



# EREDIVISIE FAN ONDERZOEK

2009/'10

# EREDIVISIE FAN ONDERZOEK

2009/'10

# Inhoud

<b>VOORWOORD</b>	<b>3</b>	<b>4. FANUITGAVEN EN KAARTVERKOOP</b>	<b>37</b>
<b>INLEIDING EREDIVISIE FAN ONDERZOEK</b>	<b>5</b>	4.1 Aankoop losse kaarten	38
<b>SAMENVATTING EREDIVISIE FAN ONDERZOEK</b>	<b>6</b>	4.2 Verkooppunten	38
<b>1. FANPROFIEL</b>	<b>9</b>	4.3 Tickets kopen via internet	39
1.1 Geslacht, leeftijd & opleiding	10	4.4 Jaarlijkse uitgaven aan kaarten	41
1.2 Inkomen & dagelijkse bezigheid	11	4.5 Uitgaven wedstrijd dag	41
1.3 Type huishouden & kidsclub	13	4.6 Aankopen merchandise	42
1.4 Competities & zelf voetballen	13	4.7 Waardering prijzen	43
<b>2. FANKARAKTERISTIEKEN</b>	<b>15</b>	<b>5. FANMEDIAGEBRUIK EN INFORMATIEBEHOEFTE</b>	<b>45</b>
2.1 Betrokkenheid	16	5.1 Nieuws rond club	46
2.2 Motivatie seizoenkaart	17	5.2 Reden bezoek officiële website club	46
2.3 Aanschaf seizoenkaart	18	5.3 Waardering informatievoorziening club	47
2.4 Frequentie bezoek thuiswedstrijden	19	5.4 Mediagebruik Eredivisie	48
2.5 Bezoek uitwedstrijden	20	5.5 Samenvattingen Eredivisie	49
2.6 Bezoek overige wedstrijden	20	5.6 Abonnee betaalzenders	49
2.7 Redenen wedstrijdbezoek	21	5.7 Live wedstrijden Eredivisie	50
2.8 Waarom niet naar (alle) thuiswedstrijden?	22	5.8 Live Eredivisie op tv: met wie en waar?	51
2.9 Voorkeur tijdstip wedstrijden	23	5.9 Club TV	51
2.10 Aantal jaren clubbezoek	24	5.10 Voetbalnieuws op internet	52
2.11 Hoe supporter geworden?	25	5.11 Frequentie bezoek websites	53
<b>3. FANERVARINGEN OP DE WEDSTRIJDDAG</b>	<b>27</b>	<b>6. MAATSCHAPPELIJKE BETROKKENHEID</b>	<b>55</b>
3.1 Gezelschap thuiswedstrijden	28	6.1 Maatschappelijke betrokkenheid clubs	56
3.2 Bereikbaarheid stadion	29	6.2 Maatschappelijke activiteiten	56
3.3 Vervoermiddel en aankomst stadion	31	6.3 Sportiviteit & respect	57
3.4 Waardering stadionbezoek	32	<b>VERANTWOORDING EREDIVISIE FAN ONDERZOEK</b>	<b>59</b>
3.5 Beleving in het stadion	34	<b>COLOFON</b>	<b>60</b>
3.6 Gevoel veiligheid	34		
3.7 Waardering veiligheidsmaatregelen	35		
3.8 Negatieve situaties	35		

# Voorwoord

Niet minder dan 43.807 voetbalfans hebben deelgenomen aan dit eerste Eredivisie Fan Onderzoek. Een onderzoek dat inzicht verschaft in de mening van zij die tot de kern van onze nationale sport behoren: de fans. Supporters van het vaderlandse betaald voetbal, van jong tot oud, man of vrouw, van seizoenkaarthouders tot incidentele stadionbezoekers. Hun prominente rol in, en belang voor, de sport maakt het voor de betaaldvoetbalorganisaties cruciaal om te begrijpen hoe supporters het voetbal volgen, wat ze waarderen en wat volgens hen verbetering behoeft. Dit gegeven vormde voor KNVB Expertise, de Eredivisie CV en de Coöperatie Eerste Divisie reden om dit nationale Fan Onderzoek in nauwe samenwerking uit te voeren.

Het rapport dat nu voor u ligt geeft een specifiek beeld van de beleving van de fans in de Eredivisie. Iedere deelnemer aan dit onderzoek heeft de tijd genomen een verscheidenheid aan vragen te beantwoorden over zijn of haar favoriete Eredivisieclub. We zijn hen allen zeer dankbaar voor hun hulp om een goed beeld te kunnen schetsen van hun meningen, wensen en behoeften. Het resultaat is een eerste editie van een onderzoek dat een jaarlijks terugkerende meting moet worden. De nu verkregen onderzoeksresultaten bieden voldoende handvatten om de dienstverlening en de fanbeleving nog beter af te stemmen op de behoeften, om zo de waardering nog verder te kunnen vergroten.

Dit onderzoek laat onder meer zien dat de Eredivisiefans het bezoeken van wedstrijden zeer waarderen, dat vrijwel niemand zich onveilig voelt in de voetbalstadions en dat fans gemiddeld al 15 jaar wedstrijden bezoeken van hun club. We zien een positief beeld vanuit het perspectief van de fan, maar worden gelukkig ook gewezen op de punten die vatbaar zijn voor verbetering. We kijken er dan ook naar uit om deze dialoog met onze supporters de komende jaren voort te zetten om samen het gewenste resultaat te boeken.

Ron Francis  
Manager KNVB Expertise

Frank Rutten & Alex Tielbeke  
Directie Eredivisie CV



# Inleiding Eredivisie Fan Onderzoek

## De beleving, leefwereld en activiteiten van Eredivisiefans.

Dit Eredivisie Fan Onderzoek heeft als ambitie die stuk voor stuk in kaart te brengen. De informatie, verkregen via meer dan 40.000 Eredivisiefans, kan ook leiden tot verbeteringen bij clubs.

Wekelijks kijken miljoenen voetbalfans naar de samenvattingen van de Eredivisiewedstrijden. Tijdens competitierondes bezoeken honderdduizenden liefhebbers duels in de Eredivisie of volgen zij de verrichtingen van betaaldvoetbalclubs via media. Voetbal is voor velen een dagelijkse bezigheid en een gewild gespreksonderwerp. Voor de grootste voetbalfans is voetbal zelfs een manier van leven.

Het Eredivisie Fan Onderzoek heeft fans de kans geboden duidelijk te maken wat volgens hen goed gaat en wat eventueel kan worden verbeterd bij hun club. Om dit mogelijk te maken, heeft KNVB Expertise in samenwerking met de Eredivisie CV en marktonderzoekbureau Blauw Research het eerste Eredivisie Fan Onderzoek uitgevoerd. De deelnemende fans konden alles melden wat te maken heeft met hun favoriete club.

Samen met de fans hebben de onderzoekers onder meer het wedstrijdbezoek onder de loep genomen. Hoe blijven verder fans op de hoogte van hun club en hoe kijken zij aan tegen de kaartverkoop? Wat is voorts de maatschappelijke rol van clubs? Dankzij al deze inzichten wordt duidelijk op welke manier fans met voetbal omgaan en waar zij enthousiast van worden.

De antwoorden van tienduizenden Eredivisiefans bieden de Eredivisieclubs de mogelijkheid hun activiteiten volgend seizoen nóg beter aan te laten sluiten op de wensen van hun fans.

Fan van een club? Het uit zich op allerlei manieren: Nieuws en geruchten rond de favoriete club worden gevolgd via televisie, radio, kranten, tijdschriften en internet. Altijd is er de spanning wanneer een wedstrijd wordt gespeeld. Op zondagavond is er het traditionele scenario van met het bord op de schoot voor de televisie zitten om naar de Eredivisiesamenvattingen kijken. Fans lopen vol trots rond in het uit- of thuishuis. Sommigen gaan zelfs zo ver, dat zij hun clubliefde tonen met tatoeages van hun club.

In het Eredivisie Fan Onderzoek komen de volgende onderwerpen aan bod:

- 1. Fanprofiel:** competities die fans volgen, fans die al dan niet zelf voetballen en algemene kenmerken als geslacht en leeftijd.
- 2. Fankarakteristieken:** betrokkenheid fans bij de club, het bezoeken van wedstrijden door fans en hoelang zij al fan zijn.
- 3. Fanervaringen op de wedstrijddag:** in welk gezelschap bezoeken fans wedstrijden, welk vervoer gebruiken zij en wat is hun waardering, beleving en veiligheid rond het stadionbezoek?
- 4. Fanuitgaven en kaartverkoop:** aankoop van seizoenkaart of losse kaarten voor wedstrijden door fans, aankooplocatie en uitgaven aan fanartikelen.
- 5. Fanmediagebruik en informatiebehoefte:** het volgen van nieuws rond de club, bezoeken van club- en fanwebsites en volgen van wedstrijden op tv en voetbalnieuws.
- 6. Maatschappelijke betrokkenheid:** rol van Eredivisieclubs en spelers in de maatschappij in de ogen van de fans.

Aan elk onderwerp wordt een hoofdstuk gewijd. Telkens is er een korte inleiding met beschrijving van de vragen die aansluitend worden beantwoord. Aan het begin van het hoofdstuk is eveneens een aantal eerste conclusies terug te vinden.

Voor het Eredivisie Fan Onderzoek zijn geregistreerde seizoenkaart- en Club Cardhouders van alle clubs uitgenodigd. Het onderzoek is volledig online uitgevoerd. De geregistreerde Eredivisiefans is per e-mail verzocht aan het onderzoek deel te nemen. In de uitnodiging was een internetlink met persoonlijk password terug te vinden. Uiteindelijk hebben meer dan 40.000 fans van Eredivisieclubs hun mening gegeven. De getoonde resultaten in dit onderzoeksrapport berusten op de deelnemende fans, niet op de gehele fanpopulatie.

Seizoenkaarthouders hebben de mogelijkheid alle thuiswedstrijden van hun club in de Eredivisie te volgen in het stadion. Voor bepaalde Eredivisiewedstrijden is een Club Card nodig. Fans bestellen een Club Card bij hun club. Een Club Cardhouder kan kaarten kopen voor wedstrijden met Club Cardverplichting.

De resultaten van het Eredivisie Fan Onderzoek worden gedeeld met fans, clubs, sponsors, journalisten en andere geïnteresseerden. Elke Eredivisieclub krijgt inzicht in de resultaten van zijn eigen fans. Dit helpt de Eredivisieclubs hun toekomstig beleid uit te stippelen door middel van een dialoog met de fans.

Na deze inleiding volgt allereerst een samenvatting van de resultaten van het Eredivisie Fan Onderzoek.



# Samenvatting Eredivisie Fan Onderzoek

Eredivisiefans tonen in het Fan Onderzoek op allerlei manieren hun clubliefde en betrokkenheid bij het Eredivisievoetbal. Zij hebben in groten getale hun ervaringen gedeeld. De belangrijkste resultaten zijn terug te vinden in deze samenvatting. Inzichten op clubniveau en andere details bevinden zich in de daaropvolgende hoofdstukken. We beginnen met een profielschets van de Eredivisiefans.

## 1. FANPROFIEL

Wie zijn de Eredivisiefans en voetballen fans zelf ook?

De Eredivisiefans die aan het onderzoek hebben deelgenomen, komen uit alle lagen van de bevolking. Zij zijn gemiddeld veertig jaar, wonen samen of zijn getrouwd. Voetbal is (nog steeds) voornamelijk een mannsport, de meerderheid van de fans is dan ook man. Desalniettemin hebben vrouwelijke voetballers ook een flinke bijdrage geleverd aan het Eredivisie Fan Onderzoek. De jongste telgen in het huishouden wordt de clubliefde al op jonge leeftijd bijgebracht: een derde van de fans met kinderen heeft zijn kinderen ook lid gemaakt van een kidsclub.

Eredivisiefans spelen het spel zelf ook graag. Driekwart van hen voetbalt of heeft dit gedaan. Eredivisiefans zijn vaak ook enthousiaste volgers van het Nederlands elftal en de Champions League. Voor andere voetbalcompetities hebben zij minder interesse.

## 2. FANKARAKTERISTIEKEN

Waarom word je fan en hoe uit het 'fan zijn' zich?

De sociale omgeving van de voetballers heeft een sterke invloed op hun keuze voor een Eredivisieclub. De helft van de supporters is bijvoorbeeld fan van een club uit de eigen regio. Dit geldt nog sterker voor seizoenkaarthouders. Verder blijkt dat veel supporters in hun keuze voor een club zijn beïnvloed door familie, vrienden en kennissen. Kinderen worden zoals gemeld al vaak op jonge leeftijd aangemeld als lid van een kidsclub.

Fans blijken voornamelijk thuiswedstrijden van hun club te bezoeken. Seizoenkaarthouders gaan naar bijna alle wedstrijden in het stadion. Club Cardhouders bezoeken gemiddeld vijf thuiswedstrijden per seizoen.

Natuurlijk komen fans naar het stadion voor een mooie wedstrijd en om hun club te zien winnen. Desondanks zijn de goede sfeer en de ondersteuning van de club de belangrijkste redenen om naar thuiswedstrijden te gaan. Fans bezoeken uitwedstrijden in mindere mate. Eredivisiefans gaan ook graag naar thuiswedstrijden in het toernooi om de KNVB beker en naar oefenduels en de open dag van hun club.

## 3. FANERVARINGEN OP DE WEDSTRIJDDAG

Hoe beleef je als fan de wedstrijden?

Bezoeken van Eredivisiewedstrijden is voor fans dé manier om hun club te steunen. De thuiswedstrijden zijn ook echt een sociale aangelegenheid: fans gaan het liefst met vrienden naar een wedstrijd. De meeste fans komen met de auto naar het stadion. Bij een aantal clubs maken fans ook vaak gebruik van het openbaar vervoer en de fiets. Bezoekers arriveren meestal tussen een halfuur en een uur voor het begin van de wedstrijd om in de stemming te komen. De sfeer in het stadion en het aangeboden entertainment worden ervaren als een

meerwaarde van het stadionbezoek. Aandachtspunt is wel de kwaliteit van het eten en drinken, hier zijn de Eredivisiefans niet altijd over te spreken.

Veiligheid is soms een onderwerp van discussie rond Eredivisie-wedstrijden, maar de fans voelen zich vrijwel altijd veilig in het stadion en ondervinden weinig hinder van vervelende situaties. De stewards en beveiligingsmedewerkers spelen hierin een belangrijke rol.

#### 4. FANUITGAVEN EN KAARTVERKOOP

*Wat geef je als fan uit aan tickets, eten en drinken in het stadion en wat besteed je aan merchandise?*

Tegenwoordig zijn er allerlei manieren om kaartjes voor wedstrijden te kopen, al dan niet met een Club Card. De meeste losse kaarten worden via TicketBox verkooppunten aangeschaft bij Primera. Fans hebben het online kopen van tickets nog niet volledig omarmd: een derde van de fans koopt zijn kaarten voor thuiswedstrijden online. De clubwebsite is hiervoor favoriet. De seizoenkaarten worden direct bij de club aangeschaft. Een Eredivisiefan besteedt gemiddeld € 229 aan een seizoenkaart. Club Cardhouders geven per seizoen € 171 uit aan losse kaarten voor wedstrijden.

Tijdens een thuiswedstrijd besteedt een fan gemiddeld € 8 aan eten en drinken in het stadion. Op jaarbasis geven fans gemiddeld € 56 uit om in het bezit te komen van fanartikelen.

#### 5. FANMEDIAGEBRUIK EN INFORMATIEBEHOEFTE

*Hoe volg je als fan je club en de Eredivisie in de media?*

Voetbal is niet weg te denken uit de media. Voor nieuws, samenvattingen en wedstrijden gebruiken fans verschillende media. Zij wisselen daarbij veel af. Met technische mogelijkheden als mobiel internet en televisie via internet zal dit verschijnsel in de toekomst alleen maar worden versterkt. Nieuws over hun eigen club zoeken de fans voornamelijk via de officiële clubwebsite. Over het algemeen zijn de fans zeer te spreken over de informatievoorziening vanuit de clubs. Zij raadplegen online ook veel fansites en voetbalnieuwsites. De televisie, (regionale) kranten en teletekst gelden ook als belangrijke en veelgebruikte informatiebronnen.

De televisie is het belangrijkste kanaal om de Eredivisie te volgen. Vrijwel alle fans kijken naar de Eredivisiesamenvattingen van de NOS. De helft van de fans schakelt ook weleens in op uitzendingen van Eredivisie Live. Live wedstrijden op televisie bekijken, geldt als een sociale aangelegenheid. Vaak volgen Eredivisiefans een duel gezamenlijk. Wanneer zij thuis kijken, gebeurt dat dikwijls in gezelschap van de rest van het gezin. Het wedstrijdbezoek is daarentegen meer een vriendenuitje.

#### 6. FAN MAATSCHAPPELIJKE BETROKKENHEID

*Wat vind je als fan van de maatschappelijke betrokkenheid van de clubs?*

Voetbal is in de Nederlandse samenleving een sport die veel wordt beoefend, bekeken en besproken. De KNVB en de Eredivisieclubs zetten zich actief in voor een bredere maatschappelijke rol dan amusement alleen. Vrijwel alle fans hechten grote waarde aan deze maatschappelijke rol. De meeste Eredivisiefans weten dat hun club zich maatschappelijk inzet, de helft is zich ook bewust waarvoor. Fans menen dat clubs vooral moeten inzetten op bevordering van sportief gedrag bij jeugdvoetballers. Zij zijn over het algemeen te spreken over de sportiviteit en het respect op de Eredivisievelden.

Het respect van fans richting bezoekende supporters is volgens fans wel een aandachtspunt.







# 1. Fanprofiel

Is voetbal een echte mannensport en zijn vrouwen dus niet geïnteresseerd? Is vooral de jongere generatie fan van een Eredivisieclub? In dit hoofdstuk maakt de lezer kennis met de deelnemers van het Eredivisie Fan Onderzoek.

De overgrote meerderheid van de deelnemende fans is man. Hieruit blijkt dat voetbal nog steeds een echte mannenaangelegenheid is. De deelnemende Eredivisiefans zijn gemiddeld veertig jaar en wonen samen of zijn getrouwd.

We beginnen dit rapport met de beschrijving van de fans die hebben deelgenomen aan het Eredivisie Fan Onderzoek. In dit hoofdstuk worden onder andere de volgende vragen beantwoord: hoe oud zijn de Eredivisiefans, hoe groot is het percentage vrouwen onder hen, hoe kunnen we de huishoudens van de deelnemers omschrijven en zijn de thuiswonende kinderen lid van een Eredivisie kidsclub of juniorclub?

Kortom: we maken hier kennis met de fans die hebben deelgenomen aan dit Eredivisie Fan Onderzoek. We gaan in dit hoofdstuk van start met een weergave van de gemiddelde leeftijden van de supporters van de achttien Eredivisieclubs.

## **Profielkenmerken van de deelnemende Eredivisiefans:**

- Fans die hebben deelgenomen aan het Eredivisie Fan Onderzoek zijn voornamelijk mannen (87%).
- Fans hebben een gemiddelde leeftijd van veertig jaar.
- Meer dan de helft van de fans is getrouwd of woont samen.
- Fans met thuiswonende kinderen hebben vaak kinderen die lid zijn van een kidsclub (32%).
- De helft van de Eredivisiefans houdt ook van wedstrijden van het Nederlands elftal en in de Champions League.
- Driekwart van de fans voetbalt zelf op recreatief of competitief niveau of heeft dit vroeger gedaan.

De resultaten in dit hoofdstuk geven een beeld van de seizoenkaart- en Club Cardhouders die aan het Fan Onderzoek hebben deelgenomen. Ze zijn geen weergave van de Nederlandse bevolking of voetbalfans in het algemeen.

### 1.1 GESLACHT, LEEFTIJD & OPLEIDING

De kenmerken van de Eredivisiefans die aan dit onderzoek hebben deelgenomen, kunnen afwijken van de kenmerken van de gehele groep Eredivisiefans. De resultaten in dit hoofdstuk geven een beeld van de seizoenkaart- en Club Cardhouders die hebben meegedaan aan het Fan Onderzoek. De resultaten zijn dus geen weergave van de Nederlandse bevolking of voetbalfans in het algemeen. In de verantwoording aan het eind van dit rapport staat beschreven hoe de fans zijn benaderd en wie zijn uitgenodigd voor het Eredivisie Fan Onderzoek.

Onder de voetbalfans is de verhouding tussen mannen en vrouwen zoals verwacht een scheve. Er zijn aanzienlijk meer mannen. In totaal is 13% van de fans vrouw. De vrouwen die hebben deelgenomen aan het onderzoek, zijn gemiddeld jonger dan de mannen: 37,4 tegenover 40,7. De deelnemende Eredivisiefans zijn gemiddeld veertig jaar. De grootste groep fans is tussen de 35 en 54 jaar oud. Ongeveer de helft (46%) van de fans valt in deze leeftijdscategorie.

Vier op de tien deelnemende Eredivisie-supporters heeft een hoge opleiding gevolgd. Eén op de tien is laag opgeleid en 49% zit in de middencategorie. Hieronder staat een toelichting op de opleidingsniveaus.

#### Toelichting opleidingscategorieën:

Laag opleidingsniveau:

- lager onderwijs (alleen lagere school, basisschool, et cetera)
- lager beroepsonderwijs (LBO, LTS, ITO, LEAO, VBO, VMBO basis, et cetera)

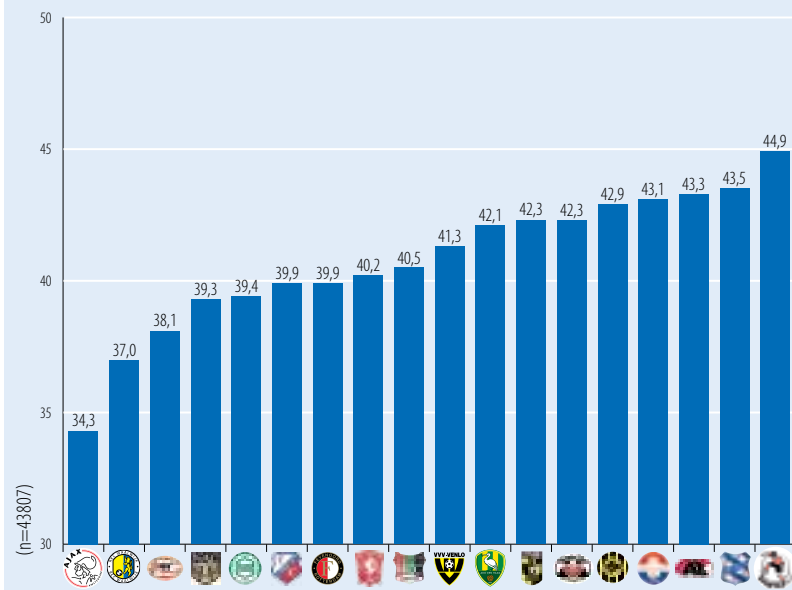
Midden opleidingsniveau:

- middelbaar algemeen onderwijs (MAVO, VMBO, et cetera)
- middelbaar beroepsonderwijs (MBO, MTS, MEAO, ROC, et cetera)
- hoger algemeen onderwijs (HAVO, VWO, Atheneum, Gymnasium, et cetera)

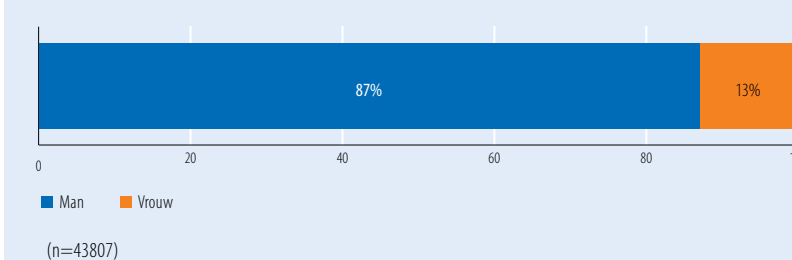
Hoog opleidingsniveau:

- hoger beroepsonderwijs (HBO, HTS, HEAO, WO bachelor/kandidaats)
- wetenschappelijke onderwijs (universiteit, doctoraalopleiding, WO master, et cetera)

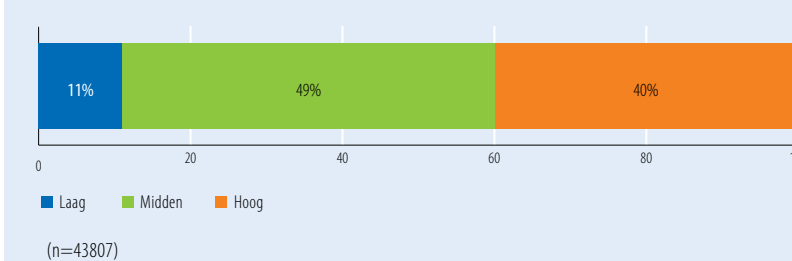
Grafiek 1.1.1 Gemiddelde leeftijd



Grafiek 1.1.2 Geslacht



Grafiek 1.1.3 Opleiding



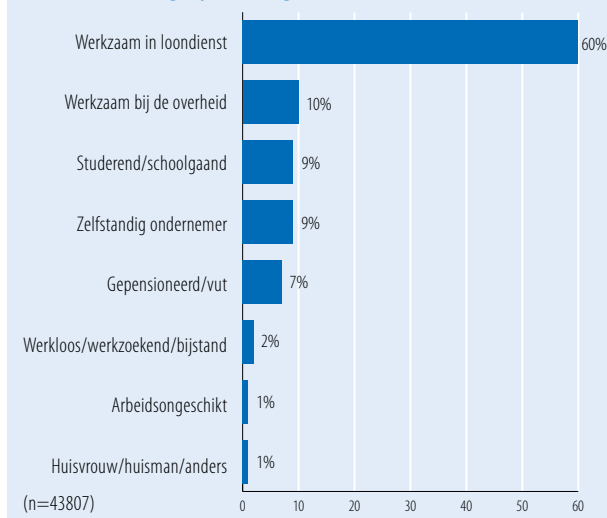
## 1.2 INKOMEN & DAGELIJKE BEZIGHEID

Fans uit dit Eredivisie Fan Onderzoek behoren tot verschillende leeftijdscategorieën en bevinden zich dan ook in verschillende levensfasen. Sommige fans gaan nog naar school of studeren, terwijl andere werkzaam zijn in het bedrijfsleven of bij de overheid. Verder is een aantal Eredivisiefans gepensioneerd en genieten zij na hun werkzame bestaan van het voetbal.

Per tien fans die hebben deelgenomen aan dit Fan Onderzoek, zijn er zes in loondienst. Verder werkt 10% bij de overheid en is 9% zelfstandig ondernemer.

De inkomens van de fans zijn eveneens verspreid over verschillende categorieën. In totaal heeft 21% een inkomen van 50.000 euro of meer. Ongeveer eenzelfde deel verdient tussen de 35.000 en 50.000 euro. Er is een verschil te zien tussen de seizoen- en de Club Cardhouder in dit onderzoek. Seizoenkaarthouders hebben gemiddeld een hoger inkomen dan Club Cardhouders.

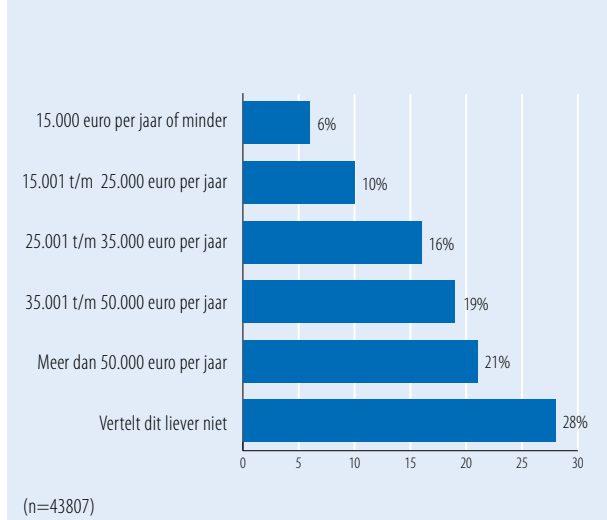
Grafiek 1.2.1 Dagelijkse bezigheid



Vraagstelling:

*Welke situatie is op dit moment (het meest) op u van toepassing?*

Grafiek 1.2.2 Inkomen



Vraagstelling:

*Kunt u aangeven hoe hoog het bruto jaarinkomen van uw huishouden ongeveer is?*





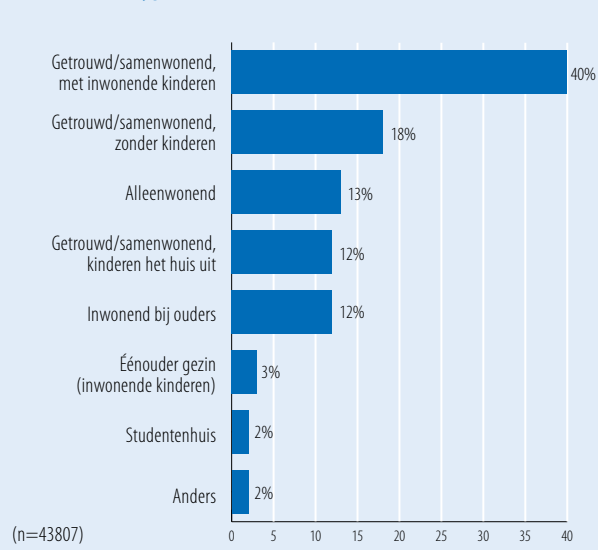
### 1.3 TYPE HUISHOUDEN & KIDSCLUB

Eredivisiefans kunnen familieleden of andere huisgenoten aansteken met enthousiasme over hun favoriete club. Het is ook mogelijk dat zij samen een wedstrijd bezoeken. Aan de fans is gevraagd welke situatie het best past bij hun eigen huishouden.

Ruim de helft van de Eredivisiefans die hebben deelgenomen aan dit Fan Onderzoek, is getrouwd of samenwonend. Van alle Eredivisiefans woont 40% samen met inwonende kinderen. 12% van de fans woont (nog) thuis bij de ouders. Vanzelfsprekend zijn fans uit die laatste groep voornamelijk jonger dan zestien jaar.

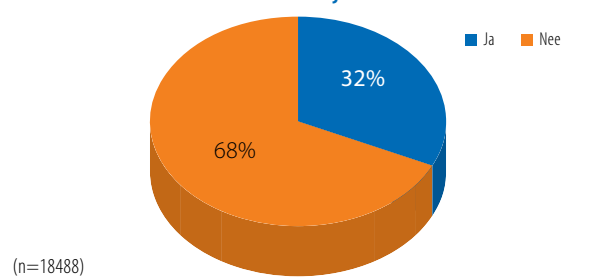
Kinderen kunnen bij de Eredivisieclubs lid worden van een speciale kidsclub. Zij worden dan uitgenodigd voor activiteiten. Een derde van de supporters met thuiswonende kinderen, heeft kinderen die lid zijn van de kidsclub. PSV-supporters met thuiswonende kinderen hebben vaker kinderen die lid zijn van de kidsclub dan supporters van de andere clubs. 46% van hen heeft een kind lid gemaakt van een kids- of juniorclub.

Grafiek 1.3.2 Type huishouden



Vraagstelling:  
Welke typering is op uw huishouden van toepassing?

Grafiek 1.3.3 Kinderen lid kidsclub/juniorclub



Vraagstelling:  
Is (een van) uw kind(eren) lid van de kidsclub/juniorclub van uw club?

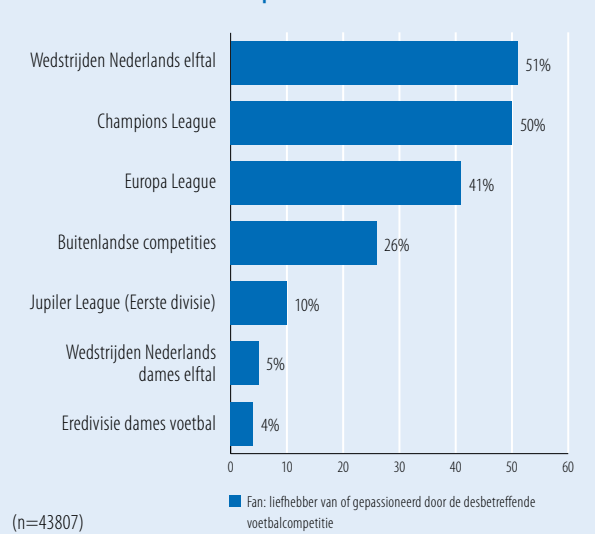
### 1.4 COMPETITIES & ZELF VOETBALLLEN

Fans van de Eredivisie zijn ook liefhebber van andere voetbalcompetities. Aan de fans is gevraagd in welke mate zij geïnteresseerd of fan zijn van andere voetbalcompetities.

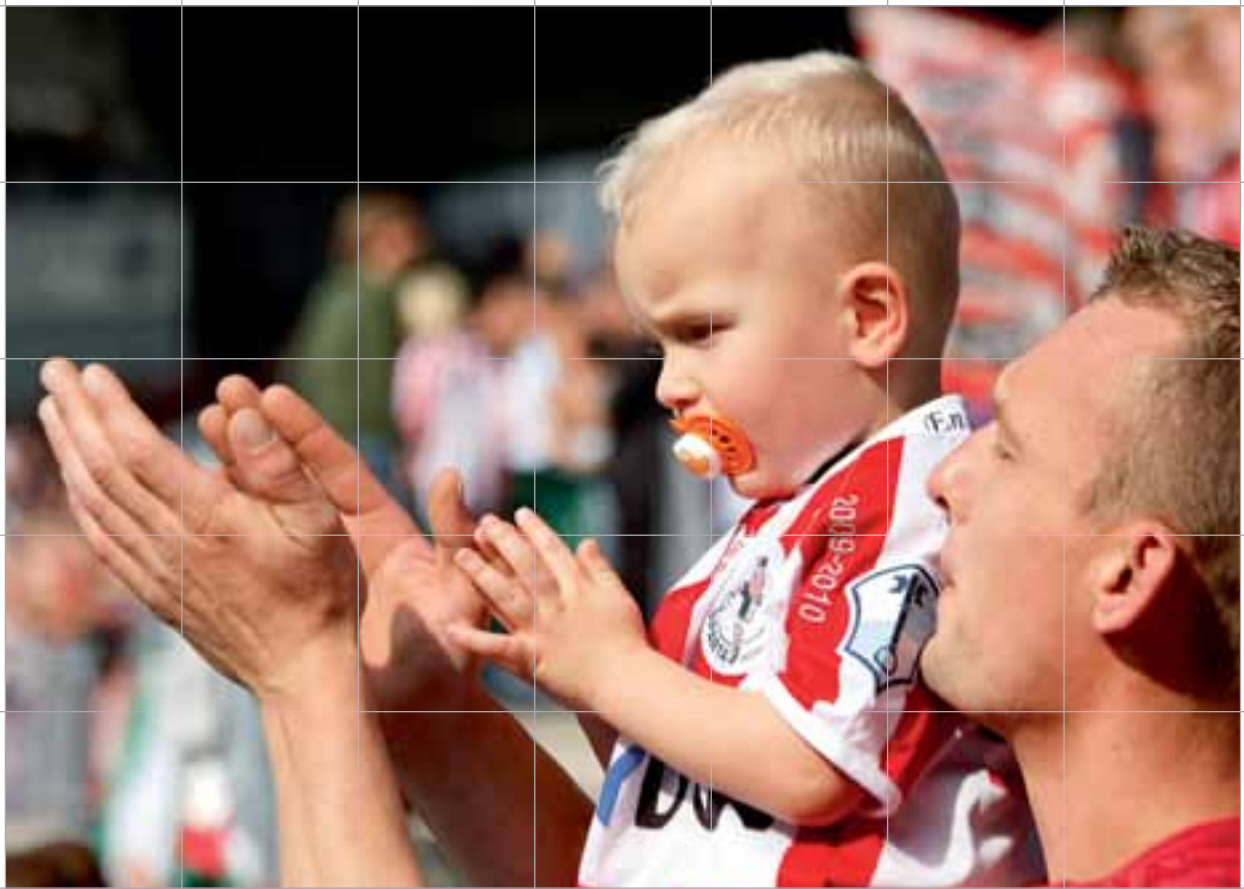
De helft van de Eredivisiefans zegt ook liefhebber te zijn van wedstrijden van het Nederlands elftal en de Champions League. Mannen houden veel meer dan vrouwen van de Champions League, Europa League en de buitenlandse competities. Minder dan de helft van de Eredivisiefans is enthousiast over de Europa League (41%) en buitenlandse competities (26%).

Voetbal kijken in het stadion of op televisie kan aanstekelijk werken. Aan de supporters van de Eredivisieclubs is gevraagd, of zij ook zelf de sport beoefenen. Driekwart van de fans voetbalt zelf op recreatief of competitief niveau of heeft dit vroeger gedaan. Zoals verwacht voetballen de jongere fans momenteel vaker op competitief of recreatief niveau dan de oudere generatie. Een ander verwacht resultaat is dat mannen vaker zelf de sport beoefenen dan vrouwen. Maar ook drie op de tien vrouwen heeft in het verleden gevoetbald of doet dit nu nog.

Grafiek 1.4 Fan voetbalcompetities







## 2. Fankarakteristieken

Fan van een club ben je dikwijls voor het leven.

Op jonge leeftijd komen fans vaak in aanraking met voetbal en ontstaat er een voorliefde voor een club.

In dit hoofdstuk wordt belicht hoe betrokkenheid bij de club tot stand komt en vervolgens wordt getoond.

De betrokkenheid van fans is groot, vooral bij de seizoenkaarthouders. Dit uit zich in het voortdurend volgen van hun club in media, bezoeken van wedstrijden en participeren in de supportersvereniging. Fans worden vaak supporter van een club uit de regio. De sociale omgeving heeft hier ook een sterke invloed op.

De verschillende manieren om betrokken te zijn bij de club, komen naar voren op de volgende pagina's. Het gaat om de redenen om een seizoenkaart aan te schaffen of juist te kiezen voor een Club Card. Het draait eveneens om de belangrijkste motieven om uit- en thuiswedstrijden te bezoeken. Verder komt naar voren hoelang fans al actief supporter van hun club zijn en wat ertoe heeft geleid dat ze supporter zijn geworden. Uiteraard komen de verschillen tussen clubs naar voren.

De betrokkenheid bij de club wordt het eerst onder de loep genomen.

### Fankarakteristieken en op de wedstrijddag:

- Fans zijn vaak supporter geworden van een club uit hun regio.
- Fans worden in hun keuze voor een club ook beïnvloed door vrienden, familie en kennissen.
- Fans met een Club Card kiezen eerder voor een club buiten de regio. Of ze laten zich leiden door de speelstijl van die club.
- Fans met een seizoenkaart gaan, logischerwijs, naar bijna alle thuiswedstrijden. Uitduels worden beperkt bezocht.
- Fans met een Club Card bezoeken gemiddeld vijf wedstrijden per seizoen. Zij gaan eerder naar duels met aantrekkelijke tegenstanders.
- Fans gaan naar de wedstrijden voor de sfeer in het stadion en om hun club te steunen.

## 2.1 BETROKKENHEID

Fans van Eredivisieclubs zijn op allerlei manieren betrokken bij hun favoriete club. Zij bezoeken thuiswedstrijden, volgen de club in media of zijn bijvoorbeeld lid van de supportersvereniging.

De betrokkenheid van de fans komt het sterkst tot uiting in het feit dat zij hun club volgen in media. Zij doen dit vooral via de clubwebsite, televisie en krant. In het hoofdstuk van fan mediagebruik komt dit uitgebreid aan bod.

Tweederde van de fans die hebben deelgenomen, beschikken over een seizoenkaart van een Eredivisieclub. De overige fans zijn in het bezit van een Club Card van hun favoriete club. Zoals in de verantwoording is terug te lezen, zijn voor dit Eredivisie Fan Onderzoek alleen seizoenkaart- en Club Cardhouders uitgenodigd.

De fans van Heracles Almelo en NAC Breda blijken relatief het meest seizoenkaarthouder te zijn. Ajax-fans zijn vaker Club Cardhouder.

Betrokkenheid bij een club gaat niet uitsluitend gepaard met het bezoeken van wedstrijden. Ook lidmaatschap van de supportersvereniging, de club of kidsclub is er een uiting van. Bijna een derde van de fans is lid van de supportersvereniging van de club. Dit wisselt sterk per club. Bij N.E.C. is deze groep het grootst: ruim 40% van de fans van de Nijmeegse club is lid van de supportersvereniging. Bij een aantal clubs is het mogelijk niet alleen lid te zijn van de supportersvereniging, maar ook van een supportersclub of -community.

### Wat is een?

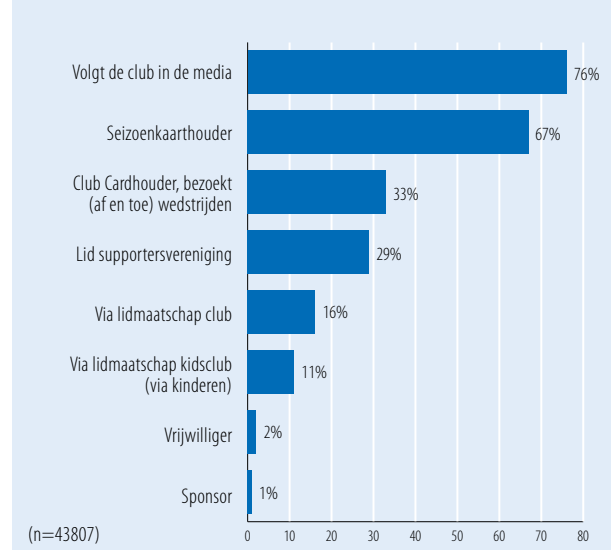
#### Supportersvereniging:

Vereniging opgezet door supporters. Deze verenigingen organiseren (bus)reizen naar uitwedstrijden, ruilbeurzen, meet & greets met spelers en andere clubgerelateerde activiteiten. Vaak ontvangen de leden ook een clubblad. De vereniging bestaat onafhankelijk van de club.

#### Lidmaatschap:

Supportersclub opgezet door de club zelf. Er worden vanuit de club allerlei activiteiten georganiseerd. Leden profiteren via het lidmaatschap van aanbiedingen. Zij krijgen bijvoorbeeld korting op de aanschaf van kaarten en op clubmerchandise.

Grafiek 2.1 Betrokkenheid club



Vraagstelling:

*Op welke manier bent u betrokken bij uw club?*

## 2.2 MOTIVATIE SEIZOENKAART

Tweederde van de deelnemende fans heeft een seizoenkaart. Aan hen is gevraagd naar de belangrijkste redenen om die aan te schaffen.

Het merendeel van de fans koos voor het meest voor de hand liggende antwoord: ze willen alle thuiswedstrijden van hun club bijwonen. Het prijsvoordeel is niet de belangrijkste reden.

Een andere motivatie voor veel seizoenkaarthouders is de mogelijkheid samen met vrienden/kennissen wedstrijden te bezoeken en een vaste plek te hebben in het stadion. Het sociale element speelt hierin dus een belangrijke rol.

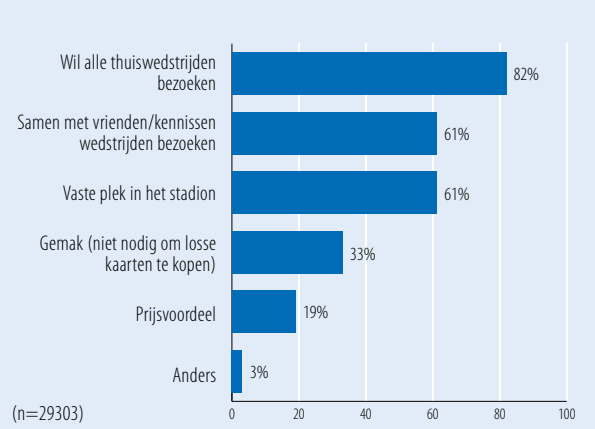
Een seizoenkaart is goedkoper dan telkens een los kaartje aanschaffen. Bij de meeste clubs komt de prijs van een seizoenkaart ongeveer overeen met de prijs van tien tot vijftien losse kaarten. Wanneer een fan veel wedstrijden bezoekt, is een seizoenkaart dus al snel voordeliger. Toch is het prijsvoordeel maar voor een klein deel van de fans reden een seizoenkaart te nemen.

Voor seizoenkaarthouders van 55 jaar en ouder is het vooral belangrijk dat ze bij elke thuiswedstrijd hun eigen vaste plek in het stadion hebben. Deze fans komen vaker alleen naar het stadion en zien dan waarschijnlijk bekenden in het vak waar zij altijd zitten. Fans tussen de 16 en 34 kopen vaak een seizoenkaart omdat ze samen met vrienden of kennissen naar het stadion willen gaan.

Hoe langer een fan wedstrijden van zijn club bijwoont, hoe meer hij gehecht raakt aan een vaste plek in het stadion. Fans die al veertig jaar of langer wedstrijden bezoeken, vinden de vaste plek een erg belangrijke reden om een seizoenkaart aan te schaffen.

Voor seizoenkaarthouders van FC Twente, AZ, PSV en Heracles Almelo is de vaste plek in het stadion belangrijk. Dit laat zich wellicht verklaren doordat de stadions van deze clubs een zeer hoge bezettingsgraad hebben: de wedstrijden zijn vaak uitverkocht.

Grafiek 2.2 Aanschaf seizoenkaart



Vraagstelling:

*Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om een seizoenkaart aan te schaffen?*

### 2.3 AANSCHAF SEIZOENKAART

Een derde van de deelnemende fans aan het onderzoek is niet in het bezit van een seizoenkaart. Tegelijkertijd heeft een groot deel van deze Club Cardhouders de behoefte een seizoenkaart aan te schaffen. Wat zouden redenen voor Club Cardhouders zijn om toch te besluiten een seizoenkaart te kopen?

De meeste fans vinden een seizoenkaart simpelweg te duur. De kosten zijn vooral te hoog voor de jonge fans. De prijs van de seizoenkaart wordt minder belangrijk naarmate fans ouder zijn. De prijs van de seizoenkaarten moet wel in combinatie worden gezien met de behoefte om een seizoenkaart aan te schaffen. Drie op de tien Club Cardhouders meldt geen behoefte te hebben aan een seizoenkaart. Als de behoefte ontbreekt, wordt de prijs al snel een hoge drempel.

Vrouwen (62%) hebben minder vaak een seizoenkaart dan mannen (68%). De kosten van de seizoenkaart zijn voor vrouwelijke fans vaak een bezwaar.

Een groter aantal beschikbare seizoenkaarten (voor een bepaald vak in het stadion) en betere prestaties van de club zouden bij een aantal betaaldvoetbalorganisaties ook kunnen leiden tot meer seizoenkaart-houders. Vooral de oudere fans (55+) zijn eerder geneigd een seizoenkaart te bestellen als de club beter gaat presteren.

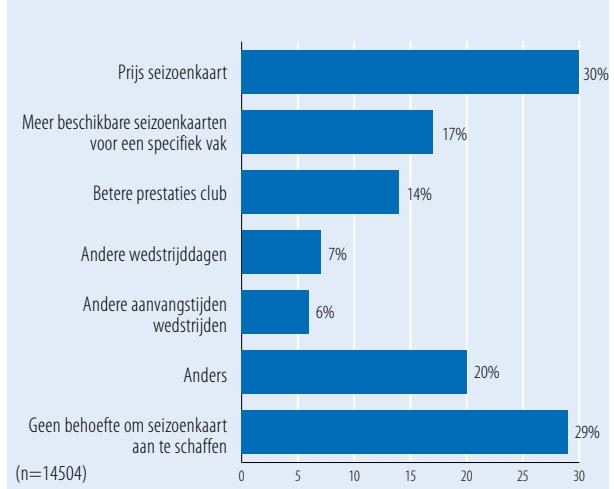
Op het niveau van Eredivisieclubs is er een aantal opvallende verschillen.

Op dit moment hebben Vitesse en Roda JC te maken met een relatief beperkte stadionbezetting. Fans van deze clubs geven aan dat betere prestaties van de club een reden zou zijn om een seizoenkaart aan te schaffen.

Voor Club Cardhouders van FC Twente en PSV is dit juist helemaal geen reden om een seizoenkaart te kopen. Dat is niet verassend, gezien de hoge stand op de ranglijst van deze clubs ten tijde van het onderzoek.

Fans van FC Groningen zouden graag zien dat er meer seizoenkaarten beschikbaar komen voor een specifiek vak in de Euroborg. Het stadion van FC Groningen zit dan ook momenteel bijna iedere wedstrijd vol.

Grafiek 2.3 Geen seizoenkaart



Vraagstelling:

*Wat zou uw club moeten veranderen zodat u wel een seizoenkaart aanschaft?*

## 2.4 FREQUENTIE BEZOEK THUISWEDSTRIJDEN

Het bezoeken van thuiswedstrijden in het stadion is voor supporters een goede manier om hun club te steunen. Bijna alle fans gaan tijdens het voetbalseizoen tenminste naar één thuisduel van hun club. 62% van de fans die hebben deelgenomen aan dit onderzoek gaat naar (bijna) alle thuiswedstrijden. Gemiddeld woont een fan tijdens een seizoen zo'n twaalf keer een thuisduel bij van zijn favoriete club. Dit gemiddelde is een combinatie van seizoenkaart- en Club Cardhouders die wedstrijden bezoeken.

Het spreekt voor zich dat seizoenkaarthouders meer thuiswedstrijden bezoeken dan Club Cardhouders. Zij wonen gemiddeld zestien wedstrijden bij per seizoen. Dit is meer dan drie keer zoveel als bij hun medesupporters met een Club Card.

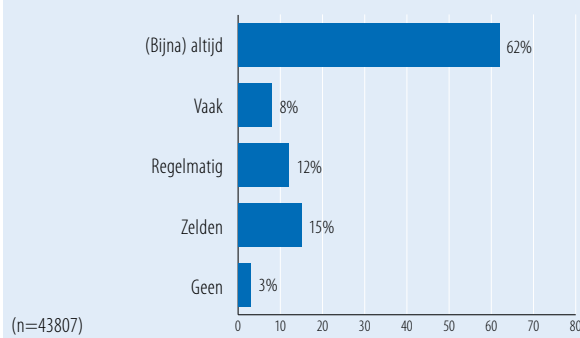
Leeftijd speelt ook een rol bij wedstrijdbezoek. De oudere fans (55+) zijn de meest trouwe bezoekers. Zeven op de tien oudere fans gaat naar vrijwel alle thuiswedstrijden. Van de jongere fans bezoekt ongeveer 60% (bijna) altijd de thuisduels.

Seizoenkaarthouders van alle Eredivisieclubs benutten hun seizoenkaart volop. Het gemiddeld aantal thuiswedstrijden dat zij bijwonen, ligt bij alle Eredivisieclubs tussen de vijftien en zestien duels. De verschillen tussen de clubs zijn hier klein.

In Oost-Nederland gaan seizoenkaarthouders naar de meeste wedstrijden: fans met een seizoenkaart van FC Twente en Heracles Almelo wonen gemiddeld 16,2 Eredivisietuiswedstrijden bij.

De fans met een Club Card bezoeken gemiddeld vijf duels per seizoen. Dit verklaart mogelijk waarom de overstap naar een seizoenkaart niet snel wordt gemaakt. Vaak ontbreekt de behoefte om alle thuiswedstrijden te bezoeken.

Grafiek 2.4 Bijwonen thuiswedstrijden



Vraagstelling:

*Hoeveel thuiswedstrijden van uw club woont u bij in het stadion?*

Tabel 2.4.1 Wedstrijdbezoek is als volgt ingedeeld:

(bijna) Altijd:	14-17 wedstrijden
Vaak:	10-13 wedstrijden
Regelmatig:	5-9 wedstrijden
Zelden:	1-4 wedstrijden
Nooit:	0 wedstrijden

Tabel 2.4.2 Gemiddeld aantal thuiswedstrijden per seizoen:

Seizoenkaart	15,8
Club Card	4,8





## 2.5 BEZOEK UITWEDSTRIJDEN

Over het algemeen bezoeken fans weinig uitwedstrijden. Ruim een derde van de fans gaat weleens naar een uitduel van zijn club. Slechts een kleine groep (5%) bezoekt meer dan vijf uitwedstrijden per seizoen.

Het zal geen verrassing zijn dat seizoenkaarthouders meer uitwedstrijden bezoeken dan Club Cardhouders. Bijna de helft van de seizoenkaarthouders gaat naar tenminste één uitduel per seizoen. Slechts één op de vijf Club Cardhouders bezoekt weleens een uitwedstrijd. Er zijn maar weinig fans die iedere wedstrijd van hun club op vreemde bodem (kunnen) bijwonen.

We hebben eerder gezien dat oudere fans vaker thuiswedstrijden bezoeken dan de jongere generatie. Voor uitwedstrijden geldt het omgekeerde. Fans tussen de 16 en 34 jaar bezoeken gemiddeld de meeste uitwedstrijden (1,9). De oudere fans (55+) gaan het minst naar uitwedstrijden van hun club. Ruim driekwart doet dit zelfs nooit.

Natuurlijk zijn er clubs die er uitspringen ten opzichte van andere Eredivisieclubs als het gaat om het bezoeken van uitwedstrijden. Fans van RKC Waalwijk en VVV-Venlo zijn de meest fervente bezoekers van uitduels. Respectievelijk 17% en 14% van die fans gaat per seizoen naar meer dan vijf uitwedstrijden.

Bijna tweederde van de fans bezoekt helemaal geen uitwedstrijden. Alles bij elkaar genomen is er een groot verschil tussen het bijna altijd bezoeken van thuisduels en het beperkt bezoeken van uitwedstrijden van de favoriete club.

De fans hebben ook duidelijk gemaakt waarom zij geen uitwedstrijden bezoeken. Ze hebben er doorgaans simpelweg geen behoefte aan. Het vergt te veel vrije tijd om elke twee weken een thuiswedstrijd te bezoeken en tussendoor op pad te gaan voor een uitduel. Veel fans melden ook dat ze geen tijd hebben om elke twee weken mee te reizen naar een uitwedstrijd.

Fans laten ook weten dat de combiregeling (zie omschrijving onderaan pagina) een belemmering is om uitwedstrijden te bezoeken. De fans die al wel naar uitduels gaan, zouden dat zonder de combi-regeling vaker doen. Deze (onontkoombare) drempel is opvallend.

### Combieregeling:

De combiregeling houdt in dat aan een toegangskaartje voor een uitwedstrijd een verplichte vorm van vervoer is gekoppeld, bijvoorbeeld een treincombi, buscombi of autocombi. In de praktijk betekent dit voor supporters dat zij bij een centraal punt samenkomen, vaak het stadion van hun favoriete club, en vervolgens gezamenlijk reizen.

**Tabel 2.5 Gemiddeld aantal uitwedstrijden per seizoen:**

Seizoenkaart	1,7
Club Card	0,4

Vraagstelling:

*Hoeveel uitwedstrijden van uw club woont u bij in het stadion?*

## 2.6 BEZOEK OVERIGE WEDSTRIJDEN

Fans bezoeken niet alleen reguliere Eredivisietuiswedstrijden, zij komen ook graag naar het stadion voor andere duels van hun club. Het gaat om KNVB bekerwedstrijden, oefenduels en ook een bezoek aan de open dag.

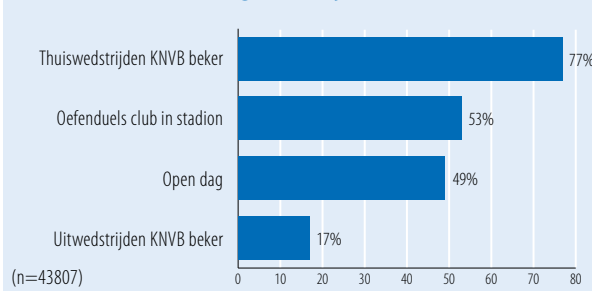
Ruim de helft van de Eredivisiefans trekt ook naar Europese thuisduels, play-off wedstrijden voor deelname aan de Europa League en naar oefenduels - indien van toepassing.

Net als de uitduels in de Eredivisie, worden de overige uitwedstrijden minder vaak bezocht. Fans tussen 16 en 34 jaar oud gaan het meest naar uitwedstrijden in de Eredivisie én naar de uitduels van hun club buiten de Eredivisie.

De open dag is voor veel fans een reden om een bezoek te brengen aan het stadion. Tijdens die gelegenheid organiseren clubs veel activiteiten voor hun jonge fans. Deze fans, onder de zestien jaar, gaan dan ook vaker naar de open dag dan de oudere fans. De open dag is eveneens populair onder vrouwelijke fans: zij bezoeken deze gemiddeld vaker dan hun mannelijke medesupporters.

Het bezoeken van andere wedstrijden en evenementen is vooral een activiteit van de seizoenkaarthouders. Hiermee toont deze groep fans des te meer hun continue betrokkenheid met hun club.

**Grafiek 2.6 Bezoek overige wedstrijden**



Vraagstelling:

*Bezoek u ook andere wedstrijden of evenementen van uw club?*

## 2.7 REDENEN WEDSTRIJDBEZOEK

Het is duidelijk dat fans vooral de thuiswedstrijden zeer frequent bezoeken. We zullen nu zien waarom fans zo graag naar duels gaan. Een aantal belangrijke redenen komt naar voren. Voornamelijk op clubniveau zijn interessante verschillen te zien.

Voor veel fans is de sfeer in het stadion een belangrijke reden om wedstrijden te bezoeken (76%). Op clubniveau valt op dat NAC Breda-fans in de hoogste mate (92%) de sfeer in hun stadion opgeven als belangrijkste reden om een wedstrijd te bezoeken.

Het ondersteunen van de club is voor seizoenkaarthouders bijna net zo belangrijk als de sfeer in het stadion (73%). Deze fans willen hun betrokkenheid tonen en zijn vrijwel altijd van de partij om hun club bij te staan. Voor Club Cardhouders lijkt deze motivatie minder bepalend te zijn, want de sfeer tijdens een wedstrijd blijkt bij hen de voornaamste reden om naar het stadion te komen.

Meer dan bij andere clubs, vinden fans van Feyenoord het ondersteunen van hun club een reden om wedstrijden te bezoeken en - in dit geval - naar de Kuip te gaan.

Naarmate fans hoger zijn opgeleid, wordt het sociale aspect (uitje met vrienden / familie) van het bezoeken van wedstrijden belangrijker.

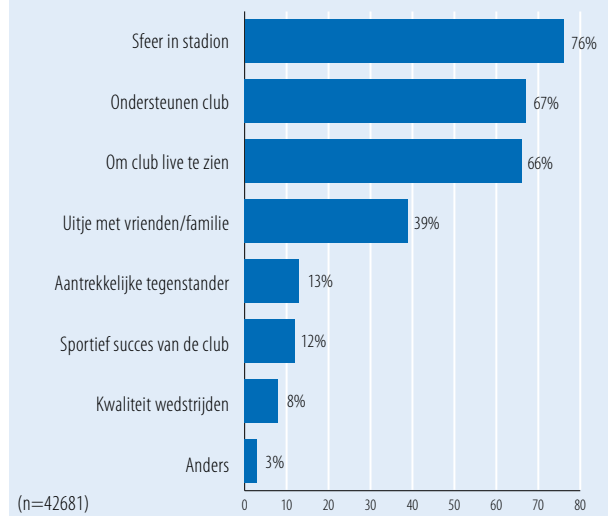
Bij de Brabantse clubs NAC Breda en Willem II beschouwt meer dan de helft van de fans het wedstrijdbezoek als een uitje met vrienden of familie. Eerder zagen we dat voor seizoenkaarthouders het 'samen kijken met vrienden' een belangrijk aspect is.

Tweederde van de fans komt naar het stadion, omdat ze hun club liever live zien spelen dan bijvoorbeeld op de televisie.

Als een club tegen een voor hen aantrekkelijke tegenstander speelt, kopen Club Cardhouders eerder een kaartje voor de wedstrijd (26%). Seizoenkaarthouders komen vrijwel iedere thuiswedstrijd naar het stadion om hun club te steunen. Voor hen is de aantrekkelijkheid van de tegenstander onbelangrijk. Club Cardhouders kunnen per wedstrijd bekijken, of ze een kaartje willen kopen. De Club Cardhouders lijken zich meer te laten leiden door de aantrekkelijkheid van de tegenstander.

Fans van Feyenoord en NAC Breda gaan ongeacht de kwaliteit van de wedstrijden naar het stadion om hun club te zien spelen. Zoals gemeld: het steunen van hun club en de sfeer in het stadion zijn hier belangrijker. Voor fans van FC Twente is de kwaliteit van de wedstrijden juist wel van belang.

Grafiek 2.7 Bezoek thuiswedstrijden



Vraagstelling:

*Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om wedstrijden te bezoeken?*

## 2.8 WAAROM NIET NAAR (ALLE) THUISWEDSTRIJDEN?

Club Cardhouders bezoeken soms maar enkele wedstrijden per jaar. Sommige seizoenkaarthouders gaan evenmin naar alle thuiswedstrijden. Opvallend is dat bijna negen op de tien fans wel meer wedstrijden zou willen bezoeken. Fans die niet alle of zelfs geen wedstrijden bijwonen, hebben daar uiteenlopende redenen voor.

Een gebrek aan tijd is voor fans meestal het argument om niet alle thuiswedstrijden te bezoeken. FC Utrecht-fans hebben de drukste agenda: ruim tweederde heeft geen tijd om meer wedstrijden te bezoeken.

De prijs van toegangkaartjes en het tijdstip waarop de wedstrijd wordt gespeeld, zijn voor fans eveneens belemmeringen om (meer) wedstrijden bij te wonen. Oudere fans (55+) beschouwen de kosten minder vaak als een probleem. Bij NAC Breda is de groep fans die meer wedstrijden zou willen bezoeken het grootst: 94% van de fans in Breda heeft er behoefte aan.

Fans tussen de 16 en 34 jaar hebben vaak te weinig tijd om meer wedstrijden te bezoeken. Voor hen is de reistijd ook vaak te lang. Andere bezigheden zijn hier waarschijnlijk eveneens sterk van invloed.

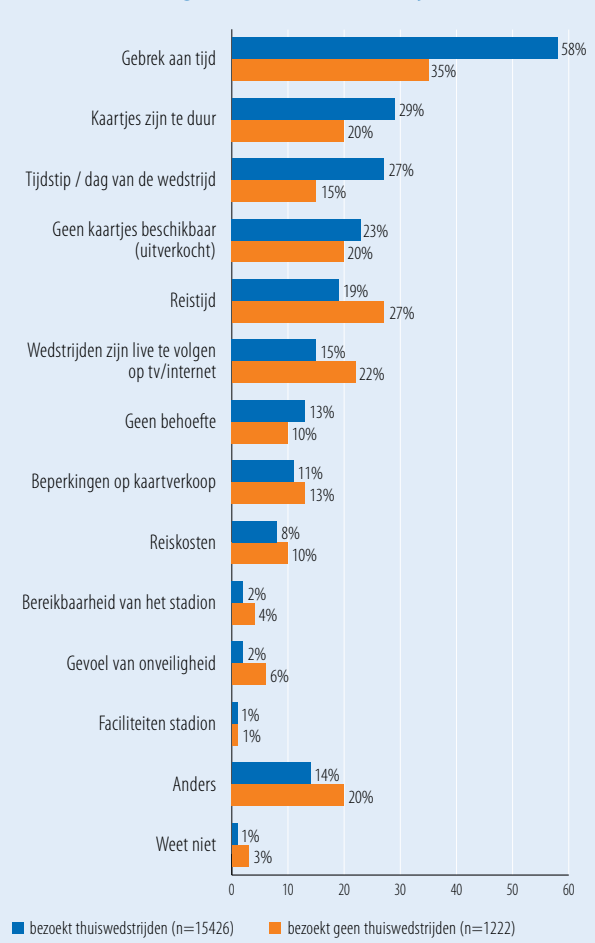
Als er meer kaartjes beschikbaar zouden zijn, zou bijna de helft van de AZ en FC Groningen fans vaker wedstrijden bezoeken. Dit zagen we eerder als redenen om mogelijk een seizoenkaart aan te schaffen.

De kleine groep fans die helemaal geen thuiswedstrijden bijwoont, vindt de reistijd naar het stadion vaak te lang. Dit speelt vooral een rol voor fans van de traditionele top drie (PSV, Ajax en Feyenoord), waarschijnlijk doordat zij meer dan bij andere clubs verspreid over het land wonen.

Verder zien fans die geen wedstrijden bezoeken, minder noodzaak om naar het stadion te komen. Zij volgden de wedstrijden live via televisie en internet.

Fans die geen wedstrijden bezoeken, worden vaker weerhouden door een gevoel van onveiligheid (6%) dan fans die al wel wedstrijden bijwonen (2%). Het lijkt er op dat fans die nu niet naar het stadion trekken, in hogere mate denken dat het onveilig is, terwijl dat gevoel wordt weggenomen wanneer zij eenmaal wedstrijden bezoeken.

Grafiek 2.8 Deels / geen bezoek thuiswedstrijden



Vraagstelling:

*Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om geen / niet alle thuiswedstrijden te bezoeken?*

## 2.9 VOORKEUR TIJDSTIP WEDSTRIJDEN

Het tijdstip van de wedstrijd kan een reden zijn om niet naar wedstrijden te gaan. Fans hebben een uitgesproken mening over het beste tijdstip voor thuiswedstrijden van hun club.

Allereerst is er een duidelijke voorkeur voor het bijwonen van wedstrijden op zaterdag of zondag. Voor Eredivisiefans valt vrijdag weinig in de smaak.

Twee specifieke tijdstippen op bepaalde dagen zijn favoriet: zaterdag om 19.45 en zondag om 14.30 uur. Dat zijn natuurlijk ook de momenten waarop traditioneel de meeste Eredivisiewedstrijden worden gespeeld.

Tabel 2.9 Voorkeursdag	totaal (n=42681)
Vrijdag	4%
Zaterdag	47%
Zondag	42%
Geen voorkeur	6%

Vraagstelling:

*Welke dag heeft uw voorkeur waar het gaat om het bijwonen van thuiswedstrijden van uw favoriete club in de Eredivisie?*



## 2.10 AANTAL JAREN CLUBBEZOEK

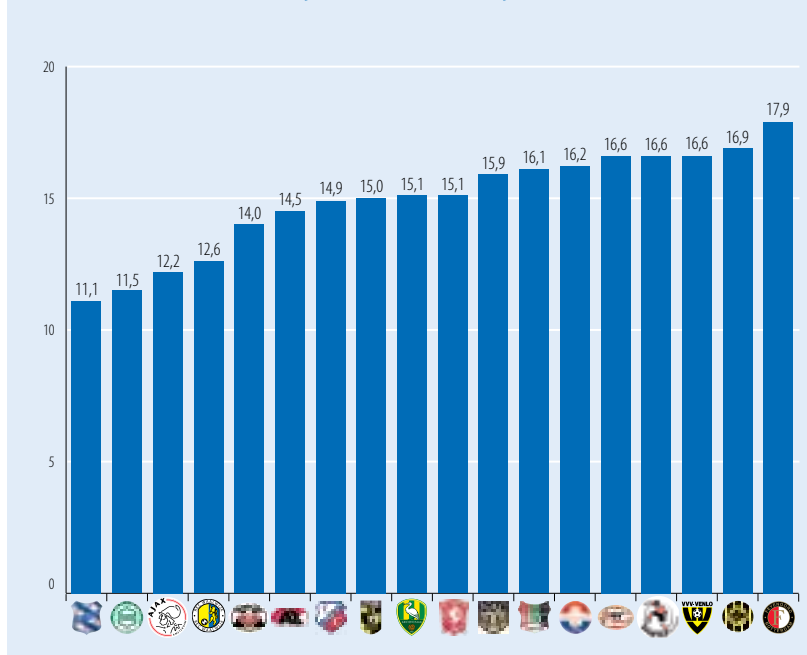
Supporters van Eredivisieclubs zijn vaak fan voor het leven. Het is dan ook niet vreemd dat meer dan de helft van alle fans al minstens tien jaar wedstrijden van zijn club bezoekt.

Een derde van de seizoenkaarthouders gaat al minstens twintig jaar naar het stadion. Seizoenkaarthouders bezoeken bovendien al langer wedstrijden van hun club dan Club Cardhouders.

Sparta Rotterdam heeft de meeste fans die al veertig jaar of langer trouw naar de wedstrijden van hun club gaan. sc Heerenveen en FC Groningen beschikken over de grootste groep 'nieuwe' fans: daar is bijna 60% van de fans minder dan tien jaar actief supporter van de club.

Uiteraard geldt: hoe ouder de supporter, hoe langer hij al wedstrijden van de club bezoekt. Een derde van de 55-plussers is dan ook al ruim veertig jaar in het stadion te vinden.

Grafiek 2.10 Gemiddeld aantal jaren dat fans wedstrijden bezoeken



Vraagstelling:

*Hoelang gaat u al naar wedstrijden van uw club?*



## 2.11 HOE SUPPORTER GEWORDEN?

Meer dan de helft van de Eredivisiefans gaat al meer dan tien jaar naar wedstrijden van hun club. Ze zijn dus vaak lang supporter en blijven hun club trouw. Maar wat heeft ertoe geleid dat zij ooit supporter zijn geworden?

De helft van de fans is supporter van een club uit hun regio. Voor Club Cardhouders speelt dit een minder grote rol (45%).

In totaal is 54% van de fans in hun keuze voor een club beïnvloed door vrienden of bekenden, hun partner of hun ouders. Vrouwen zijn vaker dan mannen beïnvloed door anderen in de keuze voor een bepaalde club. De sociale omgeving speelt dus ook een belangrijke rol in het fan worden van een club.

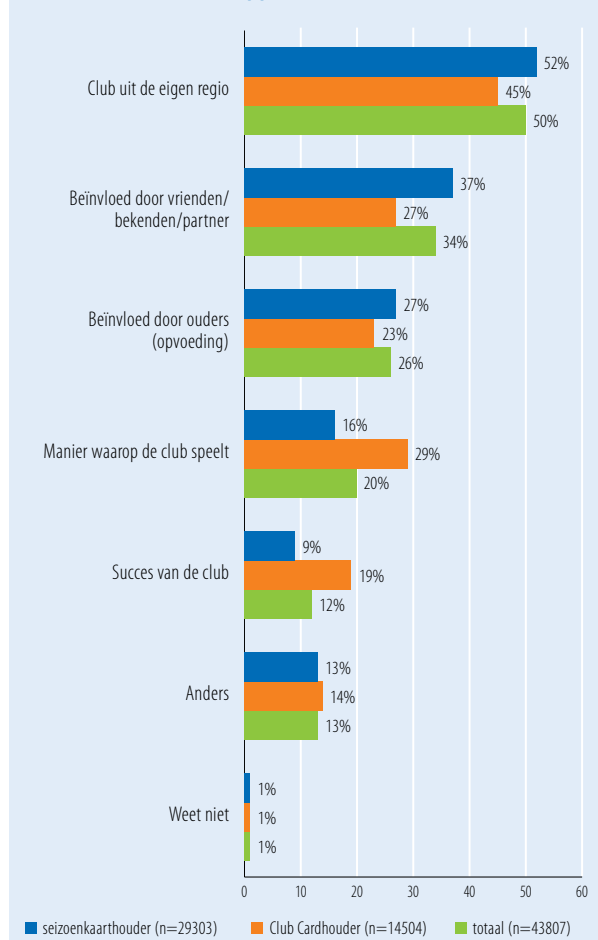
Opvallend is dat hoe langer iemand al supporter is van een club, hoe vaker hij supporter is geworden als gevolg van zijn opvoeding. Fans die al meer dan dertig jaar supporter zijn, hebben zich vaak in die richting ontwikkeld onder invloed van hun ouders.

Club Cardhouders worden ook vaak supporter van een club doordat ze enthousiast zijn over de manier waarop de club speelt. Zoals gemeld: de regionale invloed speelt hier minder een rol. Voor seizoenkaarthouders is de manier van spelen van veel minder belang. Hetzelfde geldt voor het succes dat de club heeft. De regionale invloed en sociale omgeving zijn voor seizoenkaarthouders doorslaggevend geweest.

Meer dan de helft van de NAC Bredafans is supporter geworden dankzij de invloed van vrienden, bekenden of een partner. In Rotterdam-Zuid hebben de ouders de meeste invloed: veruit de meeste Feyenoordfans zijn supporter geworden omdat ze dat van hun ouders hebben meegekregen.

Fans van Ajax zijn vaak supporter geworden als gevolg van de manier waarop de club speelt: voor meer dan de helft van de fans was dat de reden om supporter van Ajax te worden.

Grafiek 2.11 Redenen supporter



Vraagstelling:

*Hoe bent u supporter geworden?*





# 3. Fanervaringen op de wedstrijd

Voor Eredivisiefans is het heel belangrijk de eigen club te zien spelen in het stadion. Het bezoeken van wedstrijden is dé manier om de club te steunen.

In dit hoofdstuk komen alle 'ins en outs' van een wedstrijd aan de orde.

Uit het Eredivisie Fan Onderzoek blijkt dat fans thuiswedstrijden meestal met vrienden bezoeken. De fans reizen dan vaak gezamenlijk met de auto naar het stadion. De vraag is, of het stadion met alle vervoermiddelen goed bereikbaar is en ook hoelang voor de wedstrijd fans doorgaans bij het stadion aankomen.

Fans genieten bij het bezoeken van thuiswedstrijden van de sfeer in het stadion en kunnen tegelijkertijd hun club steunen. In dit hoofdstuk worden onder andere de volgende vragen beantwoord: hoe ervaren Eredivisiefans hun bezoek aan het stadion, wat vinden ze van de sfeer en hoe belangrijk is dit eigenlijk? Andere kwesties: hoe dragen de veiligheid in het stadion, een goede zitplaats, de klantvriendelijkheid van de beveiliging en lekker eten en drinken bij aan de beleving in het stadion?

In dit hoofdstuk wordt duidelijk hoe de totale beleving van het stadionbezoek tot stand komt en wat de ervaringen van een fan zijn van het begin tot het einde van de wedstrijd. Allereerst laten we zien in wat voor gezelschap de fan wedstrijden bezoekt.

## Fanervaringen op de wedstrijd:

- Fans zijn erg enthousiast over het stadionbezoek. Dit komt vooral doordat de sfeer in het stadion erg goed is.
- Fans gaan gemiddeld met vier vrienden of familieleden naar thuiswedstrijden van hun club.
- Fans zijn positief over de bereikbaarheid van het stadion met het openbaar vervoer.
- Fans maken heel weinig gebruik van het openbaar vervoer om naar het stadion te komen. Ze gaan vaker met de auto of de fiets.
- Fans voelen zich veilig wanneer ze thuiswedstrijden bezoeken en hebben vrijwel nooit last van vervelende situaties in het stadion.
- Er wordt in de Eredivisiestadions nauwelijks hinder ondervonden van drugs- of alcoholgebruik, vandalisme, fysiek geweld of het gooien van voorwerpen.

### 3.1 GEZELSCAP THUISWEDSTRIJDEN

Het bezoeken van Eredivisiewedstrijden is voor fans dé manier om hun club te steunen. Ze delen deze ervaring dan ook graag met vrienden en familie. Wedstrijdbezoek is voor fans een sociale aangelegenheid, want vrijwel geen fan woont wedstrijden van zijn club alleen bij. Fans bezoeken thuiswedstrijden het liefst met vrienden, maar ze nemen ook regelmatig familieleden mee naar een wedstrijd.

Vrouwen bezoeken wedstrijden vaak met hun partner. Maar liefst 46% van de vrouwen gaat met de partner naar het stadion, terwijl slechts 15% van de mannen wedstrijden meestal met zijn partner bezoekt. Fans tussen de 16 en 34 jaar bezoeken wedstrijden het vaakst met vrienden (83%).

Voor fans met kinderen is het bezoeken van thuiswedstrijden ook vaak een gezinsuitje. Meer dan de helft van de fans met kinderen komt dan ook doorgaans met de kinderen naar het stadion. Doordat kinderen met hun ouders meegaan, krijgen ze al op jonge leeftijd het supporterschap van de club mee.

Niet alleen de samenstelling van de groep waarmee fans naar het stadion gaan, verschilt per type supporter en per club. De grootte van het gezelschap wijkt ook af. Gemiddeld gaan fans met 4 personen naar een thuiswedstrijd.

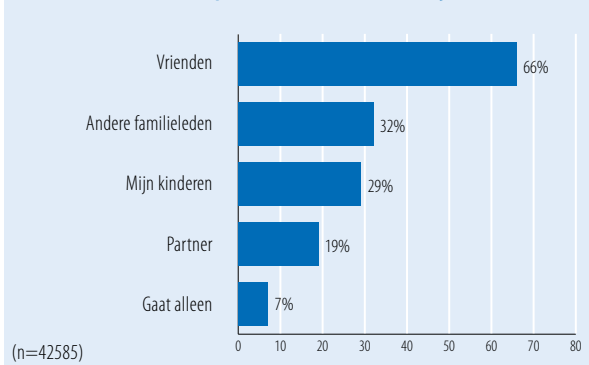
Seizoenkaarthouders trekken met een groter gezelschap naar thuiswedstrijden dan Club Cardhouders. Fans met een seizoenkaart gaan gemiddeld met 4,5 personen naar het stadion en Club Cardhouders nemen 1,4 persoon minder mee. Dit is inclusief de fan zelf.

Fans tussen de 16 en 34 jaar gaan zoals gezegd vaak met vrienden naar het stadion gaan. Zij nemen ook de meeste vrienden mee, ongeveer vijf. Oudere fans gaan juist met een kleiner gezelschap naar de wedstrijden.

NAC Bredafans bezoeken wedstrijden met het grootste gezelschap. De groep waarmee zij naar het stadion gaan, bestaat gemiddeld uit zes personen. 8% van de NAC Bredafans komt zelfs met meer dan tien personen naar het Rat Verlegh Stadion. De fans in Breda gaan ook het vaakst met vrienden naar een wedstrijd (75%).

In het noorden lijkt het gebruikelijker te zijn om met je partner naar wedstrijden te gaan: sc Heerenveen- en FC Groningenfans bezoeken thuiswedstrijden vaak met hun partner. Bij die clubs gaan fans bovendien met minder grote groepen naar het stadion.

Grafiek 3.1 Gezelschap bezoeken thuiswedstrijden club



Vraagstelling:

*Met wie bezoekt u thuiswedstrijden?*

Tabel 3.1.1 Gemiddeld aantal personen per wedstrijdbezoek

Type fan	Seizoenkaarthouder	4,5
	Club Cardhouder	3,1

Tabel 3.1.2 Gemiddelde leeftijd per wedstrijdbezoek

Leeftijd	16-34 jaar	4,7
	35-54 jaar	3,9
	> 54 jaar	3,3

### 3.2 BEREIKBAARHEID STADION

De bereikbaarheid van het stadion met de auto of het openbaar vervoer kan voor fans een belemmering zijn om wedstrijden te bezoeken. De waardering hiervan verschilt per stadion en dus per club, maar seizoenkaarthouders zijn over het algemeen vaker ontevreden over de bereikbaarheid van het stadion dan Club Cardhouders.

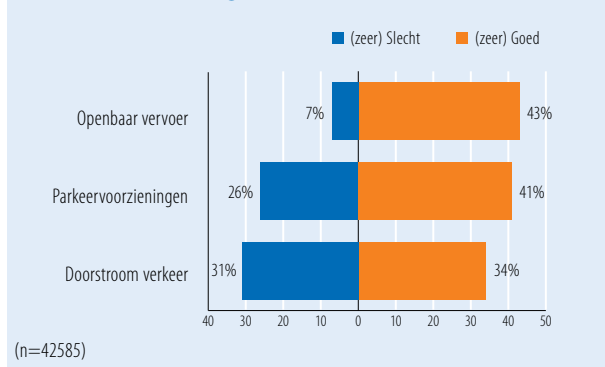
Fans die met het openbaar vervoer reizen, zijn erg positief over de bereikbaarheid van hun stadion. De bereikbaarheid met het openbaar vervoer is voor GelreDome (Vitesse) opvallend beter dan bij de overige clubs. Fans van Ajax zijn ook positief over de bereikbaarheid van de Amsterdam Arena, eveneens een relatief nieuw stadion, met het openbaar vervoer.

Later in dit rapport wordt duidelijk dat fans, ondanks de positieve ervaringen met het openbaar vervoer, weinig op deze manier naar het stadion gaan.

Fans hebben de bereikbaarheid met de auto beoordeeld op basis van de parkeervoorzieningen en de doorstroom van het verkeer. Hierover zijn fans aanzienlijk minder tevreden dan over de bereikbaarheid met het openbaar vervoer.

Het Parkstad Limburg Stadion (Roda JC) en GelreDome (Vitesse) hebben volgens de fans de beste parkeervoorzieningen. Daarnaast vinden fans dat bij de meeste clubs de doorstroom van verkeer nog kan worden verbeterd.

Grafiek 3.2 Beoordeling bereikbaarheid stadion



Vraagstelling:

*Wat vindt u van de bereikbaarheid van het stadion?*







### 3.3 VERVOERMIDDEL EN AANKOMST STADION

We hebben gezien dat fans positief zijn over de bereikbaarheid van het stadion met het openbaar vervoer. Toch komen de meeste fans met de auto naar de thuiswedstrijden. Ze reizen dan vaak samen met anderen in een auto. Een klein deel van de fans woont zo dichtbij het stadion, dat ze er met de fiets of te voet heenkomen. Er zijn gemiddeld meer fans die de fiets pakken dan die het openbaar vervoer nemen. In totaal gaat maar 15% van de fans met het openbaar vervoer naar het stadion.

Het gebruik van het openbaar vervoer verschilt erg per club. Fans van Ajax, Vitesse en Feyenoord komen vaak met het openbaar vervoer, terwijl supporters van Heracles Almelo, RKC Waalwijk en VVV-Venlo er nauwelijks gebruik van maken.

De meeste fans arriveren tussen een halfuur en een uur voor de wedstrijd bij het stadion (40%). Gemiddeld is de aankomsttijd ongeveer veertig minuten voor de aftrap, maar er zijn ook fans die al anderhalf uur voor de wedstrijd in het stadion zitten (4%).

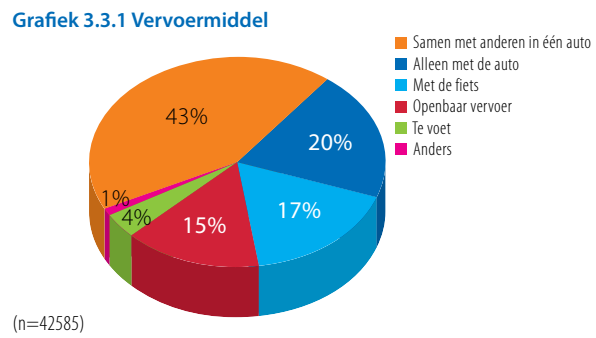
Seizoenkaarthouders komen korter voor de aftrap aan bij het stadion dan Club Cardhouders. Seizoenkaarthouders hebben meestal een vaste plek in het stadion en weten dus weten waar zij moeten zijn. Verder is - zoals verderop uitgebreider wordt beschreven - het stadionbezoek voor Club Cardhouders meer een dagje uit. Ze zijn eerder aanwezig in het stadion en kopen bijvoorbeeld ook meer eten en drinken.

N.E.C.-supporters arriveren het kortst voor de wedstrijd, 67% van de Nijmegenfans komt tot een halfuur voor aanvang het stadion binnen.

Feyenoord-fans zijn juist het vroegst in het stadion. In totaal is 78% van de Feyenoord-fans minstens een halfuur voor het begin aanwezig en 39% is zelfs al langer dan een uur in het stadion voordat de aftrap wordt verricht.

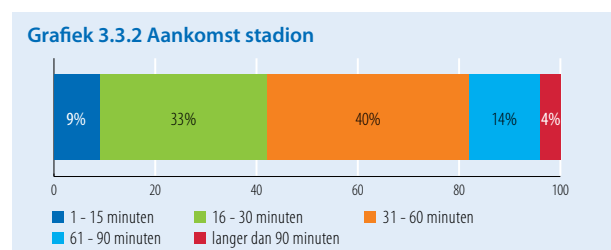
Fans van Ajax komen veel vaker dan fans van andere Eredivisieclubs met het openbaar vervoer naar wedstrijden van hun club (35%). De Amsterdam Arena is dan ook goed bereikbaar met trein, metro en bus.

RKC Waalwijk-fans lijken het dichtst bij het stadion te wonen: een vijfde van de fans komt lopend naar wedstrijden.



Vraagstelling:

*Hoe komt u meestal naar het stadion?*



Vraagstelling:

*Hoelang voor het begin van de wedstrijd arriveert u doorgaans bij het stadion?*



### 3.4 WAARDERING STADIONBEZOEK

Eredivisiefans zijn erg enthousiast over het stadionbezoek aan hun favoriete club: 89% waardeert het stadionbezoek positief. Verschillende onderdelen van het stadionbezoek hebben invloed op de totale beleving van de wedstrijddag. Hierbij valt te denken aan de sfeer in het stadion, de catering en de veiligheidsmaatregelen. Niet alle onderdelen zijn voor fans even belangrijk.

Fans vinden de sfeer in het stadion veruit het belangrijkste onderdeel van hun stadionbezoek. Daarna volgen op ruime afstand het entertainment rondom de wedstrijd, het comfort van het stoeltje, de klantvriendelijkheid van stewards en de kwaliteit van het eten en drinken.

Nu bekend is dat dit de vijf belangrijkste aspecten zijn van het bezoek aan het stadion, kan worden onderzocht, of deze aspecten ook goed worden gewaardeerd. Voor een ideale wedstrijddag zouden de onderdelen die fans belangrijk vinden ook goed moet worden gewaardeerd, maar we zien bijvoorbeeld dat het entertainment rondom de wedstrijd minder hoog scoort dan de sfeer.

De sfeer in het stadion wordt door alle fans gezien als het belangrijkste aspect van het stadionbezoek. De sfeer wordt ook erg positief gewaardeerd. Fans van FC Twente, NAC Breda en Heracles Almelo zijn het meest enthousiast over de sfeer in het stadion: nagenoeg alle fans vinden de sfeer daar (zeer) goed.

Na de sfeer in het stadion beschouwen fans entertainment rondom de wedstrijd als het belangrijkste onderdeel van hun bezoek aan een wedstrijd van de club. Vooral jonge fans hechten hier waarde aan. Zoals gemeld, wordt het entertainment over het algemeen nog niet erg goed gewaardeerd: minder dan de helft van de fans is positief over het entertainment bij hun club. Entertainment rondom de wedstrijd wordt het best beoordeeld bij ADO Den Haag en Ajax (57% is tevreden).

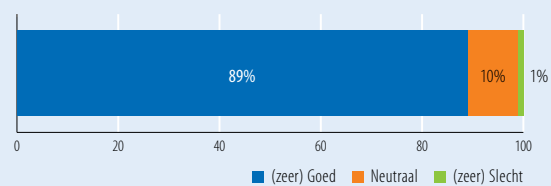
Fans hebben graag een comfortabele zitplaats in het stadion, maar die wordt nog niet bij alle clubs goed gewaardeerd. Hoe ouder een fan is, hoe belangrijker hij het comfort van het stoeltje vindt. Fans van FC Groningen waarderen het zitcomfort van hun zitplaats het hoogst.

Fans vinden het ook belangrijk dat stewards en andere beveiligingsmedewerkers klantvriendelijk zijn. Voor vrouwen is dit belangrijker dan voor mannelijke bezoekers. Fans waarderen deze klantvriendelijkheid over het algemeen goed en vooral sc Heerenveen- en AZ-fans zijn hier tevreden over.

Voor, tijdens en na de wedstrijd wordt door fans ook gegeten en gedronken in de stadions. Vooral seizoenkaarthouders vinden de kwaliteit van het eten en drinken in het stadion belangrijk. Overige cateringgerelateerde aspecten worden door fans als veel minder belangrijk beschouwd dan zaken als sfeer en entertainment.

Minder dan de helft van de fans is positief over de kwaliteit van het eten en drinken dat te koop is in het stadion. 13% stelt zelfs dat het bij hun club van (zeer) slechte kwaliteit is.

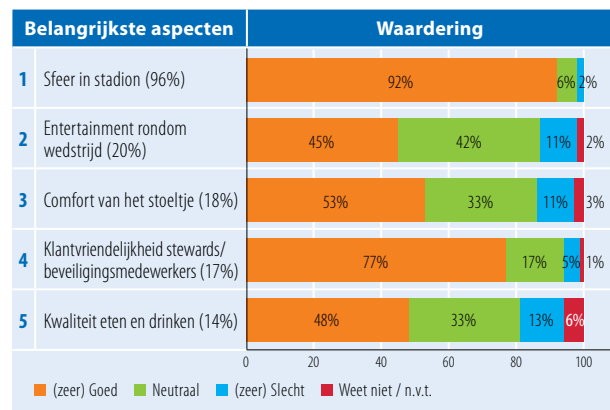
Grafiek 3.4.1 Waardering stadionbezoek algemeen



Vraagstelling:

*Hoe waardeert u het stadionbezoek in het algemeen?*

Grafiek 3.4.2 Waardering belangrijkste aspecten stadionbezoek



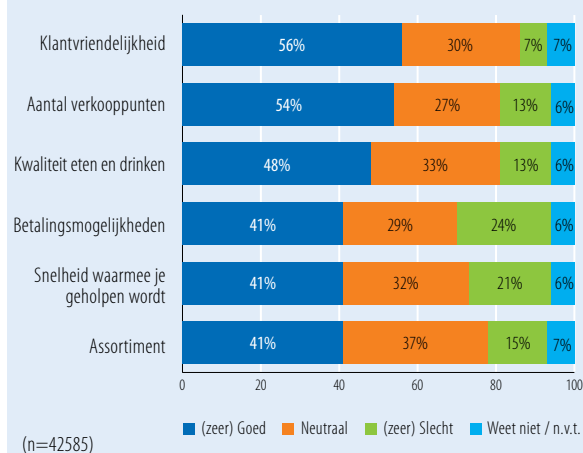
Vraagstelling:

*Hieronder staat een aantal aspecten met betrekking tot het stadionbezoek bij thuiswedstrijden. Kunt u aangeven in hoeverre u onderstaande aspecten waardeert bij uw club?*

De klantvriendelijkheid van medewerkers van de catering wordt het best beoordeeld door fans van AZ en sc Heerenveen. Zij zijn ook het meest tevreden over het aantal catering verkooppunten in het stadion.

Twee op de vijf fans zijn positief over de betalingsmogelijkheden bij het kopen van eten en drinken, de snelheid waarmee zij worden geholpen en het assortiment van de catering. Uiteraard verschilt de beoordeling hiervan per stadion. Fans van FC Twente zijn het meest tevreden over de betalingsmogelijkheden. Bij NAC Breda worden fans het snelst geholpen. Het beste assortiment is verkrijgbaar in de Grolsch Veste en het Abe Lenstra Stadion.

Grafiek 3.4.3 Waardering catering



Vraagstelling:

*Hieronder staat een aantal aspecten met betrekking tot het stadionbezoek bij thuiswedstrijden. Kunt u aangeven in hoeverre u onderstaande aspecten waardeert bij uw club?*

### 3.5 BELEVING IN HET STADION

Het mag inmiddels duidelijk zijn: de sfeer en het entertainment in het stadion zijn zeer belangrijk voor Eredivisiefans. Zij komen natuurlijk vooral naar het stadion om voetbal te zien, maar de positieve beleving van de sfeer in het stadion en het geboden entertainment blijken essentieel voor het stadionbezoek.

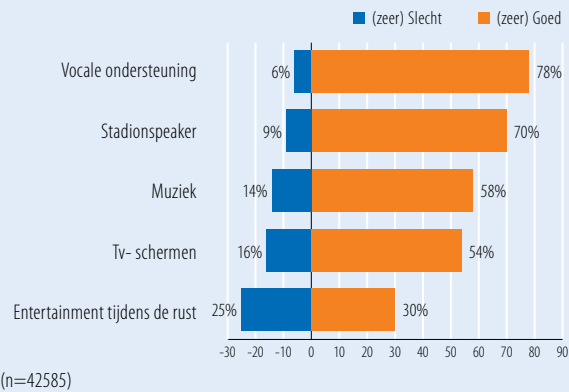
Er zijn verschillende elementen die de beleving in het stadion iets extra's kunnen geven. Hierbij valt te denken aan het gezang van supporters, de stadionspeaker, muziek, tv-schermen en het amusement tijdens de rust. Welke van deze elementen in het stadion worden goed gewaardeerd en welke kunnen nog worden verbeterd?

Fans zijn het positiefst over de vocale ondersteuning die de ploeg krijgt van de supporters in het stadion, alhoewel dit per club nogal kan verschillen.

De stadionspeaker draagt door zijn aankondigingen en commentaar ook bij aan de stadionbeleving. De meeste fans zijn positief over hun stadionspeaker.

Opvallend is dat het entertainment tijdens de rust het minst goed gewaardeerde element is. Eerder is beschreven dat fans entertainment rondom de wedstrijd van groot belang achten. Een kwart van de fans is negatief over het entertainment in de pauze. Club Cardhouders waarderen het entertainment in de rust beter dan seizoenkaarthouders.

Grafiek 3.5 Waardering stadion elementen



Vraagstelling:

*Hoe waardeert u de volgende elementen in het stadion?*

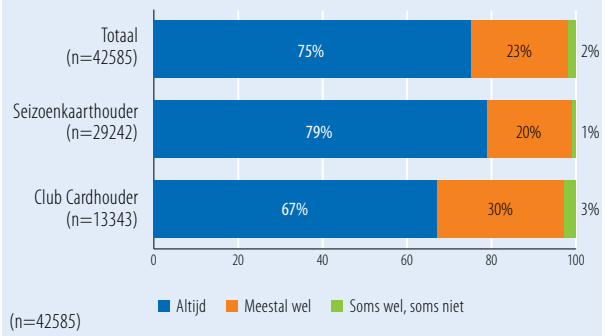
### 3.6 GEVOEL VEILIGHEID

Eredivisiefans die thuiswedstrijden van hun favoriete club bezoeken, voelen zich vrijwel altijd veilig in het stadion. Vrijwel niemand heeft een andere mening. Dat is een positief resultaat voor alle Eredivisieclubs. Vier op de vijf seizoenkaarthouders voelen zich in het stadion zelfs altijd veilig. Onder Club Cardhouders is dit tweederde.

Fans van Heracles Almelo, Sparta Rotterdam en sc Heerenveen voelen zich het veiligst in het stadion. Bij deze clubs voelen bijna negen op de tien fans zich altijd veilig.

De kleine groep fans die zich wel eens onveilig voelt in het stadion, wijt die gemoedstoestand vooral aan gedrag van andere supporters.

Grafiek 3.6 Gevoel van veiligheid in stadion bij thuiswedstrijd



Vraagstelling:

*Voelt u zich veilig in het stadion?*

### 3.7 WAARDERING VEILIGHEIDSMATREGELEN

Fans krijgen in en rond de stadions te maken met veiligheidsmaatregelen. Die kunnen de ervaring van een stadionbezoek in positieve of negatieve zin beïnvloeden. Fans kunnen het gevoel hebben dat ze met te veel of juist te weinig maatregelen worden geconfronteerd om de veiligheid te garanderen.

De best gewaardeerde veiligheidsmaatregelen zijn de ticketcontrole, de aanwezigheid van stewards en ander beveiligingspersoneel en het aanwezige hekwerk in het stadion. Ruim vier op de vijf fans zijn tevreden over deze maatregelen bij hun club.

Veel fans worden voorafgaand aan het stadionbezoek gefouilleerd bij de ingang. 70% van de Eredivisiefans is tevreden over de mate van fouilleren. Vrouwen vinden vaker dan mannen dat er te weinig wordt gefouilleerd bij het stadion, terwijl het voor mannen juist een ergernis is dat er veel wordt gefouilleerd.

De mate van aanwezigheid van politiemensen bij het stadion is voor ruim tweederde van de fans voldoende. Seizoenkaarthouders vinden vaker dan Club Cardhouders dat er te veel politie bij het stadion is.

Fans zijn over een aantal veiligheidsmaatregelen minder tevreden. Dit zijn de aanwezigheid van nooduitgangen, het cameratoezicht en de restricties op de kaartverkoop.

Eén op de vijf fans meldt dat de nooduitgangen in het stadion te weinig zichtbaar of aanwezig zijn. Verder meent 9% van de Eredivisiefans dat er (veel) te weinig cameratoezicht is, terwijl tegelijkertijd 7% vindt dat er juist sprake is van overdaad.

Clubs kunnen restricties leggen op de kaartverkoop voor thuiswedstrijden. Dit is bijvoorbeeld mogelijk in de vorm van een Club Cardverplichting bij het kopen van losse kaarten. Club Cardhouders mogen soms ook maar een beperkt aantal kaarten kopen voor een wedstrijd. Meer dan de helft van de fans is tevreden over de restricties op de kaartverkoop, maar één op de vijf fans stelt dat er te veel beperkingen zijn bij het kopen van losse kaarten.

### 3.8 NEGATIEVE SITUATIES

Bijna alle fans voelen zich vrijwel altijd veilig in het stadion. Toch is het mogelijk dat zij soms negatieve ervaringen hebben tijdens het bezoek van een wedstrijd. Vervelende situaties zijn bijvoorbeeld overlast door roken in het stadion, medesupporters die schelden of vervelende spreekkoren. Gelukkig komen deze situaties niet erg vaak voor. Over het algemeen stellen seizoenkaarthouders dat er minder vaak negatieve situaties zijn in het stadion dan Club Cardhouders.

In hoeverre hebben bezoekers van thuiswedstrijden bij hun club last van vervelende situaties? In totaal denkt 30% van de fans dat medebezoekers vaak hinder ondervinden van mensen die roken in het stadion. Tegelijkertijd meent een kwart van de seizoenkaarthouders dat bezoekers bij hun club nooit last hebben van roken. Dit probleem leeft onder vrouwen meer dan onder mannelijke supporters.

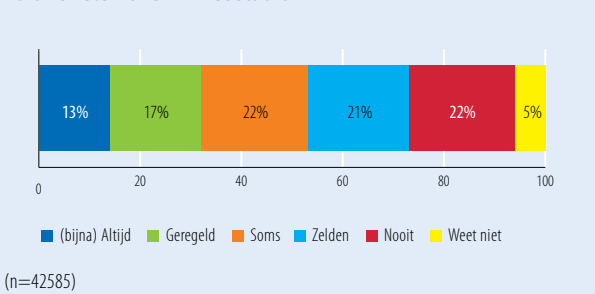
Bezoekers kunnen zich in het stadion ook ergeren aan verbaal geweld, zoals schelden en vervelende spreekkoren.

Bijna een kwart van de fans denkt dat supporters in het stadion van hun club vaak hinder ondervinden van scheldende medesupporters.

Meer dan de helft van de fans laat weten in het stadion van hun club weleens last te hebben van spreekkoren. Slechts 12% geeft aan dat dit bij hun club nooit het geval is.

Er wordt in de Nederlandse stadions nauwelijks hinder ondervonden van drugs- of alcoholgebruik, vandalisme, fysiek geweld of het gooien van voorwerpen.

Grafiek 3.8 Roken in het stadion



Vraagstelling:

*In hoeverre ondervinden bezoekers volgens u hinder van roken in het stadion?*



# 4. Fanuitgaven en kaartverkoop

Fans besteden geld aan en bij hun club. Ze spenderen dit aan een seizoenkaart, eten en drinken in het stadion en aan fanartikelen van de club.

In dit hoofdstuk kijken we naar de bestedingen van fans en hun ervaringen met de kaartverkoop.

Fans geven het grootste bedrag uit aan seizoenkaarten en losse tickets voor wedstrijden. Zij kopen kaarten op verschillende manieren: bij TicketBox verkooppunten, bij de kassa van de club en op internet. Niet alle fans kunnen of willen online kaarten voor wedstrijden bestellen.

Seizoenkaarthouders besteden meer geld aan de seizoenkaart dan Club Cardhouders aan losse kaarten uitgeven. Voor eten en drinken op de wedstrijddag ligt dit juist weer anders.

Om hun clubliefde te tonen, kopen fans ook fanartikelen, zoals sjaals, shirts en vlaggen van hun club. Sommige fans geven veel geld uit aan deze merchandise. We brengen in kaart waar fanartikelen worden gekocht en hoeveel geld fans hier aan besteden.

Ten slotte laten we in dit hoofdstuk zien wat de mening van fans is over de prijzen en de prijs-kwaliteitverhouding bij hun club. Wat vinden ze van de prijs van toegangskaarten? Hoe is het gesteld met de prijs-kwaliteitverhouding van de catering? Dit hoofdstuk gaat van start met de manier waarop fans losse kaarten voor wedstrijden kopen.

## Fanuitgaven en kaartverkoop:

- Fans zijn tevreden over de informatie die ze vanuit hun club krijgen over de kaartverkoop.
- Fans kopen losse kaarten vooral bij een TicketBox verkooppunt en zijn tevreden over de snelheid waarmee ze daar worden geholpen en over de openingstijden van de winkel.
- Bijna een derde van de fans koopt weleens kaarten via internet. Zij doen dit meestal via de clubwebsite.
- Fans geven per seizoen gemiddeld € 214 uit aan toegangskaarten van hun club. Bij een wedstrijd kopen ze voor € 8 eten en drinken en ze besteden gemiddeld per seizoen € 56 aan fanartikelen van hun club.
- Fans vinden de prijs van de seizoenkaart en vooral de prijs van losse kaartjes bij hun club vaak te hoog.



#### 4.1 AANKOOP LOSSE KAARTEN

Eredivisiefans kopen losse kaarten voor wedstrijden van hun club wanneer ze geen seizoenkaart hebben óf wanneer seizoenkaart-houders iemand willen meenemen naar een wedstrijd van hun club. Per seizoen worden in de Eredivisie ongeveer een half miljoen losse toegangskaarten verkocht. Seizoenkaarthouders kopen logischerwijs veel minder vaak losse kaarten dan Club Cardhouders. 29% van de seizoenkaarthouders schaft nooit losse kaarten aan, terwijl bijna alle Club Cardhouders wel eens losse kaarten kopen.

Losse kaarten zijn op verschillende manieren te bestellen. De kaartverkoop is bovendien per club anders georganiseerd. Fans vinden de informatie die ze van de club krijgen over kaartverkoop over het algemeen goed. PSV- fans zijn het positiefst over de informatievoorziening rondom kaartverkoop.

De meeste Club Cardhouders kopen hun kaarten bij een TicketBox verkooppunt (53%). Ze bestellen ook regelmatig kaarten via internet (44%). Fans van 55 jaar en ouder gebruiken het internet nog niet erg vaak om losse kaarten te kopen.

Over het algemeen schaffen fans losse kaarten niet vaak direct aan bij de club via de telefoon of aan de kassa. Dit verschilt wel per club. Fans van Roda JC, RKC Waalwijk en VVV-Venlo gaan juist wel vaak naar de kassa van de club om losse kaarten te kopen. Meer dan de helft van de fans schaft er losse kaarten direct aan bij de club.

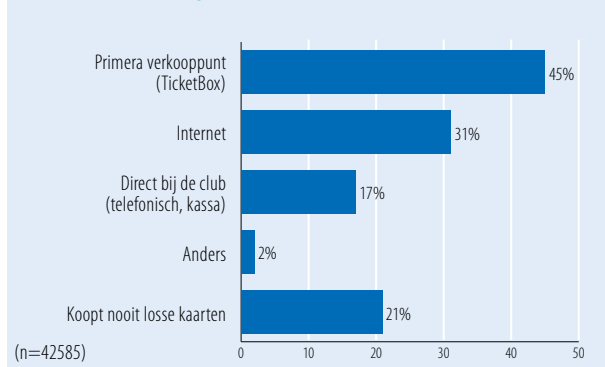
#### 4.2 VERKOOPPUNTEN

We zagen dat de meeste fans hun losse kaarten voor wedstrijden kopen bij Primera of een ander verkooppunt van TicketBox. Een klein deel gaat naar het verkooppunt van de club.

De snelheid waarmee zij worden geholpen en ook de openingstijden van Primera worden door de fans beter beoordeeld dan die van het verkooppunt bij de club. Vanuit die motivatie kopen ze mogelijk ook vaker kaarten via Primera dan via het verkooppunt van de club.

De verkooppunten bij Sparta Rotterdam en AZ worden door hun fans het best beoordeeld.

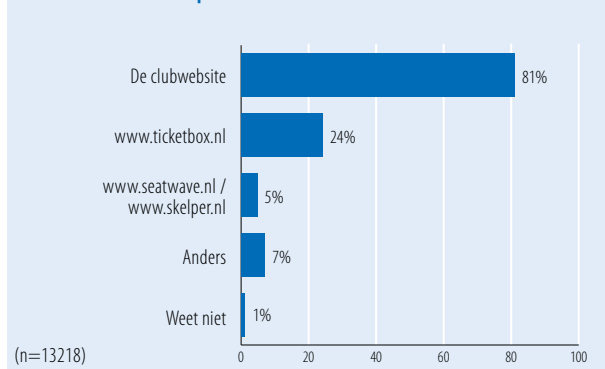
Grafiek 4.1 Aankoop losse kaarten



Vraagstelling:

*Hoe koopt u meestal losse kaarten?*

Grafiek 4.2 Aankoop kaarten via internet



Vraagstelling:

*Via welke website bestelt u tickets?*

**Seatwave/Skelper:**

Alleen van toepassing voor Feyenoord, N.E.C., PSV en FC Groningen.



### 4.3 TICKETS KOPEN VIA INTERNET

Fans die via internet losse kaarten kopen voor thuiswedstrijden in de Eredivisie van hun club, kunnen dat op drie manieren doen: via de clubwebsite, op ticketbox.nl en - bij een aantal clubs - via Seatwave of Skelper.

Voor online kaartverkoop is de clubwebsite favoriet: ruim 80% van de fans die kaarten via internet kopen, bestelt de kaarten via deze weg. Een kwart koopt weleens bij ticketbox.nl.

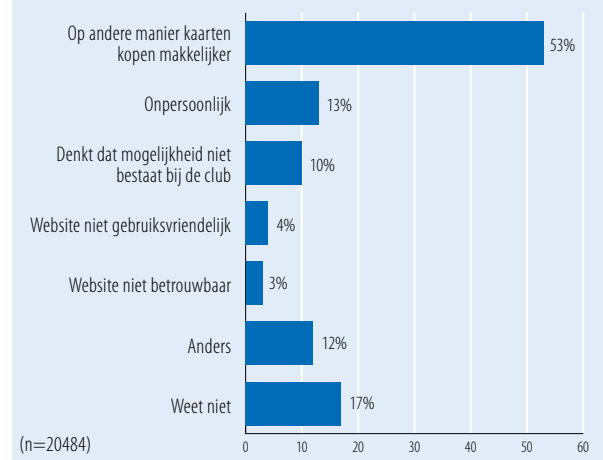
Zeven op de tien fans bestellen nooit losse kaarten op internet. Vooral fans van 55 jaar en ouder kopen weinig kaarten online.

De belangrijkste reden om niet via internet te bestellen, is dat fans het makkelijker vinden op een andere manier kaarten te kopen. Voor de meeste fans betekent dit via het TicketBox verkooppunt.

Een kleine groep fans ervaart het bovendien als onpersoonlijk om kaarten op internet te kopen. Vooral oudere fans beschouwen het gebrek aan persoonlijk contact als een bezwaar.

De gebruiksvriendelijkheid en betrouwbaarheid van de websites zijn voor fans geen drempel om kaarten te kopen op internet.

Grafiek 4.3 Reden om tickets niet via internet kopen



Vraagstelling:

*Waarom koopt u uw tickets niet via internet?*



#### 4.4 JAARLIJKSE UITGAVEN AAN KAARTEN

Voor de meeste fans betekent het 'fan zijn van een club' ook dat ze geld uitgeven aan die club. Ze besteden onder meer euro's aan toegangs- en seizoenkaarten, aan eten en drinken op de wedstrijddag en aan fanartikelen.

Van het geld dat supporters aan hun club uitgeven, gaat het grootste bedrag naar de seizoenkaart en losse kaarten voor wedstrijden. Fans geven gemiddeld € 214 per seizoen uit aan toegangsbewijzen voor wedstrijden van hun club.

Gemiddeld besteedt een seizoenkaarthouder in de Eredivisie € 229 aan zijn seizoenkaart. Club Cardhouders geven per seizoen zo'n € 171 uit aan losse kaarten voor wedstrijden. We hebben gezien dat Club Cardhouders minder wedstrijden bezoeken dan seizoenkaarthouders, maar het verschil in uitgaven is niet zo groot.

**Tabel 4.4 Uitgaven aan kaarten / seizoenkaart per seizoen**

Seizoenkaart	€ 229
Losse kaarten	€ 171

Vraagstelling:

*Hoeveel geld geeft u per seizoen, voor uzelf, uit aan kaartjes voor competitie thuiswedstrijden van uw club?*

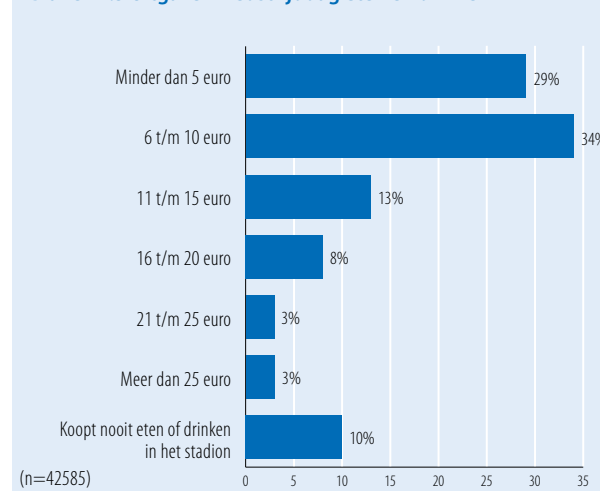
#### 4.5 UITGAVEN WEDSTRIJDDAG

Een bezoek aan het stadion is voor veel fans ook een uitje met vrienden of familie. En bij een uitje hoort natuurlijk ook eten en drinken. Tijdens een wedstrijdbezoek kopen fans snacks en drinken ze een biertje of een kop koffie.

Gemiddeld geven fans ongeveer € 8 uit aan eten en drinken tijdens de wedstrijddag. De meerderheid van de fans besteedt per wedstrijddag niet meer dan € 10 aan in het stadion.

Over het algemeen geldt dat fans die veel wedstrijden bezoeken, per wedstrijddag minder geld uitgeven aan eten en drinken. Club Cardhouders besteden dan ook meer geld bij de horecagelegenheden in het stadion dan seizoenkaarthouders. Club Cardhouders komen gemiddeld uit op € 9,20 per wedstrijddag en seizoenkaarthouders eindigen op € 7,60. Voor Club Cardhouders lijkt het kopen van snacks en drankjes een belangrijker deel te zijn van hun dagje uit.

**Grafiek 4.5 Uitgaven wedstrijddag eten en drinken**



Vraagstelling:

*Wanneer u een thuiswedstrijd van uw club bezoekt, hoeveel geld geeft u dan ongeveer uit aan eten en drinken (voor uzelf) op het stadionterrein?*

#### 4.6 AANKOPEN MERCHANDISE

Om te laten zien dat ze supporter zijn van een club, schaffen fans merchandise producten aan, zoals shirts, sjaals, dekbedovertreksets en dvd's.

De meerderheid van de fans koopt tijdens een seizoen voor maximaal € 100 aan fanartikelen. Gemiddeld besteden fans € 55,90 aan merchandise, waarbij seizoenkaarthouders (€ 57,40) iets meer uitgeven dan Club Cardhouders (€ 52,90).

De oudere generatie fans koopt veel minder merchandise dan jongere fans: bijna een derde van de 55-plussers geeft helemaal geen geld uit aan fanartikelen. Mensen met kinderen kopen wel vaker merchandise dan fans zonder kinderen.

Hoogopgeleide fans kopen minder artikelen van hun club dan lageropgeleide fans. Als ze wel merchandise aanschaffen, besteden ze daar weinig geld aan. Verder geldt: hoe hoger het inkomen van de fan, hoe minder vaak hij fanartikelen van de club koopt.

Van de kleine groep fans die geen wedstrijden bezoekt, koopt tweeterde wel merchandise van hun favoriete club. Deze fans willen hun clublieve blijkbaar toch graag tonen. FC Twente en Feyenoord hebben de grootste groep fans die wel eens fanartikelen koopt.

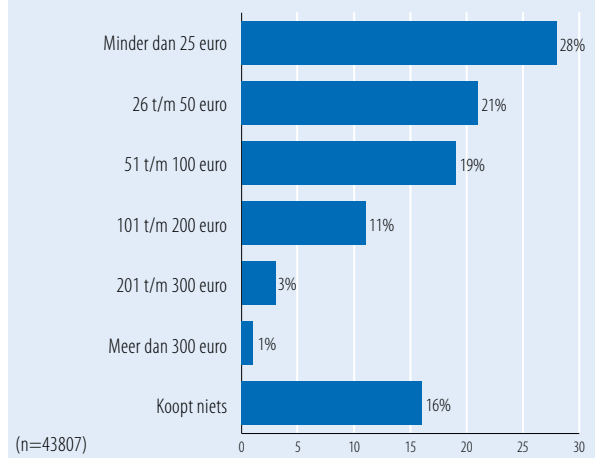
Supporters die fanartikelen kopen, doen dat grotendeels bij de fanshop: ongeveer de helft van hen schaft meestal iets aan tijdens de wedstrijd dag en de andere helft doet de fanshop aan op een andere dag. Een groot deel van de fans van Vitesse, VVV-Venlo en Sparta Rotterdam koopt fanartikelen vooral op de dag van de wedstrijd.

Een kleine groep koopt fanartikelen op internet of in een andere winkel. Ajax-fans bestellen wel vaak online: een kwart van de fans koopt Ajax- fanartikelen op internet.

Een kleine groep (6,5%) van de fans meldt op een 'andere' locatie fanartikelen te kopen. Dit kunnen onder andere kraampjes bij het stadion zijn. Soms gaat het om tweedehands artikelen, bijvoorbeeld via Marktplaats.nl).

De meeste fans zijn tevreden over het assortiment en de openingstijden van de fanshop. Opvallend is dat vrouwen enthousiaster zijn over de winkel met fanartikelen dan mannen. Vooral fans van FC Twente, AZ en Sparta Rotterdam zijn tevreden over het assortiment dat te koop is in de fanshop.

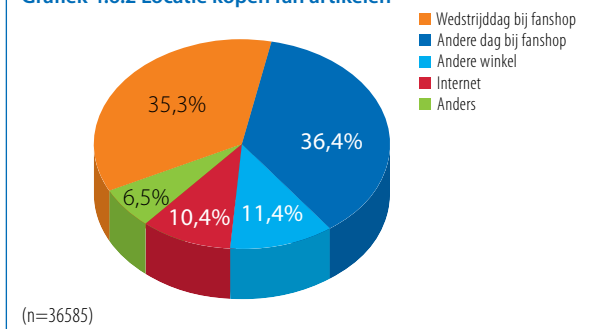
Grafiek 4.6.1 Uitgaven merchandise club (gedurende seizoen)



Vraagstelling:

*Hoeveel geld geeft u gedurende een seizoen ongeveer uit aan fanartikelen van uw club (bijvoorbeeld shirts, sjaals, dvd's, et cetera)?*

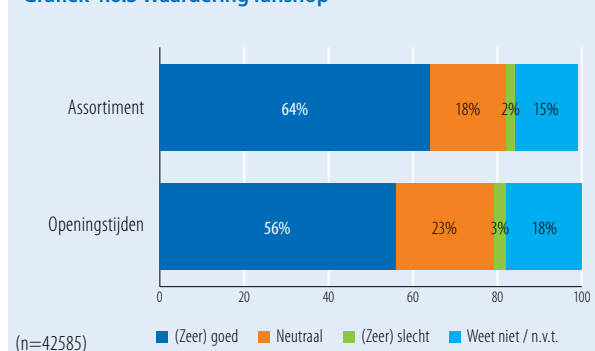
Grafiek 4.6.2 Locatie kopen fan artikelen



Vraagstelling:

*Waar koopt u meestal fanartikelen?*

Grafiek 4.6.3 Waardering fanshop



Vraagstelling:

*Hoe waardeert u de volgende elementen van de fanshop in het stadion?*

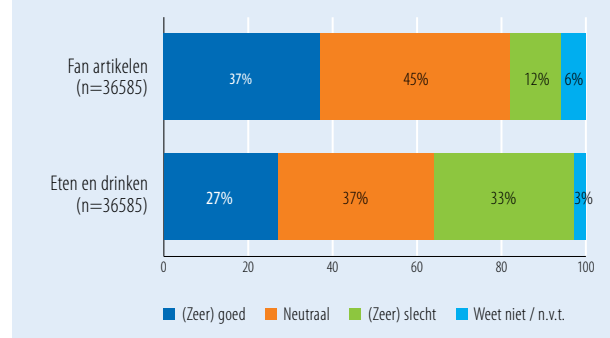
#### 4.7 WAARDERING PRIJZEN

Fans geven veel geld aan hun club. Het spectrum varieert van kleine uitgaven, zoals een broodje op de wedstrijddag, tot aanzienlijke bedragen voor bijvoorbeeld een seizoenkaart of wedstrijdtenue. Fans zijn niet altijd even positief over de prijzen die zij bij hun club moeten betalen.

Fans vinden de prijzen van de seizoenkaart en vooral die van losse kaartjes vaak te hoog. In het geval van losse kaartjes voor wedstrijden zegt zelfs meer dan de helft van de fans dat die prijzen volgens hen (veel) te hoog zijn.

Bij een aantal clubs is het mogelijk lid te worden van de club. Zo'n lidmaatschap is opgezet door de club zelf. Vanuit de club worden activiteiten georganiseerd en fans profiteren via het lidmaatschap van allerlei aanbiedingen. De leden krijgen bijvoorbeeld korting op de aanschaf van kaarten en op clubmerchandise. Fans zijn over het algemeen tevreden over de prijzen van een lidmaatschap.

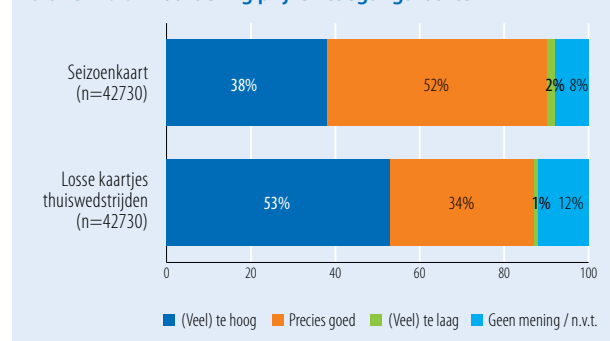
Grafiek 4.7.1 Waardering prijs-kwaliteit verhouding



Vraagstelling:

*Kunt u aangeven wat u vindt van de prijzen bij uw club?*

Grafiek 4.7.2 Waardering prijzen toegangskarten



Vraagstelling:

*Kunt u aangeven wat u vindt van de prijzen van toegangskarten bij uw club?*







# 5. Fanmediagebruik en informatiebehoefte

Fans willen uiteraard graag op de hoogte blijven van al het nieuws over hun club. Ze volgen ook het overige voetbal in de Eredivisie op de voet. In dit hoofdstuk wordt het mediagebruik van fans behandeld. Wat doen zij wel en wat doen zij niet om actuele informatie in te winnen?

De meeste fans gaan naar de clubwebsite om nieuws over de club te lezen. Maar niet alle digitale informatie komt van die officiële website. Bovendien zijn andere bronnen, zoals televisie en kranten, evenzeer belangrijk. Clubs gebruiken verschillende media om hun fans te informeren, maar welke media gebruiken de fans het meest?

Niet alleen de eigen club wordt in de media gevolgd, fans willen op de hoogte blijven van ál het voetbal in de Eredivisie. Ze kijken hiervoor vooral op televisie naar samenvattingen en live wedstrijden. In dit hoofdstuk laten we zien hoe vaak fans naar Eredivisievoetbal op televisie kijken. En bij welke club zijn de clubspecifieke programma's van Club TV het populairst?

Fans zoeken ook vaak online naar informatie over voetbal. Er bestaan tientallen websites met voetbalnieuws, maar welke van deze sites worden door fans het meest bezocht? Bezoeken ze deze sites af en toe of bekijken ze zelfs elke dag even het laatste nieuws?

Allereerst wordt in kaart gebracht op welke manier fans op de hoogte blijven van hun favoriete club.

## Mediagebruik en informatiebehoefte:

- Fans blijven op de hoogte van hun club via de clubwebsite, televisie en kranten.
- Fans zijn zeer positief over de officiële clubwebsite en beoordelen geen enkele informatiebron negatief.
- Om het Eredivisievoetbal te volgen, kijken fans vaak naar live wedstrijden en samenvattingen op televisie.
- Twee op de vijf fans heeft een abonnement op Eredivisie Live. Zij bekijken live Eredivisiewedstrijden meestal met gezinsleden, partner of vrienden en doen dat meestal thuis.
- Bijna alle fans zoeken online naar voetbalnieuws. Ze bezoeken veel verschillende websites. De officiële website van de club wordt door de meeste fans bekeken.

## 5.1 NIEUWS ROND CLUB

Het is voor fans belangrijk het nieuws rondom hun club goed te kunnen volgen. Om op de hoogte te blijven van hun club, gebruiken fans verschillende media. Ze doen op alle media frequent een beroep, maar de officiële clubwebsite, televisie en kranten worden het meest geraadpleegd.

Koploper is de officiële website van de club: 86% van de fans kijkt op deze site om op de hoogte te blijven van het nieuws over hun club. De clubwebsite is bij alle clubs de meest gebruikte informatiebron.

Televisie blijft ook een belangrijk medium om nieuws over de club te volgen (80%). De voetbalprogramma's en wedstrijden op tv zijn voor veel fans een mogelijkheid om op de hoogte te blijven. Opvallend is ook dat meer dan de helft van de supporters op teletekst naar nieuws over hun club zoekt.

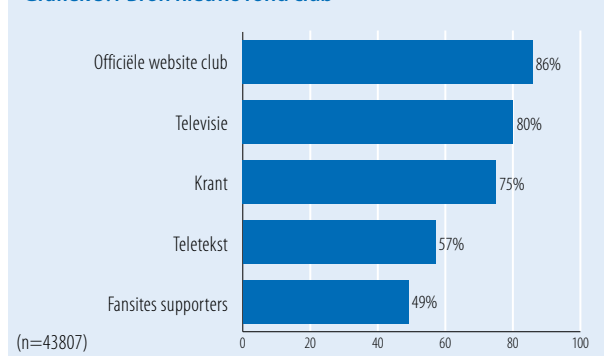
Na de website en televisie is de krant het meest gebruikte medium om de club te volgen. Driekwart van de fans slaat de krant er op na als bron voor nieuws over hun club. Hoe ouder fans zijn, hoe vaker zij de krant lezen voor nieuws over hun club. De oudere generatie fans kijkt minder vaak op teletekst en op fansites.

Behalve op de officiële website kunnen fans ook nieuws over hun club vinden op fansites die door medesupporters zijn opgezet. Bijna de helft van de fans bezoekt deze fansites. Seizoenkaarthouders gaan vaker naar fansites dan Club Cardhouders (57% versus 34%). Het zijn hoofdzakelijk mannen die kijken op deze sites. Vooral voor NAC Breda- en N.E.C.-supporters zijn fansites belangrijk. Circa tweederde van hen kijkt op fansites.

We hebben gezien dat de officiële website, televisie, krant, teletekst en fansites de vijf meest gebruikte nieuwsbronnen zijn voor Eredivisiefans. Verder vergaren fans - in mindere mate - informatie via de nieuwsbrief van de club (44%), de radio (36%), programmaboekjes (30%) en post van de club (29%).

De programmaboekjes die bij wedstrijden worden uitgedeeld, zijn logischerwijs belangrijker naarmate fans meer duels bezoeken.

Grafiek 5.1 Bron nieuws rond club



Vraagstelling:

*Op welke manier blijft u op de hoogte van het nieuws rondom uw club?*

## 5.2 REDEN BEZOEK OFFICIËLE WEBSITE CLUB

Zoals in de vorige paragraaf beschreven, gebruiken fans vooral de officiële clubwebsite erg vaak om op de hoogte te blijven van hun club. Waarom precies gaan zij naar deze site?

Fans bezoeken de site van hun club vooral voor algemeen nieuws over de club (79%). Bijna de helft van de supporters zoekt op de officiële clubwebsite ook informatie over kaartverkoop.

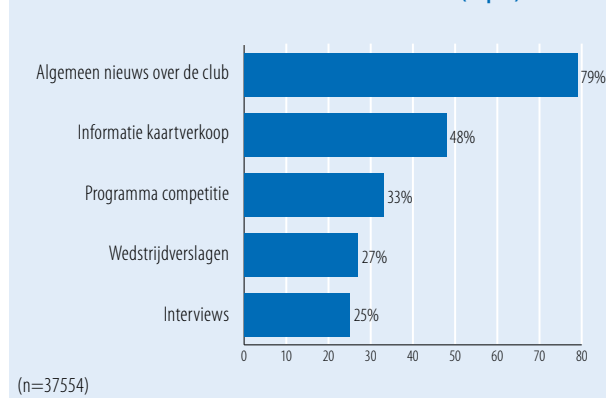
Het is geen verrassing dat informatie over kaartverkoop vooral voor Club Cardhouders een reden is om de clubwebsite te bezoeken. Voor seizoenkaarthouders is deze informatie minder interessant.

Behalve voor algemeen nieuws over de club en nieuws over de kaartverkoop bezoekt een derde van de fans de site van hun club om te zien wat het competitieprogramma is. Een kwart van de fans leest wedstrijdverslagen en interviews op de clubwebsite. Een op de vijf fans neemt er kennis van de voorbeschouwing op de volgende wedstrijd.

Slechts een klein deel van de fans gaat naar de website van de club om uitslagen van wedstrijden te lezen (14%) of videobeelden te bekijken (13%).

Nog niet alle clubs plaatsen videobeelden op hun website. Voor PSV-fans is de videocontent op psv.nl een belangrijke reden om de site te bezoeken (32%).

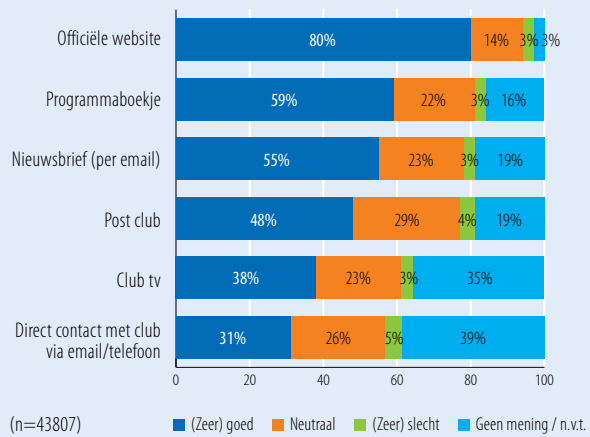
Grafiek 5.2 Reden bezoek officiële website club (top 5)



Vraagstelling:

*U heeft aangegeven dat u het nieuws rondom uw club volgt via internet. Kunt u aangeven wat de belangrijkste redenen zijn om de officiële clubwebsite te bezoeken?*

Grafiek 5.3 Waardering informatievoorziening club



Vraagstelling:

*In hoeverre waardeert u de informatievoorziening vanuit uw club?*



### 5.3 WAARDERING INFORMATIEVOORZIENING CLUB

In de vorige hoofdstukken is belicht dat fans op verschillende manieren informatie verzamelen over hun club. Ze gebruiken vooral de officiële clubwebsite erg vaak.

Eredivisieclubs kunnen hun fans op verschillende manieren van informatie voorzien, bijvoorbeeld via internet of met een programmaboekje dat bij de wedstrijd wordt uitgedeeld. Fans zijn over het algemeen heel goed te spreken over de informatievoorziening vanuit hun favoriete club. Zij zijn vooral enthousiast over de officiële website van de club, maar ook alle andere nieuwsbronnen worden positief beoordeeld.

Over het programmaboekje zijn fans bij alle clubs eveneens tevreden (59%). Vooral seizoenkaarthouders, die het boekje natuurlijk vaker ontvangen dan Club Cardhouders, zijn erg positief en lezen het graag.

Clubs kunnen zowel per post als e-mail een nieuwsbrief verspreiden met hun laatste nieuws. Meer dan de helft van de fans vindt de nieuwsbrief van hun club (zeer) goed. Supporters van AZ en sc Heerenveen waarden de e-mail nieuwsbrief die ze van hun club ontvangen het best.

Vrouwen zijn positiever dan mannen over zowel het programmaboekje als de e-mail nieuwsbrief van hun favoriete club.

Club TV is een manier om fans via televisie te informeren over het clubspecifieke nieuws. Vooral PSV-fans zijn enthousiast over - in hun geval - PSV TV. Wellicht is de verklaring dat Club TV bij PSV dagelijks wordt vernieuwd op internet. De meeste PSV-fans kijken ook naar Club TV op internet. Verderop komt de wijze waarop fans naar Club TV kijken uitgebreider aan bod.

Veel supporters hebben geen direct contact met hun club via e-mail of telefoon. De fans die hier wel een waardering over uitspreken, zijn overwegend positief.

## 5.4 MEDIAGEBRUIK EREDIVISIE

De interesse van fans richt zich niet alleen op hun eigen club, maar op al het voetbal in de Eredivisie. Fans gebruiken de verschillende media dan ook volop om op de hoogte te blijven van het voetbal in de Eredivisie.

Vrijwel alle fans kijken naar het Eredivisievoetbal op televisie (98%). De meeste fans vinden televisie bovendien het belangrijkste medium om de Eredivisie te volgen (70%). Op televisie kunnen fans dan ook de samenvattingen van de wedstrijden en live Eredivisievoetbal bekijken.

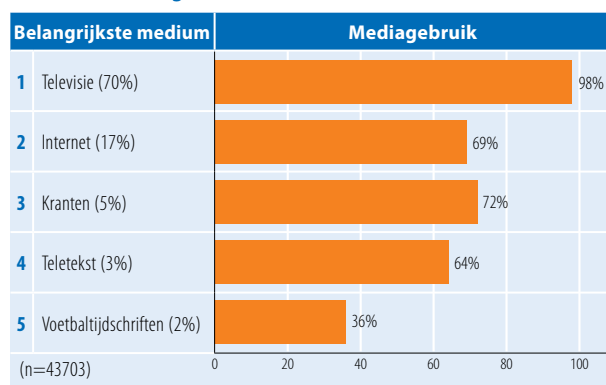
Verder worden kranten en internet vaak geraadpleegd (circa 70%). Tegelijkertijd vinden fans kranten veel minder belangrijk dan televisie. Voor 17% van de fans is het internet de belangrijkste informatiebron en slechts 5% vindt de krant het belangrijkste voor Eredivisienieuws.

Net als voor clubnieuws kijken fans ook voor nieuws over de Eredivisie vaak op teletekst. Bijna tweederde van de fans volgt het voetbal in de Eredivisie via teletekst - op tv, via internet of mobiel.

Ruim een derde van de Eredivisiefans leest voetbaltijdschriften om op de hoogte te blijven van het verloop van de competitie. Voetbalmagazines zijn het op vier na belangrijkste medium om de Eredivisie te volgen.

Het mediagebruik van fans verandert naarmate ze ouder worden. Hoe ouder fans zijn, hoe meer ze de krant erbij pakken om het voetbal in de Eredivisie te volgen. Dit komt overeen met de manier waarop ouderen het nieuws over hun club volgen. Jongeren lezen juist relatief veel voetbaltijdschriften.

**Grafiek 5.4 Mediagebruik Eredivisie**



Vraagstelling:

*Via welke media volgt u het voetbal in de Eredivisie en welke van deze media vindt u het belangrijkste?*

## 5.5 SAMENVATTINGEN EREDIVISIE

Televisie is voor fans het belangrijkste medium om het voetbal in de Eredivisie te volgen. Op televisie zijn via de NOS en Eredivisie Live wekelijks samenvattingen van de gespeelde wedstrijden te zien. Verder zendt Eredivisie Live alle competitiewedstrijden rechtstreeks uit op televisie.

Vrijwel alle fans kijken op televisie naar samenvattingen van de Eredivisie die worden uitgezonden door de NOS. Bijna negen op de tien fans kijken zelfs (bijna) elke week naar de NOS samenvattingen

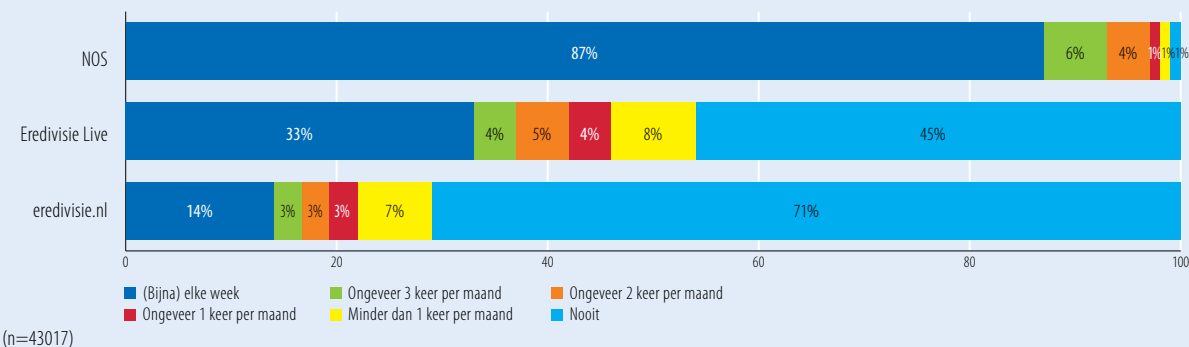
Seizoenkaarthouders zijn de meest frequente kijkers van de samenvattingen bij Studio Sport. As tv-kijker zijn zij dus ook erg betrokken

bij hun club. Mannen kijken vaker dan vrouwen naar deze samenvattingen.

Meer dan de helft van de Eredivisiefans kijkt weleens naar de samenvattingen die op Eredivisie Live worden uitgezonden. Een derde ziet de samenvattingen op Eredivisie Live (bijna) wekelijks.

Op de website van Eredivisie Live kunnen fans ook samenvattingen van wedstrijden terugkijken. Bijna 30% van de fans gaat daarvoor weleens naar [eredivisie.nl](http://eredivisie.nl).

Grafiek 5.5 Frequentie bekijken samenvattingen Eredivisie wedstrijden



Vraagstelling:

*Hoe vaak kijkt u naar Eredivisie samenvattingen?*

## 5.6 ABONNEE BETAALZENDERS

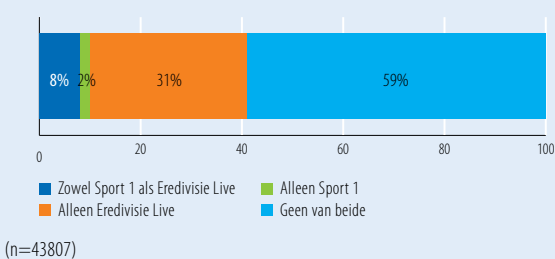
Fans kunnen niet alleen samenvattingen op televisie en internet zien, zij hebben ook de mogelijkheid live Eredivisiewedstrijden te volgen op televisie. Een uitstekende manier om het voetbal in de Eredivisie te bekijken wanneer ze niet in de gelegenheid zijn om de wedstrijden in het stadion te bezoeken.

Om live wedstrijden op de televisie te zien, kunnen fans een abonnement nemen op betaalzenders. Alle Eredivisiewedstrijden zijn exclusief te zien op Eredivisie Live. Bijna 40% van de fans uit dit Eredivisie Fan Onderzoek heeft een abonnement op deze zender.

Een op de tien fans heeft een abonnement op Sport1. Daar wordt geen Eredivisievoetbal uitgezonden, maar is wel buitenlands voetbal te zien. Een groot deel (80%) van de Sport1-abonnees heeft overigens ook een abonnement op Eredivisie Live.

Seizoenkaarthouders hebben meer dan Club Cardhouders een abonnement op Eredivisie Live. Oudere fans sluiten minder vaak een abonnement op een betaalzender af.

Grafiek 5.6 Abonnee betaalzenders sport



Vraagstelling:

*Heeft u een abonnement op betaalde sportzenders?*

### 5.7 LIVE WEDSTRIJDEN EREDIVISIE

Eredivisiewedstrijden worden niet alleen op televisie (Eredivisie Live) rechtstreeks uitgezonden, maar het is ook mogelijk duels te bekijken via internet op [eredivisie.nl](http://eredivisie.nl).

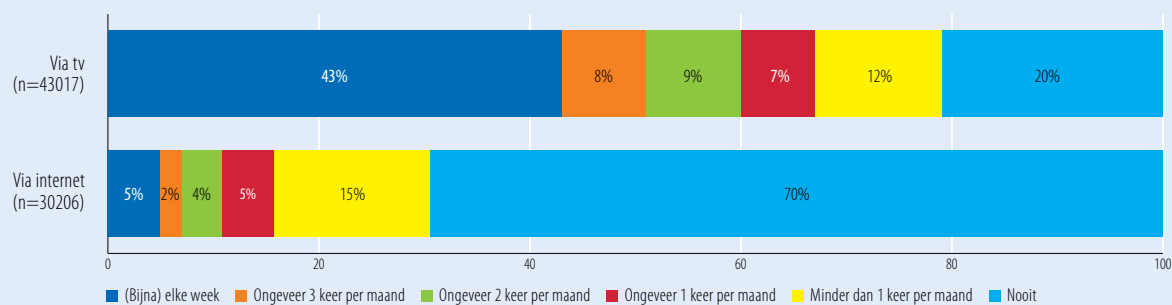
Een grote meerderheid van de Eredivisiefans maakt gebruik van de mogelijkheid om via televisie dan wel internet live voetbal te kijken.

Om live wedstrijden op televisie te kunnen volgen, hebben fans een abonnement op Eredivisie Live nodig. Vier op de vijf Eredivisiefans bekijkt live wedstrijden op televisie. De helft van deze groep is zelfs (bijna) elke week getuige van live Eredivisievoetbal op televisie. Fans tussen de 16 en 34 jaar kijken het meest naar deze wedstrijden.

Voorals fans van FC Twente zijn fervente kijkers van rechtstreeks uitgezonden duels: negen op de tien fans van die club kijkt live Eredivisiewedstrijden op tv.

Live wedstrijden via internet kunnen worden gevolgd zonder abonnement. Fans kunnen tegen betaling per competitieronde beslissen, of ze de wedstrijden willen kijken. Via internet kijkt 30% van de fans wel eens naar live wedstrijden in de Eredivisie. De meesten doen dit wel minder dan een keer per maand.

Grafiek 5.7 Frequentie bekijken live wedstrijden Eredivisie



Vraagstelling:

*Hoe vaak kijkt u naar live Eredivisie wedstrijden via tv of internet?*



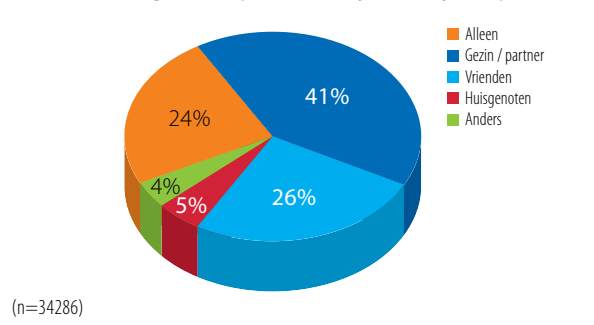
### 5.8 LIVE EREDIVISIE OP TV: MET WIE EN WAAR?

Net als het bezoeken van wedstrijden is het live kijken van wedstrijden op televisie voor veel fans een sociale aangelegenheid. Ruim driekwart van de fans volgt live wedstrijden samen met anderen

Vrouwen die live Eredivisie kijken, doen dat vrijwel altijd met hun partner, in hun eigen huis. Mannen volgen live wedstrijden ook vaak met vrienden of alleen.

Het zijn vooral fans tussen de 16 en 34 jaar die met vrienden inschakelen op live Eredivisiewedstrijden (45%). Deze groep kijkt dan ook veel minder vaak met het gezin en/of partner naar live voetbal. Ze zien live voetbal minder vaak in de eigen woning, maar vaker bij anderen thuis of in het café.

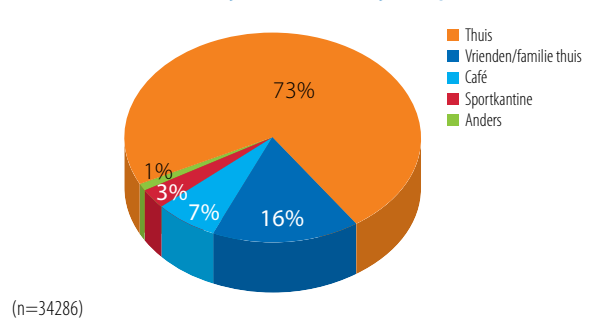
Grafiek 5.8.1 In gezelschap live wedstrijden bekijken op televisie



Vraagstelling:

*Met wie kijkt u live Eredivisie op tv?*

Grafiek 5.8.2 Plaats bekijken live wedstrijden op televisie



Vraagstelling:

*Waar kijkt u live Eredivisie op tv?*

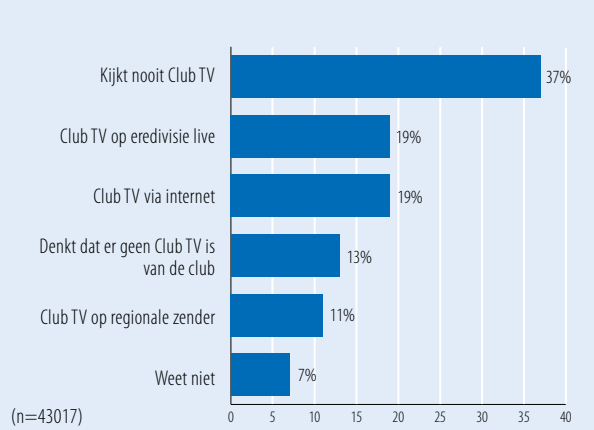
### 5.9 CLUB TV

Behalve via het live voetbal en de samenvattingen op televisie kan een fan het specifieke nieuws over zijn club volgen op Club TV. Club TV is een televisieprogramma dat wordt gemaakt door de Eredivisieclubs en dat volledig is gewijd aan het nieuws over de club.

Voorals seizoenkaarthouders kijken vaak naar Club TV. De clubspecifieke televisie trekt meer mannelijke dan vrouwelijke kijkers. Jonge fans kijken vaker naar Club TV dan de oudere generatie. Zij kijken Club TV ook meer via internet. Fans van PSV kijken het meest naar Club TV.

Fans van VVV-Venlo, Feyenoord en Vitesse stemmen vaak af op de regionale zender om Club TV van hun club te zien. Feyenoord-fans bekijken Feyenoord TV ook vaak via Eredivisie Live.

Grafiek 5.9 Club TV



Vraagstelling:

*Kijkt u wel eens Club TV?*

## 5.10 VOETBALNIEUWS OP INTERNET

Online is een grote hoeveelheid voetbalnieuws te vinden. Bijna alle fans gebruiken het internet om op websites te zoeken naar voetbalnieuws. Ze kijken op clubwebsites, websites met online voetbalnieuws, websites van dagbladen, tijdschriften, televisiezenders en voetbalorganisaties.

Opvallend is dat fans vaak een grote variatie aan websites bezoeken: gemiddeld kijkt een fan op vijf websites naar voetbalnieuws.

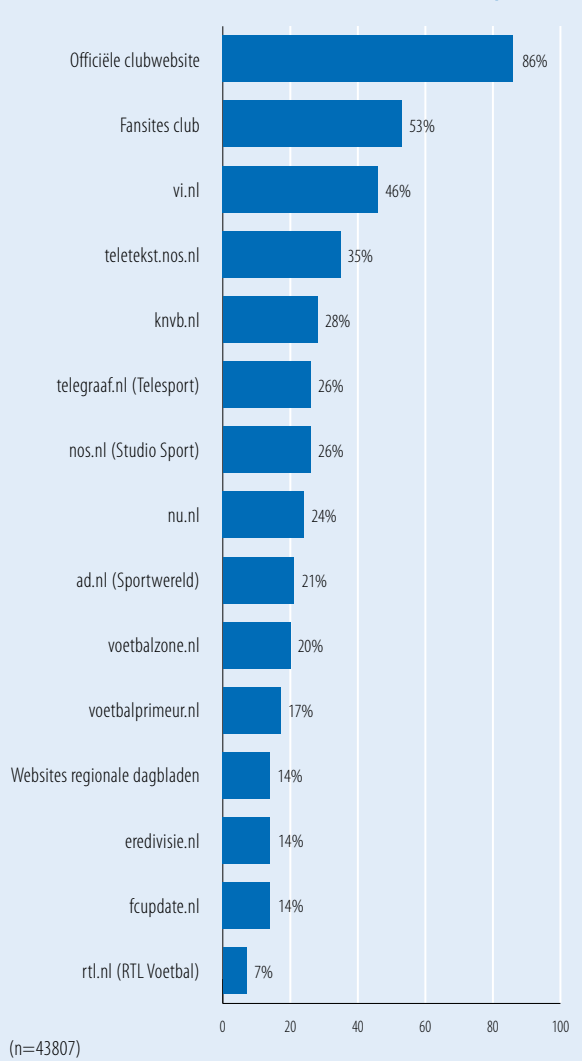
Voor alle clubs zijn de officiële clubwebsite en fansites de meest belangrijke bronnen voor voetbalnieuws op internet. Verder is de website van Voetbal International populair. Vi.nl is wel vooral een site voor mannelijke fans.

Opvallend is dat fans ook teletekst vaak online bezoeken voor voetbalnieuws: ruim een derde van de fans gaat wel eens naar teletekst.nos.nl. KNVB.nl bezet de vijfde plaats in de lijst met websites die fans bezoeken voor voetbalnieuws.

Onder websites van dagbladen wordt de website van de Telegraaf het meest bezocht voor voetbalnieuws. Fans kijken ook graag op websites van regionale dagbladen en bezoeken deze voor voetbalnieuws vaker dan de websites van een aantal landelijke dagbladen.

Van de websites van televisiezenders worden vooral die van de NOS vaak bezocht. Fans gaan regelmatig naar de site van Teletekst en van NOS (Studio Sport) om nieuws over voetbal te lezen.

Grafiek 5.10 Bezoek websites voor voetbalnieuws (top 15)



Vraagstelling:

*Hieronder staat een aantal sites met onder meer of hoofdzakelijk voetbalonderwerpen. Kunt u aangeven welke sites u bezoekt om voetbalnieuws te zoeken?*

Buiten de top 15 vallen:

uefa.com	voetbal.nl	sportweek.nl
elfvoetbal.nl	sport1.nl	websitesregionale tv
voetbalonline.nl	ffa.com	volkskrant.nl
jupilerleague.nl	nrc.nl	voetbalplus.nl
trouw.nl		

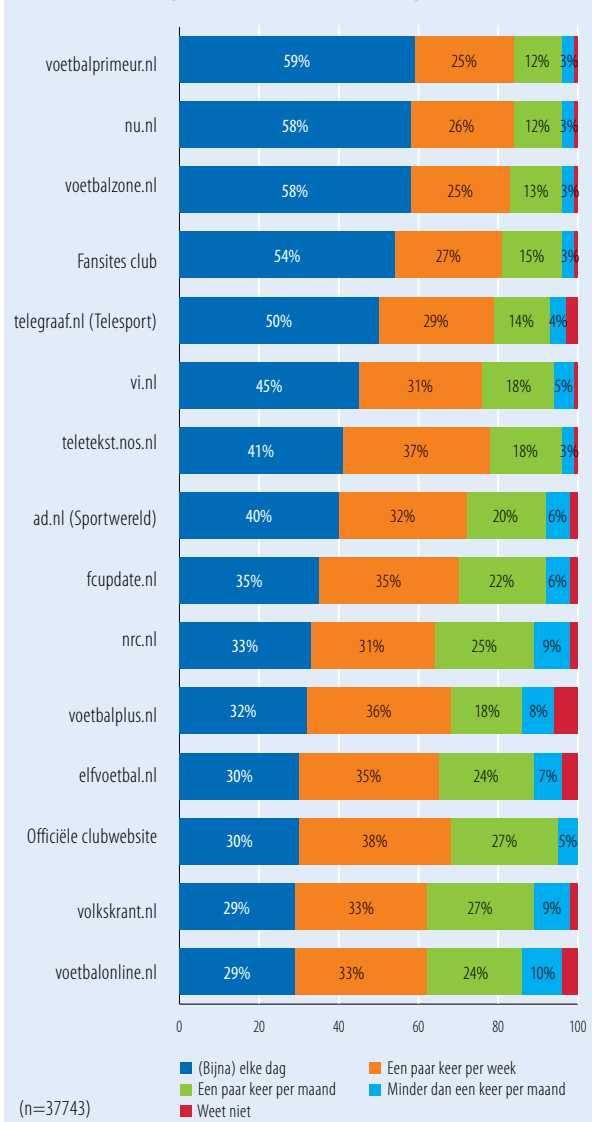
### 5.11 FREQUENTIE BEZOEK WEBSITES

Niet alle websites met voetbalnieuws worden door fans even vaak bezocht. Zo is de clubwebsite een van de belangrijkste en meest bezochte bronnen voor voetbalnieuws, maar gaan de meeste fans er niet dagelijks op zoek naar nieuws.

Fans die Voetbalprimeur.nl, Nu.nl en Voetbalzone.nl opgaan, kijken er bijna elke dag om een update van het voetbalnieuws te lezen.

Fans bezoeken de sites van voetbalorganisaties knvb.nl, fifa.com en uefa.com niet meer dan een paar keer per maand.

Grafiek 5.11 Frequentie bezoek website (top 15)



Vraagstelling:

*Hieronder staan de sites met onder meer of hoofdzakelijk voetbalonderwerpen die u heeft aangegeven te bezoeken. Kunt u aangeven in welke mate u deze websites bezoekt?*



# 6. Maatschappelijke betrokkenheid

Voetbal is voor iedereen en voetbal is van iedereen.

Voetbal is een sport waar fans uit verschillende bevolkingsgroepen van genieten. Clubs zijn zich bewust van hun maatschappelijke verantwoordelijkheid. In dit hoofdstuk beschrijven we hoe de fans tegen deze rol van hun Eredivisieclub aankijken.

Uit het Eredivisie Fan Onderzoek blijkt dat fans het belangrijk vinden dat hun eigen club betrokken is bij de maatschappij en zich inzet voor sociale doelen, zoals bevordering van sportiviteit en respect voor elkaar.

Eredivisieclubs vullen deze maatschappelijk rol op verschillende manieren in door allerlei activiteiten te organiseren. Hierbij valt te denken aan bevordering van sportief gedrag bij de jongere generatie voetballers of aan deelname in projecten en evenementen rondom de voetbalclub in stadswijken.

In dit hoofdstuk achterhalen we hoe Eredivisiefans tegenover deze maatschappelijke rol van hun eigen club staan. Weten fans welke activiteiten hun eigen club onderneemt en hoe belangrijk vinden zij deze activiteiten? We beginnen met de mate waarin de voetbalfans waarde hechten aan de maatschappelijke betrokkenheid van hun club.

## Maatschappelijke betrokkenheid van Eredivisieclubs:

- Fans vinden de maatschappelijke betrokkenheid van hun eigen club (zeer) belangrijk.
- Fans zijn op de hoogte van het feit dat hun favoriete club zich inzet voor de samenleving.
- Vier op de tien fans weten daadwerkelijk welke maatschappelijke activiteiten de eigen club organiseert.
- Fans vinden bevordering van sportief gedrag bij jeugdvoetballers de belangrijkste activiteit.



**MEER DAN VOETBAL**

Stichting 'Meer dan Voetbal' is opgericht door de KNVB, de Eredivisie CV en de Coöperatie Eerste Divisie. De missie van de stichting is het voetbal, met zijn grote invloed op de maatschappij, in te zetten voor een betere samenleving. Gezondheid, sportiviteit & respect en participatie zijn de kernthema's.  
[www.meerdanvoetbal.nl](http://www.meerdanvoetbal.nl)

## 6.1 MAATSCHAPPELIJKE BETROKKENHEID CLUBS

De favoriete club van de voetbalfans heeft een speciale plek in het leven van de fan. Hierbij gaat het niet alleen om de sport en de club zelf, maar zeker ook om de rol die het 'fan zijn' speelt in het bestaan van de supporter.

Zoals eerder gesteld: voetbal is er voor iedereen. Het is de sport waar fans uit vele verschillende bevolkingsgroepen van genieten.

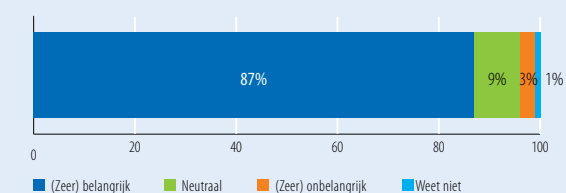
De Eredivisieclubs spelen in op deze maatschappelijk rol. Maatschappelijke betrokkenheid is een cruciaal doel van een club volgens de fans. Vrijwel alle (87%) seizoenkaart- en Club Cardhouders vinden de maatschappelijke rol die clubs kunnen spelen rond jeugd, integratie en mensen met een beperking (zeer) belangrijk.

Vrouwen verschillen in enige mate van mannen wat betreft het belang van deze maatschappelijke verantwoordelijkheid. Zij hechten er meer waarde aan. In totaal vindt 92% van de vrouwen de maatschappelijke rol (zeer) belangrijk tegenover 86% van de mannen. Verder hangt het toegedichte belang van de maatschappelijke rol van een club samen met de leeftijd van de supporters. Hoe ouder de supporter, hoe belangrijker de maatschappelijke betrokkenheid van de club volgens hem is.

Opvallend is dat lageropgeleide fans (91%) de maatschappelijke betrokkenheid van de eigen club essentiëler vinden dan de hoogopgeleide supporters (86%).

Fans van FC Twente, RKC Waalwijk en VVV-Venlo achten de maatschappelijke betrokkenheid van hun club het belangrijkste.

Grafiek 6.1 Belang maatschappelijke betrokkenheid club



(n=43807)

Vraagstelling:

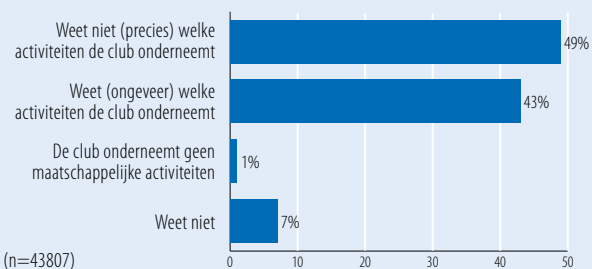
*Hoe belangrijk vindt u het dat uw club maatschappelijk betrokken is (bijvoorbeeld met betrekking tot jeugd, integratie, mensen met een beperking, et cetera)?*

## 6.2 MAATSCHAPPELIJKE ACTIVITEITEN

Eredivisieclubs kunnen op uiteenlopende manieren invulling geven aan hun maatschappelijke verantwoordelijkheden. Hierbij valt te denken aan de inzet van voetbal als platform voor moeilijk bereikbare doelgroepen, de betrokken rol die een club in de wijk speelt of de bevordering van sportief gedrag bij de jongste voetballers en voetbalsupporters.

Aan de fans is gevraagd, of zij bekend zijn met de maatschappelijke activiteiten die hun club organiseert. Vrijwel alle fans (92%) weten dat hun favoriete club zich ermee bezighoudt. Wat deze activiteiten precies behelzen, blijkt minder bekend te zijn. In totaal weet 49% van de supporters niet precies om welke activiteiten het gaat.

Grafiek 6.2.1 Bekendheid maatschappelijke activiteiten



(n=43807)

Vraagstelling:

*Houdt uw club zich volgens u ook bezig met dergelijke maatschappelijke activiteiten?*



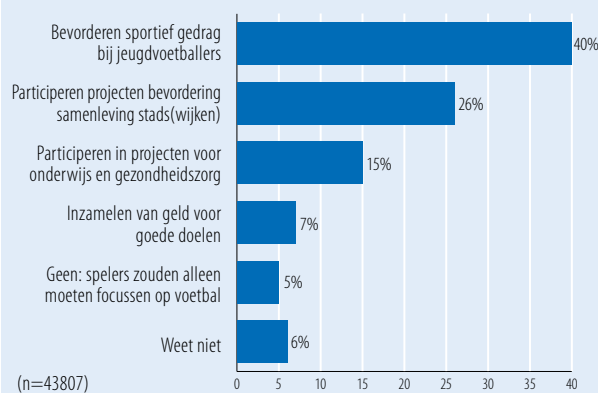


Aan de Eredivisiefans zijn vier maatschappelijke activiteiten voorgesteld die voetbalclubs kunnen inzetten voor de invulling van hun maatschappelijk rol:

- bevorderen van sportief gedrag bij jeugdvoetballers
- participeren in projecten ter bevordering van de samenleving in stadswijken
- participeren in projecten voor het onderwijs en de gezondheidszorg
- inzamelen van geld voor goede doelen

Van deze activiteiten vinden fans de bevordering van sportief gedrag bij jeugdvoetballers het belangrijkste (40%). Maar ook projecten rond stads(wijken) (26%), onderwijs en gezondheidszorg (15%) zijn volgens fans goede projecten waarvoor spelers kunnen worden ingezet. Slechts 5% van de Eredivisiefans is van mening dat spelers zich alleen moeten focussen op voetbal.

Grafiek 6.2.2 Belangrijkste activiteiten spelers



Vraagstelling:

*In het kader van maatschappelijke betrokkenheid worden regelmatig spelers ingezet. Welke activiteit van spelers vindt u het belangrijkste?*

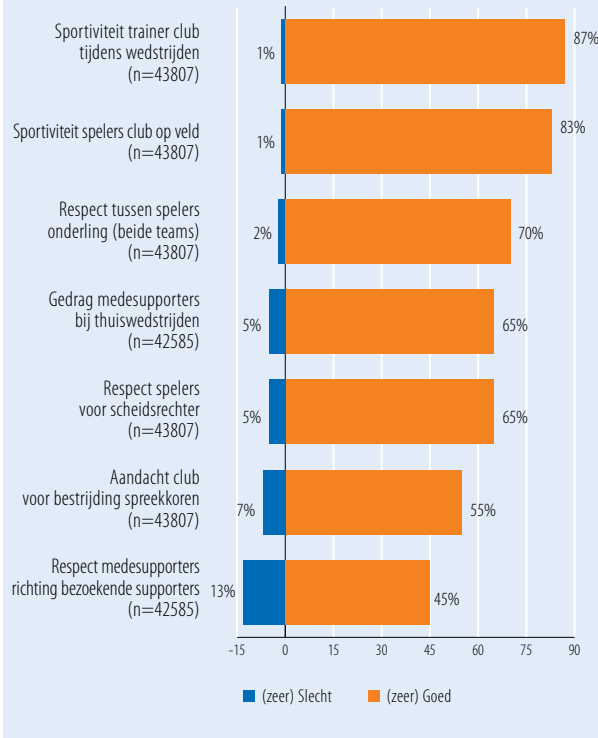
### 6.3 SPORTIVITEIT & RESPECT

De verharding van de samenleving, die ook zijn invloed heeft op het voetbal, is voor een voetbalbreed samenwerkingsverband aanleiding geweest om het programma Sportiviteit & Respect op te zetten. De voetbalsport neemt hiermee verantwoordelijkheid op en rond de Nederlandse voetbalvelden. In de vorige paragraaf zagen we dat Eredivisiefans voornamelijk waarde hechten aan bevordering van sportief gedrag. Dit komt overeen met een van de doelstellingen van het programma Sportiviteit & Respect: bevordering van sportief gedrag en bestrijding van onwenselijk gedrag op en rond de Nederlandse voetbalvelden.

Supporters kunnen sportiviteit en respect op verschillende manieren ervaren. Sportiviteit kan vanuit de trainer komen, maar ook vanuit de spelers op het veld. De overgrote meerderheid van de fans is positief over de sportiviteit van de trainer van de eigen club (87%) en de spelers op het veld (83%).

Een aandachtspunt volgens de supporters van de meeste Eredivisieclubs is het respect van fans voor bezoekende supporters. Deze betuiging van wederzijds respect wordt door 13% van de Eredivisiefans als (zeer) slecht beoordeeld, maar de jongere generatie fans (16 tot 34 jaar) waardeert het respect tussen de medesupporters en bezoekende supporters beter dan de oudere generaties.

Grafiek 6.3 Sportiviteit & respect



Vraagstelling:

*Hoe waardeert u onderstaande aspecten bij uw club uw club?*



# Verantwoording Eredivisie Fan Onderzoek

In deze bijlage brengen we in kaart hoe het Eredivisie

Fan Onderzoek is uitgevoerd. We beschrijven welke fans

zijn uitgenodigd en hoe de resultaten van dit onder-

zoek zijn geanalyseerd en gerapporteerd.

Voor het Eredivisie Fan Onderzoek zijn alleen geregistreerde fans benaderd. De contactgegevens van de geregistreerde fans zijn aangeleverd door de Eredivisieclubs. Blauw Research heeft hier geen selectie in gemaakt, iedereen uit de aangeleverde clubbestanden is uitgenodigd.

Het onderzoek is volledig online uitgevoerd. Fans ontvingen een unieke link met een code en wachtwoord om deel te nemen aan het onderzoek. De combinatie van de link en de code en wachtwoord kon ook maar één keer worden gebruikt. Een week na de uitnodiging is eenmalig een e-mail reminder verzonden aan fans die het onderzoek nog niet hadden ingevuld. Fans hadden tussentijds de mogelijkheid de vragenlijst af te breken en ook weer te hervatten. In het rapport zijn alleen volledig ingevulde interviews verwerkt.

Het veldwerk voor het onderzoek heeft plaatsgevonden van 30 oktober tot en met 15 november 2009. Van de 157.000 uitgenodigde fans heeft in totaal 28% aan het onderzoek meegewerkt. Het aantal deelnemers per club varieerde van 371 fans voor de kleinste club tot 6.094 fans voor de club met de meeste deelnemers. De gemiddelde invultijd van de Eredivisie Fan vragenlijst was 23 minuten.

De resultaten van het onderzoek geven een beeld van de Eredivisie op basis van geregistreerde fans die aan het Fan Onderzoek hebben deelgenomen. De resultaten zijn geen weergave van de Nederlandse bevolking of alle voetbalfans.

Op de resultaten heeft geen correctie of weging plaatsgevonden op clubniveau. Dit betekent ook dat clubs met een grotere fanschare ruimer zijn vertegenwoordigd en van grotere invloed zijn op het totaalbeeld. Aangezien het uiteindelijke doel is om een totaalbeeld van de Eredivisie te schetsen, is in overleg met KNVB Expertise en de Eredivisie CV besloten dit ook op deze wijze te presenteren.

De resultaten in het rapport zijn gepresenteerd in percentages of gemiddelden. Hierbij is op een vaste wijze een aantal maal onderscheid gemaakt naar kenmerken als seizoenskaarthouder/Club Cardhouder en een aantal profielkenmerken van fans zoals geslacht en leeftijd. De gepubliceerde percentages zijn afgerond op gehele getallen. Door deze afrondingen kan het zijn dat exclusieve antwoordcategorieën op een bepaalde vraag opgeteld niet 100% lijken. De exacte cijfers (niet afgerond) zijn dit uiteraard wel.

Bij elke grafiek of tabel is de steekproefgrootte vermeld (bijv. n=43807). Een aantal resultaten laat een andere steekproefgrootte zien. Dit is te verklaren doordat een selectie van de fans alleen die vraag heeft gekregen. In marktonderzoek is het gebruikelijk te spreken over significante verschillen. In deze rapportage wordt daar niet expliciet melding van gemaakt, aangezien bij deze steekproefgroottes verschillen bijna altijd significant zijn.

Blauw Research, een onafhankelijk uitvoerend marktonderzoekbureau, werkt vanuit de MarktOnderzoekAssociatie (MOA) voorwaarden waarin is vastgelegd dat bureaus alleen op geaggregeerd niveau resultaten analyseren. Dit betekent dat antwoorden van verschillende fans bij elkaar worden genomen en op totaalniveau worden gerapporteerd. Resultaten van het onderzoek worden niet op persoonsniveau gerapporteerd en zijn niet op persoonsniveau te herleiden.

# Colofon

## **KNVB EXPERTISE IS EEN INITIATIEF VAN:**

Coöperatie Eerste Divisie (CED)  
Eredivisie CV (ECV)  
Federatie van Betaald Voetbal Organisaties (FBO)  
Koninklijke Nederlandse Voetbal Bond (KNVB)

## **PROJECTCOÖRDINATIE**

Giel Kirkels

## **PROJECTTEAM**

Jelle Beuker  
Kristian Gotsch  
Giel Kirkels

## **UITVOERING ONDERZOEK**

Blauw Research:  
Menno Urbanus  
Eva Gerritse

## **FOTOGRAFIE**

Diverse BVO's

## **VORMGEVING**

Carola van de Ven, Creada, Veldhoven

## **DRUKWERK**

Stadsdrukkerij Amsterdam

**KNVB | EXPERTISE**

Centrum voor Onderzoek & Kennismanagement Betaald Voetbal

[www.knvbexpertise.nl](http://www.knvbexpertise.nl)

Dit is een uitgave van KNVB Expertise. Niets uit deze uitgave mag zonder schriftelijke toestemming van de KNVB Expertise worden gekopieerd, gedownload, verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze. Hoewel deze uitgave met grote zorgvuldigheid is samengesteld, zijn wij niet aansprakelijk voor de gevolgen van eventuele omissies of onjuistheden, danwel andere gevolgen door het gebruik van in deze uitgave voorkomende gegevens of meningen.

