



#BELIEVE &ACHIEVE

DE STRATEGIE VOOR MEISJES- EN VROUWENVOETBAL IN BELGIË / 2024-2028



INHOUD

BELIEVE	05
ACHIEVE	07
2019 - 2024 IN CIJFERS	08
GROEIEN AAN DE BASIS	13
CLUBS STERKER MAKEN VOOR EEN MEESLEPENDE COMPETITIE	17
GROEIEN AAN DE TOP	23
SAMEN BLIJVEN EVOLUEREN	27
DUBBEL ZOVEEL FANS AANTREKKEN	31
ONZE VISIBILITEIT VERHOGEN EN ZO MEER COMMERCIEËLE PARTNERS AANTREKKEN	35



Zowel voor de Koninklijke Belgische Voetbalbond, de Pro League, Voetbal Vlaanderen als ACFF is vrouwenvoetbal een absolute topprioriteit. Wij geloven dat de ontwikkeling en de promotie ervan essentiële pilaren zijn voor de groei en het succes van het voetbal. Wij geloven in de bijdrage van alle voetballende meisjes en vrouwen in dit land, van het eerste contact met grassroots, over de competitie, tot de Red Flames. Wij geloven in de kracht van gelijkheid en inclusie. Het vrouwenvoetbal biedt kansen voor iedereen. Het is onze plicht om nog meer te investeren in de ontwikkeling van onze speelsters, coaches en clubs, om onze sport te doen groeien. Wij geloven in de kracht van samenwerking, met clubs, gemeenschappen, sponsors, media en supporters. Laten we samen een versnelling hoger schakelen. Laten we samen geloven in de toekomst van het vrouwenvoetbal in België, en een nalatenschap opbouwen die generaties lang zal voortleven.

Piet Vandendriessche
CEO RBFA

Lorin Parys
CEO PRO LEAGUE

Philippe Rosier
CEO VOETBAL VLAANDEREN

Daniel Boccar
CEO ACFF



Vijf jaar geleden tekenden we ons eerste strategisch plan 'The World At Our Feet' voor het vrouwenvoetbal uit. Sinds 2019 hebben we samen enorme stappen vooruit gezet. Onze jeugdopleiding bloeit, onze fanbase groeit en onze nationale teams hebben glansrijk gescoord, tot in de kwartfinale van een Europees Kampioenschap. Maar we rusten niet op onze lauweren. We blijven geloven in de onbegrensde mogelijkheden van het vrouwenvoetbal. Want we zijn vastbesloten om onze ambities waar te maken. Deze nieuwe, overkoepelende strategie is onze leidraad om de ontwikkeling van het vrouwenvoetbal in België naar het volgende niveau te tillen. De doelstellingen zijn gedurfd. Dat mag, dat moet. Want we geloven in de kracht van onze speelsters, in de passie van onze supporters en in de visie op een toekomst waarin het Belgische vrouwenvoetbal wereldwijd wordt bewonderd.

Katrien Jans

HEAD OF WOMEN'S FOOTBALL RBFA

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Katrien Jans', positioned below the printed name and title.

CIJFERS 2019-2024

AANTAL
MEISJES/VROUWEN
AAN HET VOETBAL

2019
38.568

MEISJES/VROUWEN
AAN HET VOETBAL



2024
53.111

MEISJES/VROUWEN
AAN HET VOETBAL



AANTAL
MEISJES/VROUWENTEAMS



2019	2024
320 MEISJESTEAMS	371 MEISJESTEAMS
502 VROUWENTEAMS	639 VROUWENTEAMS

AANTAL
VROUWELIJKE COACHES

31%

2019	917
2024	1.197

GEMIDDELD AANTAL
SUPPORTERS RED FLAMES



2019 GEMIDDELD	2024 GEMIDDELD
3.300	4.600

9.027

RECORD AANTAL
SUPPORTERS OOIÏ IN BELGIË



BEKERFINALE 2023
GENK – STANDARD LIËGE

1 LOTTO SUPER LEAGUE
WEDSTRIJD PER WEEKEND
LIVE OP TV



HIGHLIGHTS



BELGIAN RED FLAMES:
1E KWARTFINALE EK 2022



EK WU19 2023:
1STE KEER ORGANISATIE EK VOOR MEISJES



WK 2027:
1STE KEER WK-BIDBOOK INGELEVERD
SAMEN MET NEDERLAND EN DUITSLAND



**“WE STREVEN ERNAAR
DAT AL ONZE VOETBALCLUBS
EEN VROUWVRIENDELIJKE OMGEVING
CREËREN WAARDOOR IEDER MEISJE/VROUW
DEZELFDE KANSEN KRIJGT OM DEZE
FANTASTISCHE SPORT OP EEN VEILIGE
EN LEUKE MANIER TE BELEVEN.”**



GROEIEN AAN DE BASIS

De populariteit van het vrouwenvoetbal neemt verder toe. Dat is uitstekend, maar ook onze ambitie blijft toenemen. Want wij willen dat voetbal als sport ook bij meisjes en vrouwen op de eerste plaats komt, zowel voor ontspanning als voor competitie. Daarom zullen we ervoor zorgen dat in ons land om het even welk meisje dat interesse heeft in voetbal de kans krijgt om deze fantastische sport te ontdekken en op een veilige en leuke manier te beleven.

Om dat te realiseren, zullen we ons beleid nog actiever maken. Onze samenleving is divers en inclusief. Onze voetbalclubs horen hetzelfde te zijn. Daardoor zullen we ook meer voetballende meisjes aan het voetballen houden. Van 2024 tot 2028 willen we dan ook jaarlijks met 10% groeien.

ZO ZULLEN WE DEZE AMBITIE WAARMAKEN:

1. We zetten meer meisjes vroeger aan tot voetballen (vanaf U6 tot U10)

De KBVB en de vleugels Vloetbal Vlaanderen en ACFF bundelen de krachten om efficiënter te werken en de bestaande middelen beter te gebruiken. Zo gaan we via schoolprogramma's meisjes vanaf de 3de kleuterklas warm maken voor onze sport en zullen we zorgen voor meer en betere connecties tussen scholen en clubs. Uiteindelijk moet elk meisje dat de voetbalmicrobe te pakken heeft, alle kansen krijgen om zich verder te ontwikkelen en door te groeien. Daarom voorzien de vleugels een gepast aanbod waardoor het voetballend meisje de keuze heeft om in een gemengde of girls only competitie te spelen.

2. We streven naar een vrouwvriendelijke voetbalcultuur in elke club

In elke provincie plaatsen we vanuit de federaties een clubondersteuner die voetbalclubs begeleidt om actiever aan vrouwenvoetbal te werken. Elke club stelt een ambassadeur aan die ervoor zorgt dat

de meisjes in de club alle kansen krijgen. We creëren een programma dat clubs helpt een vrouwvriendelijke cultuur te ontwikkelen. Via de Grassroots awards willen we de clubs die een actief beleid voeren in de kijker zetten en belonen.

3. We trekken meer vrouwen met een multiculturele achtergrond aan in onze sport

Omdat voetbal een sport is voor iedereen, werken we met City at our feet in verschillende steden inclusieve programma's uit om meisjes ongeacht hun achtergrond het plezier van voetballen te laten ontdekken en beleven. Hiervoor willen we samenwerkingen opzetten met de buurtorganisaties en onze Belgian Red Courts.

4. We zorgen ervoor dat meer meisjes en vrouwen levenslang actief blijven in het voetbal

Meisje of jongen, eens je de voetbalmicrobe te pakken hebt, ben je voetballer! Om dat zo te houden, ontwikkelen we

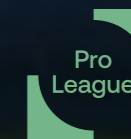
programma's en opleidingstrajecten die maken dat meisjes zich meer betrokken voelen bij hun club en dat hun stem gehoord wordt. Met de federaties richten we een jeugdraad op waarin meisjes evenwaardig aan bod komen en stimuleren we clubs om hetzelfde te doen. Ook als ze niet verder voetballen, motiveren en begeleiden we ze om een rol te spelen als coach, scheidsrechter of als actief clublid. Wie verknocht is aan het voetbal, moet dat kunnen blijven, levenslang!

5. Voetbal op maat van elke vrouw

Niet voor elke voetballende vrouw hoeft de boog altijd gespannen te staan. Daarom bieden we voor vrouwen die uit de competitie stappen, maar niet uit het voetbal, een divers sportief aanbod dat inspeelt op hun veranderende levenswandel. Met nieuwe wedstrijdformats kunnen ze blijven voetballen zoals ze dat zelf graag willen.



**“DOOR ONZE SPEELSTERS VOOROP TE PLAATSEN,
WILLEN WE DE LOTTO SUPER LEAGUE NAAR EEN PLEK
IN DE TOP 15 VAN EUROPA LOODSEN.”**



CLUBS STERKER MAKEN VOOR EEN MEESLEPENDE COMPETITIE

Meer voetballende meisjes, dat betekent meer meisjes die dromen van een professionele carrière. De Lotto Super League wil haar talentrijke speelsters op een voetstuk plaatsen en ze alle kansen geven om hun grote droom waar te maken. Daarom schreef de Pro League het voorbije jaar aan een meerjarenplan dat in de eerste plaats focust op het versterken van onze clubs.

We vertrekken vanuit de realiteit van vandaag. Budgetten en visibiliteit zijn nog beperkt. Met een stapsgewijze aanpak willen we de competitie verder professionaliseren, meer zichtbaarheid genereren, extra partners aantrekken en meer fans verbinden aan de competitie. Elk van die stappen is nodig om gradueel meer te investeren in de omkadering van onze vrouwenploegen en onze competitie zo naar de top 15 van Europa te stuwten.

ZO ZAL DE PRO LEAGUE DEZE AMBITIES WAARMAKEN:

1. We bouwen aan een uitdagend competitieformat

De Pro League focust niet op kwantiteit, maar op kwaliteit. Elke match is een uitdaging, wat het spelniveau van de Lotto Super League verhoogt en de clubs in staat stelt om aan te sluiten bij de Europese subtop. Het is onze rotsvaste ambitie om toe te treden tot de top 15 van de UEFA-ranking. Om dat te realiseren, bouwen we aan een competitie met maximaal 10 clubs. Meer kwaliteit betekent immers meer topmatchen, en zo bieden we niet alleen partners maar ook fans een sterker en aantrekkelijker product aan.

2. We geven onze speelsters de kwaliteitsvolle omkadering die ze verdienen

Via versterkte licentievoorwaarden bouwen we trapsgewijs aan een (semi-)professionele competitie.

Clubs die in de Lotto Super League willen aantreden, moeten:

- 11 in plaats van 5 speelsters onder contract hebben;
- elke week minstens 5 keer trainen;
- beschikken over een goed opgeleide staf voor het eerste elftal en een kwalitatieve jeugdopleiding;
- een organogram opstellen, met een CEO, een sportief directeur, een administratieve medewerker, een fysio, mediaverantwoordelijke, schoolbegeleider en jeugdverantwoordelijke;
- een businessplan voor de komende vijf jaar neerleggen;
- voldoen aan een reeks financiële voorwaarden

Clubmedewerkers volgen daarnaast opleidingen, aangeboden via de Pro League, zodat het niveau van de omkadering stijgt. Om dat verder te versterken, installeert de

Pro League een datacultuur bij haar clubs. Speelsters worden medisch uitgebreid getest, we voorzien sportieve tracking en plaatsen tactische camera's in de stadions. Op die manier kunnen clubs hun talenten beter opvolgen, opleiden, voorbereiden en coachen.

3. We geven Belgisch talent alle kansen

De Pro League ondersteunt de grassroots-initiatieven maximaal. Samen willen we elk jaar 5.000 extra meisjes en vrouwen warm maken voor het voetbal. Meer voetballende meisjes betekent meer talent. Met de oprichting van een kwaliteitsvolle Elite-jeugdopleiding garandeert de Pro League de doorstroming van deze talentvolle meisjes naar de Lotto Super League. We werken daarnaast kwalitatieve jeugdcompetities uit en vormen de B-ploegen om tot beloftenteams.



4. We verbeteren het voetbal via kwalitatieve infrastructuur

Goede jeugdopleiding, hoogwaardige trainingen, juiste fanbeleving en kwalitatieve matches beginnen bij een professionele infrastructuur. Vanaf volgend seizoen stellen we jaarlijks strengere eisen via de licenties.

5. We zoeken structurele partners voor het vrouwenvoetbal

Met de Nationale Loterij bouwt de Pro League verder aan de professionalisering

van het vrouwenvoetbal. We proberen een maatschappelijk draagvlak voor het vrouwenvoetbal te creëren en gemeenschappelijke waarden van respect en inclusie uit te dragen. Om het voetbal te doen groeien, hebben we extra investeerders nodig. De Pro League onderzoekt meerdere commerciële pistes.

6. We verankeren de Lotto Super League in het dagelijks bestuur

De vrouwenafdeling moet binnen elke club vertegenwoordigd zijn in het dagelijks bestuur. Binnen de Pro League laten zij hun

stem gelden in de commissie Women, een orgaan dat fungeert als denktank voor het vrouwenvoetbal en adviezen overmaakt aan het management van de Pro League.



**“HET IS ONZE AMBITIE OM BIJ DE TOP 8 IN EUROPA EN BIJ
DE TOP-12 IN DE WERELD TE SPELEN.
DAAROM BIEDEN WIJ ELKE TALENTVOLLE SPEELSTER DE
BESTE OMKADERING OM OPTIMAAL TE PRESTEREN.”**



GROEIEN AAN DE TOP

Wij zijn ambitieus en mikken met onze Red Flames op de top 8 in Europa en de top 12 in de wereld. Om dat te bereiken, is deelnemen aan EK's en WK's een absolute must. Bij onze jeugdteams zorgen we ervoor dat geen enkel talent onbenut blijft.

Om dat te realiseren, zullen we voor elk jong en talentvol meisje een high performance plan en omgeving creëren, onder begeleiding van coaches van het hoogste niveau. Ook in de jeugdteams draagt het deelnemen aan internationale eindtoernooien bij aan de ontwikkeling van de speelsters. Zij zijn tenslotte onze Red Flames van de toekomst!

ZO ZULLEN WE DEZE AMBITIE WAARMAKEN:

1. We vormen een A-ploeg met full profs en speelsters die voldoen aan de internationale standaarden

Het internationaal voetbal ontwikkelt zich zeer snel. Om onze ambities waar te maken, willen we een high potential programma uitwerken waarin we alle speelsters individueel opvolgen en ervoor zorgt dat ze de nodige trainingsuren, verzorging en begeleiding krijgen die nodig zijn om aan de internationale standaarden te voldoen. De combinatie tussen de juiste omkadering, een omgeving waarin de speelsters zich enkel op voetbal kunnen focussen, en de winning culture van de Red Flames kan tot mooie resultaten leiden.

2. We werken nu aan ons succes van de toekomst

Via een gericht opleidingsplan bereiden we WU15 tot WU19 speelsters voor op de

Red Flames en het internationale voetbal. Voor talentvolle speelsters van 10 tot 14 jaar werken we een bijkomend programma uit waarin we extra trainingen aanbieden. Bij elke speelster tekenen we een individueel plan uit, gebaseerd op haar unieke kwaliteit. Ook voor onze vrouwelijke keepers werken we een programma uit. Daarnaast willen we in beide landsdelen streven we naar een optimale samenwerking tussen de topsportscholen en de clubs.

3. We gaan nog gericht op zoek naar talent

De KBVB engageert zich om de komende vier jaar in te zetten op de optimalisatie en de objectivering van het talentidentificatieproces, via een samenwerking tussen academici, experts, coaches en clubs binnen de Leerstoel getiteld: 'The talent passport: optimizing talent identification

and development in Belgian youth football'. Dit moet clubs, vleugels en federatie in staat stellen om gericht talent te identificeren en de beschikbare middelen in de talentontwikkeling efficiënter in te zetten.

4. We creëren een high performance omgeving

Hoe professioneler en gedrevenner we onze talenten omringen, hoe beter ze zullen presteren. Daarom zorgen we ervoor dat elk nationaal team kan rekenen op een voltijdse coach. Elk van deze coaches kan genieten van een intern opleidingsprogramma. Jonge coaches krijgen extra opvolging van een ervaren coach die als mentor fungeert. Uiteraard waken we over een goede balans tussen vrouwen en mannen in onze staf.



**“ONZE SPEELSTERS STAAN CENTRAAL.
ALS FEDERATIE WILLEN WE HEN DAAROM
DE BESTE ONDERSTEUNING BIEDEN
IN HUN ONTWIKKELING.”**



SAMEN BLIJVEN EVOLUEREN

In onze federatie staan de speelsters centraal. Om hen de beste omkadering en ondersteuning te bieden, willen we als federatie blijven evolueren, innoveren en onszelf ontwikkelen.

Om dat te realiseren, zullen we nog meer inzetten op onderzoek, op onze connecties met andere federaties, ook buiten de voetbalsport, en willen we onze speelsters de beste begeleiding en kansen geven zowel op als naast het veld. Zo krijgen we nieuwe inzichten en kunnen we nog beter beantwoorden aan de noden van al onze speelsters.

ZO ZULLEN WE DEZE AMBITIE WAARMAKEN:

1. We zetten onze speelsters altijd centraal

Om onze speelsters in elke leeftijdsfase de beste omkadering te bieden, focussen we op 3 sleutelgebieden:

- Via infosessies en met de hulp van mentale coaches creëren en behouden we een veilige omgeving die het mentaal welzijn van onze speelsters verzekert.
- We zetten verder in op research om onze speelsters nog beter te kunnen begeleiden en op hun noden in te spelen (blessures, menstruele cyclus ...)

- In samenwerking met universiteiten, hogescholen, UEFA en FIFA creëren we opleidingsprogramma's om speelsters tijdens hun loopbaan bij te scholen, bijvoorbeeld als coach, of om ze aan het einde van hun carrière voor te bereiden op hun professionele leven na het voetbal.

2. We breiden onze community uit

We ontwikkelen een netwerkprogramma om te connecteren, te leren en te delen met sportfederaties, partners en stakeholders. Zo willen we het vrouwenvoetbal en bij uitbreiding de vrouwensport laten groeien. Daarnaast willen we ook een programma uitbouwen om onze ex-speelsters,

huidige en toekomstige speelsters met elkaar in contact te brengen.

3. We connecteren over de grenzen heen

Met de BNG Legacy, ons verbond met Nederland en Duitsland om samen kandidaat te zijn als organisatoren van het WK Vrouwenvoetbal in 2027, willen we het vrouwenvoetbal wereldwijd beter helpen maken. Deze samenwerking zal blijven, ongeacht het resultaat. Daarnaast willen we onze contacten met UEFA en FIFA optimaliseren om alle mogelijke opportuniteiten waar te nemen. Op dezelfde manier breiden we onze contacten met andere federaties verder uit.



**“WE MIKKEN OP EEN VERDUBBELING
VAN HET AANTAL FANS OP ALLE THUISWEDSTRIJDEN
VAN DE RED FLAMES EN ALLE MATCHEN
IN DE LOTTO SUPER LEAGUE.”**

DUBBEL ZOVEEL FANS AANTREKKEN

De Koninklijke Belgische Voetbalbond en de Pro League willen de fanbasis van het vrouwenvoetbal verbreden.

Om dat waar te maken, mikken we op een verdubbeling van het aantal Red Flames-fans op thuiswedstrijden (van 5.000 naar 10.000) en willen we 5 keer meer fans laten meereizen naar buitenlandse wedstrijden (van 100 naar 500). Ook in de Lotto Super League ambiëren we elk jaar een verdubbeling, door de awareness te vergroten, de drempels te verlagen en de fanbeleving te verbeteren.

ZO ZULLEN WE DEZE AMBITIE WAARMAKEN:

VOOR DE NATIONALE TEAMS

1. We tillen bij elke wedstrijd de fanbeleving naar een hoger niveau

Eerst zullen we de fanbeleving bij thuiswedstrijden intenser maken met activiteiten voor jong en oud, waarbij we onze partners betrekken. Zo wordt een Red Flames-wedstrijd een onvergetelijk avondje uit. Via een enquête over hun wedstrijdervaring houden we bij onze fans de vinger aan de pols. Op basis van de resultaten zetten we doelgerichte acties op touw om de fanbeleving te verbeteren en zetten we initiatieven op om nieuwe fans aan te trekken.

2. We vergroten de bekendheid van de Red Flames bij 1895-leden

De komende jaren zorgen we voor meer specifieke content en exclusieve events, zoals fanbijeenkomsten met de mogelijkheid om speelsters te ontmoeten, open trainingen, signeersessies, een Flames quiz en fandagen. Zo willen we de bekendheid van de Red Flames onder de bestaande leden van onze officiële 1895-fanclub vergroten. Verder willen we ook meer Red Flames-supporters 1895-lid zien worden.

3. We maken onze service nog uitgebreider en persoonlijker

Met een op maat gemaakt ticketingsysteem zullen we verschillende nieuwe doelgroepen aanspreken: jeugdclubs, studenten, gezinnen, lokale inwoners. Zo verhogen we het aantal toeschouwers. Door Flamesgames te promoten, trekken we gezinnen en andere nieuwe fans naar het stadion. Verder verhogen we onze dienstverlening om elke toeschouwer een optimale fanbeleving te verzekeren.

VOOR DE PRO LEAGUE

1. We stimuleren clubs om een fancultuur te installeren

Vanaf het seizoen 2025-2026 verdubbelen we elk jaar de bezettingsgraad door beter samen te werken met onze clubs. Via de nieuwe mediarechtendeal stimuleren we de clubs ook om met gerichte acties meer en nieuwe fans aan te trekken. Wie daarin slaagt, krijgt een mooie financiële verloning.

2. We verlagen drempels om naar matches te komen

Door de speelkalenders zoveel mogelijk op

elkaar af te stemmen, blijven de mannen- en de vrouwenmatches alvast uit elkaars vaarwater. Zo komt er ook exclusieve tijd vrij om naar de Lotto Super League te gaan kijken. Dat kan nuttig zijn, want onderzoek toont aan dat maar liefst 47 procent van de voetbalfans inxteresse toont in de Lotto Super League.

3. We lokken nieuwe supporters

Er is een groot potentieel aan fans die geïnteresseerd zijn in onze sport, maar niet per se uit zijn op een wedstrijd mannenvoetbal. Met behulp van marktonderzoek stellen we nieuwe doelgroepen samen, definiëren we het merk Lotto Super League en stellen we daar onze communicatie en marketinginitiatieven op af om nieuwe fans naar de stadions te lokken.

4. We verbeteren de fanbeleving samen met onze clubs

Nieuwe fans lokken is één zaak, maar we willen ook graag dat ze blijven komen naar de Lotto Super League. Daarom gebruiken we de licentievoorwaarden (infrastructuur) en het mediacontract (financiële hulp) als hefboomen om de fanbeleving te verbeteren.



**“WE MAKEN VAN DE RED FLAMES
EN DE LOTTO SUPER LEAGUE
NOG STERKERE MERKEN,
WAARBIJ WE VASTHOUDEN
AAN DE UNIEKE WAARDEN
VAN HET VROUWENVOETBAL.”**



ONZE VISIBILITEIT VERHOGEN EN ZO MEER COMMERCIEËLE PARTNERS AANTREKKEN

De Belgische voetbalfamilie ziet enorm veel onbenut potentieel in het vrouwenvoetbal. Onze speelsters uit de Lotto Super League en de Belgian Red Flames verdienen het om nog meer in de spotlights te staan. Het vrouwenvoetbal mag en moet gezien worden. Het is de gezamenlijke ambitie van de Koninklijke Belgische Voetbalbond, de Pro League en de regionale federaties Voetbal Vlaanderen en ACFF om deze visibiliteit te verhogen. Dat doen we ook om meer sponsors aan te trekken.

Om dat te realiseren, zullen we zowel van de Red Flames als van de Lotto Super League nog sterkere merken maken, waarbij we vasthouden aan de unieke waarden van het vrouwenvoetbal.

ZO ZULLEN WE DEZE AMBITIE WAARMAKEN:

VOOR DE NATIONALE TEAMS

1. We voeren campagnes met de Red Flames om het merk te versterken

Om een zo groot mogelijk publiek te bereiken, pakken we uit met grote communicatiecampagnes, verspreid over diverse media en met een specifieke persaanpak. We zetten in op content marketing om de Flames nog meer te positioneren, zowel in de RBFA-app als op de RBFA-website. We werken onze eigen sociale mediakanalen verder uit en verdubbelen het aantal volgers. Ook het aantal abonnees op onze nieuwsbrieven willen we verdubbelen naar 100.000.

2. We begeleiden de Red Flames in hun ambassadeursrol

Om ze als goede rolmodellen te laten fungeren, zullen we ze ondersteuning en training

geven voor optimaal gebruik van sociale media. Verder willen we ze een grotere rol laten spelen in de media: op radio, tv en online. De Red Flames maken deel uit van onze communicatiestrategie. Daarom zullen we een overlegorgaan oprichten met de communicatiedienst van de KBVB en de speelsters.

3. We zetten externe ambassadeurs in om nieuwe doelgroepen aan te spreken

Via externe ambassadeurs en content creators zullen we onze Red Flames bij nieuwe doelgroepen in de spotlights zetten. We maken een extern ambassadeursplan op, met 8 ambassadeurs die het hele jaar door het vrouwenvoetbal via communicatie ondersteunen. We volgen dit jaarlijks op en sturen bij waar nodig, van grassroots tot nationale ploegen.

4. We zetten mediapartners in om een breder publiek te bereiken

We gaan samenwerken met onze broadcastpartners in beide landsdelen om ervoor te zorgen dat de Red Flames een structureel onderdeel van hun plannen vormen. Het is de bedoeling dat onze nationale teams meer voorkomen in de redactionele content van deze media.

5. We trekken nieuwe commerciële partners aan voor de Red Flames

We willen de commerciële waarde van de Red Flames doen toenemen. Dat kan door merchandising aan te bieden via de RBFA-webshop, via netwerkevents en hospitality-mogelijkheden.



VOOR DE LOTTO SUPER LEAGUE

1. We stemmen de communicatie af op een unieke doelgroep

Er liggen kansen in de kruisbestuiving met de mannenteams, maar we erkennen vooral dat de vrouwensport een eigen identiteit heeft. De Pro League zal die identiteit via onderzoek door een consultingbureau en universiteiten definiëren, om zo het merk Lotto Super League en haar bijhorende communicatie- en marketingstrategie verder uit te bouwen.

2. We plaatsen onze speelsters op een voetstuk

Om aan te sluiten op de ambities rond grassroots (pijler 1) maar ook om nieuw doelpubliek te vinden voor het voetbal, richt de Pro League zich in de dagelijkse communicatie en in grote campagnes vooral op gezinnen en jonge vrouwen. Daarom maakt ze jaarlijks een groeiend activatiebudget vrij om online haar speelsters als rolmodellen te presenteren. Zij zijn de idolen van de volgende generatie

voetballende meisjes. We lanceren de Lotto Super League op TikTok in 2024-2025 om onze online groei (+27% volgers dit seizoen) voort te zetten.

3. We verhogen de visibiliteit van de competitie

Via (digitale) campagnes, samenwerkingen met mediapartners en andere initiatieven willen we de visibiliteit voor de competitie verhogen. We verbeteren het uitzendproduct Lotto Super League en bieden wedstrijdbeelden makkelijk en vooral gratis aan. Het liefst doen we dit live, en zo niet altijd uitgesteld via samenvattingen op onze digitale kanalen of die van de clubs. We geven de Lotto Super League nadrukkelijk een plek in onze Pro League app, die met 230.000 gebruikers een mooi platform is voor de competitie.

4. We brengen onze competitie tot bij traditionele media

Er ligt nog veel groeimarge bij de traditionele sportmedia om de Lotto Super League de aandacht te geven die de competitie en

de speelsters verdienen. De Pro League zal hierin maximaal haar rol als facilitator en leverancier van verhalen opnemen, door bijvoorbeeld constant foto- en datamateriaal aan te leveren. Op belangrijke momenten in het seizoen organiseren we mediadagen met de speelsters. Daarnaast werken we samen met de openbare omroepen om clips van de Lotto Super League te delen op hun kanalen.

5. We zoeken partners die mee het groei-verhaal schrijven

Meer zichtbaarheid, meer fans en meer financiële inbreng dienen als hefboom om de sportieve prestaties te verbeteren. Eén groeipartner kan de bal aan het rollen brengen. Daarom richt de Pro League een Business Club op: de Lotto Super League BizBoard voor overwegend vrouwelijke bestuurders. Dit orgaan kan als extern klankbord dat kritisch en constructief mee nadenkt over de toekomstige uitbouw van het vrouwenvoetbal in synergie met het bedrijfsleven.



BELIEVE & ACHIEVE



DE STRATEGIE VOOR MEISJES- EN VROUWENVOETBAL IN BELGIË / 2024-2028

