

RESULTATEN SPECIAL OLYMPICS NATIONALE SPELEN 2026

Impact en bereik van het evenement*

De Nationale Spelen vormen het grootste sportevenement van Special Olympics Nederland en laten zien waar de organisatie voor staat: sport als middel voor inclusie, ontmoeting en persoonlijke groei. Gedurende meerdere dagen komen sporters met een verstandelijke beperking uit heel Nederland samen om hun talenten te laten zien, grenzen te verleggen en vooral te genieten van sport.

Communicatie speelt hierin een essentiële rol. Door de verhalen van sporters, vrijwilligers, coaches en partners zichtbaar te maken, draagt de communicatie rondom de Nationale Spelen bij aan meer bekendheid voor Special Olympics Nederland en aan een positievere beeldvorming van mensen met een verstandelijke beperking. Het evenement is daarmee niet alleen een sportief hoogtepunt, maar ook een krachtig podium om de maatschappelijke waarde van inclusieve sport onder de aandacht te brengen.

Dit rapport geeft inzicht in de resultaten en impact van de communicatie rondom de Nationale Spelen. Aan de hand van mediare resultaten, website- en socialmediacijfers en kwalitatieve voorbeelden wordt zichtbaar hoe de communicatie heeft bijgedragen aan het bereiken van verschillende doelgroepen en het versterken van de maatschappelijke missie van Special Olympics Nederland.

* Gemeten van 1 april tot en met 30 juni 2026, vergeleken met de Nationale Spelen georganiseerd in 2024.

BELANGRIJKSTE RESULTATEN

De volgende hoofdstukken geven inzicht in de belangrijkste resultaten op het gebied van media, website, social media en communicatie-impact. Samen laten zij zien hoe de Nationale Spelen een breed publiek hebben bereikt, hoe de maatschappelijke boodschap van inclusie is uitgedragen en welke communicatieve waarde is gecreëerd voor sporters, partners en andere betrokkenen.

Belangrijkste resultaten

- **503 mediapublicaties** in landelijke, regionale en lokale media.
- Een potentieel mediabereik van ruim **159 miljoen**.
- **83 televisie-items**, bijna een verdrievoudiging ten opzichte van 2024 (30).
- De livestream van de openingsceremonie via NH Media werd bijna **20.000 keer** bekeken.
- **211.375 mensen** bereikt op social media
- **857.894 views** op social media
- **Samenwerking** met sportbonden en partners zorgt voor groter bereik.



SOCIAL MEDIA RESULTATEN

Doelstellingen

- ✓ Zichtbaarheid: De maatschappelijke zichtbaarheid van Special Olympics Nederland vergroten.
- ✓ Betrokkenheid: Mensen inspireren, activeren en verbinden rondom de Nationale Spelen.
- ✓ Beeldvorming: Bijdragen aan een positieve en inclusieve beeldvorming van mensen met een verstandelijke beperking.
- ✓ Maatschappelijke impact: Bijdragen aan een inclusievere samenleving door het maatschappelijke bewustzijn te vergroten dat sport voor iedereen toegankelijk en waardevol is.

Stijging 84,9% t.o.v. 2024

Platform	Bereik	Views	Betrokkenheid*	Groei
 Facebook	104.140	583.306	39.126	+621 volgers
 Instagram	71.075	274.588	10.385	+330 volgers
 LinkedIn	36.160	x	1.494	+145 volgers

**Stijging 138%
t.o.v. 2024**

**Stijging 600%
t.o.v. 2024**

* de combinatie van likes, commentaren/reacties, shares/reposts.

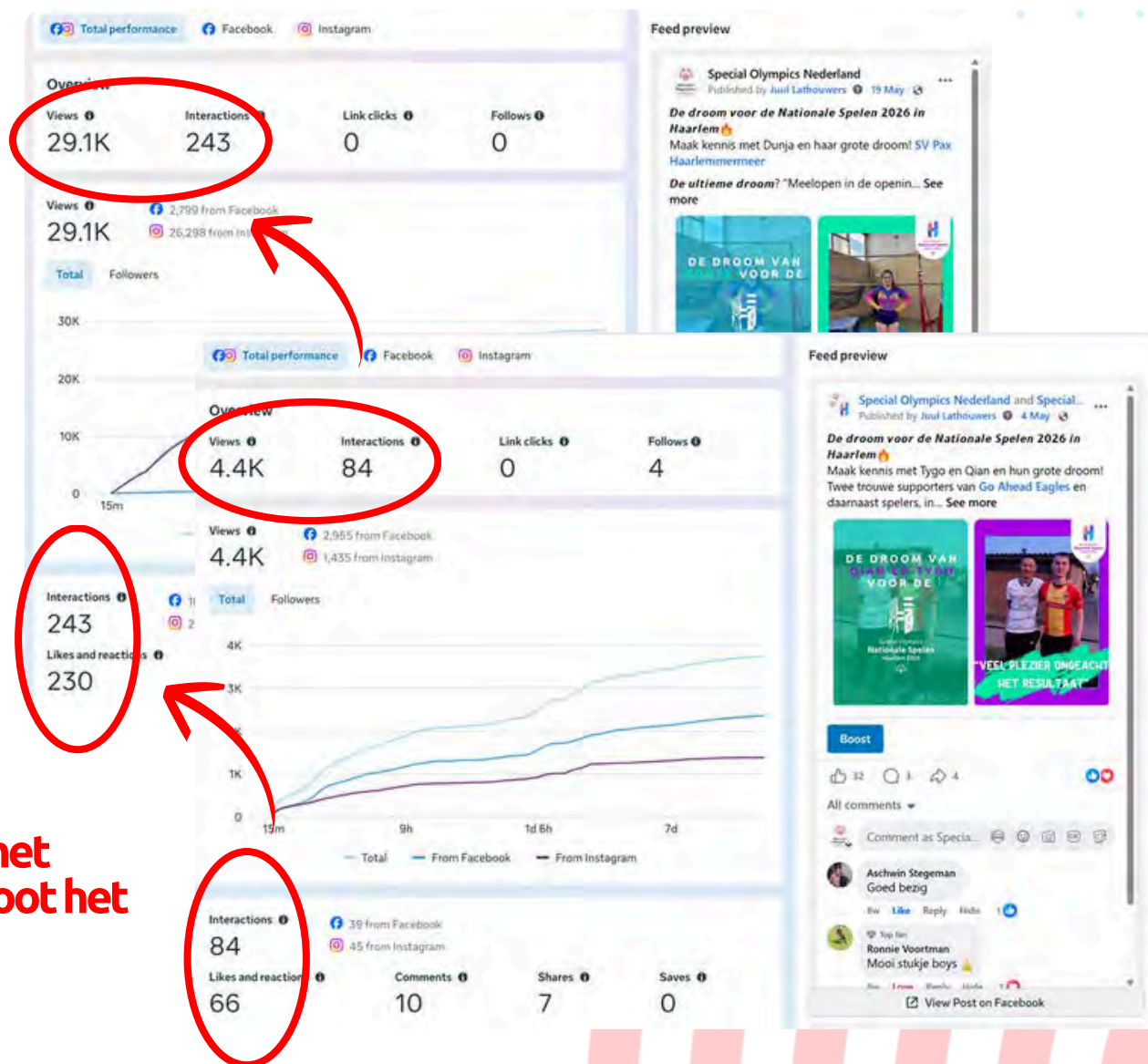
Gecombineerd bereik op Facebook, Instagram en LinkedIn in de periode april, mei & juni:

211.375 mensen! Dit is een groei van 158,9% t.o.v. 2024

SOCIAL MEDIA CAMPAGNE 'DE DROOM VOOR HAARLEM'

Om onze sporters een extra podium te geven, is in aanloop naar de Nationale Spelen de campagne 'de Droom voor Haarlem' opgestart. Hierin is ook de samenwerking met de sportbonden gezocht. Enkelen stonden hier positief tegenover en hebben de campagne gedeeld. Totale prestatie van de campagne op Facebook en Instagram (april, mei & juni):

Bereik: 53.734
Views: 123.193
Betrokkenheid: 1.390



Samenwerking met sportbond vergroot het bereik!

SOCIAL MEDIA - BEST PRESTERENDE POSTS



🔥 KIJK DE OPENINGSCEREMO...

8 June 14:21

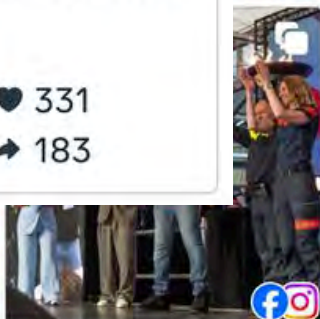
👁 43.4K ❤ 331
💬 39 ➡ 183



Dit weekend schitteren onze...

📅 11 June 12:06

👁 33.2K ❤ 469
💬 45 ➡ 44



🌟 Wat een start van de Special Olympics...

📅 12 June 22:53

👁 30.0K ❤ 593
💬 26 ➡ 36

Daags voor het evenement
is het enthousiame bij
volgers merkbaar.



Samenwerking met
sportbond vergroot het
bereik!



De droom voor de Nationale Spelen...

19 May 10:00

👁 29.1K ❤ 230
💬 2 ➡ 8

De post is samen met de
KNGU gedeeld.



Vandaag is het Wereldgezondheid...

📅 7 April 10:01

👁 25.8K ❤ 127
💬 1 ➡ 11



De droom voor de Nationale Spelen...

📅 16 May 11:00

👁 12.8K ❤ 129
💬 0 ➡ 3

SOCIAL MEDIA RESULTATEN - CONCLUSIE

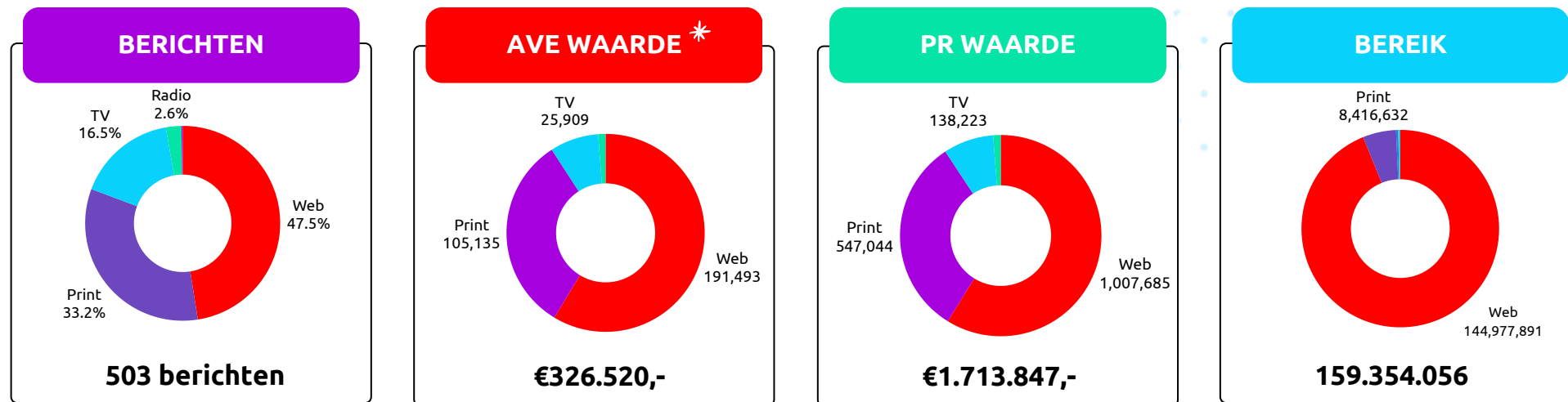
De social media campagne heeft een belangrijke bijdrage geleverd aan het realiseren van de communicatiedoelstellingen rondom de Nationale Spelen. Met een gecombineerd bereik van **211.375 personen** op Facebook, Instagram en LinkedIn werd bijna **160% meer mensen** bereikt dan tijdens de vorige editie van de Nationale Spelen. Ook de betrokkenheid en het aantal volgers namen op alle platformen aanzienlijk toe.

De resultaten laten zien dat content waarin sporters en hun persoonlijke verhalen centraal staan, het beste presteert. Door de campagne 'De Droom voor Haarlem' en **samenwerkingen met sportbonden** werd het bereik verder vergroot en werden nieuwe doelgroepen bereikt. Facebook bleef het belangrijkste platform voor bereik en interactie, terwijl Instagram en LinkedIn een sterke groei lieten zien in bereik en volgers.

De socialmediacampagne heeft niet alleen de zichtbaarheid van de Nationale Spelen vergroot, maar ook bijgedragen aan een **positieve beeldvorming van mensen met een verstandelijke beperking**. Door sporters een podium te geven en hun verhalen te delen, is de maatschappelijke missie van Special Olympics Nederland op een inspirerende en toegankelijke manier onder de aandacht gebracht.



MEDIA RESULTATEN (WEB, TV & RADIO)



In totaal verschenen **503 mediaberichten** over de Nationale Spelen, bestaande uit 239 online berichten, 167 printpublicaties, 83 televisie-items, 13 radio-items en 1 vermelding in een podcast.

Het totale potentiële mediabereik kwam uit op **159.354.056**, tegenover 261.834.884 tijdens de editie van 2024. Deze afname van bijna 40% is voornamelijk te verklaren door een lager aantal online publicaties, met name op platforms met een zeer groot bereik. Dergelijke publicaties hebben een sterke invloed op het totale potentiële bereik.

Tegelijkertijd is de aard van de media-aandacht veranderd. Het aantal televisie-items is bijna verdrievoudigd: van 30 in 2024 naar 83 in 2026. Ook het aantal radio-items nam toe van 5 naar 13. Hierdoor kregen de Nationale Spelen **meer aandacht in audiovisuele media**, waar ruimte is voor langere reportages, interviews en persoonlijke verhalen van sporters, vrijwilligers en betrokkenen.

Hoewel het totale potentiële bereik lager uitviel dan in 2024, heeft de communicatie zich nadrukkelijker vertaald naar **kwalitatieve media-aandacht**. De uitgebreide verslaggeving op regionale en landelijke televisie heeft bijgedragen aan een krachtige en authentieke presentatie van de maatschappelijke missie van Special Olympics Nederland: laten zien dat sport verbindt en dat mensen met een verstandelijke beperking volwaardig kunnen meedoen.

* AVE uitsluitend ter indicatie; maatschappelijke impact is belangrijker dan advertentiewaarde.

SAMENWERKING NH MEDIA - GROOTSTE AANDEEL IN TV BRONNEN

Een belangrijke bijdrage aan de media-aandacht kwam van de **samenwerking met NH Media**, de regionale publieke omroep van Noord-Holland. Dankzij deze samenwerking kregen de Special Olympics Nationale Spelen uitgebreide aandacht, zowel voorafgaand aan als tijdens het evenement.

NH Media maakte meerdere portretten van sporters, waarmee persoonlijke verhalen en de maatschappelijke betekenis van Special Olympics en de Nationale Spelen op een toegankelijke manier werden verteld. Daarnaast werd de openingsceremonie live uitgezonden. Deze livestream is **bijna 20.000 keer bekeken**, waardoor ook mensen die niet fysiek aanwezig konden zijn de feestelijke opening konden meeleven. Na afloop zond NH Media een uitgebreide compilatie uit met de hoogtepunten van de Nationale Spelen 2026 in de regio.

De samenwerking onderstreept de **kracht van een regionale omroep**. Door de sterke regionale verankering, de aandacht voor menselijke verhalen en de mogelijkheid om evenementen live uit te zenden, wist NH Media een breed publiek te bereiken en de maatschappelijke boodschap van inclusie en gelijke kansen voor mensen met een verstandelijke beperking op een aansprekende manier over te brengen. Daarmee leverde de omroep een belangrijke bijdrage aan de zichtbaarheid en impact van de Special Olympics Nationale Spelen.

Bekijk de afleveringen van **'Klaar voor de Spelen'** hier terug.

15K weergaven Gestreamd: 2 weken geleden #specialolympics #nhnieuws #sport

Kijk de openingsceremonie van de Special Olympics terug!

...meer

15.231 weergaven • Live gestreamd op 12 jun 2026 • #specialolympics #nhnieuws #sport

4K weergaven 2 weken geleden

Abonneer je hier:  / nhnieuwsnl

Volg ons: ...meer

4.006 weergaven • 13 jun 2026

Klaar voor de Spelen

Herbeleef **de openingsceremonie**.

PARTNER- EN SPONSORZICHTBAARHEID

FONDS GEHANDICAPTENSPOORT



Gezamenlijke campagne vergrootte het podium voor een sporter, inclusief een interview bij Uniek Sporten Radio.

COCA-COLA



Coca-Cola Europacific Partners droeg bij aan optimale hydratatie met 15.000 flesjes water voor sporters en coaches.

MINISTERIE VAN VWS



Een betekenisvolle samenwerking waarin aanwezigheid, campagne en persoonlijke verhalen samen de impact vergrootten.

TOYOTA



Impactvolle activatie tijdens de opening, gecombineerd met een gezamenlijke campagne die de betrokkenheid van Toyota zichtbaar maakte.

UPS



Logistieke ondersteuning van UPS zorgde voor tijdige verzending van accreditatiepassen en levering van materialen op sportlocaties.

ESPN



ESPN bracht sporters in beeld en bereikte vele kijkers met inspirerende reportages en uitzendingen vol bijzondere momenten.

UNIVÉ



Univé bracht sporters in beeld via Special Reporters en ambassadeur Dafne Schippers verzorgde samen met sporters de openingshandeling.

OCEAN OUTDOOR NEDERLAND



Ocean Outdoor bracht de Nationale Spelen onder de aandacht van duizenden voorbijgangers via zichtbare snelwegreclame in de regio.

PARTNER- EN SPONSORZICHTBAARHEID



specialolympicsnl en toyotanederland



De Special Olympics Nationale Spelen zijn begonnen

144 1 15

ellebel71 en anderen vinden dit leuk
toyotanederland LAAT DE SPELEN BEGINNEN

Toyota wenst Davy, Amy en alle andere sporters veel succes.
12 juni



ALLEEN KOM JE VER. SAMEN KOM JE VERDER.

Bij de Special Olympics draait het om veel meer dan sport alleen. Het gaat om mededelingen en successen vieren. Maar niemand doet dat alleen. Toyota is trouw partner van de Special Olympics en gelooft in de kracht van samen. C keer een ballonvaart voor twee personen weg, voor een sporter en zijn of haar support.



WIN EEN BALLONVAART VOOR TWEE

MAAK KANS OM ONVERGETEL BALLONVAART. Waarom zijn jullie zo ontzettend blij? Vertel waarom jullie team zo bijzonder is. Verstuur je verhaal en maak kans op een ballonvaart samen.

ZO DOE JE MEE: Scan de QR-code of ga naar toyota.nl/luchtballoon. Vertel waarom jullie team zo bijzonder is. Verstuur je verhaal en maak kans op een ballonvaart samen.



Postcode Loterij 27 m.



Postcode Loterij

De Special Olympics Nationale Spelen Haarlem 2026 zijn in volle gang!

Nu een spectaculaire openingsceremonie gisteren, is het vandaag dag 2 van het grootste multi-sportevenement van Nederland voor sporters met een verstandelijke beperking en de energie is volbarst in de hele regio. Dit weekend komen in Haarlem, Zandvoort en Haarlemmermeer ruim 3.000 sporters en begeleiders samen. Op het programma staan 24 sporten en drie demonstraties: atletiek tot zeilen en van judo tot surfen.

Voor de sporters is dit het weekend waar zij maanden naartoe hebben gewerkt. Ze krijgen een podium waarop hun inzet en prestaties centraal staan. Dankzij de indeling in divisies strijden zij tegen sporters van vergelijkbaar niveau, waardoor iedereen op een eerlijke en betekenisvolle manier kan meedoen.

Nike Boor, directeur van Fonds Gehandicaptensport, vervoordt het belang van deze Spelen treffend:

"De bijdrage van de Postcode Loterij maakt het mogelijk om evenementen van Special Olympics Nederland, zoals de Special Olympics Nationale Spelen Haarlem 2026 extra kracht bij te zetten. Just op 'm' podium zien we wat er gebeurt als sporters de ruimte krijgen om te schitteren. Ze worden gezien en nemen dat zelfvertrouwen mee in hun dagelijks leven."

De impact van de Special Olympics reikt verder dan die ene weekend. Evenementen als deze laten niet alleen sporters stralen, maar dragen ook bij aan structureel sportaanbod in de buurt. Want een vaste sportplek betekent dat je blijft trainen en onderdeel bent van een team.

"Na de prachtige opening gisteravond is het geweldig om op alle locaties zoveel sportiviteit en plezier te zien. Mede dankzij de deelnemers van de Postcode Loterij kunnen we deze bijzondere Nationale Spelen mogelijk maken. Heel veel succes aan alle unieke sporters en vooral: geniet van deze onvergetelijke ervaring! Een Tuit Teamleider Partnerships."

Als maatschappelijk partner van Special Olympics Nederland ondersteunt Fonds Gehandicaptensport, mede dankzij de deelnemers van de Postcode Loterij, bijzondere evenementen zoals deze Nationale Spelen. Zo krijgen meer sporters met een beperking de kans om te sporten, zich te ontwikkelen en zichtbaar te zijn.

Wil je de sporters live aanmoedigen? Bekijk het wedstrijdschema en kom lang bij een van de locaties in de regio: <https://nls2026.nl/w>

Foto: Rachelle Fotografie

#SpecialOlympics #DeelnemersKansSporten #SamenSterk #GoedeDoelen #MaatschappelijkImpact #DeelnemersBedankt



Voor veel sporters is dit het weekend waar ze maanden naartoe hebben gewerkt. Van atletiek en judo tot surfen en zeilen: 24 sporten komen samen tijdens de Spelen.

Coca-Cola Europacific Partners

De Special Olympics Nationale Spelen 2026 door de ogen van de ambassadeurs

Van het binnenbrengen van de Flame of Hope tijdens de openingsceremonie in de Libaan tot het bezoeken van sportlocaties en zelf aan de bak op het circuit van Zandvoort: tijdens de Special Olympics Nationale Spelen 2026 spelen de ambassadeurs een bijzondere rol.

Ze zijn het hele weekend zichtbaar aanwezig op verschillende onderdelen van het evenement en denken vooral mee over belangrijke zaken zoals de medailles en de feestavond. Ze zien echt een bepaalde trots ontstaan als ze merken dat hun missie erin slaagt. Die betrokkenheid gaat verder dan alleen mededelingen of aanwezig zijn. Neem Abel, die normaal gesproken verlegen is en weinig zegt, maar tijdens de openingsceremonie ineens alleen het podium opstapt en met een grote lach dankt voor duizenden toeschouwers.

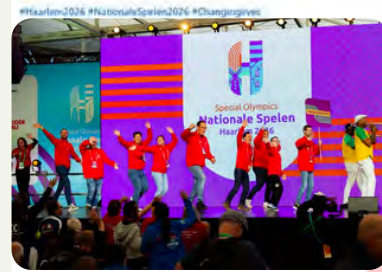
De ambassadeurs staan hier niet zomaar. Een deel van hen heeft al ervaring als Athlete Leader bij Special Olympics Nederland, anderen volgen een speciale training om deze rol te kunnen vervullen. Binnen de Athlete Leadership Academy, ondersteund door Coca-Cola in Nederland, leren sporters bijvoorbeeld presenteren, samenwerken en voor groepen spreken. Voor sommigen is dat een belangrijke stap richting meer zelfvertrouwen en het laten zien van wie ze zijn.

Als partner van Special Olympics Nederland zijn wij bij Coca-Cola Europacific Partners blij dat we kunnen bijdragen aan dit initiatief. Dat sporters de ruimte geeft om zich te ontwikkelen en zichtbaar te zijn.

Zo ook Imke. "Wat ik als ambassadeur doe, is vergelijkbaar met wat ik doe als Athlete Leader, dat daar heb ik erg veel van geleerd. Ik heb ook mezelf best wel leren kennen, hoe ik over mezelf nadenk, en ik heb nu veel meer zelfvertrouwen om gewoon dingen te doen!"

Lees het hele verhaal op de website van Special Olympics Nederland: <https://link.nl/gajCmndr>

Foto's: Tom Doms



#Haarlem2026 #NationaleSpelen2026 #Changegivers

uniekisporten

De Special Olympics Nationale gaan bijna van start.

Van 12 tot en met 14 juni komen 3000 sporters en begeleiders in Haarlem, Zandvoort en Haarlemmermeer.

Voor veel sporters is dit het weekend waar ze maanden naartoe hebben gewerkt. De wedstrijden hebben een heerlijke sfeer en jij kunt er geweldig zijn.

Alle sporten zijn gratis toegankelijk. Kom kijken en moedig de sporters aan!

Lees meer via de link in bio.

#NieuwsoverNieuwsover2026

16 uur geleden

Een opmerking toevoegen...



Fonds Gehandicaptensport

17 u.

Nog 1 maand... Meer weergeven



SAMEN JUICHEN NAAR DE FINISH IN HAARLEM 2026



fonds gehandicaptensport



Special Olympics Nationale Spelen Haarlem 2026

7 1 1



CONCLUSIE EN VOORUITBLIK

De communicatie rondom de Special Olympics Nationale Spelen heeft in belangrijke mate bijgedragen aan de doelstellingen van het evenement. Via een combinatie van media, social media, website en samenwerkingen met mediapartners zijn honderdduizenden mensen bereikt en is de maatschappelijke missie van Special Olympics Nederland breed onder de aandacht gebracht. De persoonlijke verhalen van sporters stonden daarbij centraal en hebben bijgedragen aan een **positieve beeldvorming** van mensen met een verstandelijke beperking.

Hoewel het totale potentiële mediabereik lager uitviel dan bij de vorige editie, nam de **kwalitatieve media-aandacht** toe. Met name de sterke groei van het aantal televisie-items en de intensieve samenwerking met regionale mediapartners, zoals NH Media, zorgden voor meer **verdieping, zichtbaarheid en impact**. Ook op social media werden uitstekende resultaten behaald, met een forse groei in bereik, betrokkenheid en volgers. Dit bevestigt dat authentieke storytelling en content waarin sporters centraal staan, het beste aansluiten bij het publiek.

De resultaten bieden tegelijkertijd waardevolle inzichten voor toekomstige edities. Er liggen kansen om de samenwerking met regionale media verder uit te bouwen, **sportbonden en partners** nog actiever te betrekken bij de verspreiding van content en succesvolle campagnes, zoals 'De Droom voor Haarlem', verder door te ontwikkelen. Daarnaast kan nog sterker worden gestuurd op platform specifieke content om effectief verschillende doelgroepen te bereiken en te betrekken. Ook is het belangrijk om content te creëren die ook na afloop van de Nationale Spelen relevant blijft, zodat de maatschappelijke boodschap van inclusie gedurende het hele jaar zichtbaar blijft.

De Special Olympics Nationale Spelen hebben opnieuw laten zien dat communicatie veel meer is dan het promoten van een evenement. Door sporters een podium te geven en hun verhalen te vertellen, draagt communicatie bij aan meer begrip, waardering en acceptatie van mensen met een verstandelijke beperking. Daarmee levert zij een wezenlijke bijdrage aan de missie van Special Olympics Nederland: **een samenleving waarin iedereen de kans krijgt om mee te doen!**