Commissariaat
voor de Media

cvdm.nl

Monitor Representatie 2025



cvdm.nl

Inhoud



Voorwoord 3

1

Monitor Representatie: belangrijkste bevindingen 4
- Representatie van vrouwen 5
- Representatie van mensen met een (waarneembare) beperking 6
- Conclusie 6

2

Opzet: waarom en hoe doen we dit onderzoek? 7
- Waarom en hoe doen we dit onderzoek? 8
- Onderzoeksvragen en afbakening 9
- Methode 9
- Leeswijzer 9

3

Representatie van vrouwen 10
- Genre 12
- Programmafunctie 13
- Deskundigheid 14
- Thema 15
- Leeftijd 16
- Publieke en commerciële omroepen 17
- **Blik van buiten** 19

4

Representatie van mensen met een waarneembare beperking 20
- Type beperking 22
- Verwijzing naar de beperking 22
- Rol en functie 22
- Genre 23
- Publieke en commerciële omroepen 23
- **Blik van buiten** 24

5

Representatie online (pilotstudie) 25
- Waarom en hoe voerden we deze pilotstudie uit? 26
- Representatie van vrouwen online 27
- Representatie van mensen met een waarneembare beperking online 29

6

Bijlage 30
- Methode 31



Voorwoord

Wat we zien, horen en lezen in de media heeft invloed op onze meningsvorming. Wanneer we bijvoorbeeld alleen mannen op televisie zien die ons vertellen hoe de wereld in elkaar zit, en vrouwen ontbreken daarin, dan zijn we geneigd te denken dat alleen mannen ergens verstand van hebben. Wanneer we alleen vrouwen in beeld zien die vooral praten over opvoeding, mode en koken, zijn we ook geneigd te denken dat dat het enige is waar vrouwen verstand van hebben.

Hetzelfde geldt voor mensen met een zichtbare beperking. Door hen geen ruimte te bieden in beeld, op televisie, dreigen we hen in het echte leven ook over het hoofd te zien. Sterker nog, wanneer zij alleen in beeld verschijnen om te praten over hun beperking, zien we over het hoofd dat zij meer zijn dan hun beperking. We missen dan de compleetheid van hun menszijn.

Het Commissariaat voor de Media bevordert betrouwbaar en pluriform media-aanbod voor iedereen. Een evenwichtige weerspiegeling van de samenleving draagt bij aan een pluriform aanbod. Wie is in beeld, wie niet en op welke wijze komen zij in beeld? Met de Monitor Representatie houden wij bij hoe dit zich ontwikkelt. Dit doen we in opdracht van het ministerie van OCW.

De laatste Monitor was van twee jaar geleden. Het Commissariaat deed toen voor de derde keer onderzoek naar representatie van vrouwen in non-fictie televisieprogramma's en voor de eerste keer naar de representatie van mensen met een waarneembare beperking. Toen zagen we dat beide groepen sterk ondervertegenwoordigd zijn in de media, op televisie en online. Wat is er sindsdien veranderd?

Voor u ligt nu de vierde editie van de Monitor Representatie. De verschijning van dit rapport vormt ook het startschot voor een campagne op sociale media voor meer bewustwording over representatie onder mediamakers en het publiek. Want dat is nog steeds hard nodig. Een eerlijke en inclusieve representatie is essentieel voor een divers medialandschap dat bijdraagt aan herkenning en betrokkenheid voor iedereen. Wij roepen de hele sector, zowel publiek als commercieel, op om hier gezamenlijk invulling aan te geven.

Amma Asante
voorzitter



1

Monitor Representatie: belangrijkste bevindingen



Het Commissariaat voor de Media deed voor de vierde keer onderzoek naar representatie van vrouwen en mensen met een waarneembare beperking in non-fictie audiovisueel media-aanbod. We doen dit onderzoek omdat het belangrijk is dat de media een pluriforme en evenwichtige weergave geven van de samenleving. Diversiteit is een belangrijke dimensie van pluriformiteit, een mediawaarde die we al jaar en dag beschermen. Met name diversiteit van de brengers en duiders van het nieuws is essentieel voor een robuuste nieuwsvoorziening en democratische meningsvorming. Met dit rapport willen we het gesprek over representatie op gang brengen, discussie aanjagen onder mediamakers en mediabedrijven en daarmee verandering teweeg brengen.

Het onderzoek is uitgevoerd in samenwerking met de Universiteit van Amsterdam. In het onderzoek zijn 954 goed bekeken programma's[1] en 581 online video's geanalyseerd van zowel de publieke omroep (NPO), als televisieaanbieders RTL Nederland (DPG Media) en Talpa Network. De programma's zijn in 2025 uitgezonden of online geplaatst. We hebben in dit onderzoek een focus op goed bekeken programma's, omdat we willen weten wat de gemiddelde kijker ziet: "Hoeveel vrouwen en mensen met een beperking zijn in beeld, en in welke rol?"

Representatie van vrouwen

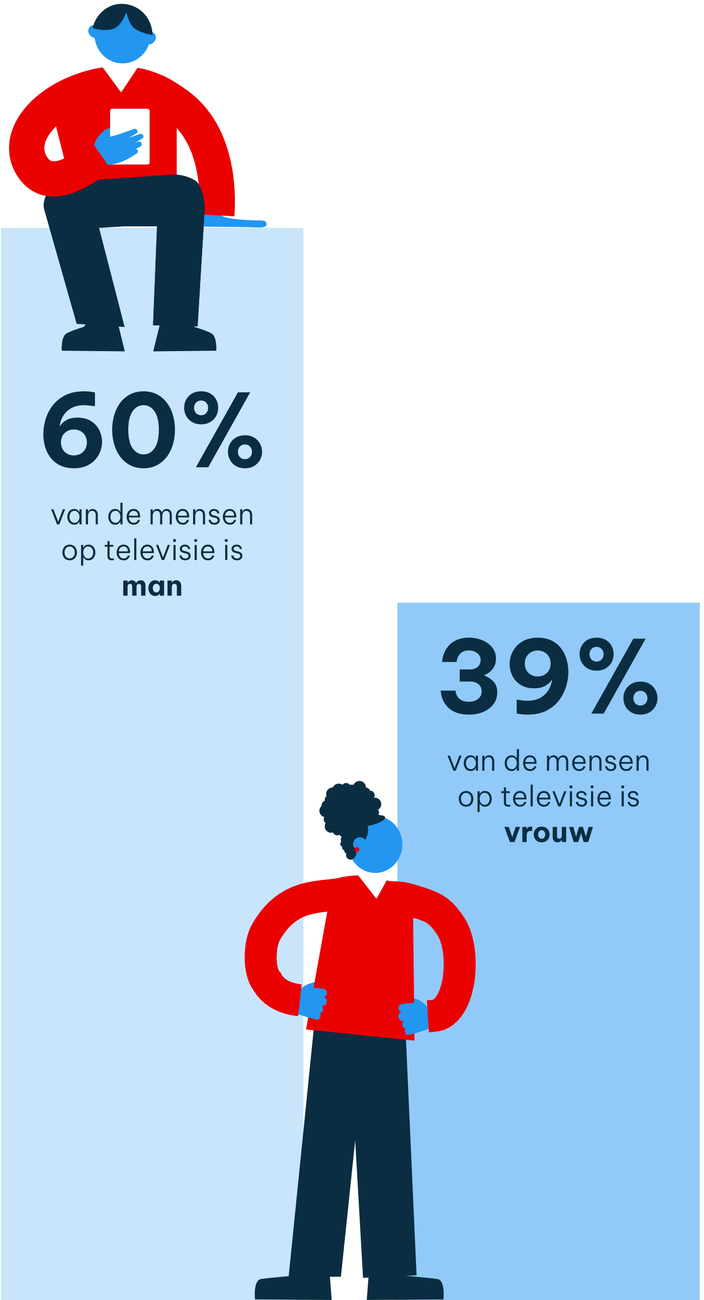
Na vier metingen over zes jaar moeten we helaas concluderen dat er in representatie van vrouwen weinig is veranderd, ondanks de inspanningen van televisieaanbieders op dit vlak.

Jaar op jaar zien we kleine veranderingen, maar over het algemeen blijft het beeld hetzelfde: vrouwen zijn op televisie ondervertegenwoordigd. 39% van de mensen op televisie is vrouw. Ruim 60% is man.[2] De representatie van vrouwen op televisie ontwikkelt dus niet over tijd. Het Commissariaat betreurt dat verandering is uitgebleven.

Met name in deskundige rollen en in nieuws- en actualiteiten-programma's is het aandeel vrouwen helaas laag. Een derde van de deskundigen is vrouw. Als vrouwen in nieuws- of actualiteitenprogramma's voorkomen is dat meestal als nieuwslezer. 50% van de nieuwslezers is vrouw. Vrouwen in nieuws en journaals komen meer als voorbijganger op straat of als slachtoffer in beeld, terwijl mannen te zien zijn als deskundige: zoals politici, ondernemers, rechters of wetenschappers. Als we dit vergelijken met andere non-fictie-programma's en amusementsprogramma's, met name realityseries, dan zien we dat hierin de verdeling man/vrouw wel nagenoeg 50/50 is.

Als vrouwen als deskundigen op televisie komen, spreken ze vooral over thema's gerelateerd aan 'mens en werk', zoals gezondheid en onderwijs. Ze spreken minder over sport, politiek of infrastructuur.

Ook zien we al jaren dat vrouwen op televisie jonger zijn. Opvallend genoeg zijn er met name weinig vrouwelijke presen-tatoren van 50 jaar en ouder. Verder zien we dat representatie op de publieke en commerciële omroepen ongeveer hetzelfde is. Wel nam het aandeel vrouwen in 2025 iets toe bij de commerciële omroepen, met name in nieuwsprogramma's.



1 Kijkdichtheid van >1,5%, zie de bijlage voor toelichting op de methode.
2 De manier waarop we rapporteren over geslacht (mannen en vrouwen) is een beperkte kijk op gender. Toch hanteren we die dichotome indeling in mannen en vrouwen, om representatie te monitoren over tijd en tussen landen te kunnen vergelijken.

We zien twee voorzichtig bemoedigende verschillen met de eerste meting. Sinds 2019 zijn er aanzienlijk meer vrouwen in sportprogramma's te zien. In 2019 was slechts 4% van de mensen in sportprogramma's vrouw, in 2025 is dit 20%. Maar nog altijd is dit ver onder het gemiddelde in de bevolking. Ook zagen we tussen 2019 en 2025 een flinke toename van vrouwelijke verslaggevers. In 2019 was nog slechts een kwart van de verslaggevers vrouw, inmiddels is dat 38%. Het zijn echter beide kleine groepen. Van het totaal aan mensen op televisie, beslaan mensen in sportprogramma's en verslaggevers maar een klein deel. Deze positieve ontwikkelingen hebben dus beperkt weerslag op de gemiddelde representatie.

Online video's van Nederlandse televisieaanbieders

Ook in de online video's van de televisieaanbieders zijn vrouwen ondervertegenwoordigd. We onderzochten in 2023 en 2025 een selectie van de online video's op de platforms van de televisieaanbieders NPO Start, Videoland en Kijk en we keken naar TikTok-video's van deze aanbieders. Daarin zien we hetzelfde beeld als op televisie. Ongeveer 4 op de 10 mensen in online video's is vrouw (41%), net zoals op televisie.

Op TikTok is het aandeel vrouwen lager, namelijk 39%, dan in de lange video's op de platforms, waar dit 43% is. Dit heeft ermee te maken dat op die platforms realityseries en documentaires te zien zijn, en op TikTok ook nieuwsvideo's onderdeel van de steekproef zijn. We zien namelijk dat zowel online als op televisie, vrouwen met name ondervertegenwoordigd zijn in nieuwsvideo's. En ook in de online video's is slechts een derde van de deskundigen vrouw.

Representatie van mensen met een (waarneembare) beperking

Volgens het College voor de Rechten van de Mens heeft 12% van de Nederlanders een beperking. Dat is niet terug te zien op televisie. Minder dan 1% van de mensen in goed bekeken non-fictie programma's heeft een beperking, namelijk 0,7%. Ook dit is helaas niet verbeterd sinds 2023. In dit onderzoek hebben we alleen kunnen meten hoeveel mensen met een waarneembare beperking in beeld komen. Want een beperking is niet altijd zichtbaar of hoorbaar, en op televisie is dus niet altijd waarneembaar dat iemand een beperking heeft. Toch is duidelijk dat mensen met een beperking flink ondervertegenwoordigd zijn op televisie. We betreuren het dat sinds de publicatie van de laatste meting hierin niets is veranderd. Dit terwijl sinds 2016 in Nederland het VN-verdrag Handicap geldt waarin media worden aangemoedigd voor goede representatie te zorgen.[3]

0,7%

van de mensen in goed bekeken non-fictie programma's heeft een (waarneembare) **beperking**

Verder zien we opnieuw, net als in 2023, geen presentatoren, nieuwslezers, weerkundigen of verslaggevers met een waarneembare beperking op televisie. Ook zijn er opnieuw geen mensen met een waarneembare beperking in beeld in sportprogramma's.

Mensen met een waarneembare beperking komen in nieuws- en actualiteitenprogramma's vooral in beeld als geïnterviewde en worden dan vooral geïnterviewd over hun beperking. Wel zien we dat in 2025 meer mensen met een waarneembare beperking voorkomen in algemene programma's waarin wordt verwezen naar de beperking, en minder in programma's waarin de beperking centraal staat.

Online video's van Nederlandse televisieaanbieders

Ook in online video's is representatie van mensen met een waarneembare beperking niet verbeterd tussen 2023 en 2025. Slechts 0,9% van de mensen in online video's heeft een waarneembare beperking. Vrijwel alle personen met een waarneembare beperking werden in de online video's geportretteerd of geïnterviewd over hun beperking.

Conclusie

Het Commissariaat betreurt het uitblijven van substantiële verbetering van representatie van vrouwen en mensen met een beperking in non-fictie media-aanbod, zowel op televisie als online. Dit terwijl we zien dat televisieaanbieders op verschillende manieren werken aan verandering.[4] We roepen de mediabedrijven op te werken aan betere representatie, het gesprek hierover te blijven voeren en bespreekbaar te maken waarom representatie niet verbetert. We roepen ook het ministerie van OCW op na te denken over of, en welke, beleidsmatige keuzes nodig zijn voor structurele verandering.

3 Verdrag inzake de rechten van personen met een handicap. Artikel 8, lid 2, sub c. (wetten.overheid.nl)

4 De NPO geeft aan te streven naar meer diversiteit en inclusie, zowel voor als achter de schermen en heeft met de omroepen het Actieplan Diversiteit opgesteld. Ook laat de NPO diversiteit onderzoeken. Meer informatie en resultaten zijn te vinden in de NPO Terugblik 2025, p. 24-26. De resultaten van de Diversiteitsmonitor van de NPO en onze Monitor Representatie verschillen door afwijkende steekproeftrekking (de NPO trok een steekproef per genre, het Commissariaat heeft een focus op goed bekeken programma's).

2

Opzet: waarom en hoe doen we dit onderzoek?



Waarom en hoe doen we dit onderzoek?

De Monitor Representatie is een tweejaarlijks onderzoek van het Commissariaat voor de Media naar representatie in het audiovisuele media-aanbod. In 2019 en 2021 brachten we in kaart hoe vaak en in welke rol vrouwen in beeld komen op televisie. Sinds 2023 brengen we naast vrouwen ook de representatie van mensen met een beperking in kaart.

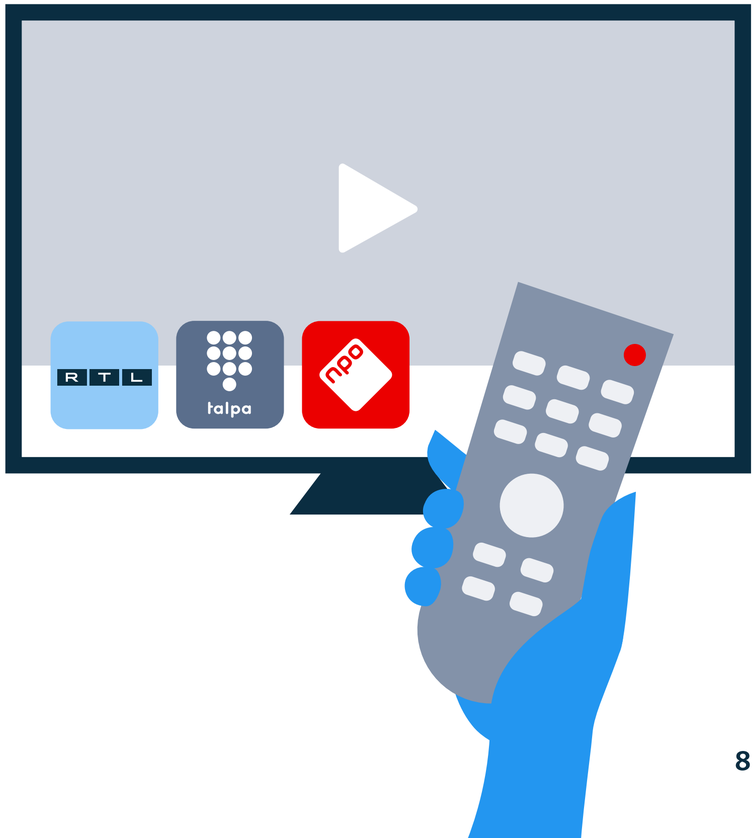
Het doel van dit onderzoek is een discussie en gesprek onder mediamakers en omroepen aanjagen over representatie en daarmee een verandering teweegbrengen. Door tweejaarlijks te monitoren blijft de discussie actueel en wordt duidelijk of veranderingen plaatsvinden.

Het Commissariaat voert dit onderzoek uit omdat het belangrijk is dat de media een pluriforme en evenwichtige weergave geven van de samenleving. Dit is bovendien een wettelijke taak van de publieke omroep: “Zij verzorgt media-aanbod dat op evenwichtige wijze een beeld van de samenleving geeft” (Mediawet artikel 2.1, lid 2, sub b). Diversiteit is een belangrijke dimensie van pluriformiteit, een mediawaarde die we al jaar en dag beschermen.

Het nieuws en de journalistiek hebben een belangrijke rol in bepalen welke onderwerpen én mensen belangrijk zijn in het publieke debat, zowel op televisie als online. Dus met name de diversiteit van de brengers en duiders van het nieuws is essentieel voor democratische meningsvorming. Onderzoek laat namelijk zien dat de zichtbaarheid van gemarginaliseerde groepen, waaronder vrouwen en mensen met een beperking, en de manier waarop ze in beeld komen in het (politieke) nieuws, veel vertelt over hun plek en rol in de samenleving. Als deze groepen geen substantiële rol innemen in politiek nieuws, dan kan dit bij de kijker het idee versterken dat ze niet thuishoren in het politieke proces. Representatie heeft dus een directe positieve invloed op democratische meningsvorming.[5]

Belangrijk hierin is zowel vertegenwoordiging als zichtbaarheid. Door vertegenwoordiging krijgt iedereen in de samenleving een kans een stem te laten horen en deel te nemen aan het politieke debat. Onderzoek laat zien dat de beperkte zichtbaarheid van mensen met een beperking, met name in deskundige rollen, zorgt voor bevestiging van vooroordelen en stereotypen en uiteindelijk volledige maatschappelijke participatie belemmert.[6]

En verder leidt zichtbaarheid ook tot herkenning. Als gemarginaliseerde groepen in een breed scala aan maatschappelijke rollen, waaronder prominente posities zoals die van politicus of expert in beeld komen, kunnen ze fungeren als rolmodel. En kijkers inspireren over wie ze kunnen zijn en wat ze kunnen doen.



5 Harmer, E. (2021). *Women, Media, and Elections. Bristol*, UK: Bristol University Press. https://doi.org/10.51952/9781529204957

6 Zie onder andere Kolotouchkina, O. et al. (2021) Disability, Sport, and Television: Media Visibility and Representation of Paralympic Games in News Programs. Sustainability, 13, 256. https://doi.org/10.3390/su13010256 en Devotta, K. et al. (2013). Representations of disability in the Canadian news media: a decade of change? Disability and Rehabilitation, 35(22), 1859–1868. https://doi.org/10.3109/09638288.2012.760658

Onderzoeksvragen en afbakening

De onderzoeksvragen van het onderzoek zijn:

- Wat is het aandeel vrouwen in Nederlands non-fictie audiovisueel aanbod (zowel op televisie als online)?
- Wat is het aandeel mensen met een beperking in Nederlands non-fictie audiovisueel aanbod (zowel op televisie als online)?

Ons uitgangspunt is de kijker. We sluiten hiermee aan bij internationaal onderzoek naar dit onderwerp.[7] Het gaat ons om wat de kijker ziet en hoort en hoe dat op hen overkomt.

We onderzoeken wat de verschillen in representatie zijn per programmafunctie, deskundigheid en per leeftijdsklasse.[8] Daarnaast onderzoeken we de verschillen in representatie per type programma (genre[9]) en type omroep (publieke omroep of commerciële omroep).

In 2019 en 2021 onderzochten we de televisieprogrammering, maar aangezien het kijkgedrag verandert, voerden we in 2023 en 2025 een pilotstudie uit op het online video-aanbod van de televisieaanbieders. Onze ambitie is om het onderzoek naar representatie in online video's bij de volgende meting in 2027 verder uit te breiden.

Methode

We hebben representatie in kaart gebracht met een kwantitatieve inhoudsanalyse. De meting wordt sinds 2023 uitgevoerd door de Universiteit van Amsterdam (UvA). In 2019 en 2021 voerden we het onderzoek zelf uit. Door de samenwerking met de UvA hebben we de steekproef kunnen vergroten. Doordat er een wijziging is geweest in de meetmethode zijn de resultaten alleen op hoofdlijnen te vergelijken met de eerste twee metingen.

De televisiesteekproef bestaat uit 954 programma's verspreid uitgezonden over 2025, waar in totaal 17.113 personen in voorkwamen. Zie de bijlage voor een uitgebreide methodologische verantwoording, de betrouwbaarheidstest en de steekproefsamenstelling naar genre en zender.

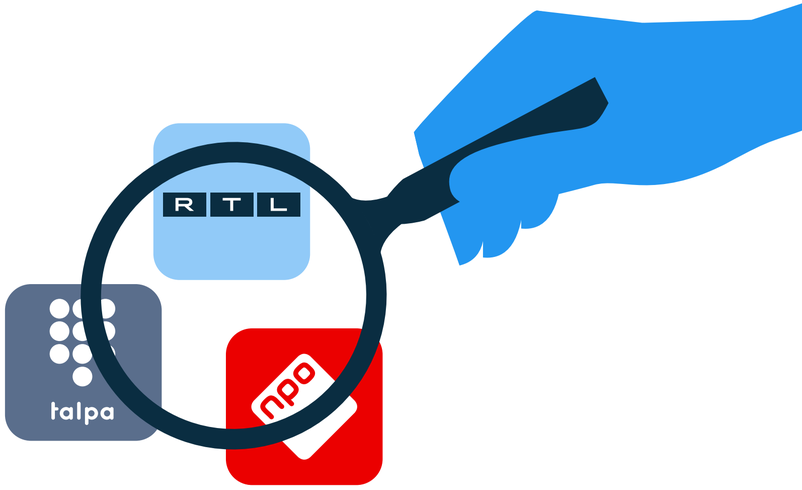
We werken momenteel aan mogelijkheden om ons onderzoek uit te breiden en de representatie van mensen van kleur toe te voegen.

Leeswijzer

In het eerste deel van dit rapport laten we de ontwikkeling zien van de representatie van vrouwen in non-fictie televisieprogramma's. We tonen dit door te kijken naar allereerst de algemene verschillen in representatie van vrouwen op televisie ten opzichte van mannen, en daarna naar de verschillen in representatie van vrouwen op televisie per genre, programmafunctie, deskundigheid, thema, leeftijd en de verschillen tussen publieke en commerciële omroepen.

We vervolgen met inzicht in de representatie van mensen met een (waarneembare) beperking in non-fictie televisieprogramma's. Ook hier kijken we naar verschillen in representatie op gebied van genre en rol in het programma.

We sluiten af met de tweede meting in de pilotstudie naar online aanbod van de televisieaanbieders. We gaan in op de online representatie van vrouwen en de online representatie van mensen met een (waarneembare) beperking.



7 Zie de literatuuroverzichten in ons eerdere onderzoek via: Monitor Representatie - Commissariaat voor de Media (cvdm.nl)
8 Wat betreft programmafunctie is er een wijziging ten opzichte van 2023: onderwerp van portret is dit keer samengevoegd met de functie 'andere'. De resultaten zijn met terugwerkende kracht aangepast.
9 Wat betreft genre is er een wijziging ten opzichte van 2023: enkele programma's hebben een andere classificering gekregen. De resultaten zijn met terugwerkende kracht aangepast.

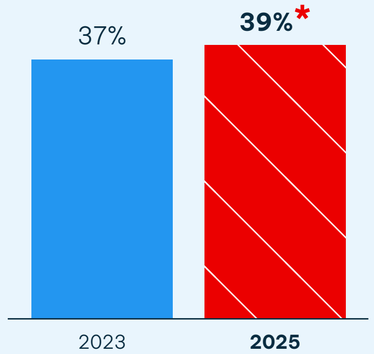
3

Representatie van vrouwen



We zien dat over het algemeen representatie van vrouwen sinds 2019 helaas weinig is veranderd. Vrouwen zijn op televisie al sinds de eerste meting ondervertegenwoordigd. Tussen 2023 en 2025 is er wel een lichte toename, van 37% naar 39%.

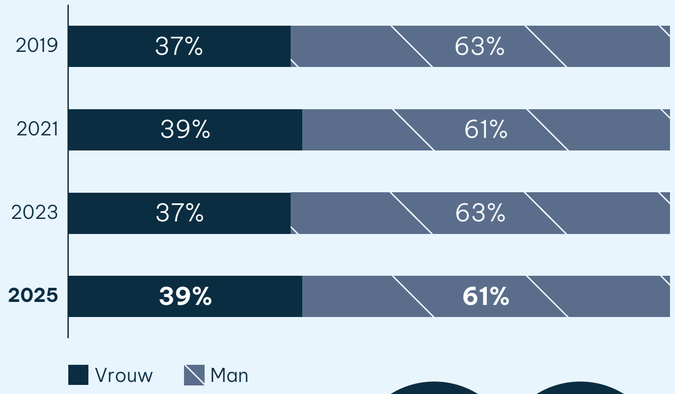
Representatie van vrouwen op televisie hebben we onderzocht in 2019, 2021, 2023 en in 2025. In 2019 en 2021 is de meting op een andere, maar wel vergelijkbare manier uitgevoerd. De resultaten zijn daarom alleen op hoofdlijnen te vergelijken met de eerste twee metingen.



39% van de personen op televisie is **vrouw**. Dit is een lichte **toename** ten opzichte van 2023.

* *statistisch meetbaar verschil met 2023*

Representatie van vrouwen op televisie lijkt niet te ontwikkelen over tijd



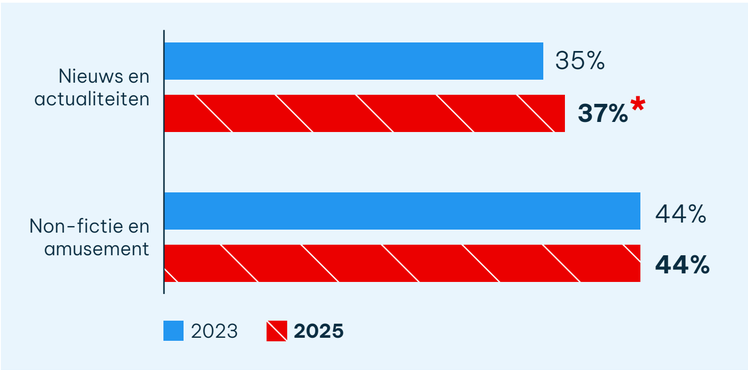




Genre[10]

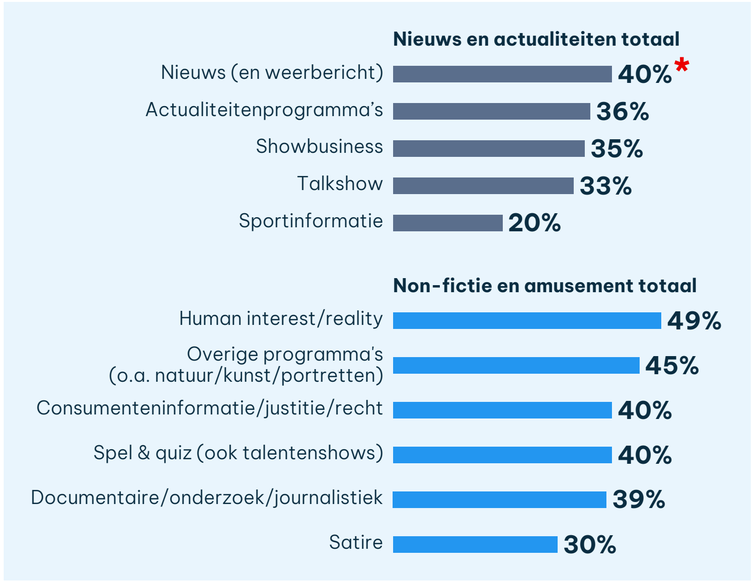
Net als in de eerdere metingen komen vrouwen meer voor in amusementsprogramma's en minder in nieuws- en actualiteiten-programma's. In realityseries is de verdeling man/vrouw vrijwel 50/50. In alle andere televisiegenres zijn vrouwen ondervertegenwoordigd. Met name in sportprogramma's zijn er weinig vrouwen te zien. Wel is dit sinds de eerste meting sterk toegenomen, van 4% vrouwen in sportprogramma's in 2019 naar 20% in 2025. Ook zien we tussen 2023 en 2025 een lichte toename van vrouwen in het nieuws, van 38% naar 40%. In alle andere genres is het aandeel vrouwen nagenoeg gelijk gebleven en zien we geen betekenisvolle (of statistisch meetbare[11]) verschillen.

Zowel in 2023 als 2025 meer vrouwen in amusements-programma's dan in nieuws- en actualiteitenprogramma's



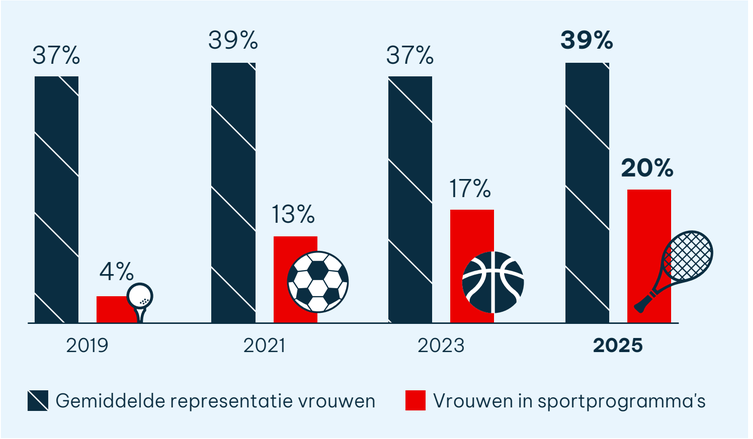
* *statistisch meetbaar verschil met 2023*

Vrouwen vooral in realityseries, veel minder in sportprogramma's



* *statistisch meetbaar verschil met 2023 (39%)*

Vrouwen in sportprogramma's flink toegenomen, maar nog altijd ondervertegenwoordigd





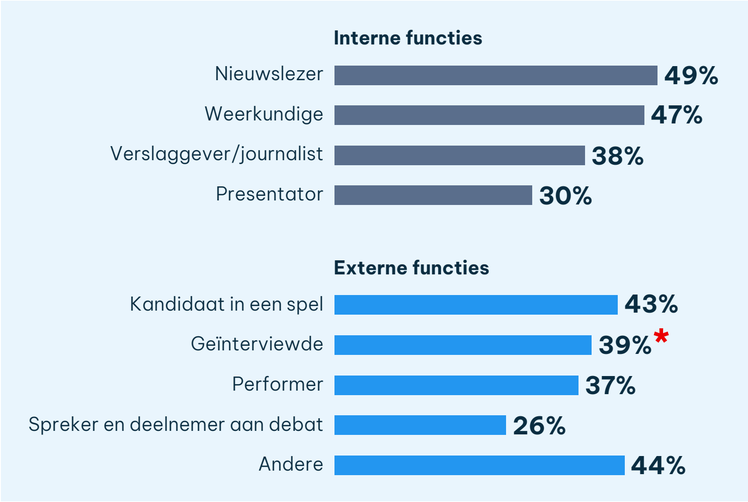
10 We zijn met name geïnteresseerd in nieuws- en actualiteitenprogramma's, maar we onderzoeken ook amusementsprogramma's om verschillen te kunnen tonen binnen een brede categorie non-fictieprogramma's.
11 Een statistisch meetbaar, of significant, verschil is een verschil dat statistisch gezien een grotere p-waarde heeft dan 0.05, waardoor de kans klein is dat het verschil op toeval berust.

Programmafunctie

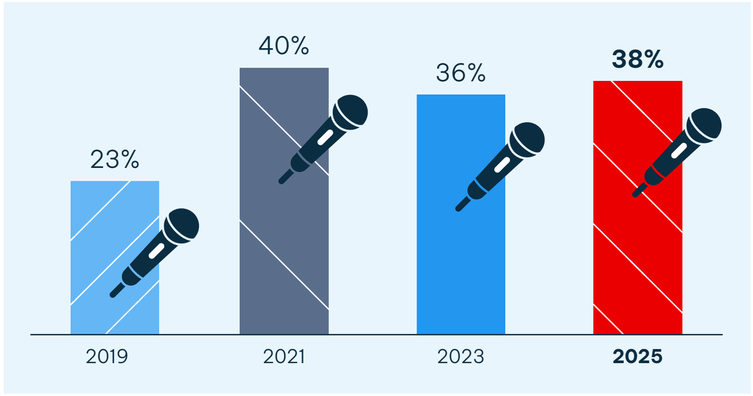
We zagen eerder in het rapport al dat in 2025 meer vrouwen te zien waren in het nieuws. Dit komt doordat er meer vrouwen geïnterviewd werden in het nieuws. Dit nam toe van 36% naar 39% tussen 2023 en 2025. De kleinste verschillen zijn te zien onder nieuwslezers. De man/vrouw-verdeling is hier, net als vorig jaar, ongeveer 50/50. Ook zijn veel vrouwen te zien als spelkandidaat, of in een andere functie. Onder deze andere functies vallen met name deelnemers aan realityseries.

Over het algemeen zien we sinds 2019 een vergelijkbaar beeld. Wel nam tussen 2019 en 2021 het aantal vrouwelijke verslaggevers toe van 23% tot 40%. Dit is sinds 2021 gestabiliseerd.

Vooral vrouwelijke nieuwslezers en spelkandidaten, maar minder vrouwelijke presentatoren



Sinds 2019 meer vrouwelijke verslaggevers, maar laatste jaren gestabilisseerd







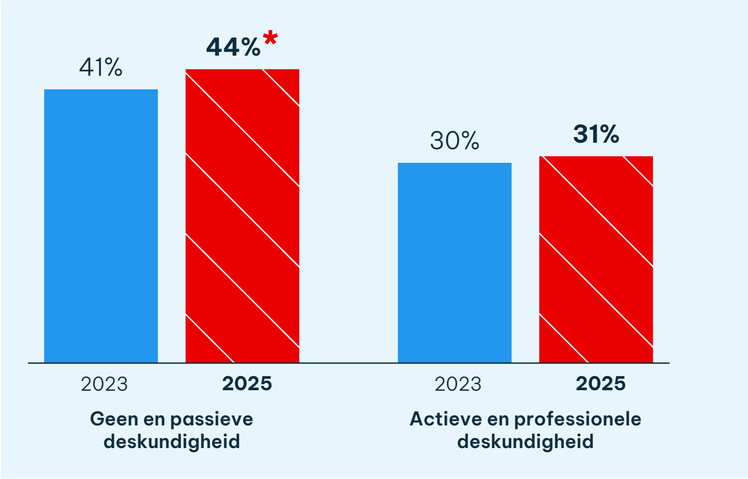
* *statistisch meetbaar verschil met 2023 (36%)*

Deskundigheid

In nieuwsprogramma's worden mensen met en zonder deskundigheid geïnterviewd. Mensen zonder deskundigheid zijn bijvoorbeeld voorbijgangers op straat (voxpop). Mensen met passieve deskundigheid zijn slachtoffers van bijvoorbeeld een ongeval. Mensen met actieve en professionele deskundigheid zijn bijvoorbeeld politici, woordvoerders, ondernemers, wetenschappers en activisten met een deskundige bijdrage aan het programma of item.

We zien dat in 2025 slechts een derde van de geïnterviewden met een actieve of professionele deskundigheid een vrouw is. Dit is gelijk gebleven sinds 2023. Sinds 2019 zien we een vergelijkbaar beeld: mensen met deskundigheid op televisie zijn vooral man. Vrouwen zijn eerder voxpop of slachtoffer. Dit nam verder toe in 2025 ten opzichte van 2023.

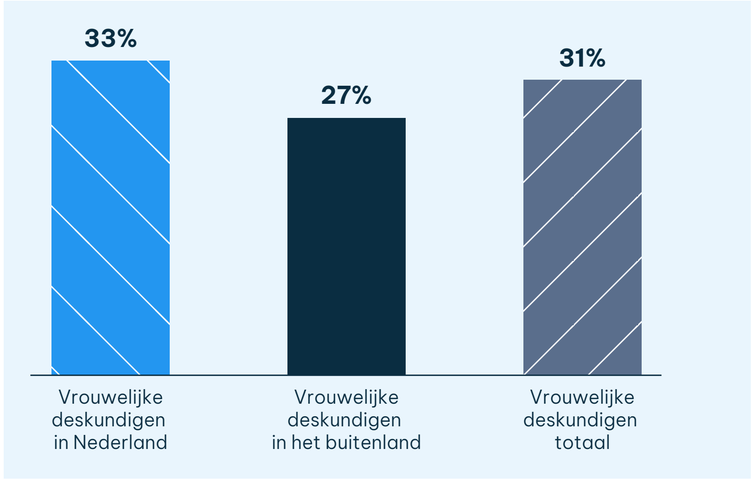
Slechts een derde van de deskundigen is vrouw en dit is gelijkgebleven tussen 2023 en 2025



* *statistisch meetbaar verschil met 2023*

We hebben gecodeerd of deskundigen op het moment dat ze in beeld zijn zich bevinden in Nederland of in het buitenland. Hierdoor weten we of de resultaten sterk worden beïnvloed doordat bijvoorbeeld veel, overwegend mannelijke, buitenlandse politici in beeld zijn in het nieuws. We zien dat dit effect er wel is, maar heel minimaal. Ook als we alleen naar deskundigen kijken in Nederland, is het aandeel vrouwen nog steeds maar een derde (33%). Deskundigen in het buitenland zijn grotendeels mannen, slechts een kwart is vrouw.

Locatie van deskundigen maakt geen groot verschil



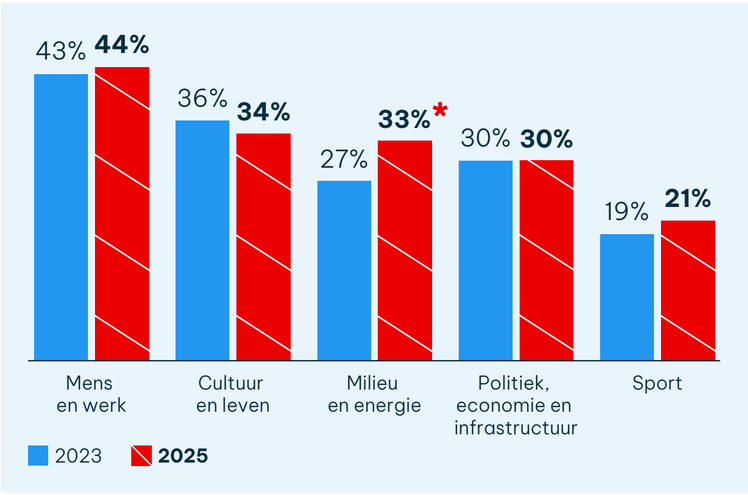
31% van de **deskundigen** op televisie is **vrouw**



Thema

Van de in totaal 21 onderwerpen spreken vrouwelijke deskundigen relatief het meest over gezondheid, demografie en sociale zaken. 47% van de deskundigen die over dit thema sprak is vrouw. Op alle thema's zijn vrouwen ondervertegenwoordigd. We zien ook hier een vergelijkbaar beeld met de afgelopen metingen. Als we de 21 thema's samenvoegen tot vijf categorieën, zien we dat vrouwen vooral spreken over thema's gerelateerd aan 'mens en werk', zoals gezondheid en onderwijs. Ze spreken minder over sport en over politiek, economie en infrastructuur. In 2025 werd er ten opzichte van 2023 meer door vrouwen gesproken over thema's gerelateerd aan energie en milieu.

Vrouwen spreken vooral over thema's gerelateerd aan 'mens en werk', zoals gezondheid en onderwijs



* *statistisch meetbaar verschil met 2023*

Vrouwelijke deskundigen spreken in 2025 relatief vaak over:

47% Gezondheid, demografie en sociale zaken

46% Onderwijs

40% Migratie, integratie en asielzoekers

37% Milieu en natuur

Vrouwelijke deskundigen spreken in 2025 relatief weinig over:

19% Religie

20% Wetenschap

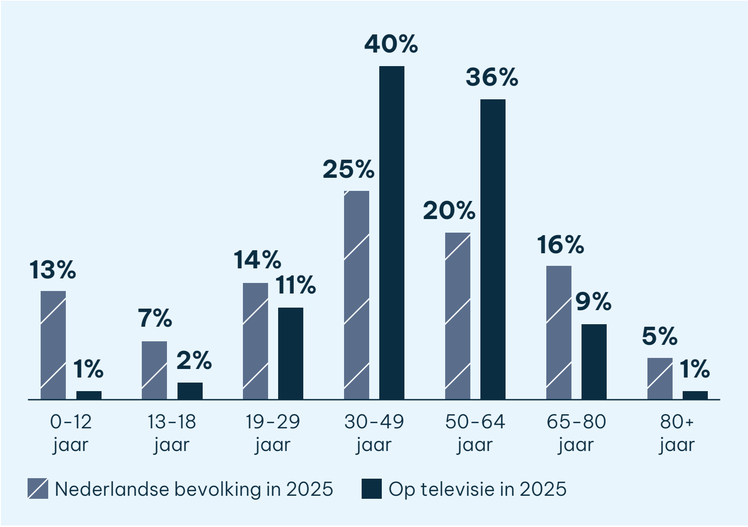
21% Sport

26% Rampen

Leeftijd

Personen op televisie zijn ten opzichte van de Nederlandse bevolking oververtegenwoordigd in de leeftijdscategorie 30 t/m 64 jaar. Dat is tot op zekere hoogte te verklaren, aangezien veel mensen in een professionele setting op televisie te zijn, zowel presentatoren, als geïnterviewden, waaronder bijvoorbeeld politici. Hierdoor zijn kinderen[12], tieners en ook ouderen ondervertegenwoordigd op televisie.

Op televisie zijn vooral personen tussen 30 en 65 jaar, vaak de beroepsbevolking, te zien

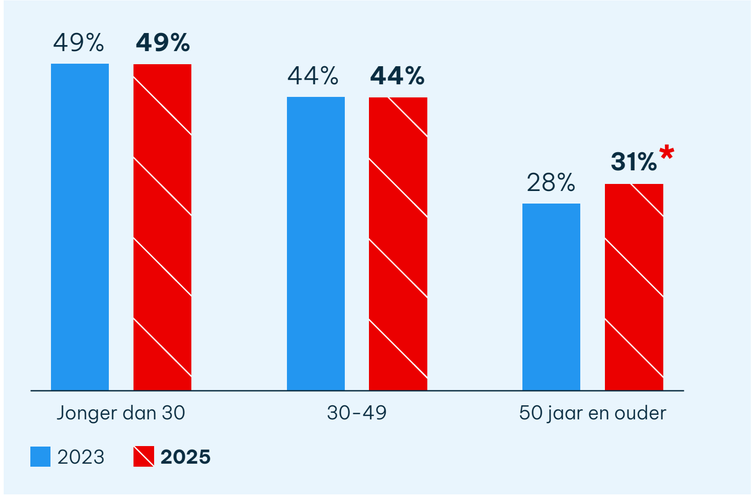


Leeftijd en geslacht

We zien al sinds 2019 dat vrouwen op televisie over het algemeen jonger zijn. De grootste groep vrouwen op televisie is jonger dan 30 jaar. Ook in 2019 was 50% van de jongeren tot 30 jaar vrouw. We zien ook al jaren dat met name vrouwelijke presentatoren, nieuwslezers en weerkundigen boven de 50 jaar ondervertegenwoordigd zijn. Dit is ook in 2025 weer zichtbaar.

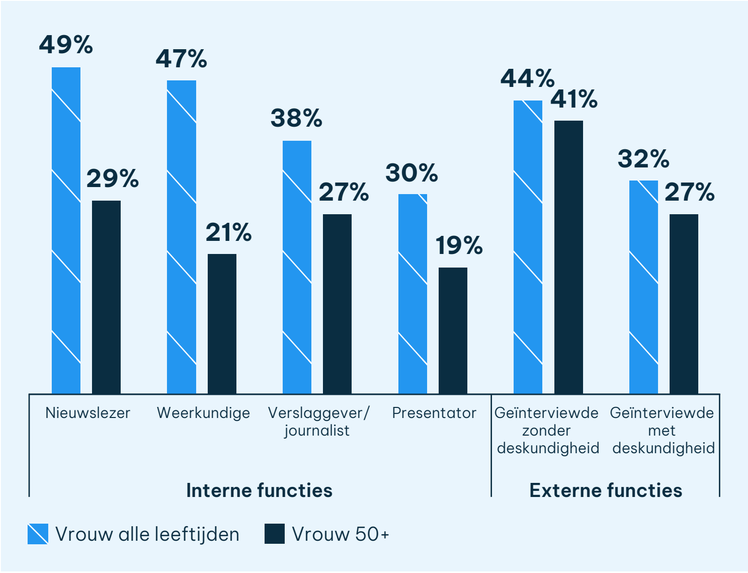
Wel zien we in 2025 ten opzichte van 2023 een lichte toename van vrouwen op televisie van boven de 50 jaar. We zien vooral een lichte toename van vrouwelijke nieuwslezers en vrouwelijke deskundigen van 50 jaar en ouder.

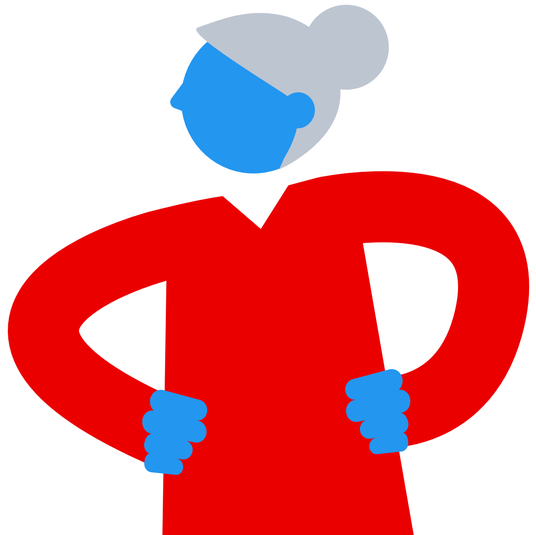
Vrouwen zijn op televisie jonger



* *statistisch meetbaar verschil met 2023*

Vrouwelijke presentatoren en nieuwslezers boven de 50 jaar zijn ondervertegenwoordigd



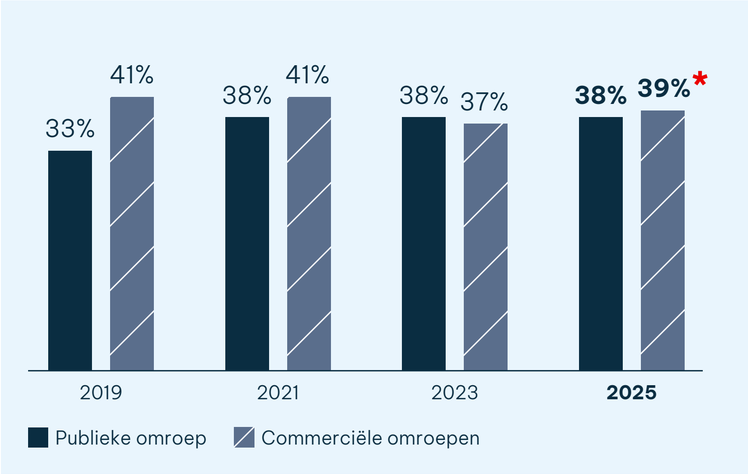


12 Let op: kinderprogramma's zijn geen onderdeel van de steekproef.

Publieke en commerciële omroepen

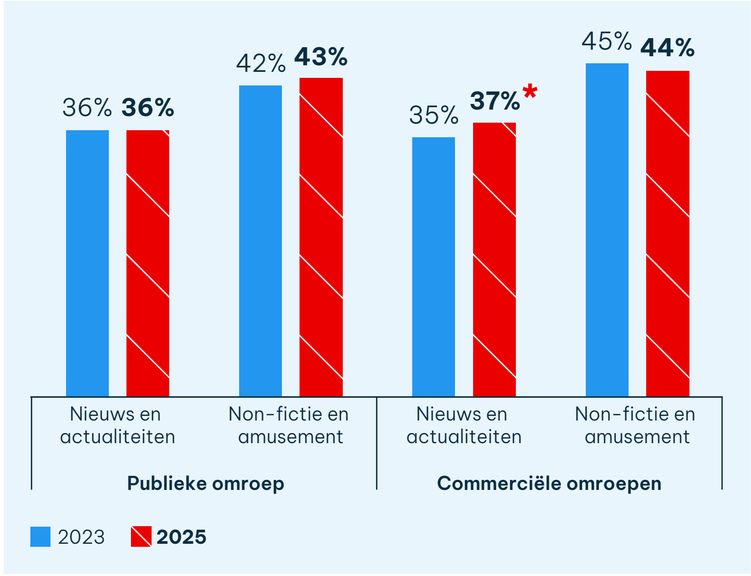
Bij de eerste meting in 2019 was er een groot verschil in representatie tussen publieke en commerciële omroepen. Het aandeel vrouwen bij de publieke omroep was toen een stuk kleiner dan bij de commerciële omroepen. In 2021 is het aandeel vrouwen bij de publieke omroep gestegen en sindsdien gelijk gebleven. Het aandeel vrouwen bij commerciële omroepen is tussen 2019 en 2023 eerst gedaald. Maar in 2025 is het aandeel vrouwen bij commerciële omroepen juist licht gestegen ten opzichte van 2023. De toename is vooral te vinden in nieuws- en actualiteitenprogramma's bij de commerciële omroepen.

Verschil in representatie van vrouwen tussen de publieke en commerciële omroepen lijkt verdwenen

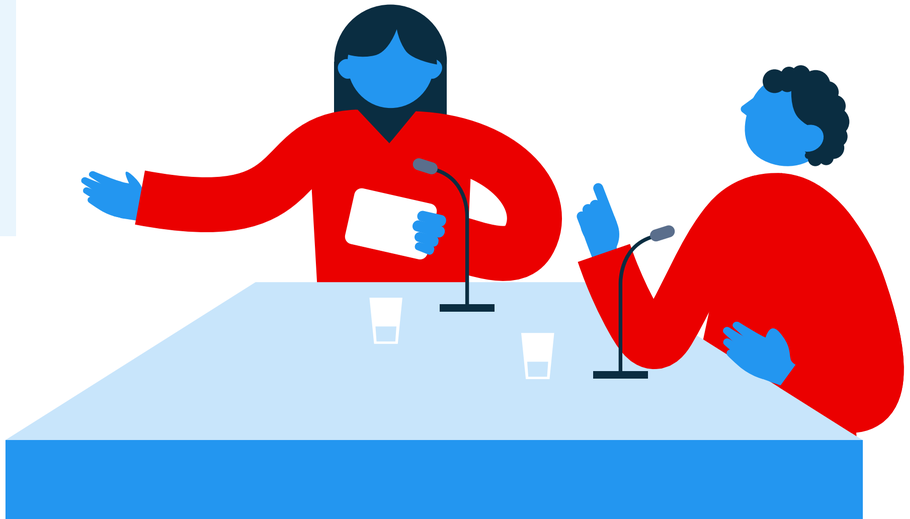


* *statistisch meetbaar verschil met 2023*

Toename vrouwen bij nieuws- en actualiteitenprogramma's commerciële omroepen



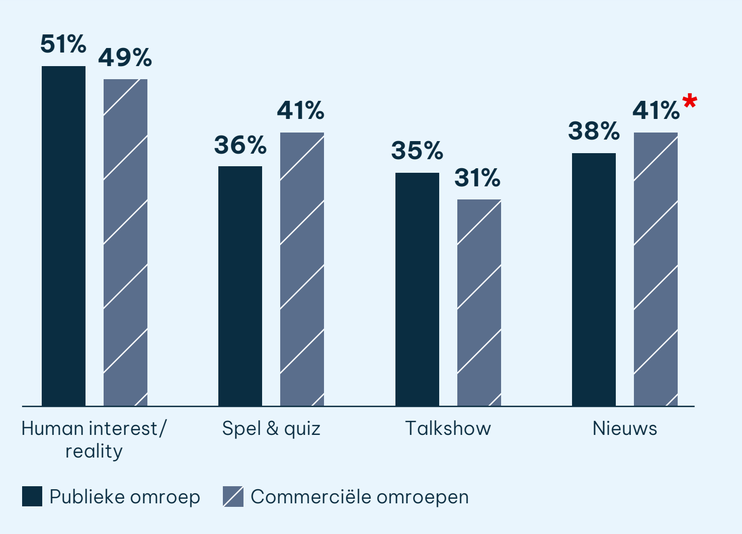
* *statistisch meetbaar verschil met 2023*



Als we naar genre en programmafunctie kijken zien we slechts enkele grote of betekenisvolle verschillen tussen publieke en commerciële omroepen en tussen 2023 en 2025. Dat zijn:

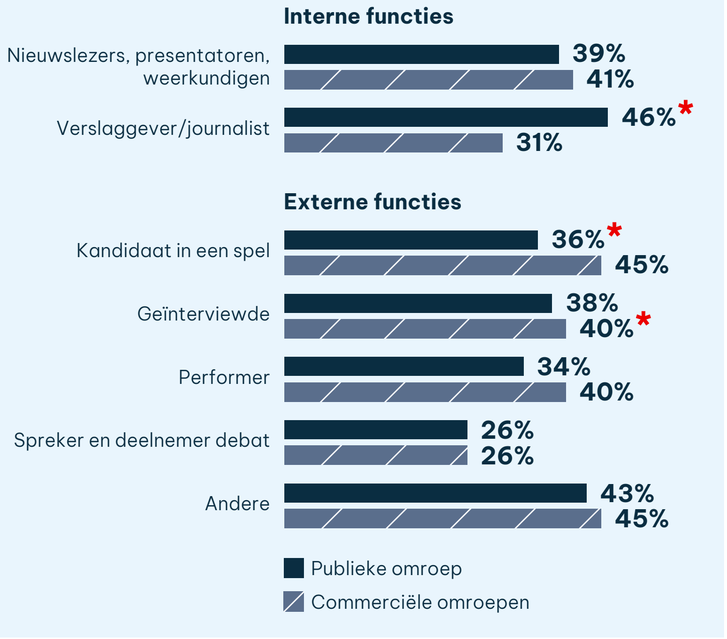
- In 2025 zijn er iets meer vrouwen te zien in nieuwsprogramma's van de commerciële omroepen.
- Bij de publieke omroep zijn meer vrouwelijke verslaggevers in beeld dan bij de commerciële omroepen, en dit is in 2025 ten opzichte van 2023 toegenomen.
- Bij de publieke omroep zijn er minder vrouwelijke spel-kandidaten te zien, en dit is in 2025 ten opzichte van 2023 afgenomen.
- In 2025 zijn er meer vrouwelijke geïnterviewden bij de commerciële omroepen in beeld.

Meer vrouwen in het nieuws bij de commerciële omroepen in 2025



* *statistisch meetbaar verschil met 2023*

Meer vrouwelijke verslaggevers bij de publieke omroep en dit nam in 2025 verder toe



* *statistisch meetbaar verschil met 2023*

46%

van de verslaggevers/journalisten bij publieke omroepen is een **vrouw**

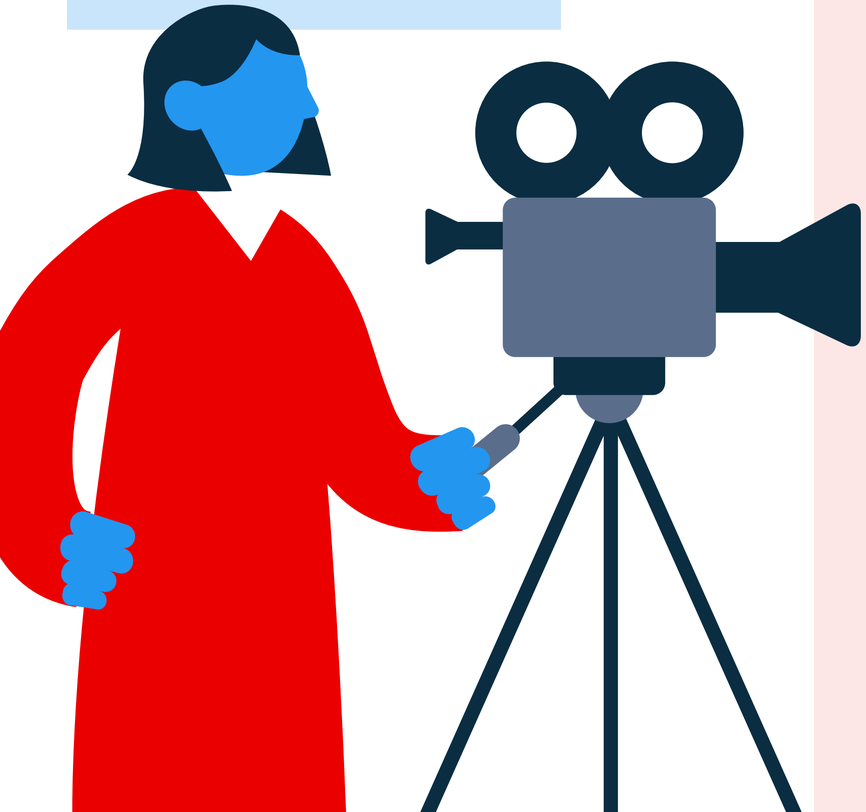




Blik van buiten

door Amber Kortzorg

“Representatie is meer dan een telling. Het gaat ook over de rol waarin je in beeld komt.”



De eerste ondernemers die ik kende, waren vrouwen. Oma Annie had drie Surinaamse restaurants. Oma Willy twee kledingwinkels. Naast het verdienen van de kost runden zij het huishouden. In de winkel van Oma Willy groeide ik op tussen de fournituren en naaimachines. Ik leerde de kassa bedienen en hielp met inkopen. Voor mij was het vanzelfsprekend dat vrouwen de wereld draaiende houden.

En dat doen ze nog steeds.

Vrouwen promoveren inmiddels vaker dan mannen. Bijna twee op de drie rechters in Nederland is vrouw. Ze behandelen patiënten, staan voor de klas, runnen bedrijven en nemen besluiten. Aan vrouwelijke kennis, ervaring en autoriteit is geen gebrek.

Toch ziet de wereld er door de lens van media anders uit. Dat dit geen momentopname is maar een hardnekkig patroon, weten we dankzij onderzoek als deze Monitor Representatie. Wie de televisie aanzet, kijkt nog altijd veel naar mannen. Dat beeld is in zes jaar tijd nauwelijks veranderd.

Representatie is meer dan een telling. Het gaat ook over de rol waarin je in beeld komt. Het onderzoek laat zien dat vrouwen vaker aanschuiven vanwege hun privéleven – het gezin, de persoonlijke ontwikkeling – dan vanwege hun vak. De man legt uit hoe de wereld werkt; de vrouw vertelt hoe zij die heeft ervaren.

Wie als presentator of deskundige gevraagd wordt, voldoet daarnaast opvallend vaak aan dezelfde norm. Wie daar niet in past: oudere vrouwen, vrouwen van kleur, vrouwen met een beperking – wordt minder vaak gebeld.

Dat beeld doet ertoe. Media registreren de werkelijkheid niet alleen, ze vormen wie we als autoriteit leren zien. Wie duidt de verkiezingsuitslag? Wie legt uit waarom de rente stijgt? Elke redactie beslist dat opnieuw, elke ochtend. Dat is een keuze, geen natuurwet.

Ik werk zelf voor en achter de camera en zie hoe hardnekkig die mechanismen zijn. Een talkshowtafel met één vrouw is nog altijd geen uitzondering. Evenmin als het verschil achter de schermen: een vrouw gaat uitgebreid de visagie in, voor de man volstaat een poedertje.

Daarom is dit onderzoek nodig. Niet omdat media de werkelijkheid kunstmatig diverser moeten maken dan zij is. Maar omdat de werkelijkheid allang diverser is dan het beeld dat we ervan laten zien.

Bronnen:

Vrouwen hoger opgeleid dan mannen:
https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2023/10/al-23-jaar-op-rij-meer-vrouwen-dan-mannen-in-hoger-onderwijs

Vrouwen promoveren vaker dan mannen:
https://www.cbs.nl/nl-nl/cijfers/detail/83966NED

Meer vrouwelijke dan mannelijke rechters:
https://www.rechtspraak.nl/organisatie-en-contact/organisatie/raad-voor-de-rechtspraak/jaardocumenten/jaarverslag-rechtspraak-2025/inhoud/rechtspraak-in-cijfers

4

Representatie van mensen met een waarneembare beperking



Voor de tweede keer, in 2023 en 2025, brengen we in kaart hoeveel mensen in non-fictie televisieprogramma's in beeld komen met een waarneembare beperking.

We onderzoeken de representatie van waarneembare beperkingen. Dat betekent dat voor de kijker de beperking zichtbaar, hoorbaar of herkenbaar is, of dat dit wordt gezegd in het televisieprogramma. Veel beperkingen zijn onzichtbaar. De resultaten vertellen ons dus alleen hoe kijkers diversiteit op televisie ervaren en zeggen niet hoeveel mensen op televisie een zichtbare of onzichtbare beperking hebben. Het coderen van zichtbare beperkingen geeft daarmee geen compleet beeld. Toch is dit onderzoek zeer waardevol omdat het onderzoek de representatie blootlegt en een goede basis is voor een discussie over het onderwerp.

Het is lastig vast te stellen hoeveel mensen in Nederland een beperking hebben. Dit is sterk afhankelijk van hoe je een beperking omschrijft. Het Centraal Bureau voor de Statistiek rapporteert dat 30% van de Nederlanders vanwege problemen met de gezondheid sinds 6 maanden of langer beperkt is in activiteiten die mensen of kinderen gewoonlijk doen. Het College voor de Rechten van de Mens gaat uit van ruim 2 miljoen Nederlanders met een (on)zichtbare beperking, dus ongeveer 12%. De WHO geeft aan dat wereldwijd 16% van de mensen een beperking heeft, oftewel 1 op de 6 mensen.[13]

13 Bronnen: College voor de Rechten van de Mens (mensenrechten.nl), World Health Organization (who.int), Informatie over Volksgezondheid en Zorg van het RIVM (vzinfo.nl), Ieder(in) (iederin.nl)

107

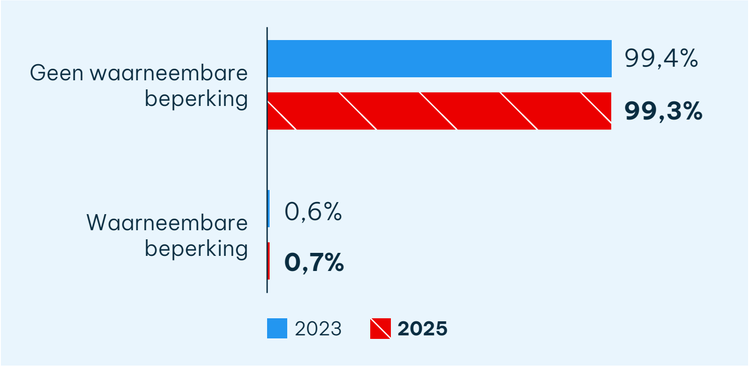
mensen op tv hadden een **waarneembare beperking**



We onderzochten 954 goed bekeken non-fictie televisie-programma's, die verspreid over 2025 zijn uitgezonden op de televisiezenders van de NPO, RTL en Talpa. Meer informatie over de methode is te vinden in de bijlage. Uit het onderzoek blijkt dat in 2025 bij 0,7% van de mensen in non-fictie televisie-programma's een beperking waar te nemen is. We zien geen toename sinds de vorige meting in 2023.

Dit zijn in totaal 107 personen in de steekproef. Dit is een klein aantal. Informatie over de rol en functie van deze personen geven daarom een indicatie.

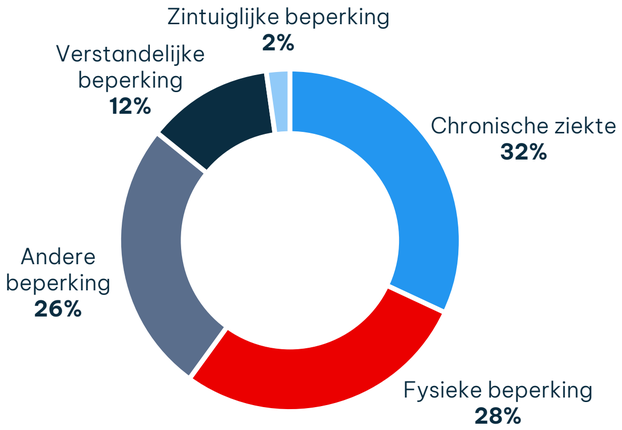
Representatie van mensen met een waarneembare beperking is tussen 2023 en 2025 niet toegenomen



Type beperking

Mensen kunnen verschillende beperkingen of ziektes hebben. Een beperking kan fysiek, zintuiglijk, verstandelijk of psychisch zijn. Ook kan neurodiversiteit tot het ervaren van beperkingen leiden, of het hebben van een chronische ziekte. Samen met ervaringsdeskundigen en de Universiteit van Amsterdam hebben we een lijst opgesteld van verschillende type beperkingen. Welke van deze type beperkingen zijn waar te nemen op televisie?

In ons onderzoek heeft een derde van de personen met een waarneembare beperking een chronische ziekte, ruim een kwart een fysieke beperking en ook een kwart een andere beperking, waaronder psychische kwetsbaarheid en neurodiversiteit vallen. Mensen met een zintuiglijke of verstandelijke beperking vormen de kleinste groepen.



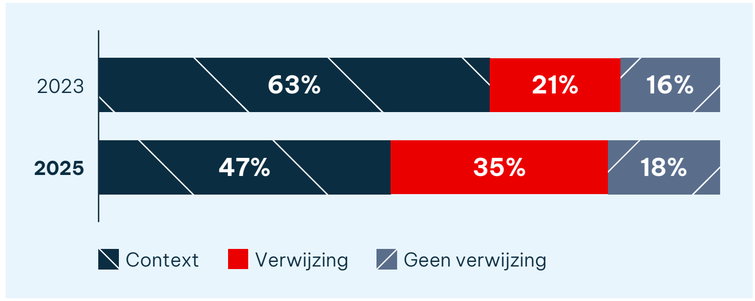
In 2025 waren er minder mensen met een verstandelijke beperking op televisie te zien dan in 2023. In 2025 zijn er wel meer mensen met een mobiliteitsbeperking op televisie te zien en ook meer neurodiverse mensen.

Verwijzing naar de beperking

In de meeste gevallen zijn mensen met een beperking op televisie te zien in televisieprogramma's of items waarin het hebben van een beperking centraal staat (47%). Bij een derde van de mensen met een beperking op televisie wordt er verwezen in het programma naar de beperking, maar staat de beperking niet centraal. Bij een minderheid wordt de beperking niet genoemd, en is de beperking alleen zichtbaar, hoorbaar of waarneembaar.

In 2025 zijn er minder televisieprogramma's in de steekproef waarin het hebben van een beperking centraal staat. In 2023 behoorden bijvoorbeeld programma's tot de steekproef zoals 'Je zal het maar hebben', 'Down the Road', 'Knoop en de Leeuw' en documentaire(series) als '2DOC: Dying to Live' en 'Niet klein te krijgen'. Het lijkt er dus op dat in 2025 er minder van dit soort programma's werden gemaakt en uitgezonden. Mensen met een beperking komen in 2025 daardoor vaker dan in 2023 voor in algemene programma's, waarin wordt verwezen naar de beperking.

Mensen met een beperking komen vooral voor in programma's waarin de beperking centraal staat of er wordt naar verwezen

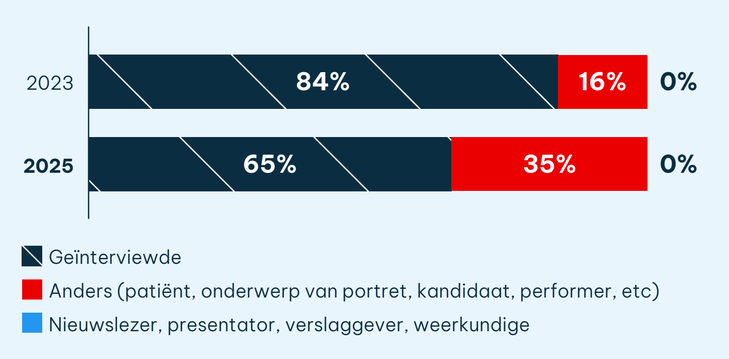


Rol en functie

In welke rol of functie waren mensen met een waarneembare beperking in beeld? Dat was vooral als geïnterviewde. Ook komen mensen met een waarneembare beperking in beeld als onderwerp van een portret en als patiënt. In dit onderzoek komen opnieuw, net als in 2023, geen presentatoren, nieuwslezers, weerkundigen of verslaggevers voor met een waarneembare beperking.

Omdat er minder programma's op televisie waren in 2025 waarin het hebben van een beperking centraal staat, en waarin mensen met een beperking geportretteerd worden, komen er in 2025 meer mensen met een beperking voor als geïnterviewde.

Mensen met een beperking komen vooral voor in programma's waarin de beperking centraal staat of er wordt naar verwezen



Omdat mensen met een beperking een kleine groep vormen in de steekproef, kunnen we geen betekenisvolle uitspraken doen over representatie van mannen of vrouwen met een beperking, of over representatie van jongeren of ouderen met een beperking.

Genre

Nieuws- en actualiteitenprogramma's

Mensen met een waarneembare beperking in nieuws- en actualiteitenprogramma's worden vooral geïnterviewd over hun beperking. Net als in 2023 spreken mensen met een waarneembare beperking die geïnterviewd worden in nieuws- en actualiteitenprogramma's vooral over hun beperking, of over een onderwerp in relatie tot de beperking. Bijvoorbeeld een item over iemand met cerebrale parese die geen bijbaan kan vinden vanwege haar beperking. We zijn ons ervan bewust dat niet-zichtbare beperkingen alleen zichtbaar worden voor de kijker door het onderwerp van gesprek te laten te zijn. In enkele gevallen komen mensen in beeld met een waarneembare beperking die niet over hun beperking praten. In 2025 was dit met name het geval bij mensen die op straat worden geïnterviewd en gebruik maken van een rolstoel of scootmobiel.



Enkele personen met een waarneembare beperking in beeld als deskundige

Er zijn enkele deskundigen met een waarneembare beperking in beeld. In 2025 waren dit bijvoorbeeld deskundigen met een specialisme of activisme op het gebied van het hebben van een beperking, bekende personen in een item over hun chronische ziekte of een interview met een paralympische sporter.

Geen mensen met een waarneembare beperking in sportprogramma's

In dit onderzoek kwamen opnieuw, net als in 2023, **geen** mensen voor met een waarneembare beperking in sportprogramma's. De geïnterviewde paralympische sporter kwam voor in een talkshow, niet in een sportprogramma.

0%

van de mensen in **sportprogramma's** hadden een waarneembare beperking

Amusementsprogramma's, documentaires en reportages

In 2023 bestond de steekproef grotendeels uit programma's waarin het hebben van een beperking centraal staat, zoals 'Je zal het maar hebben' en 'Down the Road'. In 2025 zijn er aanzienlijk minder van dit soort programma's in de steekproef te vinden. Alleen het programma 'Een buitengewoon gesprek' is vergelijkbaar. Daardoor zijn in 2025 minder mensen met een waarneembare beperking te zien als onderwerp van portret, en meer als geïnterviewde. Wel komt het merendeel van de mensen met een beperking aan bod in items waarin het hebben van een beperking centraal staat, zoals een programma over een kinderziekenhuis, items over ouderen met een beperking en updates over 3FM Serious Request waarin geld werd opgehaald voor kinderen met een spierziekte.

Publieke en commerciële omroepen

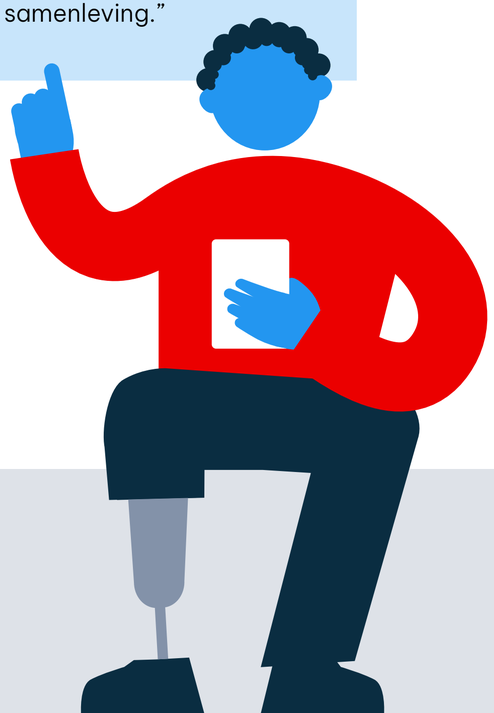
Publieke en commerciële omroepen brengen in gelijke mate mensen met een waarneembare beperking in beeld

Al met al brengen de verschillende omroepen in gelijke mate mensen met een waarneembare beperking in beeld. Dit was in 2023 ook zo.

Blik van buiten

door NinetyNine Agency
Sophie-Anne Onland en Friso Nilting
- founders NinetyNine Agency

“Het Nederlandse media-aanbod is geen realistische afspiegeling van de samenleving.”



De cijfers bevestigen wat wij bij NinetyNine Agency dagelijks zien: het Nederlandse media-aanbod is geen realistische afspiegeling van de samenleving. 12% van de Nederlanders heeft een beperking, terwijl slechts 0,7% van de mensen in goed bekeken non-fictie-programma’s een waarneembare beperking heeft. Ook in het online video-aanbod zet deze ondervertegenwoordiging zich voort: daar is dit slechts 0,9%. Dat de representatie voor de tweede keer onder de 1% blijft en sinds 2023 niet is verbeterd, wijst op een hardnekkige status quo.

Daarom is dit onderzoek belangrijk. Door representatie structureel te meten, wordt het zichtbaar waar verandering uitblijft. Maar representatie gaat niet alleen over hoe vaak mensen met een beperking in beeld komen. Minstens zo belangrijk is de manier waarop zij in beeld komen.

Nog te vaak wordt een beperking gekoppeld aan iets bijzonders, kwetsbaars, inspirerends of zieligs. En wanneer iemand met een beperking zichtbaar is, is die beperking vaak de reden waarom die persoon in beeld komt. Daarmee blijft dezelfde associatie bestaan: iemand met een beperking wordt in de eerste plaats gezien als iemand met een beperking.

Juist die associatie moeten we doorbreken.

Echte representatie ontstaat wanneer mensen met een beperking niet alleen worden gecast voor verhalen over hun beperking, maar vanzelfsprekend onderdeel zijn van het volledige medialandschap. Als presentator, expert, kandidaat, creator, model of simpelweg als persoon in een commercial. Waarom zou iemand met een prothese in een supermarktcommercial voorkomen? Om boodschappen te doen, net als ieder ander. Mensen met een beperking zijn geen aparte doelgroep die eerst een inhoudelijke reden nodig heeft om zichtbaar te zijn.

Dat is precies waarom NinetyNine Agency is opgericht. Wij vertegenwoordigen creators, modellen en sprekers met een beperking en verbinden hen aan merken en mediamakers. Niet omdat er een gebrek is aan talent, maar omdat dat talent binnen bestaande castingprocessen nog te vaak niet wordt gezocht of gevonden.

Een waardevolle volgende stap is onderzoek naar de representatie op sociale media. Creators en influencers zijn steeds vaker de gezichten en mediamakers van de toekomst en beïnvloeden sterk wie we zien en als vanzelfsprekend beschouwen.

Wanneer mensen met een beperking zichtbaar zijn in uiteenlopende rollen, verandert niet alleen hun positie in de media, maar ook hoe de samenleving naar een beperking kijkt. En die bredere representatie is niet alleen belangrijk voor mensen met een beperking. Ook mensen zonder beperking krijgen hierdoor een completer beeld van de samenleving. Het doorbreekt vooroordelen, verruimt perspectieven en laat zien dat er niet één manier is om mens te zijn.

Maar als representatie na jaren meten structureel onder de 1% blijft, is het tijd voor de volgende stap: concrete ambities formuleren, doelen stellen en verantwoordelijkheid nemen voor het behalen daarvan.

Meten is belangrijk. Nu is het tijd om te doen.

5

Representatie online (pilotstudie)



Waarom en hoe voerden we deze pilotstudie uit?

In 2023 deden we een pilotstudie om te onderzoeken of we online non-fictie videoaanbod aan het onderzoek kunnen toevoegen. Het kijken naar (lineaire) televisie daalt immers, en kijken naar online video's neemt toe. Uit de pilot bleek dat de werkwijze geschikt is, maar dat een steekproef trekken uit een oneindig online aanbod uitdagend is. Ook bleek dat er online minder nieuws- en actualiteitenvideo's geplaatst worden door de televisieaanbieders, waardoor representatie en deskundigheid lastiger te onderzoeken was.

In 2025 hebben we de pilotstudie herhaald en enigszins uitgebreid, met name met nieuws- en actualiteitenvideo's. Het onderzoek naar het online aanbod bestaat opnieuw uit het aanbod van de televisieaanbieders die ook verantwoordelijk zijn voor het aanbod in de televisiesteekproef: de NPO, RTL Nederland en Talpa Network. Op deze manier kunnen de resultaten goed vergeleken worden met de televisiesteekproef, en met de resultaten uit 2023. Onze ambitie is de komende jaren de steekproef met online aanbod verder uit te breiden, om ook over andere platforms en aanbieders uitspraken te kunnen doen over representatie.

Lange video's van de media-aanbieders op eigen platforms en YouTube

De steekproef met online aanbod bestaat in 2025 uit afleveringen van programma's van NPO Start, Videoland en KIJK die niet op televisie zijn uitgezonden, oftewel online only-aanbod. De video's zijn in 2025 op de respectievelijke platforms geplaatst. Dit zijn over het algemeen video's van vergelijkbare lengte als in de televisiesteekproef, gemiddeld 39 minuten. De NPO, RTL Nederland en Talpa Network hebben ons hiervan een overzicht gegeven. Van alle programma's die zijn aangeleverd zijn twee afleveringen meegenomen in het onderzoek. Omdat we geen gegevens hebben over het bereik van deze programma's, zijn de afleveringen willekeurig gekozen. Dit is een belangrijk verschil met de televisiesteekproef, aangezien we daarin focussen op goed bekeken programma's. Zoals we ook in 2023 deden hebben we aanvullend het programma BOOS meegenomen, van BNNVARA, die op YouTube is te vinden. Daarvan zijn de zes best bekeken video's uit 2025 meegenomen.[14]

Korte video's op TikTok

Verder zijn TikTok-video's van verschillende kanalen van genoemde media-aanbieders onderzocht. Ook hiervoor zijn gegevens aangeleverd en suggesties gedaan door de televisieaanbieders. In 2023 hebben we zelf een lijst met TikTok-kanalen samengesteld. Deze hebben we in 2025 aangevuld op basis van de verkregen data van de televisieaanbieders. Ook hebben we extra nieuwskanalen toegevoegd. Van elk kanaal zijn de elf best bekeken video's uit 2025 geselecteerd voor de steekproef. Alleen non-fictie video's zijn meegenomen in het onderzoek.

De steekproef bestaat in totaal uit 2.431 personen. In 2023 waren dit 1.684 personen. Het is niet mogelijk generieke uitspraken te doen voor de representatie van online non-fictie. De uitspraken die wij doen in dit onderzoek gelden voor deze steekproef en zijn niet te generaliseren voor al het online video-aanbod.

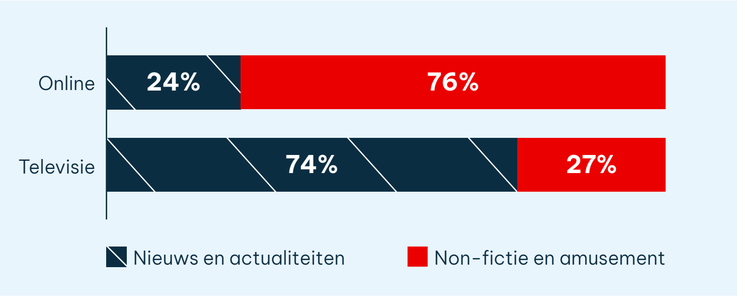
Overzicht steekproef online aanbod 2025

Platform/ dienst	Aantal video's	Aantal personen	Totale duur (uu:mm)	Gemiddelde duur per video in minuten
TikTok	477	1.221	nb*	nb*
YouTube	6	76	7:37	60
Videoland	49	811	43:42	42
KIJK	25	106	16:01	30
NPO Start	17	217	11:58	33
Totaal	**581**	**2.431**	**79:19**	

**TikTok-video's variëren van enkele seconden tot ongeveer anderhalve minuut*

Online only-video's van de genoemde televisieaanbieders bestaan volledig uit non-fictie en amusement, zoals reality-series, spelprogramma's en documentaires. Alleen op TikTok zijn nieuws- en actualiteitenvideo's gevonden. 24% van de steekproef bestaat uit nieuws- en actualiteitenvideo's. We hebben dit keer extra nieuws- en actualiteitenvideo's van TikTok toegevoegd. In 2023 bestond slechts 9% uit nieuws- en actualiteitenvideo's.

Online video's bestaan vooral uit amusement en overige non-fictie

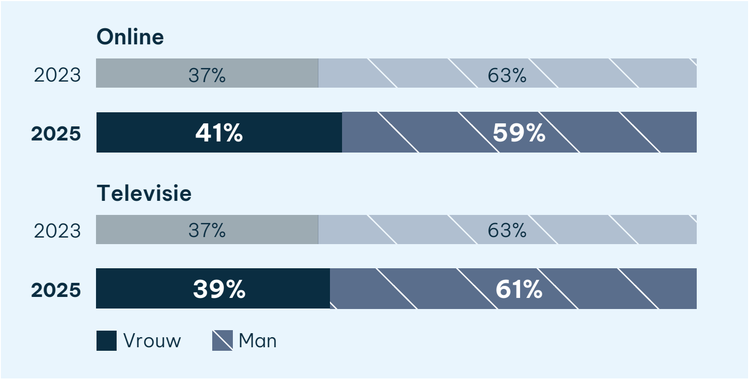


14 BOOS is één van de weinige *longform* online content van de televisieaanbieders op YouTube. Andere YouTube-content van de televisieaanbieders overlapt sterk met de TikTok-video's. We kiezen er daarom voor alleen dit programma mee te nemen in de codering, ook om de steekproefomvang dit jaar nog beperkt te houden. Onze ambitie is op termijn meer YouTube-video's te onderzoeken.

Representatie van vrouwen online

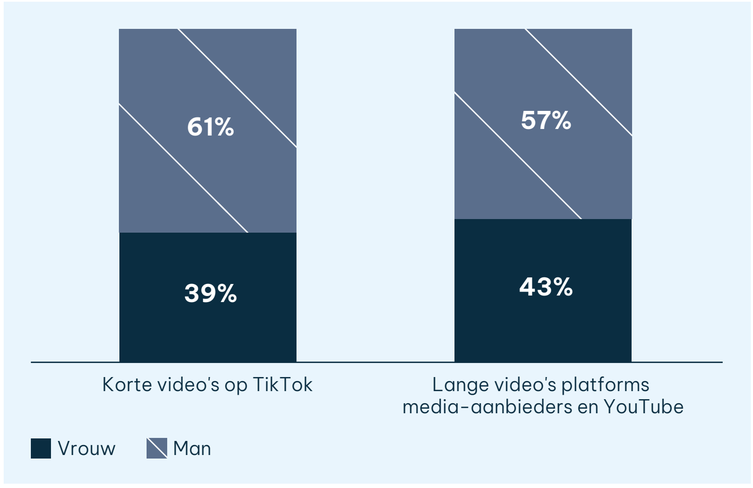
Online zien we iets meer vrouwen dan mannen dan op televisie. In de online video's van de televisieaanbieders is 41% vrouw en op televisie is dat 39%. Dit is een lichte toename ten opzichte van 2023. In 2023 was 37% in de online video's vrouw. In 2025 is de steekproef met online video's uitgebreid, met name met nieuwsvideo's op TikTok. Maar ook als we alleen de video's vergelijken die beide jaren zijn onderzocht zien we een toename. Wel zijn zowel op televisie als online vrouwen ondervertegenwoordigd.

Vrouwen zijn online en op televisie in gelijke mate ondervertegenwoordigd

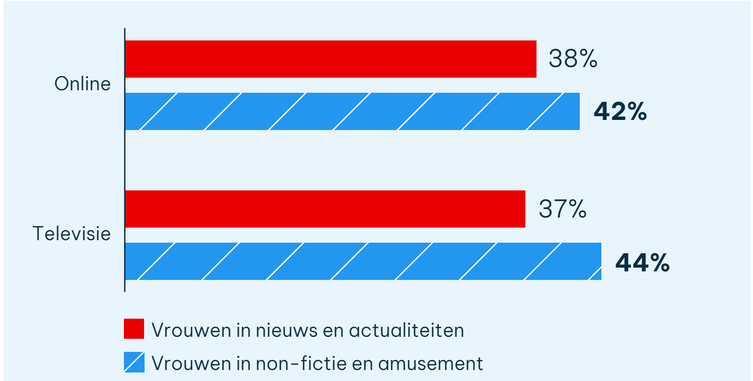


Op TikTok is het aandeel vrouwen kleiner dan op de andere platforms. Dat kan ermee te maken hebben dat zowel online als op televisie het aandeel vrouwen in nieuws- en actualiteitenprogramma's kleiner is, en in deze steekproef op TikTok wel nieuws en actualiteitenvideo's zijn meegenomen en op de andere platforms alleen overige non-fictie en amusement.

Minder vrouwen op TikTok



Zowel online als op televisie minder vrouwen in nieuws- en actualiteitenprogramma's





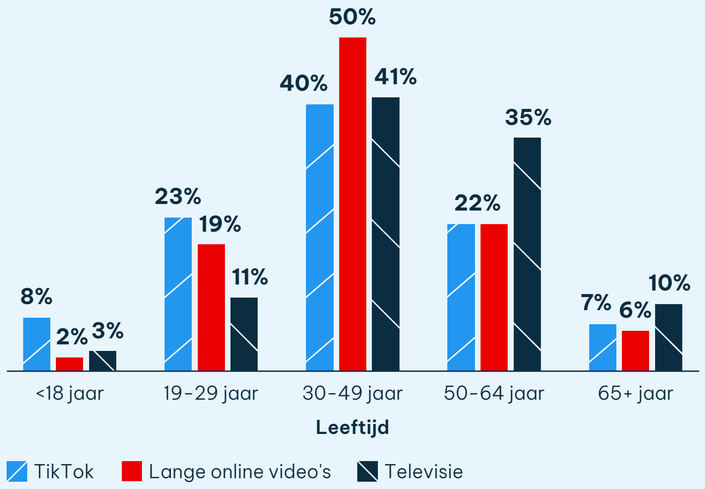
38%

van de mensen in **online nieuwsvideo's** is **vrouw**

Leeftijd

Over het algemeen zijn op TikTok meer tieners en twintigers te zien, in de lange online video's van de media-aanbieders vooral 30-49-jarigen en op televisie vooral 50-plussers. Dit houdt waarschijnlijk sterk verband met de doelgroepen waarop de video's en programma's zijn gericht en met de makers.

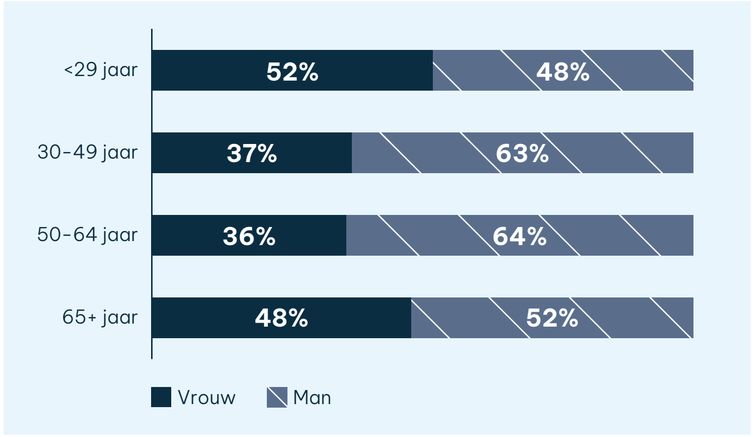
Online meer jongeren te zien, op televisie meer 50+





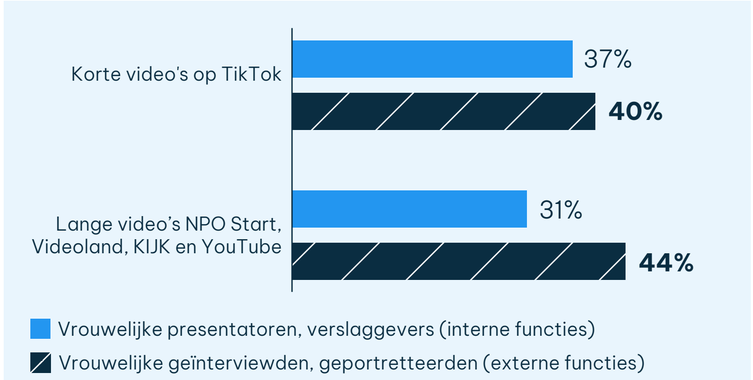
Geslacht en leeftijd

Ook online ondervertegenwoordiging van vrouwen tussen 30 en 64 jaar



Programmafunctie

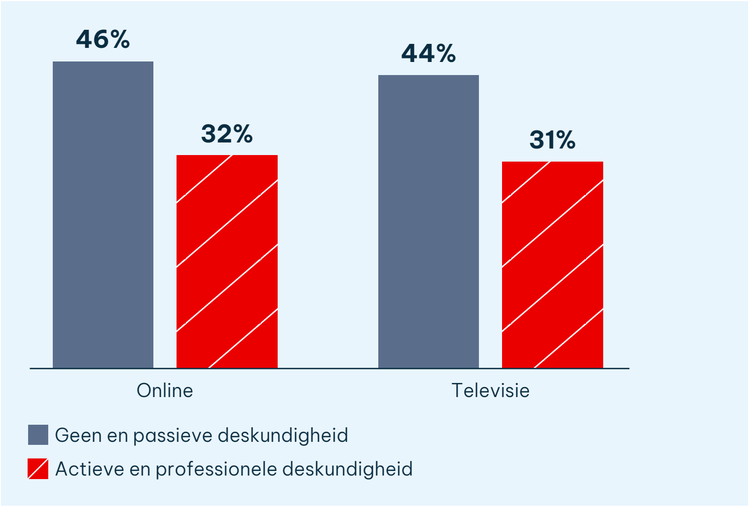
Vrouwen zijn ook online in alle functies ondervertegenwoordigd



Deskundigheid

Als we kijken naar nieuwsvideo's op TikTok, zien we dat net als op televisie vrouwen vooral in beeld komen zonder deskundigheid, dus bijvoorbeeld als voorbijganger (voxpop) op straat of als slachtoffer. Er zijn minder vrouwelijke deskundigen of vrouwelijke activisten in beeld.

Vrouwen zijn ook online minder in beeld als deskundige

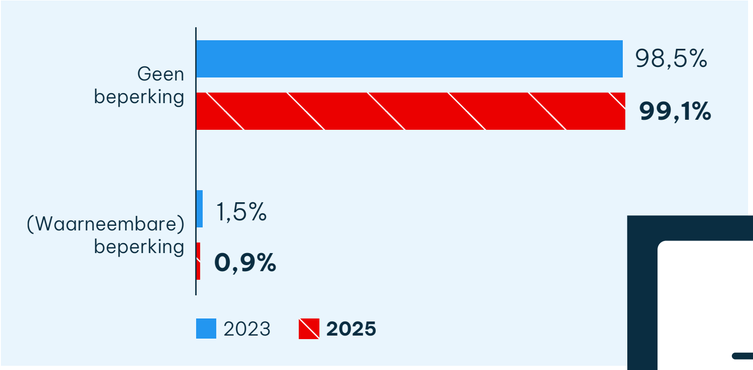




Representatie van mensen met een waarneembare beperking online

Net als op televisie zijn er ook online amper mensen met een waarneembare beperking in beeld. Slechts 0,9% heeft een beperking in deze steekproef. Dit is minder dan in 2023, toen 1,5% een beperking had. Het College voor de Rechten van de Mens gaat uit van ruim 2 miljoen Nederlanders met een (on)zichtbare beperking, dus ongeveer 12%.

Representatie van beperking is online zeer minimaal



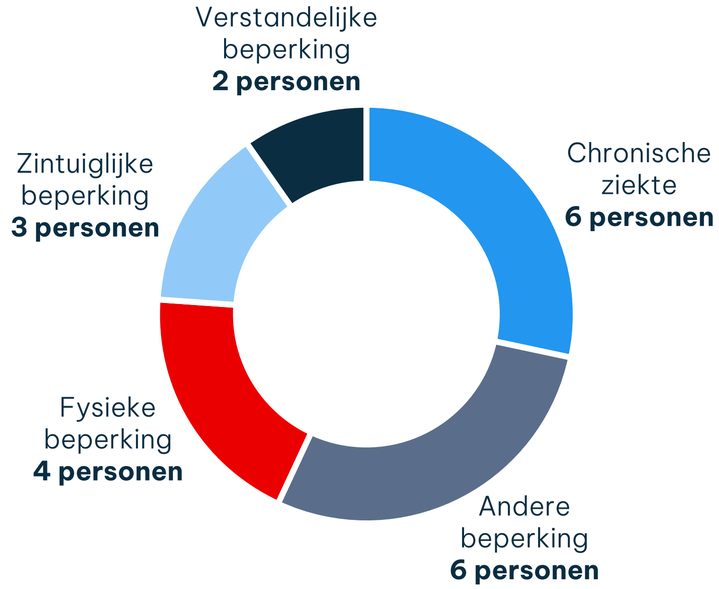
0,9%

van de mensen online heeft een **waarneembare beperking**



Type beperking en rol in de video

In totaal hebben slechts 21 personen in deze steekproef een waarneembare beperking. Dat is een klein aantal. Daarom geven we type beperking weer in aantallen, in plaats van percentages. Van deze 21 personen hadden de meeste een chronische ziekte (6 personen) of een andere beperking (eveneens 6 personen), waaronder psychische kwetsbaarheid of neurodiversiteit vallen. Er zijn in de online video's, net als op televisie, geen presentatoren of verslaggevers met een beperking gezien. Ook zijn er in de online video's geen deskundigen met een beperking gezien. Vrijwel alle personen met een waarneembare beperking werden in de online video's geportretteerd of geïnterviewd, waarbij de beperking centraal stond. Enkelen waren deelnemer in een spel of voxpop op straat, zonder dat er naar de beperking werd verwezen.



6

Bijlage



Methode

We brengen representatie in kaart met een kwantitatieve inhoudsanalyse. Deze methode wordt internationaal toegepast voor dit type onderzoek. Deze meting voeren we uit in samenwerking met de Universiteit van Amsterdam (UvA). In 2019 en 2021 voerden we het onderzoek zelf uit. Door de samenwerking is de meting verbeterd en de steekproef vergroot. De opzet en steekproef zijn zoveel mogelijk vergelijkbaar gehouden. De resultaten in 2023 en 2025 zijn door de wijziging alleen op hoofdlijnen één op één vergelijkbaar met 2019 en 2021.

Dataverzameling

De UvA voerde de codering uit in opdracht van het Commissariaat voor de Media. Het centrale meetinstrument in een kwantitatieve inhoudsanalyse is het codeboek. Het codeboek geeft aan welke personen worden geïdentificeerd en welke kenmerken van deze personen worden genoteerd. Het codeboek is gebaseerd op twee bestaande codeboeken:

- Het codeboek dat de UvA gebruikt voor vergelijkbaar onderzoek in opdracht van de Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (VRT) en voor de Nederlandse Publieke Omroep (NPO).
- Het codeboek dat het Commissariaat gebruikte voor het onderzoek representatie in 2019, 2021 en 2023.

Het codeboek is toegelicht aan de codeurs in een codeurstraining op 16/04/2025. Het codeboek behorend bij het onderzoek is te vinden op onze website.

Veldwerk

Het codeerwerk is uitgevoerd in de periode: 17/04/2025 t/m 01/05/2026 door een team van 6 codeurs. Voor de selectie van de codeurs hebben de onderzoekers van de UvA een vacaturebericht gestuurd aan de studenten van de bachelor-opleiding Communicatiewetenschap. De studenten die zich hadden aangemeld moesten een motivatiebrief sturen. Op basis van motivatie, interesse, kennis van Nederlandse media, kennis van Nederlandse taal (moedertaalniveau) en beschikbaarheid selecteerden de onderzoekers acht studenten die werden uitgenodigd voor de introductie- en trainingsdagen.

De codeurs hebben voor het terugkijken van de televisie-programma's gebruik gemaakt van een intern systeem van het Commissariaat voor de Media. Om de video's op Videoland en NPO Start te bekijken, is een abonnement afgesloten. De video's op KIJK, YouTube en TikTok zijn openbaar. In totaal is er 579 uur aan materiaal gecodeerd van de televisieprogramma's en video's.

Persoonskenmerken

Alle personen die communicerend in beeld komen zijn gecodeerd. Er is een uitzondering voor personen die door een beperking niet in staat zijn zelf te communiceren en waarbij iemand anders namens de persoon met een beperking spreekt. In dat geval is ook de persoon met een beperking gecodeerd.

Geslacht is gecodeerd volgens de inschatting van de codeur op basis van uiterlijke kenmerken of gesproken of geschreven woord. Naast mannen en vrouwen zijn in 2025 twee personen geïdentificeerd als X (de persoon geeft zelf aan zich niet te identificeren als man of vrouw) of onbekend (op basis van naam en stem is niet te onderscheiden om welk geslacht het gaat). De personen zijn van de analyse uitgesloten, aangezien op twee personen geen analyse uitgevoerd kan worden. De codering van geslacht is als volgt:

- Man
- Vrouw
- X *(als de persoon zelf aangeeft zich niet te identificeren als man of vrouw)*
- Onbekend *(als op basis van naam en stem niet te onderscheiden is om welk geslacht het gaat)*

Ook leeftijdsklasse is op basis van inschatting van de codeur gecodeerd. De codeur kon kiezen uit één van zes leeftijdsklassen. De volgende leeftijdsklassen zijn gebruikt:

- 13-18 jaar
- 19-29 jaar
- 30-49 jaar
- 50-64 jaar
- 65-80 jaar
- 80+ jaar

Representatie van mensen met een waarneembare beperking

In 2023 en 2025 hebben we de representatie van beperking onderzocht. Om het codeboek voor dit doel te optimaliseren hebben we meerdere gesprekken gevoerd met belangenorganisatie leder(in) en op 23 januari 2024 hebben we tijdens een bijeenkomst bij de UvA een gesprek gevoerd met ervaringsdeskundigen over de onderzoeksmethode. Zie het codeboek op onze website voor een beschrijving van de codering van beperking.

Betrouwbaarheid

Als toezichthouder vinden we het belangrijk dat de onderzoeksmethode transparant is en betrouwbaar. Een betrouwbaarheidstest is onderdeel van de methode.

Een goede intercodeurbetrouwbaarheid is essentieel voor een succesvolle kwantitatieve inhoudsanalyse. Dit houdt in dat getrainde codeurs die dezelfde regels uit het codeboek volgen, (vrijwel) identieke waarden toekennen aan dezelfde inhoud.

Daarom is een duidelijk en vooraf getest codeboek noodzakelijk, met als doel dat elke codeur de variabelen op dezelfde manier begrijpt. Dit werd opgesteld deels op basis van eerder uitgevoerde onderzoeken. Tijdens interactieve trainingssessies werden alle variabelen uitgelegd, waarbij de codeurs fragmenten van tv-programma's te zien kregen en vragen beantwoorden over hoe ze de variabelen zouden coderen voor de gegeven actor. Dit proces hielp om onduidelijkheden weg te nemen en moedigde de codeurs aan om vragen te stellen met het oog op een beter begrip van het codeboek. Daarna kregen de codeurs een aantal tv-programma's om te oefenen met coderen, waarna hun werk door de onderzoekers werd gecontroleerd. Indien nodig, werd er feedback gegeven. Dit proces werd voor elke codeur herhaald totdat de codeur de oefenprogramma's correct had gecodeerd en aan de slag kon gaan met het coderen van het onderzoeksmateriaal.

Gedurende het coderingsproces ontvingen codeurs (zonder het te weten) een selectie van programma's voor het berekenen van de betrouwbaarheid. Sommige codeurs haakten af na een beperkt aantal programma's te hebben gecodeerd, waardoor ze de betrouwbaarheidscodering ook niet voltooiden. In totaal werden 412 actoren van 29 programma's die door alle actieve codeurs waren gecodeerd, meegenomen in de betrouwbaarheidsanalyse.

Krippendorff's alpha (α - verder afgekort als Kalpha) is een veelgebruikte betrouwbaarheidscoëfficiënt die omwille van de aanwezigheid van meerdere (meer dan twee) codeurs en van verschillende meetniveaus voor verschillende variabelen, het meest geschikt is om de betrouwbaarheid in dit onderzoek weer te geven. Hoewel de interpretatie van de Kalpha-waarden erg afhangt van het type variabele en de te verwachte moeilijkheid om deze te coderen, worden over het algemeen waarden boven α=0,67 gezien als een indicatie van een acceptabele betrouwbaarheid van de variabele, terwijl de waarden boven α=0,80 als een indicatie van goed tot zeer goed betrouwbaarheid worden beschouwd. Naast de Kalpha wordt voor elke variabele het gemiddelde percentage overeenstemming tussen de codeurs gerapporteerd. Dit is enkel weergegeven voor actoren die door alle codeurs in de test gecodeerd werden, en overeenkomst betekent dat ze allemaal dezelfde codering hadden.

De resultaten van de Kalpha- en overeenkomstanalyses zijn te vinden de volgende tabel. De variabelen geslacht, private rol, publieke rol, programmafunctie, leeftijd en beperking zijn gecodeerd voor alle actoren (n = 412), terwijl de variabele deskundigheid alleen is gecodeerd voor nieuws en actualiteits- en sportinformatieprogramma's en voor actoren met relevante programmafuncties (n = 300).

De betrouwbaarheid van alle gerapporteerde variabelen is goed tot uitstekend, met de laagste (maar nog steeds goede) Krippendorff's alpha-waarde voor het vaststellen van de programmafunctie (α= 79). De programmafunctie is gecodeerd en getest als een nominale variabelen met 12 mogelijke categorieën. Het percentage actoren waarvoor de codeurs het wel helemaal eens waren is daarbij hoog. Wat deze coëfficiënt niet precies weergeeft, is de betrouwbaarheid van specifieke programmafuncties. Voor sommige programmafuncties is dit ook moeilijker te realiseren omdat ze niet zo vaak voorkomen (en dus ook niet in de test). Wat we wel weten is dat het onderscheid tussen de programmafunctie "interviewsubject" en "onderwerp van portret" niet altijd consistent op dezelfde manier gemaakt wordt door onze codeurs. Het is dus met name voor "onderwerp van portret" belangrijk om de specifieke resultaten daarover met voorzichtigheid te interpreteren.



Voor de variabelen leeftijd en deskundigheid hebben we ervoor gekozen om de Krippendorff's alpha coëfficiënt op ordinaal meetniveau te berekenen. Het gaat immers om variabelen met categorieën met een duidelijk oplopende rangorde. Daardoor wordt een niet-overeenkomst tussen twee hoge leeftijdscategorieën bij het coderen minder zwaar aangerekend dan een niet-overeenkomst tussen een hoge en een lage leeftijdscategorie. Voor de volledigheid is in de tabel ook de (strengere) nominale coëfficiënt weergegeven, waarbij deze rangorde geen rol speelt en dus exacte overeenkomst noodzakelijk was.

Tabel 1. Overzicht intercodeursbetrouwbaarheid

	Aantal actoren	Krippendorff's alpha (α)	% Overeenkomst (N=242)
Geslacht	412	.99	98,8
Private rol	412	.88	99,6
Publieke rol	412	.91	95,5
Programmafunctie	412	.79	94,6
Leeftijd	412	.87 (nominaal .66)	66,5
Deskundigheid	300	.91 (nominaal .77)	70,2
Beperking	412	.98	99,6

Notitie: *% overeenkomst is gebaseerd op al dan niet overeenkomst tussen de drie codeurs in de test (en dus enkel berekend voor items die door alle drie deze codeurs gecodeerd werden). Krippendorff's alpha voor leeftijd en deskundigheid zijn ordinaal berekend (aangezien deze een ranking inhouden), maar ook de nominale score wordt meegegeven.*

Weging

De resultaten uit de televisiesteekproef zijn gewogen op kijkdichtheid, het aandeel Nederlanders dat naar het programma heeft gekeken. Op deze manier krijgen goed bekeken programma's meer gewicht in de resultaten. De resultaten geven daarmee een beeld van representatie in goed bekeken programma's.

Steekproef

De steekproef bestaat uit alle non-fictie televisieprogramma's uitgezonden - met een kijkdichtheid van meer dan 1,5% - op 28 willekeurige dagen in 2025. Om een representatieve steekproef te garanderen, verdeelden de onderzoekers het jaar in weeknummers en kwartalen, waarbij willekeurig vier weeknummers per kwartaal werden geselecteerd met behulp van Python. Uit elke geselecteerde week werden vervolgens vier dagen willekeurig gekozen. Op deze manier bevat de steekproef vier willekeurig geconstrueerde weken, waarbij elke dag van de week vier keer voorkomt, en zeven dagen per kwartaal zijn geselecteerd. Daarnaast werd gecontroleerd of er ten minste twee dagen per maand en één extra dag uit vier verschillende kwartalen in de steekproef waren opgenomen. Indien dit criterium niet werd gehaald, werd de geselecteerde dag opnieuw in de pool opgenomen en een nieuwe dag gekozen.

De steekproef omvat alle Nederlandse programma's uit de genres 'non-fictie', 'amusement', 'sport' en 'muziek en dans' die op die dagen zijn uitgezonden op de landelijke televisiezenders. Live (sport)registraties en programma's uit de genres fictie, kinderen, reclame en overig (volgens de SKO Hoofdindeling) vallen buiten de steekproef.

We zien dat ten opzichte van de steekproefsamenstelling in 2023 er minder programma's onderdeel zijn van de steekproef. Dit heeft ermee te maken dat de kijkdichtheid tussen 2023 en 2025 licht is gedaald en dus iets minder programma's boven de ondergrens van 1,5% kijkdichtheid uitkomen. Dit is met name het geval bij de dagprogrammering en late avondprogrammering van de NPO. Dit is aanleiding om bij de volgende meting te overwegen de ondergrens bij te stellen.

Verder hebben we een aanpassing gedaan in de genre-indeling van 2023. De programma's Oranjezomer en Vandaag Inside waren in 2023 geclassificeerd als sportprogramma's, maar bij nader inzien zijn het talkshows die over meer onderwerpen gaan dan alleen sport. Met terugwerkende kracht zijn daarmee de resultaten aangepast voor deze genres.

Naast deze aanpassing zijn er ook minder sportprogramma's gecodeerd doordat enkele sportprogramma's zijn gestopt en doordat de Champions League, en praatprogramma's tijdens de rust en na afloop van de voetbalwedstrijden, nu op Ziggo Sport te zien zijn. Ziggo Sport is met het systeem dat we gebruiken helaas niet terug te kijken, dus deze programma's zijn dit jaar geen onderdeel van de steekproef.[15]

15 Het gaat om zeven programma's in totaal, waarvan zes 5 minuten duurden (praatprogramma tijdens de rust) en één nabeschouwing van 30 minuten.

De volgende tabellen geven het aantal programma's en aantal personen (n) weer van de steekproef uit 2025. Deze gegevens zijn ongewogen.

Tabel 2. Aantal programma's en aantal personen (n) per genre

	Aantal programma's	Aantal personen (n)
Nieuws en actualiteiten	563	12.574
Sportinformatie	69	382
Spel en quiz	95	1.339
Overige non-fictie	227	3.200
Totaal	**954**	**17.113**

Tabel 3. Aantal programma's en aantal personen (n) per aanbieder

	Aantal programma's	Aantal personen (n)
NPO	437	6.827
RTL Nederland	307	5.765
Talpa Network	201	4.483
Disney (ESPN)	9	38
Totaal	**954**	**17.113**

Tabel 4. Aantal personen (n) per type aanbieder en genre

	Nieuws en actualiteiten	Non-fictie en amusement	Totaal
Publieke omroep	5.043	1.784	6.827
Commerciële omroepen	7.531	2.755	10.286
Totaal	**12.574**	**4.539**	**17.113**

Tabel 5. Aantal programma's per type aanbieder en genre

	Nieuws en actualiteiten	Non-fictie en amusement	Totaal
Publieke omroep	246	147	437
Commerciële omroepen	342	175	517
Totaal	**632**	**322**	**954**

Colofon

Monitor Representatie 2025 is een uitgave van het Commissariaat voor de Media.
Het Commissariaat bevordert betrouwbaar en pluriform media-aanbod voor iedereen.

Vormgeving
Osage, Utrecht

Commissariaat voor de Media
Hoge Naarderweg 78
1217 AH Hilversum

Postbus 1426
1200 BK Hilversum

035 773 77 00
cvdm@cvdm.nl
www.cvdm.nl