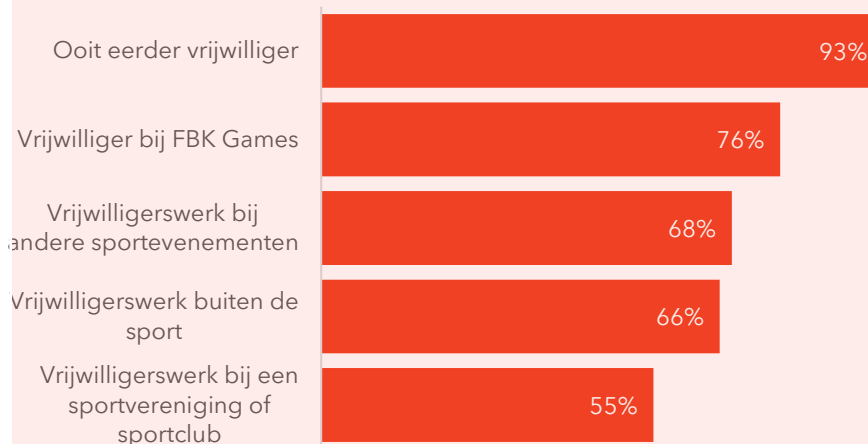
Figuur 2.1 - Profiel van de ondervraagde vrijwilligers (n in tabel)



## Vrijwilligersprofiel

Bijna alle vrijwilligers (93%) hebben eerder aan vrijwilligerswerk gedaan. Bijna driekwart van de groep (72%) geeft aan al meer dan 10 jaar aan vrijwilligerswerk te doen (niet in tabel). Ruim driekwart (76%) van de groep ondervraagde vrijwilligers is eerder vrijwilliger bij de FBK Games geweest. Uit ervaringen van de onderzoekers en gesprekken met vrijwilligers blijkt dat veel vrijwilligers al jaren terugkeren naar het evenement om vrijwilligerswerk te doen. Vrijwilligers van de FBK Games zijn ook regelmatig betrokken bij andere sportevenementen (68%), maar ook bij vrijwilligerswerk buiten de sport (66%).

Figuur 2.2 - Eerdere ervaringen van vrijwilligers van de FBK Games 2025



# Motivatie

Genieten van de sport en de contacten met de sporters is de belangrijkste motivatie van de FBK vrijwilligers. Betrokken blijven bij de sport en ergens aan willen bijdragen zitten daar kort achter.

Het vergroten van het sociale netwerk (13%) en het feit dat bekenden dit ook doen (23%) zijn de minst genoemde motivaties om bij FBK vrijwilliger te zijn.

Uitgesplitst naar geslacht, leeftijd en eerdere vrijwilligerservaringen bij FBK Games zijn er verschillen in motivatie te vinden (bijlage, slide 32 en 33).

Figuur 2.3 – Motivatie van vrijwilligers van de FBK Games om aan vrijwilligerswerk te doen



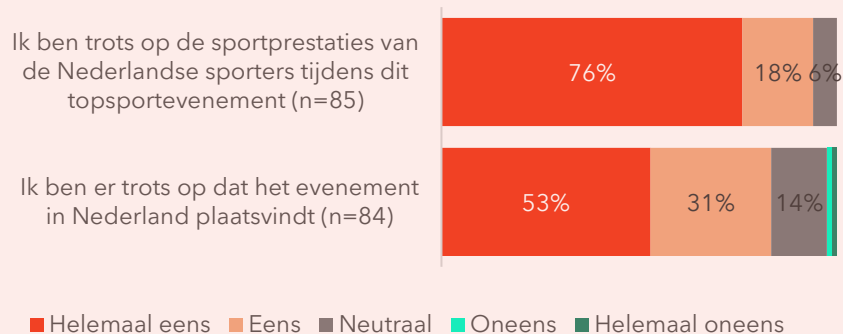
# Trots

Bijna alle vrijwilligers voelen trots voor de sportprestaties van Nederlandse atleten. Ook zijn ze er trots op dat het evenement in Nederland plaatsvindt. Dit is in lijn met de resultaten bij bezoekers én eerder MOVES-onderzoek bij het EK Beachvolleybal<sup>2</sup>.

Vrouwen voelen zich vaker trots op zowel de sportprestaties als het evenement zelf dan mannen (zie bijlage, slide 34).

Terugkerende vrijwilligers zijn vaker trots dat het evenement in Nederland plaatsvindt (zie bijlage, slide 34)

Figuur 2.4 - Mate van trots onder vrijwilligers (in procenten, n in tabel)



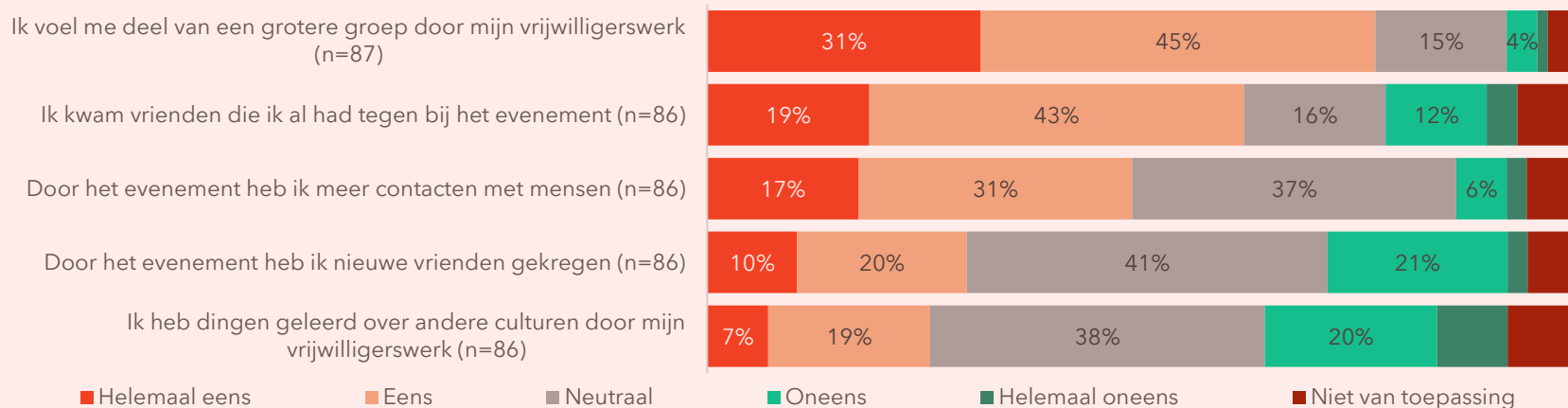
## Sociale waarde

Als het gaat over de sociale waarde van het vrijwilligerswerk bij de FBK Games, geven driekwart van de vrijwilligers (76%) aan zich deel van een grotere groep te voelen door het vrijwilligerswerk. Er bestaat net als bij bezoekers ook onder vrijwilligers een groot gevoel van saamhorigheid.

Bij ongeveer de helft van de vrijwilligers (48%) zorgt het evenement voor meer contact. Het contact lijkt wel vluchtig; 30% van de vrijwilligers krijgt nieuwe vrienden, 26% leert iets over andere culturen.

De sociale meerwaarde van het vrijwilligerswerk worden meer ervaren door mensen die vaker vrijwilliger bij de FBK Games zijn geweest (zie bijlage slide 35).

Figuur 2.5 - Sociale waarde van het vrijwilligerswerk voor de FBK Games (n in tabel)

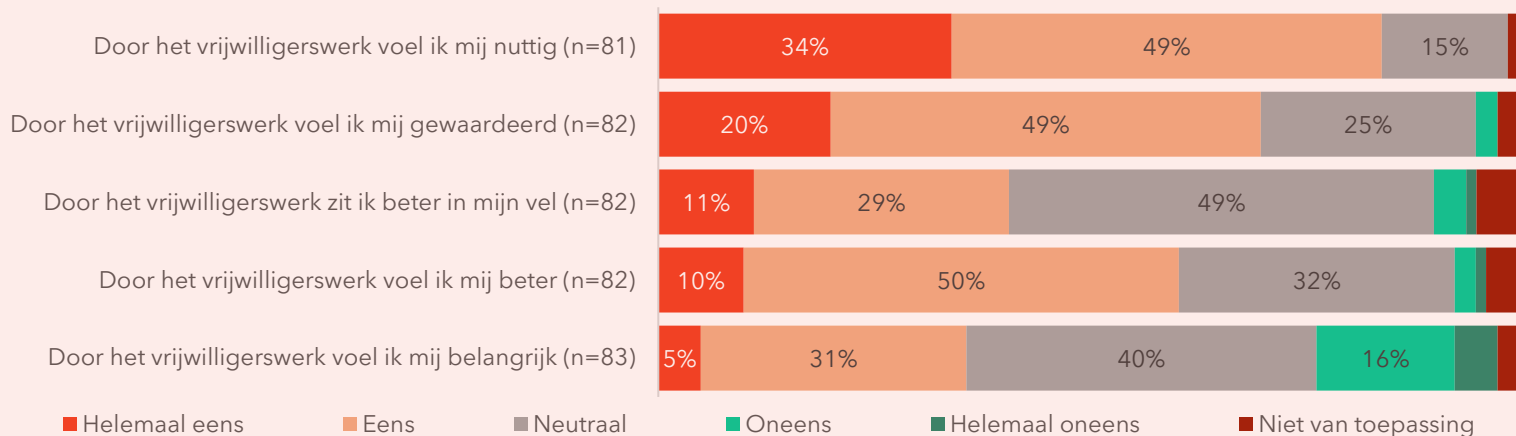


## Welzijnswaarde

De vrijwilligers zijn ook bevraagd naar of het vrijwilligerswerk impact heeft op hun mentale gesteldheid. Vrijwilligers geven aan zich nuttig (83%) en gewaardeerd (69%) te voelen door het vrijwilligerswerk bij de FBK Games. Verder stelt ongeveer een derde van de groep (36%) dat zij zich belangrijk voelen door dit vrijwilligerswerk.

Mensen die vaker vrijwilliger zijn geweest ervaren vaker mentale meerwaarde dan de vrijwilligers die dit voor het eerste deden (bijlage, slide 36).

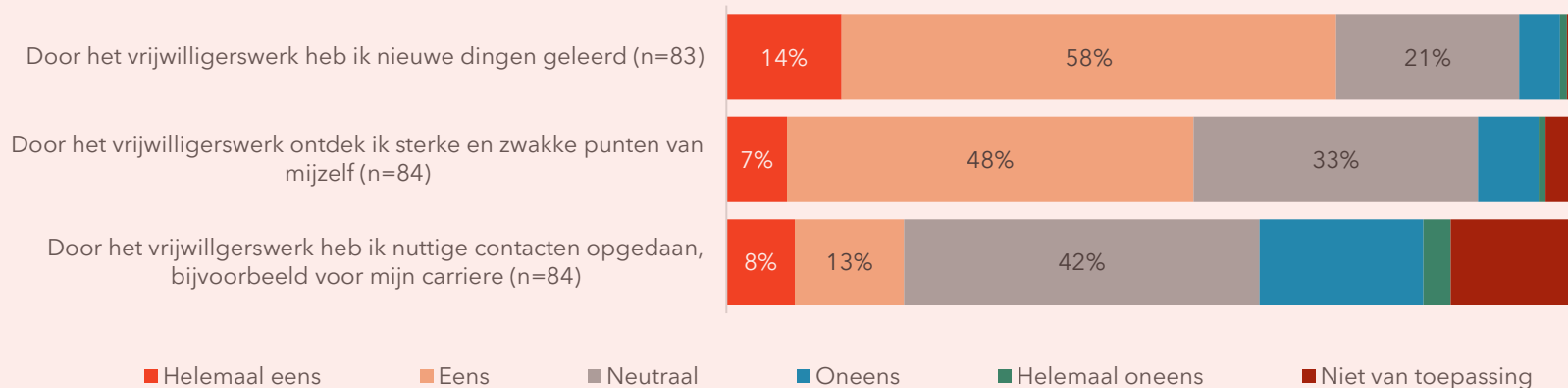
Figuur 2.6 – Mentale waarde van het vrijwilligerswerk voor de FBK Games (n in tabel)



# Carrière

Tot slot is onderzocht of het vrijwilligerswerk bij de FBK Games ook impact kan hebben op de carrière van deze groep. Ongeveer driekwart van de vrijwilligers (72%) geeft aan iets te leren door het vrijwilligerswerk bij de FBK Games. Ook wordt de helft van de groep (55%) beter in het herkennen van zwakke en sterke punten van zichzelf. Deze kwaliteiten kunnen van pas komen op de arbeidsmarkt. Een aantal vrijwilligers houdt ook nuttige contacten voor hun carrière over aan het vrijwilligerswerk.

Figuur 2.7 - Waarde van vrijwilligerswerk FBK Games voor carrière (n in tabel)

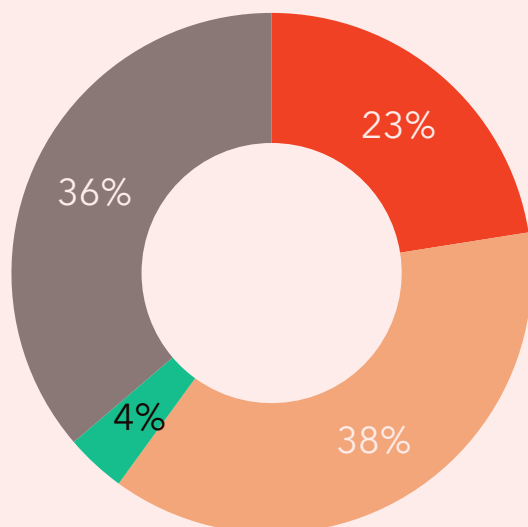




# Bewoners

## Bezoek FBK Games

Figuur 3.1 – Bezoek van bewoners aan de FBK Games



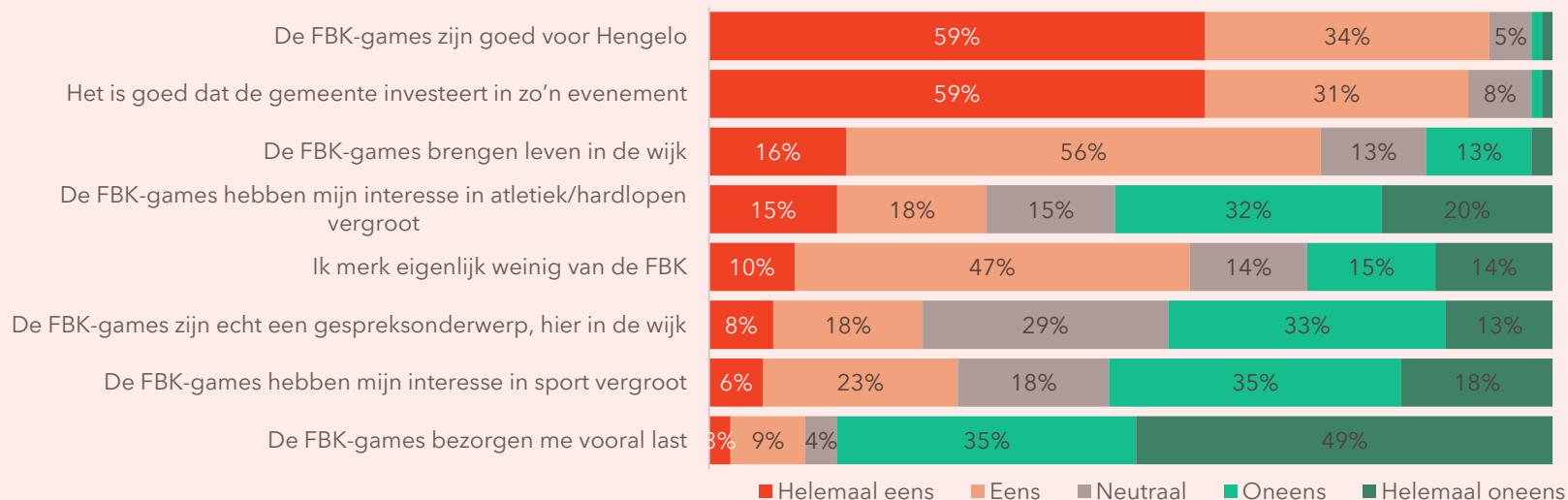
- Ja, één keer
- Ja, meermaals
- Nee, maar mijn partner wel
- Nee

De bewoners van de wijk naast het FBK stadion is gevraagd of zij wel eens bij de FBK Games zijn geweest. Voor 61 procent van de wijkbewoners is dit het geval. 38 procent van de wijkbewoners is meer dan eens gaan kijken bij de FBK Games. Een kleine minderheid van de bewoners (40%) is nog nooit bij de FBK Games geweest.

# Perspectieven van bewoners

Bewoners vinden dat de FBK Games goed zijn voor Hengelo (93%) en zijn van mening dat het goed is dat de gemeente in het evenement investeert (90%). Zelf zijn de bewoners niet altijd begaan met de FBK Games. Ruim de helft zegt er weinig van te merken, en slechts een kwart acht de FBK Games een gespreksonderwerp in de wijk. Een klein deel van de ondervraagden (12%) rapporteert dat zij last ervaren van de FBK Games.

Figuur 3.2 - Perspectieven van bewoners op de FBK Games





Conclusies

# Conclusie

Dit onderzoek rondom de FBK Games 2025 maakt deel uit van het [MOVES](#)-programma. Voor dit onderzoek zijn bezoekers, vrijwilligers en bewoners van de wijk naast het FBK stadion gevraagd naar hoe ze het evenement hebben beleefd.

De FBK Games trekken jaarlijks een grote schare aan sportliefhebbers, uit het hele land en uiteraard vanuit de atletiek en het hardlopen maar ook van daarbuiten. De wedstrijden brengen daarbij veel enthousiasme te weeg. Er is veel sprake van herhaalbezoek en bezoekers uiten zich (zeer) tevreden met hun bezoek aan het evenement. Een groot deel van de groep ervaart trots op het feit dat Nederland zulke evenementen organiseert en op de prestaties van de Nederlandse sporters. Sociaal is het evenement van waarde doordat veel mensen met het gezin of andere familieleden naar het evenement toekomen. Bezoekers geven aan met andere bezoekers in contact te komen en ervaren tijdens de wedstrijden veel saamhorigheid. Voor een klein deel van de groep heeft het evenement ook impact op hun motivatie om zelf te sporten of een actievere rol aan te gaan bij hun eigen sportvereniging.

De groep vrijwilligers bestaat grotendeels uit mensen die door het jaarlijks karakter van het evenement de kans krijgen om structureel deel uit te maken van de FBK Games. Zij ervaren deze community als meerwaarde voor hun leven en kiezen er daarom voor om elk jaar terug te keren als vrijwilliger. Voor veel van de vrijwilligers heeft het evenement een positieve impact op hun sociale netwerk en op hun mentale gesteldheid. Dit effect is meer aanwezig bij vrijwilligers die al vaker vrijwilligerswerk voor de FBK Games hebben gedaan. Daarin zit ook de waarde van een terugkerend evenement als de FBK Games: mensen bouwen een band op met het evenement.

Bewoners van de wijk naast het stadion zijn van mening dat het goed is voor de stad Hengelo dat dit evenement wordt georganiseerd en juichen toe dat de gemeente hier geld in investeert. Voor de wijk zelf heeft dit beperkt impact; veel mensen geven aan dat zij weinig merken van de FBK Games en slechts een enkeling geeft aan dat zij last ervaren van het evenement.

In 2026 zal opnieuw onderzoek plaatsvinden rondom de FBK Games.

# Literatuur

- 1) Heijnen, E. (2024) [Niet volgers van topsportevenementen. Profiel en Belemmeringen.](#)
- 2) CBS Statline (2025) [Regionale kerncijfers Nederland.](#)
- 3) EHeijnen, E., Hover, P., van den Breul, W., Breedveld, K. (2025) [Maatschappelijke waarde EK Beachvolleybal 2024 voor bezoekers.](#)
- 4) Leenen, T & Hover, P (2025) Bezoeken en volgen van topsportevenementen in de media. Gevolgen voor sport, sociale cohesie en welzijn.
- 5) [CBS Vrijetijdsomnibus](#) (2024)

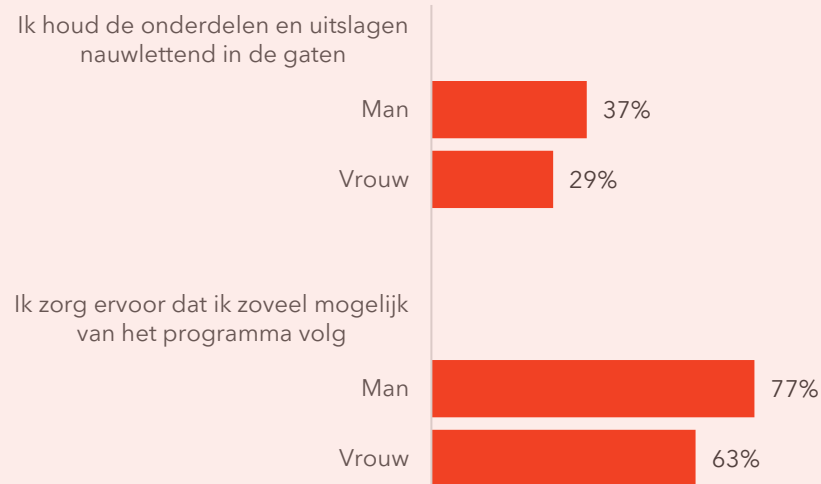


# Bijlagen

## Beleving bezoekers naar geslacht – slide 12

Mannen houden de onderdelen en uitslagen van het evenement meer nauwlettend in de gaten dan vrouwen. Ook zorgen zij er vaker voor dat ze zoveel mogelijk van het programma kunnen volgen.

### 4.1 Beleving bezoekers FBK Games naar geslacht



# Motivatie vrijwilligers naar geslacht en leeftijd – slide 19

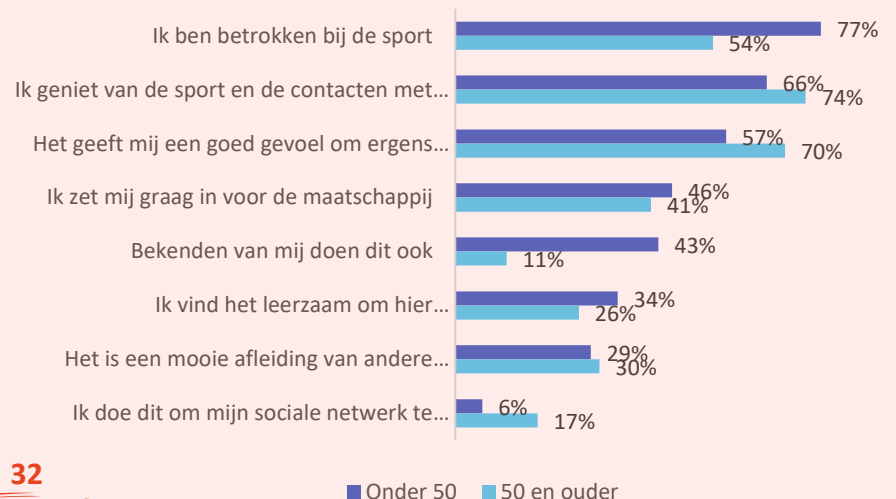
Vrouwen scoren op bijna alle motivaties hoger dan mannen. Bij vrouwen speelt veel vaker mee dat bekenden het vrijwilligerswerk ook doen.

Mensen onder de 50 jaar zijn gemotiveerd om vrijwilligerswerk te doen zodat ze betrokken zijn bij de sport, en omdat bekenden het doen. Mensen van 50 jaar of ouder geven relatief vaak aan dat zij dit doen omdat het een goed gevoel geeft ergens aan bij te dragen.

Figuur 4.2 - Motivatie van FBK vrijwilligers uitgesplitst naar geslacht(in procenten, n=84)



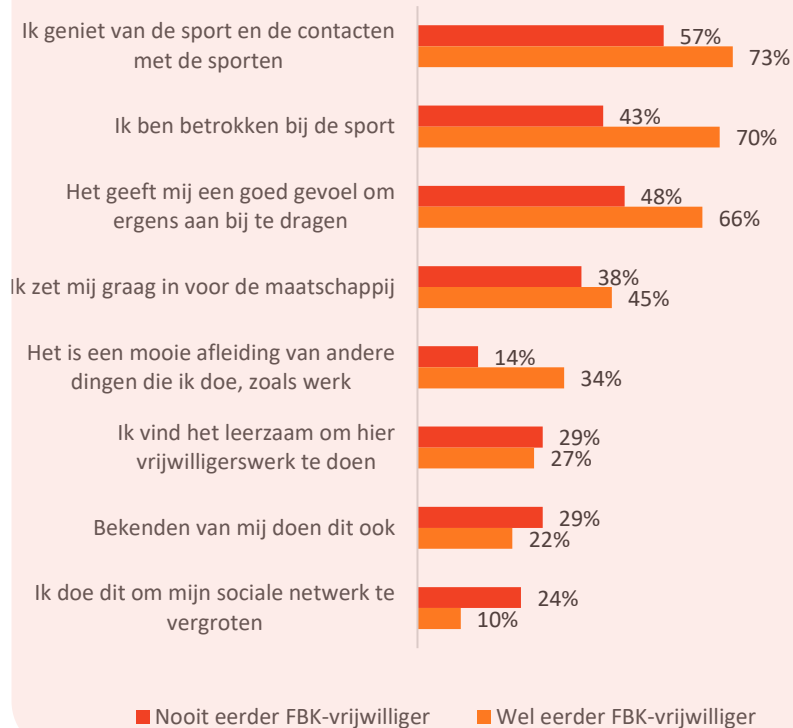
Figuur 4.3 - Motivatie van FBK vrijwilligers uitgesplitst naar leeftijd (in procenten, n=81)



## Motivatie vrijwilligers naar vrijwilligerservaring – slide 19

Mensen die eerder vrijwilliger bij FBK zijn geweest geven relatief vaak aan dat de connectie met de sport een belangrijke motivatie is. Mensen die voor het eerst vrijwilliger zijn hechten juist relatief vaak aan het sociale aspect van het vrijwilligerswerk.

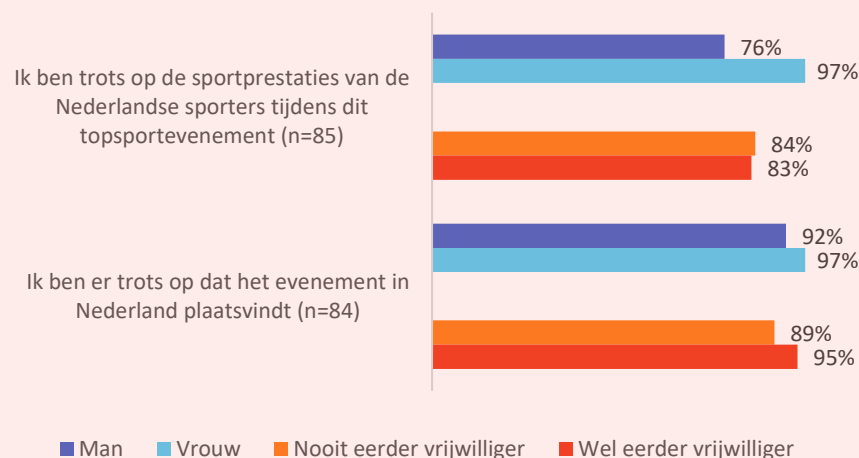
Figuur 4.4 - Motivatie van FBK vrijwilligers uitgesplitst naar eerder vrijwilligerswerk (in procenten, n=88)



## Trots vrijwilligers – slide 20

De mate van trots op het evenement en op de sportprestaties van Nederlandse sporters verschilt tussen mannen en vrouwen. Vrouwen ervaren meer trots dan mannen. Ook eerdere ervaring met vrijwilligerswerk voor de FBK Games heeft hier invloed op; mensen die terugkerend vrijwilliger zijn ervaren meer trots op het evenement dan mensen die het vrijwilligerswerk voor het eerst doen.

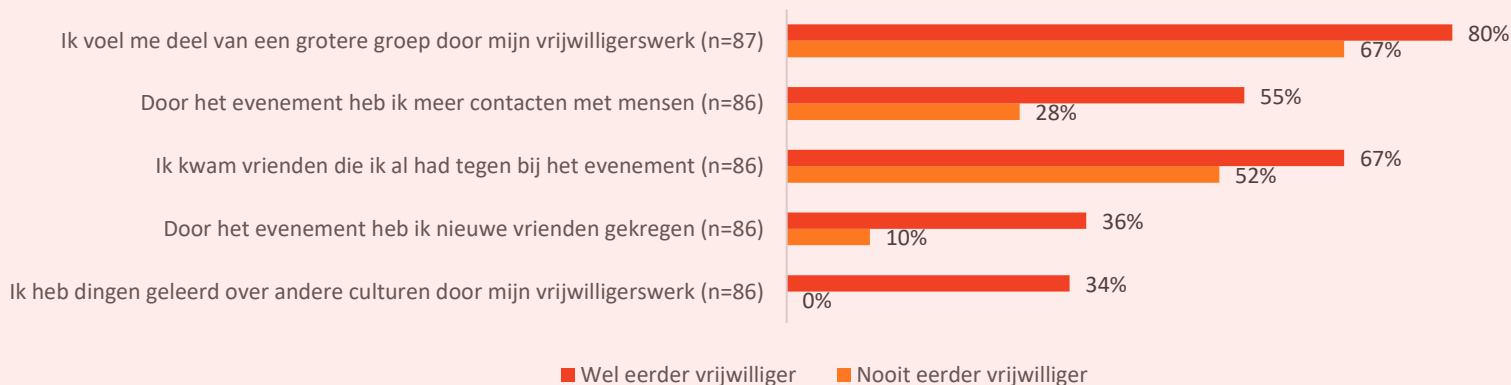
Figuur 4.5 - Mate van trots onder vrijwilligers, uitgesplitst naar geslacht en vrijwilligerservaring (in procenten, n in tabel)



## Sociale waarde vrijwilligers naar ervaring – slide 21

De sociale meerwaarde van het vrijwilligerswerk worden meer ervaren door mensen die vaker vrijwilliger bij de FBK Games zijn geweest. Er lijkt dus sprake te zijn van een 'vrijwilligerscommunity' met mensen die jaarlijks bijeen komen voor het vrijwilligerswerk bij de FBK Games. Zo rapporteert 36% van de mensen die vaker vrijwilliger zijn geweest dat ze vriendschappen overhouden aan de FBK Games, ten opzichte van 10 procent van de mensen die voor het eerst vrijwilliger zijn bij de FBK Games. Ook stelt 34% van deze groep meer te hebben geleerd over andere culturen, ten opzichte van geen respondenten uit de groep nieuwe vrijwilligers.

Figuur 4.6 - Sociale meerwaarde FBK Games voor vrijwilligers uitgesplitst naar vrijwilligerservaring (n in tabel)



## Welzijnswaarde vrijwilligers naar ervaring – slide 22

- Mensen die vaker vrijwilliger zijn geweest ervaren vaker mentaal meerwaarde van mensen die het voor de eerste keer hebben gedaan.
- Dit is vooral zichtbaar in het percentage respondenten uit beide groepen dat zich gewaardeerd voelt (76% vs 44%).
- Ook zitten ervaren vrijwilligers door het vrijwilligerswerk vaker beter in hun vel (45% vs 22%) en voelen ze zich vaker belangrijk (41% vs 17%).

Figuur 4.7 - Mentale meerwaarde vrijwilligerswerk FBK Games uitgesplitst naar ervaring

