



JUPLIER LEAGUE FAN ONDERZOEK

2009/'10

JUPILER LEAGUE FAN ONDERZOEK

2009/'10

Inhoud

VOORWOORD	3	4. FANUITGAVEN EN KAARTVERKOOP	35
INLEIDING JUPILER LEAGUE FAN ONDERZOEK	5	4.1 Aankoop losse kaarten	36
SAMENVATTING JUPILER LEAGUE FAN ONDERZOEK	6	4.2 Verkooppunten	36
1. FANPROFIEL	9	4.3 Tickets kopen via internet	37
1.1 Geslacht, leeftijd & opleiding	10	4.4 Jaarlijkse uitgaven aan kaarten	38
1.2 Dagelijkse bezigheid & inkomen	11	4.5 Uitgaven wedstrijddag	39
1.3 Type huishouden & kidsclub	13	4.6 Aankopen merchandise	40
1.4 Competities & zelf voetballen	13	4.7 Waardering prijzen	41
2. FANKARAKTERISTIEKEN	15	5. FANMEDIAGEBRUIK EN INFORMATIEBEHOEFTE	43
2.1 Betrokkenheid	16	5.1 Nieuws rond club	44
2.2 Motivatie seizoenkaart	17	5.2 Reden bezoek officiële website club	44
2.3 Aanschaf seizoenkaart	18	5.3 Waardering informatievoorziening club	45
2.4 Frequentie bezoek thuiswedstrijden	19	5.4 Mediagebruik Jupiler League	46
2.5 Bezoek uitwedstrijden	20	5.5 Samenvattingen Jupiler League	47
2.6 Bezoek overige wedstrijden	21	5.6 Abonnee betaalzenders	47
2.7 Redenen wedstrijdbezoek	21	5.7 Voetbalnieuws op internet	48
2.8 Waarom niet naar (alle) thuiswedstrijden?	22	5.8 Frequentie bezoek websites	49
2.9 Voorkeur tijdstip wedstrijden	23	6. MAATSCHAPPELIJKE BETROKKENHEID	51
2.10 Aantal jaren clubbezoek	24	6.1 Maatschappelijke betrokkenheid clubs	52
2.11 Hoe supporter geworden?	25	6.2 Maatschappelijke activiteiten	52
3. FANERVARINGEN OP DE WEDSTRIJDDAG	27	6.3 Sportiviteit & respect	53
3.1 Gezelschap thuiswedstrijden	28	VERANTWOORDING JUPILER LEAGUE	
3.2 Bereikbaarheid stadion	29	FAN ONDERZOEK	55
3.3 Vervoermiddel en aankomst stadion	30	COLOFON	56
3.4 Waardering stadionbezoek	31		
3.5 Beleving in het stadion	32		
3.6 Gevoel veiligheid	33		
3.7 Waardering veiligheidsmaatregelen	33		
3.8 Negatieve situaties	33		

Voorwoord

Supporters weten waarom, dat is het motto van de Jupiler League. En voor ons is het van groot belang om te weten wat er speelt onder supporters. Daarom hebben we voor het eerst een nationaal onderzoek uitgevoerd onder voetbalfans. In totaal hebben 12.105 supporters van de Jupiler League deelgenomen aan dit onderzoek, een initiatief van KNVB Expertise in samenwerking met de Jupiler League en de Eredivisie. Dit grote aantal deelnemers tekent de loyaliteit van de fans aan de Jupiler League. Dit wordt versterkt door het gegeven dat de gemiddelde supporter van een Jupiler League club al meer dan 16 jaar wedstrijden bezoekt van zijn of haar favoriete club. We zijn alle supporters dan ook zeer dankbaar voor hun deelname aan het onderzoek.

Dit onderzoek verschaft inzicht in de mening van fans over hun favoriete club en de divisie in het algemeen. Zo hebben we een betere kijk op de zaken die positief gewaardeerd worden, maar ook op de onderwerpen die verbetering behoeven. Dit onderzoek wordt jaarlijks herhaald, zodat het betaalde voetbal kan meten hoe de tevredenheid en behoeften van fans zich ontwikkelen.

We zijn trots op de onderzoeksresultaten die laten zien dat de sfeer in de stadions goed beoordeeld wordt, dat fans zich veilig voelen in de stadions en dat de informatievoorziening vanuit de clubs wordt gewaardeerd. Tegelijkertijd beseffen we ons dat er nog belangrijke stappen te zetten zijn. Tot slot: geniet van het voetbal en we hopen volgend seizoen opnieuw op massale medewerking aan dit onderzoek te mogen rekenen!

Ron Francis
Manager KNVB Expertise

Patrick Brand
Directeur Coöperatie Eerste Divisie

Inleiding Jupiler League Fan Onderzoek

Het Jupiler League Fan Onderzoek zoomt in op de beleving, leefwereld en activiteiten van fans van deze competitie. De resultaten, gebaseerd op antwoorden van ruim 12.000 van deze fans, kan ook leiden tot verbeteringen bij clubs.

Wekelijks kijken honderdduizenden voetbalfans naar de samenvattingen van wedstrijden in de Jupiler League. Tijdens competitierondes bezoeken tienduizenden voetbalfans duels of volgen zij de verrichtingen van de betaaldvoetbalclubs via media. Voetbal is voor velen een dagelijkse bezigheid en een gewild gespreksonderwerp. Voor de grootste voetbalfans geldt voetbal zelfs als een manier van leven.

Het Jupiler League 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 te realiseren, heeft KNVB Expertise in samenwerking met de Coöperatie Eerste Divisie en marktonderzoekbureau Blauw Research het eerste Jupiler League Fan Onderzoek uitgevoerd.

Samen met de fans hebben de onderzoekers onder meer het wedstrijdbezoek onder de loep genomen. Verder zijn vragen gesteld als: "Hoe blijven 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 duizenden fans van de Jupiler League bieden de clubs de mogelijkheid hun activiteiten in de toekomst 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, mobiele telefoon en internet. Altijd is er de spanning wanneer een wedstrijd wordt gespeeld. Op vrijdagavond voor de televisie om naar de samenvattingen van de Jupiler League te kijken. Fans lopen vol trots rond in het uit- of thuishenuw.

In het Jupiler League 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 veiligheidsgevoel rond het stadionbezoek?
- 4. Fanuitgaven:** aankoop van seizoenkaart of losse kaarten voor wedstrijden door fans, aankooplocatie en uitgaven aan fanartikelen.
- 5. Fan mediagebruik:** het volgen van nieuws rond de club, bezoeken van club- en fanwebsites en volgen van wedstrijden op tv.
- 6. Maatschappelijke betrokkenheid:** maatschappelijke rol van clubs en spelers uit de Jupiler League 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 Jupiler League Fan Onderzoek zijn geregistreerde seizoenkaarthouders, Club Cardhouders, Fankaarthouders en nieuwsbriefontvangers van alle clubs uitgenodigd. Eveneens bestond de mogelijkheid om via de officiële clubwebsites van de Jupiler League clubs deel te nemen aan het Fan Onderzoek. Het onderzoek is volledig online uitgevoerd. De geregistreerde Jupiler League fans 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 12.000 fans van Jupiler League clubs 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 Jupiler League te volgen in het stadion. Een aantal clubs uit de Jupiler League hanteert ook de Club Card. Fans bestellen bij hun club een Club Card. Een Club Cardhouder heeft de mogelijkheid kaarten te kopen voor wedstrijden met Club Cardverplichting. Binnen de Jupiler League bestaat verder de Fankaart. Die biedt fans directe korting bij de aankoop van een losse toegangskaart en geeft ook de mogelijkheid mee te doen aan acties van de club.

De resultaten van het Jupiler League Fan Onderzoek worden gedeeld met fans, clubs, sponsors, media en andere geïnteresseerden. Elke club uit de Jupiler League krijgt inzicht in de resultaten van zijn eigen fans. Dit helpt de clubs hun toekomstig beleid uit te stippelen door middel van interactie met de fans.

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

Samenvatting Jupiler League Fan Onderzoek

Fans van clubs uit de Jupiler League tonen in het Fan Onderzoek op allerlei manieren hun clubliefde en betrokkenheid bij het voetbal in de Jupiler League. 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 fans van de Jupiler League.

1. FANPROFIEL

Wie zijn de fans van de Jupiler League en voetballen zij zelf ook?

De Jupiler League fans die aan het onderzoek hebben deelgenomen, komen uit alle lagen van de bevolking. Zij zijn gemiddeld 39 jaar, wonen samen of zijn getrouwd. Voetbal is nog steeds voornamelijk een mannsport, de meerderheid van de fans is dan ook man. De jongste telgen in het huishouden wordt de clubliefde al op jonge leeftijd bijgebracht: een op de vijf fans met kinderen heeft hen ook lid gemaakt van een kidsclub.

De Jupiler League fans spelen het spel zelf ook graag. Acht op de tien fans voetbalt of heeft dit gedaan. Liefhebbers van de Jupiler League zijn ook vaak enthousiaste volgers van de Eredivisie, 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 directe omgeving van de voetbalfans heeft een sterke invloed op hun keuze voor een Jupiler League club. De regionale invloed is bij Jupiler League clubs sterk. Drie op de vijf deelnemers zijn bijvoorbeeld fan van een club uit de eigen regio. Dit geldt nog sterker voor seizoenkaarthouders. Verder blijkt dat een derde van de supporters in de keuze voor een club is beïnvloed door familie, vrienden of kennissen.

Fans bezoeken voornamelijk thuiswedstrijden van hun club. Seizoenkaarthouders gaan naar bijna alle duels in het stadion per seizoen. Niet-seizoenkaarthouders (Fankaarthouders, Club Cardhouders) bezoeken gemiddeld zeven 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. Jupiler League fans 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 WEDSTRIJDAG

Hoe beleef je als fan de wedstrijden?

Bezoek aan wedstrijden in de Jupiler League is voor fans dé manier om hun club te steunen. De thuiswedstrijden zijn ook echt een sociale aangelegenheid: fans gaan vooral met vrienden naar een wedstrijd, maar ook vaak met familieleden. De meeste fans komen met de auto naar het stadion. Een kwart van de fans woont dichtbij en komt op de fiets. Fans arriveren vlak voor het begin van de wedstrijd, de meeste tussen een kwartier tot een halfuur voor de aftrap. De sfeer in het

stadion en het aangeboden entertainment worden ervaren als een meerwaarde van het stadionbezoek. Over een aantal punten zijn de fans niet altijd enthousiast: de kwaliteit van het eten en drinken, het comfort van de stoeltjes en het aangeboden entertainment worden minder goed beoordeeld.

Veiligheid is soms een onderwerp van discussie rond voetbal, maar de Jupiler League 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 in combinatie met een Fankaart of Club Card. Omdat in de Jupiler League veel vrije verkoop plaatsvindt worden de meeste kaarten direct bij de stadionkassa van de club gekocht. Omdat nog niet alle clubs uit de Jupiler League de mogelijkheid bieden om online tickets te kopen, wordt hier nog niet veel gebruik van gemaakt. Een Jupiler League fan besteedt gemiddeld € 160 aan een seizoenkaart. Niet-seizoenkaarthouders geven per seizoen € 132 uit aan losse kaarten voor wedstrijden. Een aantal fans spendeert zelfs meer geld aan losse kaarten voor wedstrijden dan wat gemiddeld jaarlijks wordt betaald voor een seizoenkaart. De uitgaven aan seizoenkaarten en losse tickets verschillen sterk per club.

Tijdens een thuiswedstrijd besteedt een fan gemiddeld € 7 aan eten en drinken in het stadion. Op jaarbasis geven fans gemiddeld € 30 uit om in het bezit te komen van fanartikelen.

5. FANMEDIAGEBRUIK EN INFORMATIEBEHOEFTE

Hoe volg je als fan je club en de Jupiler League 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 (regionale) kranten, televisie en teletekst gelden ook als belangrijke en veelgebruikte informatiebronnen.

De televisie is het belangrijkste kanaal om de Jupiler League te volgen. Alle fans kijken weleens naar de samenvattingen van de wedstrijden in de Jupiler League.

Vier op de vijf fans bekijkt de samenvattingen van de duels uit de Jupiler League zelfs wekelijks. In januari 2010 is RTL gestopt met het rechtstreeks uitzenden van Jupiler League duels. Ten tijde van dit onderzoek werd de reguliere wedstrijd van de week nog live uitgezonden. Deze live wedstrijden op vrijdagavond werden goed bekeken. Negen op de tien fans volgden in een seizoen weleens de live wedstrijd op vrijdagavond van RTL7. Een derde van de fans deed dit zelfs wekelijks.

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 betaaldvoetbalorganisaties zetten zich actief in voor een bredere maatschappelijke rol dan amusement alleen. Vrijwel alle fans achten deze maatschappelijke rol ook van groot belang. De meesten zijn ervan op de hoogte dat hun club zich maatschappelijk inzet, de helft weet ook ongeveer waarvoor. Fans menen dat clubs zich vooral moeten inspannen om sportief gedrag bij jeugdvoetballers te bevorderen. Fans zijn over het algemeen te spreken over de sportiviteit en het respect op de voetbalvelden. Het respect van medesupporters richting bezoekende fans is volgens een deel van de 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 Jupiler League club? In dit hoofdstuk maakt de lezer kennis met de deelnemers van het Jupiler League Fan Onderzoek.

De overgrote meerderheid van de deelnemende fans is man. Hieruit blijkt dat voetbal nog steeds een echte mannenaangelegenheid is. De deelnemende Jupiler League fans zijn gemiddeld 39 jaar, wonen samen of zijn getrouwd.

We beginnen dit rapport met de beschrijving van de fans die hebben deelgenomen aan het Jupiler League Fan Onderzoek. In dit hoofdstuk worden onder andere de volgende vragen beantwoord: hoe oud zijn de Jupiler League fans, 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 kidsclub of junior club van een club uit de Jupiler League?

Kortom: we maken hier kennis met de fans die hebben deelgenomen aan het Jupiler League Fan Onderzoek. We gaan in dit hoofdstuk van start met een weergave van de gemiddelde leeftijden van de supporters van de twintig Jupiler League clubs.

Profielkenmerken van de deelnemende Jupiler League fans:

- Fans die hebben deelgenomen aan het onderzoek, zijn vooral man (91%).
- De gemiddelde leeftijd van de Jupiler League fan is 39 jaar.
- Het merendeel van de fans is getrouwd of woont samen.
- Een op de vijf fans met thuiswonende kinderen heeft kinderen die lid zijn van een kidsclub.
- Tweederde van de Jupiler League fans houdt ook van de hoogste betaaldvoetbalcompetitie, de Eredivisie.
- Acht van de tien fans voetballen zelf op recreatief of competitief niveau of hebben dit vroeger gedaan.
- Vooral de jongere fans voetballen momenteel op competitief of recreatief niveau.

De resultaten in dit hoofdstuk geven een beeld van de Jupiler League fans 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 Jupiler League fans die aan dit onderzoek hebben deelgenomen, kunnen afwijken van de kenmerken van de gehele groep Jupiler League fans. De resultaten in dit hoofdstuk geven een beeld van supporters die de vragenlijst hebben ingevuld. 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 Jupiler League Fan Onderzoek.

Onder de voetbalfans is de verhouding tussen mannen en vrouwen zoals verwacht een scheve: 9% is vrouw. De fans van de Jupiler League zijn gemiddeld 39 jaar. Vier op de tien voetbalfans vallen in de leeftijds-categorie 16 tot 34 jaar en eenzelfde deel is tussen de 35 jaar en 54 jaar oud.

Bijna een derde van de deelnemende Jupiler League fans heeft een hoge opleiding gevolgd. Een klein deel (14%) is laagopgeleid en ruim de helft zit met het opleidingsniveau in de midden-categorie. Hieronder staat een toelichting van de opleidingsniveaus.

Toelichting opleidingscategorieën:

Laag opleidingsniveau:

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

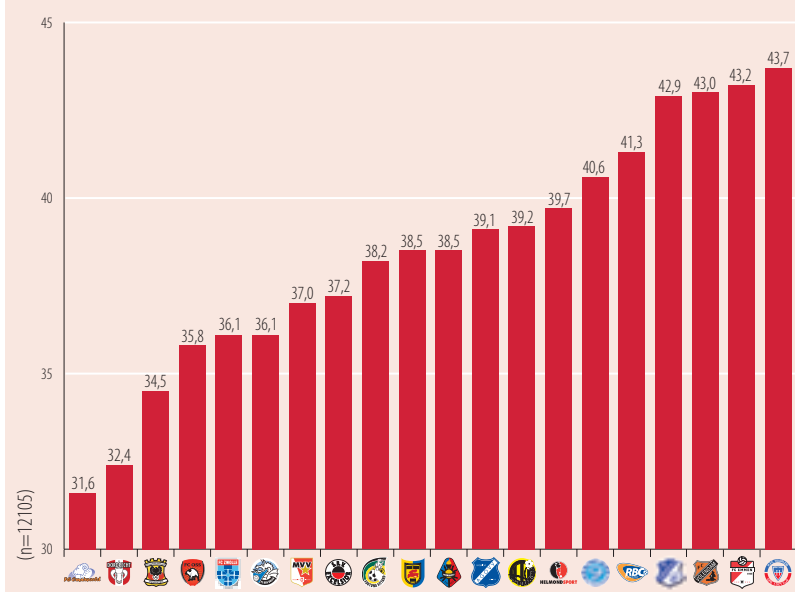
Midden opleidingsniveau:

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

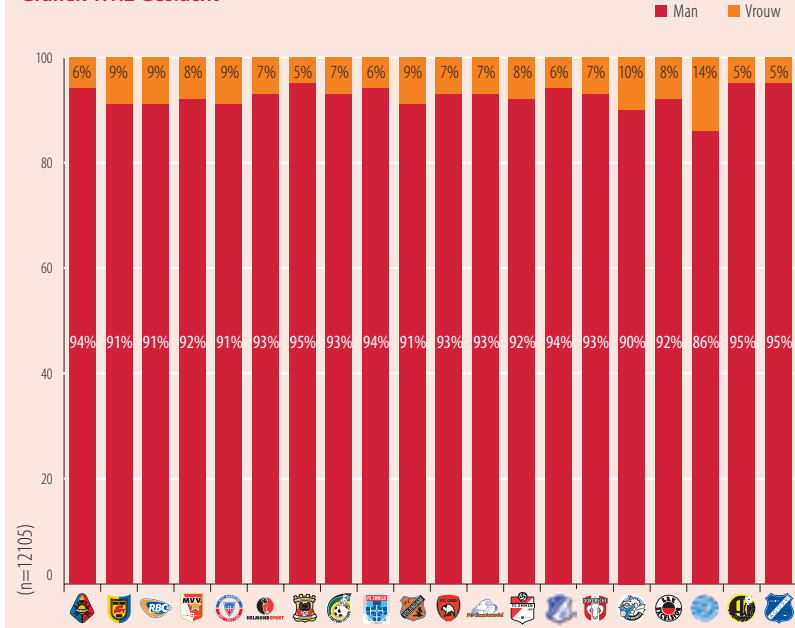
Hoog opleidingsniveau:

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

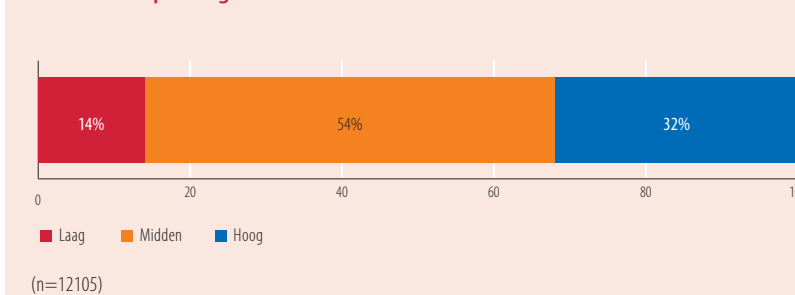
Grafiek 1.1.1 Gemiddelde leeftijd



Grafiek 1.1.2 Geslacht



Grafiek 1.1.3 Opleiding



1.2 DAGELIJKE BEZIGHEID & INKOMEN

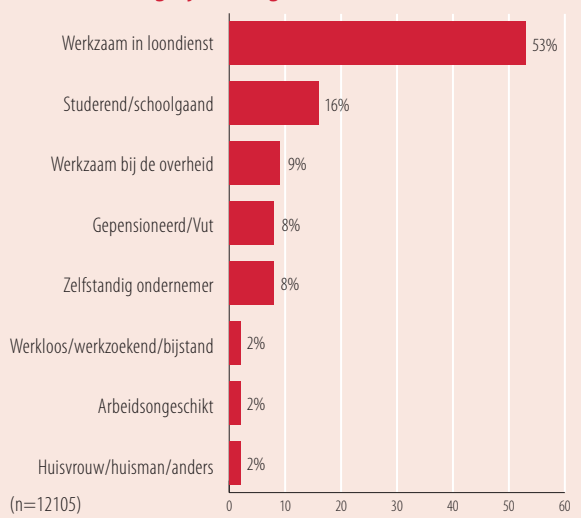
Fans uit het Jupiler League onderzoek behoren tot verschillende leeftijdscategorieën en bevinden zich dan ook in verschillende levensfasen. Sommige fans gaan nog naar school of studeren, terwijl andere werkzaam zijn in het bedrijfsleven of bij de overheid. Verder zijn Jupiler League fans soms gepensioneerd en genieten zij na hun werkzame bestaan van het voetbal.

Ruim de helft van de deelnemende fans is in loondienst. Voorts is 16% student of scholier. Een klein deel werkt bij de overheid (9%), is gepensioneerd (8%) of geldt als zelfstandig ondernemer (8%).

Opmerkelijk is dat fans van FC Volendam veel vaker zelfstandig ondernemer zijn dan fans van de andere clubs uit de Jupiler League. Onder de supporters van FC Omniworld en FC Dordrecht bevinden zich veel meer studenten en scholieren dan bij de andere clubs: ruim een kwart.

De inkomens van de fans zijn eveneens verspreid over verschillende categorieën. Een derde van de fans heeft een jaarinkomen tussen de 25.000 en 50.000 euro per jaar. Twee op de tien fans verdienen minder dan 25.000 euro.

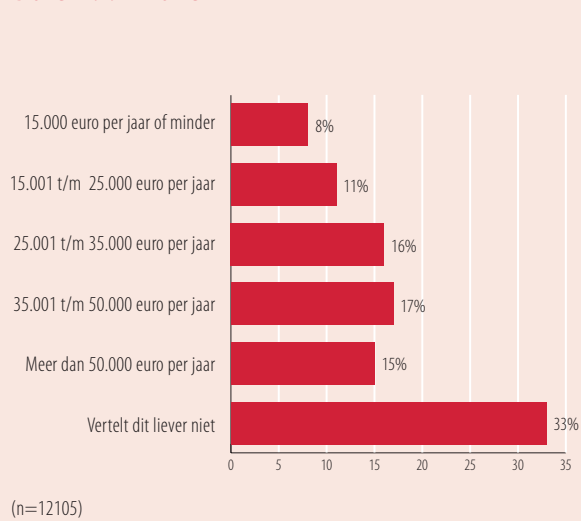
Grafiek 1.2.1 Dagelijkse bezigheid



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?



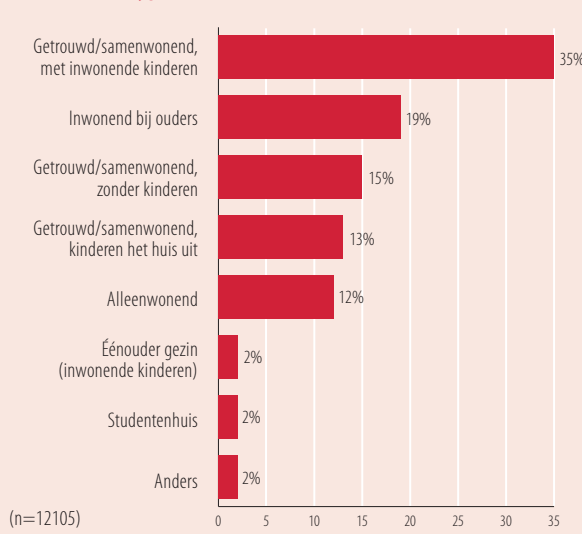
1.3 TYPE HUISHOUDEN & KIDSClub

Fans van clubs uit de Jupiler League 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 een derde van de fans is getrouwd of samenwonend en heeft kinderen. Eén op de vijf fans woont nog bij de ouders thuis.

Aan de fans met kinderen die nog thuis wonen is gevraagd, of hun kinderen ook lid zijn van de kidsclub van hun club. Bij een lidmaatschap worden de kinderen voor activiteiten uitgenodigd. Eén op de vijf betreffende fans beantwoordde de vraag positief. Er zijn grote verschillen tussen de Jupiler League clubs. HFC Haarlem-fans met thuiswonende kinderen hebben vaker kinderen die lid zijn van de kidsclub dan fans van de andere clubs: 37%. Onder de fans van De Graafschap, FC Volendam en Go Ahead Eagles zijn ook veel mensen met kinderen bij de kidsclub.

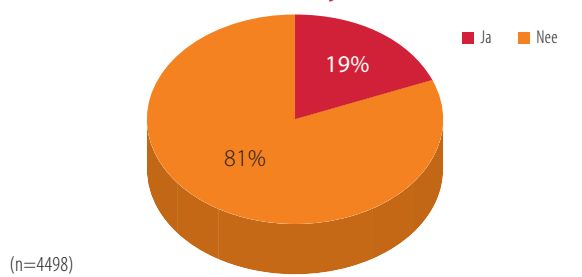
Grafiek 1.3.1 Type huishouden



Vraagstelling:

Welke typering is op uw huishouden van toepassing?

Grafiek 1.3.2 Kinderen lid kidsclub/juniorclub



Vraagstelling:

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

1.4 COMPETITIES & ZELF VOETBALLEN

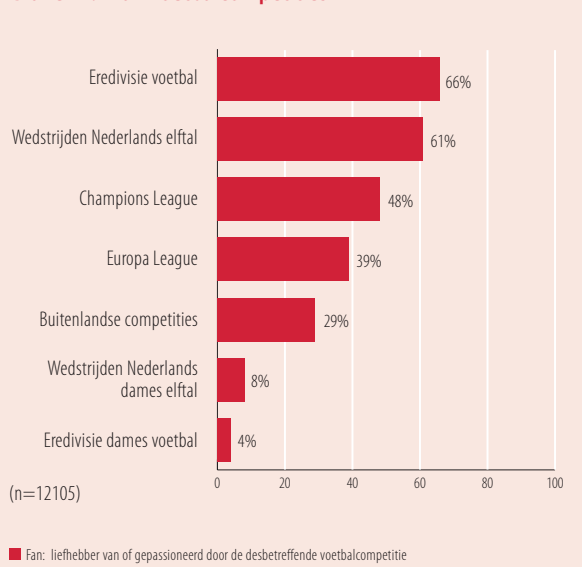
Fans van clubs uit de Jupiler League zijn ook liefhebber van andere voetbalcompetities. Aan de fans is gevraagd in welke mate zij interesse hebben voor of fan zijn van andere voetbalcompetities.

Tweederde van de fans van de Jupiler League zegt ook graag te kijken naar de Eredivisie. Verder is meer dan de helft fan van de wedstrijden van het Nederlands elftal.

Fans van de Jupiler League houden in mindere mate van de buitenlandse competities. Iets minder dan de helft is ook fan van de Champions League en een nog kleiner deel (39%) geldt als liefhebber van de Europa League. De jongere generatie fans is vaker fan van de Champions League, Europa League en de buitenlandse competities.

Voetbal kijken in het stadion of op televisie kan aanstekelijk werken. Aan de supporters van de Jupiler League clubs is gevraagd, of zij ook zelf de sport beoefenen. Acht op tien de fans speelt het spel zelf op recreatief of competitief niveau of heeft dit gedaan. Zoals verwacht, voetballen jongere fans vaker op competitief of recreatief niveau dan de oudere generatie. Een ander verwacht resultaat is dat mannen de sport vaker beoefenen dan vrouwen. Van de mannen heeft 86% gevoetbald of voetbalt nu nog. Maar ook een derde van de vrouwen is actief (geweest) op het veld of in de zaal.

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 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 het kopen van losse toegangskaarten al dan niet in combinatie met een Fankaart of 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 ook de verschillen tussen clubs naar voren.

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

Fanervaringen op de wedstrijddag:

- Fans worden in hun keuze voor een club ook beïnvloed door vrienden / familie en kennissen.
- Fans zonder seizoenkaart 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.
- Niet-seizoenkaarthouders bezoeken gemiddeld zeven wedstrijden per seizoen. Zij gaan eerder naar duels met aantrekkelijke tegenstanders.
- Fans wonen de wedstrijden bij om hun club te steunen en voor de sfeer in het stadion.
- Fans hebben de grootste voorkeur voor wedstrijden op vrijdag, maar zaterdag wordt ook veel genoemd.

2.1 BETROKKENHEID

Fans van Jupiler League clubs 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 seizoenkaarthouder zijn. Bijna tweederde van de deelnemers hebben een seizoenkaart van hun club. Van de fans zonder seizoenkaart beschikt een deel over een fankaart of een Club Card. De overige fans hebben geen seizoen- of Club Card, maar bezoeken wel vaak wedstrijden. De Graafschap telt de meeste seizoenkaarthouders (74%).

Verder tonen fans hun betrokkenheid door hun club te volgen in media. De fans doen dit vooral via de clubwebsite, televisie en krant.

Vooraf bij De Graafschap en FC Eindhoven houden veel fans het nieuws over hun club bij via media. Verder geldt: hoe hoger fans zijn opgeleid, hoe vaker ze hun club volgen in media. Verderop in dit rapport wordt beschreven welke media de fans gebruiken.

In totaal heeft 8% van de fans een Jupiler League Fankaart. Er zijn grote verschillen per club. Zo is meer dan een derde van de FC Dordrecht-fans in het bezit van een Fankaart.

Om zich te verenigen met andere supporters en hun club op die manier te ondersteunen, kunnen supporters lid worden van een supportersvereniging. FC Omniworld-fans zijn opvallend vaak lid van supportersvereniging PolderPride (38%). Onder BV Veendam-fans is relatief weinig animo voor de supportersvereniging (8%). Seizoenkaarthouders zijn vaker lid van de supportersvereniging dan fans zonder zo'n kaart.

Een klein deel van de fans is betrokken bij de club als vrijwilliger, sponsor of steward (minder dan 5%).

Wat is een?

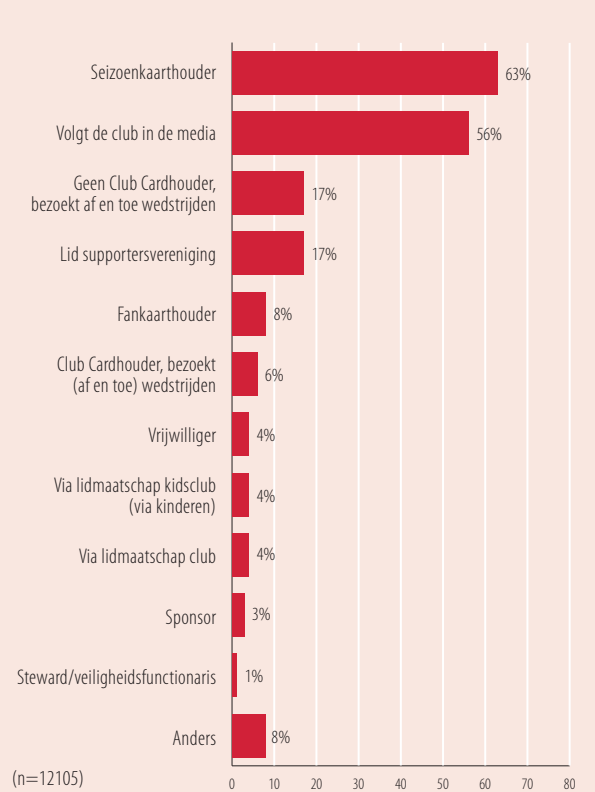
Supportersvereniging:

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.

Jupiler League Fankaart:

De gratis aan te vragen Jupiler League Fankaart biedt fans van clubs uit de Jupiler League de mogelijkheid om met 2 euro korting een losse toegangskaart te kopen voor de thuiswedstrijden van hun favoriete club. Buiten de 2 euro korting biedt de Fankaart de fans uit de Jupiler League diverse additionele voordelen. Meer informatie is te vinden op www.fankaart.nl.

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. Uiteraard is de keuze vooral ingegeven door de behoefte alle thuiswedstrijden bij te wonen. Dat geldt voor bijna negen op de tien fans.

Het bijwonen van wedstrijden van de favoriete club is ook belangrijk in sociaal opzicht. Meer dan de helft van de fans is seizoenkaarthouder om samen met vrienden/kennissen wedstrijden te kunnen bezoeken. Vooral fans tussen de 16 en 34 jaar voeren deze reden op. Seizoenkaarthouders van RBC Roosendaal vinden dit erg belangrijk: bijna tweederde van hen noemt dit sociale aspect als motivatie.

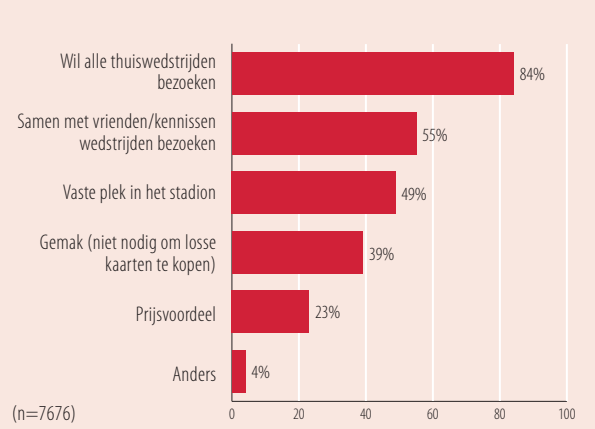
Vooraf voor seizoenkaarthouders van 55 jaar en ouder is het belangrijk een vaste plek in het stadion te hebben. Het belang daarvan verschilt overigens per club. Fans van FC Emmen hechten er de meeste waarde aan.

Hoe langer een fan al naar wedstrijden van zijn club gaat, hoe meer hij gehecht raakt aan een vaste plek in het stadion. Bijna tweederde van de fans die veertig jaar of langer duels bezoeken, vinden de vaste plek een belangrijke reden om een seizoenkaart aan te schaffen.

Houders van een seizoenkaart hoeven niet voor elke wedstrijd losse kaarten te kopen. Dit gemak kan ook een reden zijn om een seizoenkaart aan te schaffen. Voor mannen gaat die vlieger vaker op dan bij vrouwen.

We zullen later zien dat het prijsverschil aanzienlijk is ten opzichte van het kopen van losse tickets. Toch is het prijsvoordeel voor minder dan een kwart van de fans een reden om een seizoenkaart te nemen. Bij FC Omniworld en SC Telstar vinden fans het wel belangrijk dat hun seizoenkaart een stuk goedkoper is dan het kopen van losse kaarten.

Grafiek 2.2 Motivatie seizoenkaart



Vraagstelling:

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

2.3 AANSCHAF SEIZOENKAART

Ruim een derde van de deelnemende fans aan het onderzoek is niet in het bezit van een seizoenkaart. Tegelijkertijd heeft een groot deel (70%) van deze fans wel behoefte om een seizoenkaart aan te schaffen. Wat zouden redenen voor hen zijn toch te besluiten een seizoenkaart te kopen?

Meer dan een kwart zou een seizoenkaart bestellen als de club beter zou presteren. Verder zou ongeveer een op de zes fans een seizoenkaart nemen als de wedstrijddagen zouden veranderen of de seizoenkaart goedkoper zou worden.

FC Emmen, FC Oss en Fortuna Sittard hebben de grootste groep fans met behoefte aan een seizoenkaart. Bij deze drie clubs zouden de meeste fans een seizoenkaart bestellen wanneer de club beter gaat presteren.

Niet bij alle clubs zouden betere prestaties leiden tot een toename van het aantal seizoenkaarthouders. Fans van SC Cambuur geven aan dat de prestaties van de club een geringere rol spelen (minder dan 5%). Bij RBC Roosendaal en FC Emmen zou juist zo'n 60% een seizoenkaart aanschaffen als de club beter zou presteren.

Voor mannelijke supporters zonder seizoenkaart zouden de prestaties veel vaker een reden zijn om een seizoenkaart te bestellen dan voor vrouwelijke fans.

Een kwart van de vrouwelijke fans zou een seizoenkaart komen als deze goedkoper zou zijn. Onder mannelijke supporters is dit slechts 15%.



Vraagstelling:

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

2.4 FREQUENTIE BEZOEK THUISWEDSTRIJDEN

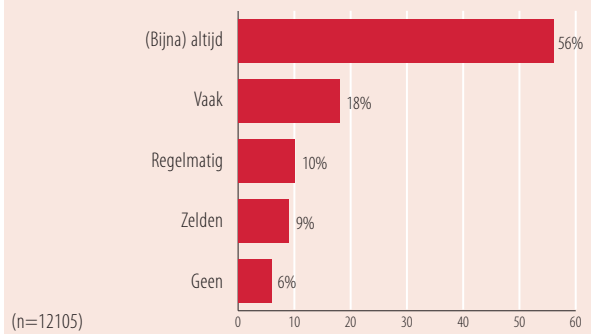
Het bezoeken van thuiswedstrijden in het stadion is voor supporters een goede manier om hun club te steunen. Bijna alle fans gaan tijdens het voetbalseizoen minstens één keer naar een thuiswedstrijd van hun club. De gemiddelde fan woont tijdens een seizoen zo'n dertien maal een thuiswedstrijd van zijn favoriete club bij.

Het spreekt voor zich dat seizoenkaarthouders meer thuiswedstrijden van hun club in de Jupiler League bezoeken dan fans zonder seizoenkaart. De seizoenkaarthouders zijn zeer loyaal. Zij gaan gemiddeld per seizoen naar zeventien thuiswedstrijden, terwijl fans zonder seizoenkaart gemiddeld zeven duels bezoeken. Vier op de vijf seizoenkaarthouders wonen per seizoen minstens zestien thuiswedstrijden bij.

Veel seizoenkaarthouders zitten elke twee weken in het stadion om de thuiswedstrijd van hun club in de Jupiler League bij te wonen. Bij alle clubs bezoeken de seizoenkaarthouders zo'n zestien tot achttien thuiswedstrijden per seizoen.

Fans met een seizoenkaart van FC Omniworld en Go Ahead Eagles bezoeken gemiddeld de meeste wedstrijden (17,9). Deze fans geven aan tijdens een seizoen bijna geen wedstrijden te missen.

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:	16-19 wedstrijden
Vaak:	10-15 wedstrijden
Regelmatig:	5-9 wedstrijden
Zelden:	1-4 wedstrijden
Nooit:	0 wedstrijden

Tabel 2.4.2 Gemiddeld aantal thuiswedstrijden per seizoen:

Seizoenkaart	17,1
Fankaart / Club Card / anders	6,9



2.5 BEZOEK UITWEDSTRIJDEN

Fans kunnen ook de uitwedstrijden van hun club in de Jupiler League bijwonen. De ene keer is dat gemakkelijker dan de andere, wat bijvoorbeeld te maken heeft met de reisafstand.

Over het algemeen gaan fans weinig naar uitwedstrijden. Gemiddeld bezoekt een Jupiler League fan 2,3 uitduels per seizoen. Het zal geen verrassing zijn dat seizoenkaarthouders de meeste uitwedstrijden in de Jupiler League bijwonen. Gemiddeld gaan seizoenkaarthouders per seizoen naar 2,9 uitwedstrijden en bezoeken fans zonder seizoenkaart 1,2 duels op vreemde bodem. Hoe meer thuiswedstrijden een fan bezoekt, hoe vaker hij ook naar andere stadions trekt.

Bijna de helft van de fans gaat weleens naar uitwedstrijden van zijn club. Het leeuwendeel van hen bezoekt niet meer dan vijf uitduels per seizoen. Eén op de acht fans gaat in een seizoen naar meer dan vijf uitwedstrijden.

De oudere generatie fans (55+) bezoekt het minst vaak uitwedstrijden. Tweederde van de 55-plussers gaat nooit naar uitduels van hun club.

Fans van MVV lijken de meest fervente bezoekers van uitwedstrijden. Meer dan tweederde bezoekt er minstens één per seizoen.

Er zijn maar heel weinig fans die iedere uitwedstrijd van hun club (kunnen) bijwonen. De helft van de fans bezoekt zelfs helemaal geen uitduels. Drie op de tien supporters heeft simpelweg geen behoefte om (meer) uitwedstrijden te bezoeken, maar er zijn ook fans die meer uitwedstrijden zouden willen bijwonen, maar dit om verschillende redenen niet doen.

Fans die al wel naar uitwedstrijden bezoeken, gaan niet naar alle uitwedstrijden omdat ze te weinig tijd hebben en ook als gevolg van de verplichte combiregeling - zie de kadertekst op deze pagina. Verder zouden veel fans ook meer uitwedstrijden bezoeken als de reistijd korter zou zijn.

Vooraf voor fans van FC Oss, Go Ahead Eagles en SC Cambuur is de verplichte combiregeling een reden om niet (vaker) naar uitwedstrijden te gaan.

Een kwart van de fans die al een aantal uitwedstrijden bezoekt, zou er meer bijwonen als deze op een ander tijdstip of andere dag zouden worden gespeeld. Vooral voor SC Telstar fans is het tijdstip waarop uitduels gespeeld worden een bezwaar.

Tabel 2.5 Gemiddeld aantal uitwedstrijden per seizoen:

Seizoenkaart	2,9
Fankaart / Club Card/anders	1,2

Vraagstelling:

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

Vraagstelling:

Wat zijn voor u de belangrijkste drie redenen om geen / niet alle uitwedstrijden van uw club te bezoeken?

Combiregeling:

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.

2.6 BEZOEK OVERIGE WEDSTRIJDEN

Fans bezoeken niet alleen reguliere thuiswedstrijden in de Jupiler League, zij komen ook naar het stadion voor andere duels van hun club. Te denken valt aan play-off wedstrijden, bekerontmoetingen en oefenduels. Alle typen wedstrijden worden vaker bezocht door seizoenkaarthouders dan door fans zonder seizoenkaart.

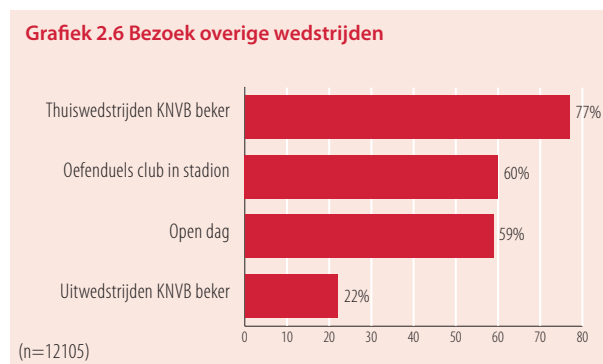
Vier op de vijf Jupiler League fans bezoekt ook thuiswedstrijden voor de Jupiler Play-Offs, als die althans van toepassing zijn. Hier zijn grote verschillen per club, omdat niet alle clubs play-offs spelen. Bij FC Den Bosch, FC Oss, Helmond Sport, MVV en SC Cambuur gaan ruim negen van de tien fans naar dit soort thuiswedstrijden.

Thuisduels in het toernooi om de KNVB Beker zijn voor ruim driekwart van de fans een reden om naar het stadion te gaan.

De open dag is voor veel fans eveneens een motivatie om een bezoek te brengen aan het stadion. Vrouwen gaan vaker naar de open dag dan hun mannelijke medesupporters. Ook jonge fans zijn vaak op de open dag te vinden. Voor hen worden dan ook vaak activiteiten georganiseerd tijdens die gelegenheid. Verder is het opvallend dat lageropgeleide fans veel vaker naar de open dag gaan dan hun medesupporters met een hogere opleiding.

Voor fans van Fortuna Sittard en Helmond Sport bezoeken vaak de open dag. Bij die clubs gaat bijna driekwart van de fans naar de jaarlijkse open dag.

Evenals de uitwedstrijden in de Jupiler League, worden ook de uitduels in andere competities (KNVB beker en play-offs) veel minder vaak bezocht dan thuiswedstrijden. Het zijn vooral fans tussen de 16 en 34 jaar die deze ontmoetingen bezoeken.



Vraagstelling:

Bezoekt u ook andere wedstrijden of evenementen van uw club?

2.7 REDENEN WEDSTRIJDBEZOEK

Er zijn voor fans verschillende redenen om wedstrijden van hun club te bezoeken. Zo willen veel fans hun club steunen of komen ze naar de wedstrijd voor de sfeer in het stadion. Een aantal fans wil gewoon hun club live zien spelen of zij zien het stadionbezoek als uitje met vrienden of familie.

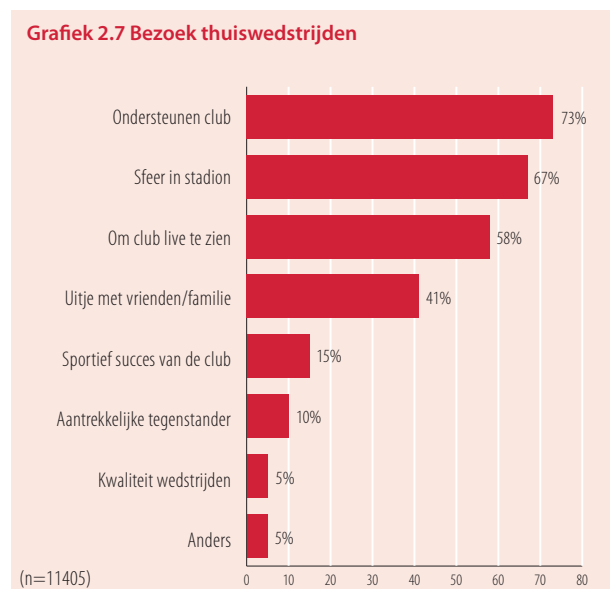
Voor de meeste fans is de belangrijkste reden om wedstrijden te bezoeken, dat ze hun club kunnen steunen. Bijna driekwart van de fans noemt de ondersteuning van hun club als reden om naar het stadion te komen. Vooral seizoenkaarthouders willen hun club 'supporten' wanneer ze thuiswedstrijden bezoeken. Fans van Fortuna Sittard noemen de ondersteuning van hun club vaker als reden om naar het stadion te komen dan fans van andere clubs.

Voor ruim tweederde van de Jupiler League fans is voorts de sfeer in het stadion belangrijk. Bij de ene club is dit een belangrijkere reden dan bij de andere. Vooral fans van De Graafschap komen voor de sfeer naar De Vijverberg.

Het is voor veel fans ook belangrijk hun club live te zien spelen. Drie op de tien Jupiler League fans noemt dit als reden om naar het stadion te gaan. Hoe ouder fans zijn, hoe belangrijker ze dit vinden.

Voor twee op de vijf fans is het sociale aspect van wedstrijdbezoek ook een reden voor stadionbezoek. Zij zien het als een uitje met vrienden of familie. Dat geldt vooral bij fans tussen de 16 en 34 jaar.

Fans zonder seizoenkaart kopen vaak een kaartje voor de wedstrijd wanneer hun club tegen een aantrekkelijke tegenstander speelt. Zij kiezen bewuster voor een specifieke wedstrijd.



Vraagstelling:

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

2.8 WAAROM NIET NAAR (ALLE) THUISWEDSTRIJDEN?

Opvallend is dat ongeveer 85% van de fans 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 de verklaring om niet alle thuiswedstrijden te bezoeken. Minstens de helft van de fans van alle Jupiler League clubs gaat niet naar meer wedstrijden, omdat ze daar te weinig tijd voor hebben.

Wanneer de wedstrijd op een andere tijd of dag zou worden gespeeld, zou 30% van de fans die nu al wedstrijden bezoeken vaker naar het stadion gaan. Vooral fans van FC Volendam vinden het tijdstip of de dag van de wedstrijd vaak een probleem.

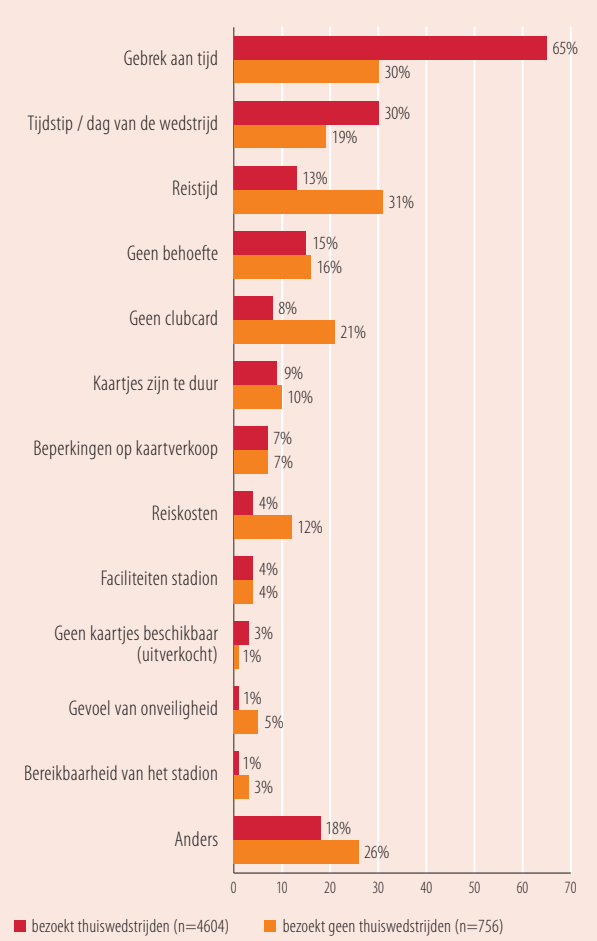
De kleine groep Jupiler League fans die nu helemaal geen wedstrijden bezoekt, doet dit meestal niet vanwege de reistijd. SC Telstar-fans noemen de reistijd het meest als reden om niet meer wedstrijden bij te wonen.

Bij Go Ahead Eagles bezoekt ruim een kwart niet alle of zelfs geen thuiswedstrijden ten gevolge van de beperkingen op de kaartverkoop die de club hanteert.

Over het algemeen lijkt de prijs van de tickets geen spelbreker te zijn om wedstrijden te bezoeken.

Bij SC Cambuur is de groep fans die wel meer wedstrijden zouden willen bezoeken het grootst: 93% van de fans in Leeuwarden heeft behoefte aan het bezoeken van een groter aantal duels.

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 zo hun voorkeuren als het gaat om het moment waarop hun club aftrapt. Slechts een heel kleine groep fans heeft die niet.

Fans konden in het onderzoek hun voorkeurstijdstip kiezen uit zeven momenten op vrijdagavond, zaterdagavond en zondagmiddag.

De meeste fans vinden de vrijdagavond, waarop momenteel wordt gespeeld, ook het beste tijdstip voor wedstrijden in de Jupiler League. Bijna de helft van de fans heeft deze voorkeur.

Verder ziet één op de vijf fans zijn club het liefst spelen op zaterdagavond om 19.45 uur. Een klein deel (14%) kiest voor zondagmiddag 14.30 uur. De overige tijdstippen worden nauwelijks genoemd.

Op FC Volendam en SC Telstar na kiest bij iedere club de grootste groep fans voor vrijdagavond als voorkeurstijdstip.

Tabel 2.9 Voorkeursdag	totaal
Vrijdag	48%
Zaterdag	30%
Zondag	17%
Geen voorkeur	6%

Vraagstelling:

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



2.10 AANTAL JAREN CLUBBEZOEK

Supporters van Jupiler League clubs 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.

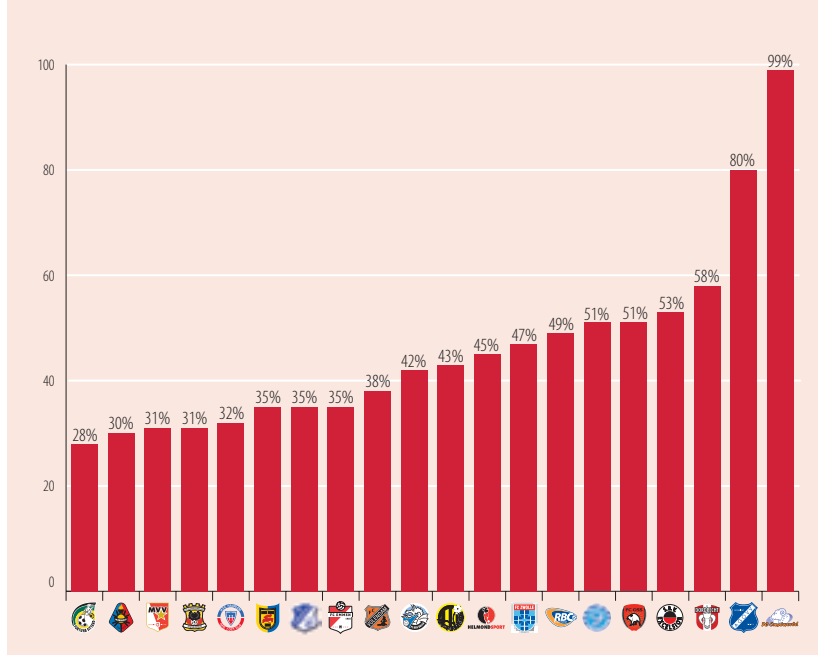
Seizoenkaarthouders bezoeken al langer wedstrijden van hun club dan Club Cardhouders. Ruim een derde van de seizoenkaarthouders gaat al minstens twintig jaar naar het stadion.

Uiteraard geldt: hoe ouder de supporter, hoe langer hij al wedstrijden van de club bezoekt. 39% van de 55-plussers is al langer dan veertig jaar in het stadion te vinden. Verder bezoeken mannen al gedurende meer jaren wedstrijden van hun club dan vrouwelijke supporters.

FC Omniworld heeft de 'jongste' fans. Daar zijn nagenoeg alle supporters minder dan tien jaar actieve fan van de club. Dit is niet verassend, want FC Omniworld is de jongste club in de Jupiler League en trad pas in 2005/'06 toe tot het betaalde voetbal. AGOVV scoort om dezelfde reden hoog op dit vlak. Deze club trad in 2003/'04 toe tot het betaalde voetbal.

FC Eindhoven heeft de meeste fans die al veertig jaar of langer wedstrijden van de club bezoeken (22%).

Grafiek 2.10 Fans die korter dan 10 jaar naar stadion gaan



Vraagstelling:

Hoelang gaat u al naar wedstrijden van uw club?



2.11 HOE SUPPORTER GEWORDEN?

Meer dan de helft van de Jupiler League fans 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 meerderheid (58%) van de fans is supporter van een club uit de eigen regio. Mannen zijn vaker dan vrouwen fan geworden omdat een club uit de regio komt. Vooral fans van FC Emmen, De Graafschap en FC Omniworld hebben zich vaak tot fan ontwikkeld als gevolg van de regionale worteling van de club.

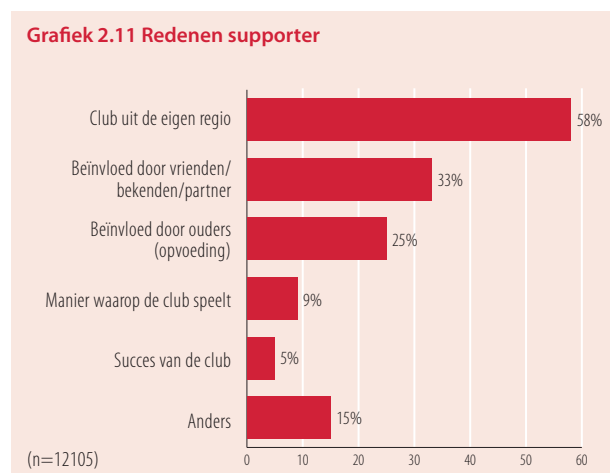
Meer dan de helft van de fans is in hun keuze voor een club beïnvloed door vrienden of bekenden, hun partner of hun ouders. Vooral fans die veel thuiswedstrijden bezoeken, zijn vaak 'aangestoken' door familie of vrienden.

Vrouwen zijn meer dan mannen beïnvloed door anderen in de keuze voor een bepaalde club. Hoger opgeleide fans zijn ook vaker 'besmet' door familie of vrienden dan fans met een lagere opleiding.

Fans van FC Den Bosch, Go Ahead Eagles en SC Cambuur zijn vaak beïnvloed door vrienden, bekenden of partner. Bij MVV hebben de ouders veel invloed op de keuze voor een club.

De speelwijze en het succes van de club zijn maar voor een kleine groep fans de reden geweest om supporter te worden.

Mannelijke supporters zijn vaker dan vrouwen supporter geworden omdat ze de manier waarop de club speelt aantrekkelijk vinden of omdat de club succes heeft.



Vraagstelling:

Hoe bent u supporter geworden?



3. Fanervaringen op de wedstrijd dag

Voor fans van clubs uit de Jupiler League 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 dag aan de orde.

Uit het Jupiler League Fan Onderzoek blijkt dat fans thuiswedstrijden meestal met vrienden bezoeken. Zij reizen 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 aankomen bij het stadion.

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 Jupiler League fans hun bezoek aan het stadion, wat vinden ze van de sfeer en hoe belangrijk is dit eigenlijk? En 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 dag. Allereerst laten we zien in wat voor gezelschap de fan wedstrijden bezoekt.

Fanervaringen op de wedstrijd dag:

- Fans zijn erg enthousiast over het stadionbezoek. Dit komt vooral doordat de sfeer in stadion erg goed is.
- Fans gaan meestal met circa 4 à 5 vrienden of familieleden naar thuiswedstrijden van hun club.
- Fans zijn positief over de parkeervoorzieningen en de doorstroom van het verkeer bij het stadion.
- Jupiler League fans komen relatief weinig met het openbaar vervoer naar het stadion. Degenen die dit wel doen, zijn niet erg positief over de bereikbaarheid van het stadion met het openbaar vervoer.
- Fans voelen zich veilig wanneer ze thuiswedstrijden bezoeken en hebben vrijwel nooit last van vervelende situaties in het stadion.

3.1 GEZELSCAP THUISWEDSTRIJDEN

Het bezoeken van wedstrijden in de Juplier League 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 weinig fans wonen wedstrijden van hun club alleen bij. Fans bezoeken thuisduels het liefst met vrienden. Gaan ze niet met vrienden, dan zijn ze in gezelschap van familie.

Fans tussen de 16 en 34 jaar bezoeken wedstrijden het vaakst met vrienden (84%). Een op de vijf oudere fans (55+) gaat in zijn eentje naar thuiswedstrijden. Het grootste deel van de vrouwelijke fans is met hun partner in het stadion.

Voor fans met kinderen is het bezoeken van thuiswedstrijden ook vaak een gezinsuitje. Twee op de vijf fans met kinderen nemen hun kinderen mee naar thuisduels. Doordat kinderen met hun ouders meegaan, krijgen ze al op jonge leeftijd het supporterschap van de club mee.

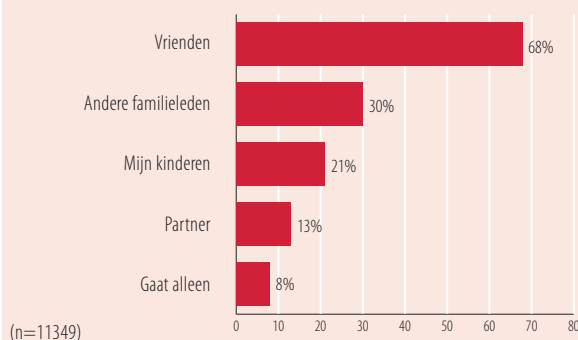
Niet alleen de samenstelling van de groep waarmee fans naar het stadion gaan, verschilt per type supporter en per club. De grootte van het gezelschap wijkt ook af. Gemiddeld gaan fans met 4 personen naar een thuisduel.

Fans tussen de 16 en 34 jaar gaan zoals gezegd vaak met vrienden naar het stadion. Zij nemen ook de meeste vrienden mee. Hun gezelschap telt gemiddeld ruim vijf personen, inclusief zichzelf. Oudere fans gaan juist met een kleiner aantal mensen naar de wedstrijden.

Voorals fans van FC Dordrecht, MVV en Go Ahead Eagles gaan vaak met vrienden naar het stadion. Fans van FC Eindhoven en De Graafschap nemen dikwijls hun partner mee naar een thuiswedstrijd.

FC Oss- en FC Omniworld-fans bezoeken wedstrijden met het grootste gezelschap. De groep waarmee zij naar het stadion gaan, bestaat uit zes à zeven personen. Bij FC Omniworld komt zelfs 18% van de fans met meer dan tien personen naar het stadion.

Grafiek 3.1 Gezelschap bezoeken thuiswedstrijden club



Vraagstelling:

Met wie bezoekt u doorgaans thuiswedstrijden van uw club?

Tabel 3.1.1 Gemiddeld aantal personen per wedstrijdbezoek

Type fan	Seizoenkaartouder	Aantal personen
	Seizoenkaartouder	4,8
	Niet-seizoenkaartouder	3,7

Tabel 3.1.2 Gemiddeld aantal personen per wedstrijdbezoek

Leeftijd	16-34 jaar	Aantal personen
	16-34 jaar	5,3
	35-54 jaar	3,8
	> 54 jaar	3,3

Vraagstelling:

Met hoeveel personen bezoekt u gemiddeld een wedstrijd (inclusief uzelf)?

3.2 BEREIKBAARHEID STADION

De bereikbaarheid van het stadion kan voor fans een belemmering zijn om wedstrijden te bezoeken. De waardering hiervan verschilt per stadion en dus per club.

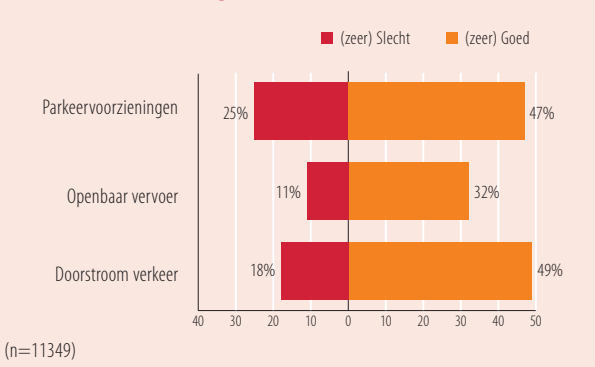
Fans hebben de bereikbaarheid met de auto beoordeeld op basis van de parkeervoorzieningen en de doorstroom van het verkeer. Bijna de helft van de fans is hier tevreden over.

Vooraf fans van FC Eindhoven, FC Emmen en FC Omniworld vinden dat zij bij het stadion prima kunnen parkeren. De mening van fans over de doorstroom van het verkeer bij het stadion verschilt per club. Fans van SC Telstar en FC Emmen zijn erg tevreden over de ontsluiting bij het stadion. Bij deze clubs is dan ook recent geïnvesteerd in nieuwe parkeerplaatsen.

Over de bereikbaarheid met het openbaar vervoer zijn fans minder goed te spreken. Minder dan een derde van de fans meent dat het stadion van hun club (zeer) goed bereikbaar is met het openbaar vervoer. We zullen later zien dat fans van clubs uit de Jupiler League dan ook nauwelijks gebruikmaken van openbaar vervoer.

Bij SBV Excelsior en FC Omniworld vindt zo'n tweederde van de fans de bereikbaarheid met het openbaar vervoer wel (zeer) goed.

Grafiek 3.2 Beoordeling bereikbaarheid stadion



Vraagstelling:

Wat vindt u van de bereikbaarheid van het stadion?



Foto: ProShots

3.3 VERVOERMIDDEL EN AANKOMST STADION

De meeste fans komen met de auto naar het stadion (61%). We hebben eerder gezien dat fans positief zijn over de bereikbaarheid van het stadion met de auto. De auto wordt vaak gedeeld met anderen. Een derde van de fans woont zo dicht bij het stadion, dat ze met de fiets of lopend naar thuiswedstrijden kunnen gaan. Het openbaar vervoer wordt veel minder vaak gebruikt dan de fiets of auto: slechts 5% reist met het openbaar vervoer naar thuiswedstrijden.

FC Den Bosch-fans maken het meest gebruik van de auto om naar het stadion te gaan (76%). In Apeldoorn is de fiets het populairst: 44% van de AGOVV Apeldoorn-fans gaat per tweewieler naar het stadion.

Het openbaar vervoer is voor Jupiler League fans het minst favoriete vervoermiddel om naar het stadion te gaan. De groep die er van gebruikmaakt, beoordeelt de bereikbaarheid bovendien niet als heel positief. Alleen fans van SBV Excelsior en FC Omniworld komen met enige regelmaat met het openbaar vervoer. We hebben gezien dat fans van deze clubs het openbaar vervoer bij hun stadion ook het best waarderen.

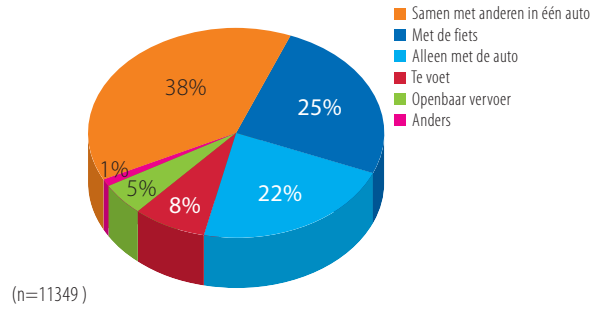
De meeste fans arriveren tussen een kwartier en een halfuur voor de wedstrijd bij het stadion (46%). Gemiddeld is de aankomsttijd ongeveer een halfuur voor de aftrap, maar er zijn ook fans die al meer dan een uur voor het duel in het stadion zitten (7%).

Bij FC Oss en FC Volendam verschijnen supporters het kortst voor de wedstrijd in het stadion. Bijna een derde arriveert pas 1-15 minuten van tevoren. Fans van FC Omniworld zijn het vroegst in het stadion, bijna één op de vijf fans is daar al minimaal een uur van tevoren present.

Fans van SBV Excelsior zijn niet alleen erg tevreden over het openbaar vervoer, ze komen ook daadwerkelijk vaker dan fans van andere clubs met het openbaar vervoer naar Stadion Woudestein.

AGOVV Apeldoorn-fans lijken het dichtst bij het stadion te wonen: ruim de helft van de fans komt lopend of op de fiets naar het stadion.

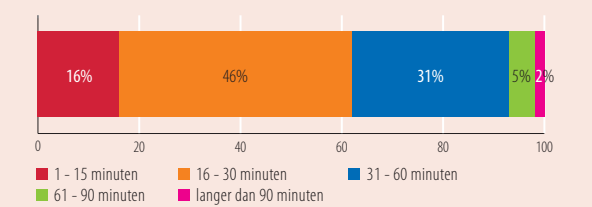
Grafiek 3.3.1 Vervoermiddel



Vraagstelling:

Hoe komt u meestal naar het stadion?

Grafiek 3.3.2 Aankomst stadion



Vraagstelling:

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



3.4 WAARDERING STADIONBEZOEK

Jupiler League fans zijn erg enthousiast over het stadionbezoek bij hun favoriete club: 84% waardeert het stadionbezoek positief. Bij SC Cambuur en De Graafschap vinden zelfs meer dan negen op de tien fans het stadionbezoek (zeer) goed.

Jonge fans zijn vaak nog positiever over het stadionbezoek dan oudere supporters. Vrouwen tonen zich enthousiaster dan mannen over het stadionbezoek.

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 en ze worden ook niet allemaal even goed gewaardeerd.

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

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 moeten worden gewaardeerd, maar we zien bijvoorbeeld dat het entertainment rondom de wedstrijd minder hoog scoort dan de sfeer en de klantvriendelijkheid.

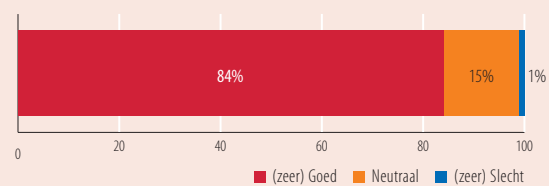
De sfeer in het stadion wordt door alle fans gezien als het belangrijkste aspect van stadionbezoek. De sfeer wordt ook erg positief gewaardeerd. Fans van De Graafschap, SC Cambuur, MVV en Go Ahead Eagles zijn het meest enthousiast over de sfeer in het stadion: nagenoeg alle fans vinden de sfeer daar (zeer) goed. Dit is niet vreemd aangezien de bezettingsgraad van de stadions van deze clubs relatief hoog is.

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. Het belang van entertainment rondom de wedstrijd verschilt per club en vooral jongere fans hechten er waarde aan. Entertainment rondom de wedstrijd wordt over het algemeen nog niet erg goed gewaardeerd. Minder dan de helft van de fans is er positief over. Entertainment rondom de wedstrijd wordt het best beoordeeld bij Go Ahead Eagles.

Fans vinden het ook belangrijk dat stewards en andere beveiligingsmedewerkers klantvriendelijk zijn. Vooral voor oudere fans is dit van belang, en vrouwen hechten meer waarde aan klantvriendelijkheid dan mannen. Fans waarderen klantvriendelijkheid over het algemeen goed en vooral fans van Helmond Sport, FC Eindhoven en FC Volendam zijn positief.

Fans hebben graag een comfortabele zitplaats in het stadion. Hoe ouder een fan is, hoe belangrijker het comfort van het stoeltje voor hem is. Fans van SC Telstar vinden hun stoeltje het comfortabelst. Wellicht heeft dit te maken met de realisatie van een nieuwe hoofdtribune bij SC Telstar in 2009.

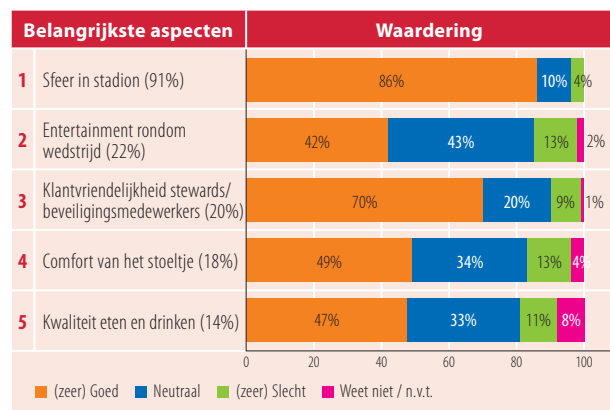
Grafiek 3.4.1 Waardering stadionbezoek algemeen



Vraagstelling:

Hoe waardeert u het stadionbezoek in het algemeen?

Grafiek 3.4.2 Waardering belangrijkste aspecten stadionbezoek



Vraagstelling:

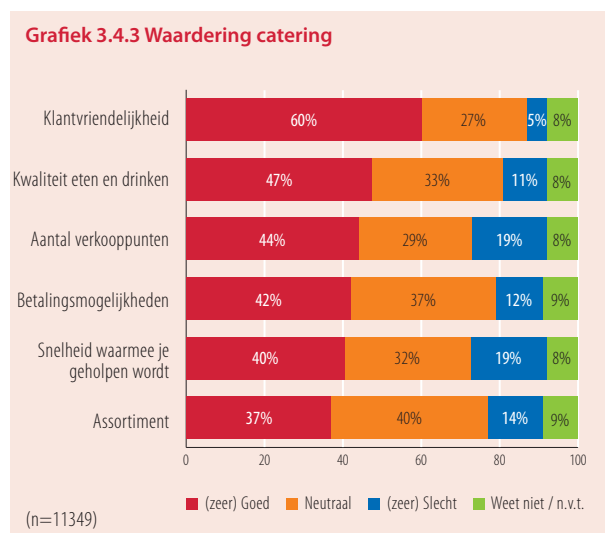
Hieronder staat een aantal aspecten met betrekking tot het stadionbezoek bij thuiswedstrijden. Kunt u aangeven in hoeverre u onderstaande aspecten waardeert bij uw club?

Fans vinden de kwaliteit van het eten en drinken dat ze in het stadion kunnen kopen erg 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. Ruim één op de tien stelt zelfs dat het bij hun club van (zeer) slechte kwaliteit is. Fans van FC Volendam en FC Omniworld vinden de kwaliteit van het eten en drinken in het stadion het best.

Over de klantvriendelijkheid van cateringmedewerkers bij Jupiler League clubs zijn fans over het algemeen positief. Bij vijf clubs vindt zelfs meer dan tweederde van de fans de klantvriendelijkheid (zeer) goed: FC Volendam, SBV Excelsior, AGOVV Apeldoorn, SC Cambuur en FC Omniworld.

Eén op de vijf fans is ontevreden over het aantal cateringverkooppunten en de snelheid waarmee ze worden geholpen. De waardering hiervan verschilt sterk per club. Zo is bij FC Emmen bijna tweederde van de fans positief over het aantal verkooppunten. Bij deze club zijn de supporters ook content met de snelheid waarmee ze worden geholpen. Ook bij AGOVV Apeldoorn worden fans snel geholpen bij de cateringverkooppunten. FC Omniworld fans zijn het meest te spreken over het assortiment.



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

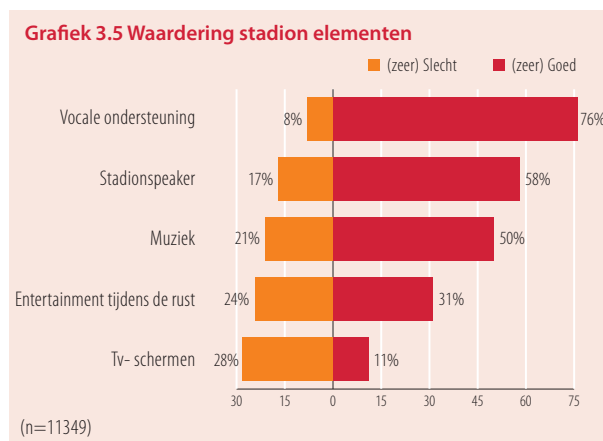
Het mag inmiddels duidelijk zijn: de sfeer en het entertainment in het stadion zijn zeer belangrijk voor fans uit de Jupiler League. Natuurlijk, zij komen vooral naar het stadion om voetbal te zien, maar de sfeer en het entertainment in het stadion zijn essentieel voor een positieve beleving van het 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, amusement tijdens de rust en tv-schermen. Welke van deze elementen in het stadion worden goed gewaardeerd en welke kunnen nog worden verbeterd?

Jupiler League fans zijn het positiefst over de vocale ondersteuning die de ploeg krijgt van de supporters in het stadion. Ruim driekwart van de fans vindt dat hun medesupporters de ploeg goed ondersteunen met hun gezang.

De stadionspeaker draagt met zijn aankondigingen en commentaar ook bij aan de stadionbeleving. Meer dan de helft van de fans in de Jupiler League is tevreden over de stadionspeaker bij hun club. Vooral de stadionspeakers van FC Volendam, FC Den Bosch en Helmond Sport worden goed gewaardeerd. In Volendam zijn fans ook erg enthousiast over de muziek die in het stadion wordt gespeeld.

We hebben gezien dat fans entertainment rondom de wedstrijd een belangrijk onderdeel van het stadionbezoek vinden. Opvallend is daarom dat het entertainment tijdens de rust niet erg goed wordt gewaardeerd. Alleen bij RBC Roosendaal vindt meer dan de helft van de fans dat ze goed worden vermaakt tijdens de rust.



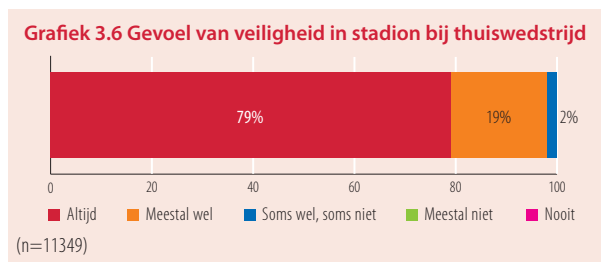
Vraagstelling:

Hoe waardeert u de volgende elementen in het stadion?

3.6 GEVOEL VEILIGHEID

Jupiler League fans die thuiswedstrijden van hun favoriete club bezoeken, zijn uitermate positief over de veiligheid in hun stadion. Ze voelen zich er vrijwel altijd veilig. Dat geldt voor bijna alle fans, een positief resultaat voor de clubs in de Jupiler League.

Hoe meer wedstrijden een fan bezoekt, hoe vaker hij zich veilig voelt in het stadion. Mannen voelen zich vaker altijd veilig dan vrouwen.



Vraagstelling:

Voelt u zich veilig in het stadion?

3.7 WAARDERING VEILIGHEIDSMATREGELEN

In en rondom de stadions krijgen fans te maken met verschillende 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, het hekwerk in het stadion en de aanwezigheid van stewards en ander beveiligingspersoneel. Vrijwel alle fans in de Jupiler League vinden de mate van ticketcontrole bij hun club precies goed. Driekwart van de fans is tevreden met het hekwerk bij het stadion en de aanwezigheid van stewards of ander beveiligingspersoneel.

Van 15% van de fans mag het aantal politieagenten bij een wedstrijd worden verminderd. 12% van de fans vindt juist dat er te weinig politie op de been is.

De meningen zijn verdeeld over fouilleren bij de ingang van het stadion. Hoe vaker fans in het stadion komen, hoe meer ze vinden dat er te veel wordt gefouilleerd. Jongere fans stellen vaker dan oudere supporters dat ze te veel worden gefouilleerd.

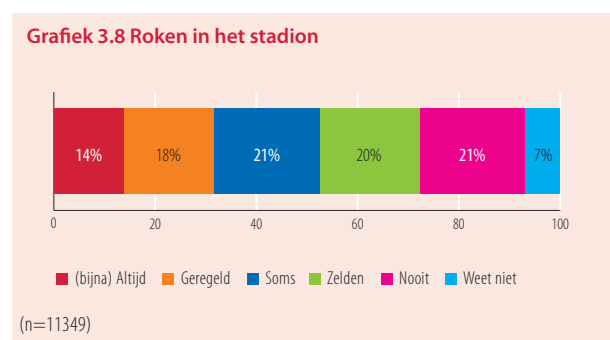
3.8 NEGATIEVE SITUATIES

Fans voelen zich vrijwel altijd veilig in het stadion. Toch kunnen ze 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 in de Jupiler League niet erg vaak voor.

Bijna een derde (32%) van de fans denkt dat medebezoekers vaak last hebben van mensen die roken in het stadion. Dit probleem leeft vooral bij vrouwelijke supporters. De groep fans die vermoedt dat supporters in het stadion zelden of nooit last hebben van roken, is wel nog een stuk groter dan de groep die denkt dat dit vaak voorkomt.

Meer dan de helft van de fans meldt dat bezoekers bij hun club weleens last hebben van scheldende medesupporters. Bij FC Eindhoven, SBV Excelsior en FC Volendam is er volgens fans het minst hinder als gevolg van verbaal geweld. Bij deze drie clubs hebben fans ook het minst last van spreekkoren.

Er wordt in de stadions van de Jupiler League nauwelijks hinder ondervonden van drugs- en alcoholmisbruik, vandalisme en fysiek geweld.



Vraagstelling:

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



4. Fanuitgaven en kaartverkoop

Fans besteden vaak veel geld aan hun club.

Ze spenderen euro's aan een seizoenkaart, eten en drinken in het stadion en kopen fanartikelen van de club. In dit hoofdstuk kijken we naar de bestedingen van fans en hun ervaringen met de kaartverkoop bij de club.

Fans geven het grootste bedrag uit aan seizoenkaarten en losse tickets voor wedstrijden. Zij kopen kaarten op verschillende manieren: bij verkooppunten van TicketBox, bij de kassa van de club en op internet.

Op de wedstrijddag zelf geven fans geld uit aan eten en drinken in het stadion. Om hun clubliefde te tonen, kopen fans ook fanartikelen, zoals sjaals, shirts en vlaggen van hun club. Aan deze merchandise wordt door sommige fans veel geld besteed. We brengen in kaart welke fans het meeste geld uitgeven aan fanartikelen en waar ze deze merchandise meestal kopen.

Ten slotte laten we in dit hoofdstuk zien wat de mening van fans is over de prijzen en de prijs-kwaliteitverhouding bij hun club. Vinden ze toegangskarten te duur? 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 meestal bij de kassa van de club en zijn erg tevreden over de klantvriendelijkheid van de medewerkers bij de clubkassa.
- Fans kopen kaarten voor Jupiler League wedstrijden nog nauwelijks via internet.
- Fans geven gemiddeld € 153 per seizoen uit aan toegangskarten van hun club. Per wedstrijd kopen ze voor € 7,20 eten en drinken, en ze besteden gemiddeld per seizoen € 30 aan fanartikelen van hun club.

4.1 AANKOOP LOSSE KAARTEN

Fans die niet in het bezit zijn van een seizoenkaart, kopen losse kaarten om wedstrijden te kunnen bijwonen. Seizoenkaarthouders schaffen soms ook losse kaarten aan, bijvoorbeeld wanneer ze iemand willen meenemen naar een wedstrijd van hun club.

Seizoenkaarthouders kopen logischerwijs veel minder vaak losse kaarten dan fans zonder seizoenkaart. Ruim twee op de vijf seizoenkaarthouders schaft nooit losse kaarten aan. Fans zonder seizoenkaart kopen bijna allemaal wel eens losse kaarten voor wedstrijden van hun club.

Fans van clubs uit de Jupiler League kunnen op verschillende manieren losse kaarten bestellen. De kaartverkoop is bovendien per club anders georganiseerd. Fans zijn over het algemeen erg tevreden over de manier waarop hun club de kaartverkoop organiseert.

Losse kaarten voor Jupiler League wedstrijden zijn te koop bij de club, bij een verkooppunt van TicketBox of op internet. De meeste fans schaffen hun losse kaarten direct aan bij de club, aan de kassa of via de telefoon (50%). Een kleine groep fans gaat naar een verkooppunt van TicketBox om losse kaarten te kopen (17%). Internet wordt door Jupiler League fans nauwelijks gebruikt voor dit doel (3%).

Fans van Go Ahead Eagles gaan vaak naar het verkooppunt van TicketBox om losse kaarten te kopen. Fans van FC Dordrecht, SC Telstar en FC Omniworld schaffen losse kaarten bijna altijd direct bij de club aan.

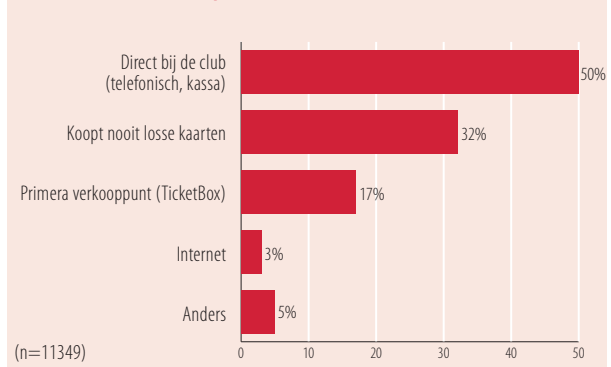
FC Dordrecht-fans kopen het vaakst losse kaarten. Negen van de tien supporters bestellen weleens losse kaarten voor een thuiswedstrijd in de Jupiler League.

De kleine groep Jupiler League fans die wel eens kaarten via internet bestelt, doet dit meestal op de clubwebsite. Een kwart bestelt via TicketBox.nl.

4.2 VERKOOPPUNTEN

De meeste fans kopen hun losse kaarten direct bij de club. Alle fans vinden de medewerkers van het verkooppunt van hun club erg klantvriendelijk. Bij elke club waardeert minstens driekwart van de fans de klantvriendelijkheid (zeer) goed. Fans van SBV Excelsior zijn het positiefst over het verkooppunt van hun club.

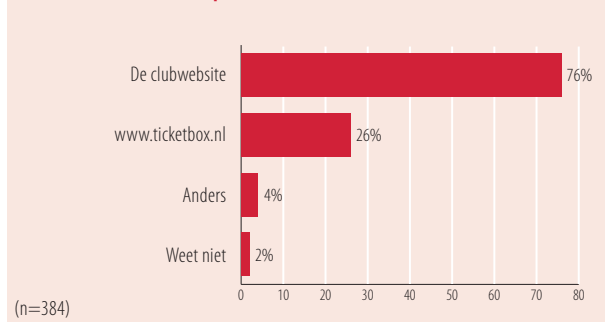
Grafiek 4.1.1 Aankoop losse kaarten



Vraagstelling:

Hoe koopt u meestal losse kaarten?

Grafiek 4.1.2 Aankoop kaarten via internet



Vraagstelling:

Via welke website bestelt u tickets?

4.3 TICKETS KOPEN VIA INTERNET

Het is in de Jupiler League sinds enkele jaren mogelijk kaarten via internet te bestellen, maar dit kan nog niet bij alle clubs. Momenteel zijn tien Jupiler League clubs aangesloten op het online ticketingplatform.

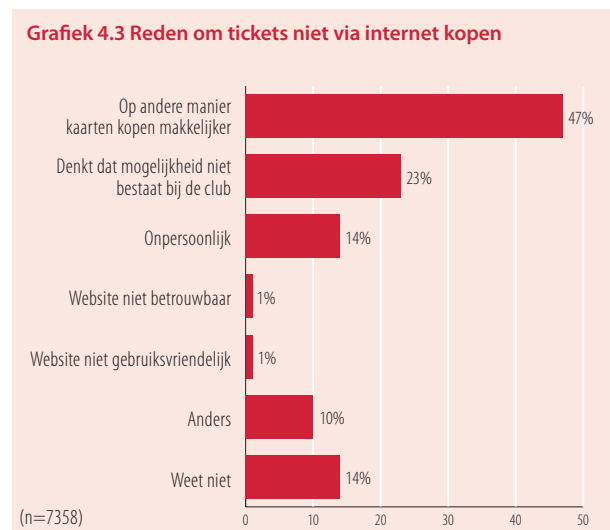
Het online kopen van toegangskaarten is nog niet omarmd, Jupiler League fans kopen losse kaarten nauwelijks online. Slechts 3% van de fans bestelt kaarten voor thuiswedstrijden via internet. Fans van SBV Excelsior en SC Cambuur bestellen de meeste losse kaarten via internet, maar ook hier gaat het om een kleine groep fans.

In het algemeen gebruiken mensen in Nederland het internet steeds vaker om verschillende producten te bestellen. Waarom doen Jupiler League fans dat dan niet voor losse kaarten?

De belangrijkste reden is dat fans het makkelijker vinden om op een andere manier kaarten te kopen. Voor de meeste fans betekent dit dat ze liever direct bij de club langsgaan. Wanneer meer Jupiler League clubs zich aansluiten bij het online ticketingplatform en de clubs er ook voor zorgen dat de bekendheid van online bestellen toeneemt, zullen naar verwachting meer fans hun kaarten aanschaffen via internet.

Oudere fans (55+) ervaren het gebrek aan persoonlijk contact vaak als een bezwaar en bestellen daarom niet online. Voor jongeren is dit veel minder belangrijk, zij kiezen vooral voor het gemak.

De betrouwbaarheid en gebruiksvriendelijkheid van de website spelen geen rol bij de keuze om niet online te bestellen. De gebruiksvriendelijkheid en betrouwbaarheid zijn voor fans geen drempel om kaarten te kopen op internet.



Vraagstelling:

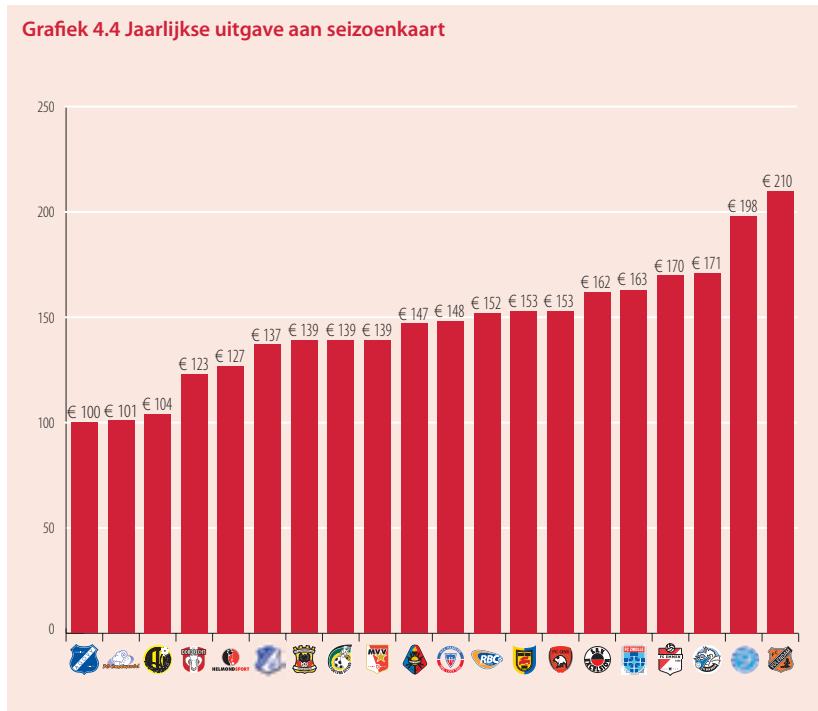
Waarom koopt u uw tickets niet via internet?

4.4 JAARLIJKSE UITGAVEN AAN KAARTEN

Van het geld dat supporters aan hun club besteden, gaat het grootste bedrag naar de seizoenkaart of losse kaarten voor wedstrijden. Fans geven gemiddeld € 153 per seizoen uit aan toegangsbewijzen voor duels van hun club.

Gemiddeld besteedt een seizoenkaarthouder in de Jupiler League € 160 aan zijn seizoenkaart. Fans zonder seizoenkaart geven per seizoen zo'n € 132 uit aan losse kaarten voor wedstrijden. Iets meer dan 10% van de fans zonder seizoenkaart spendeert meer dan € 150 om in het bezit te komen van losse kaarten. Zij zijn dus meer geld kwijt dan de gemiddelde seizoenkaarthouder.

Grafiek 4.4 Jaarlijkse uitgave aan seizoenkaart



Vraagstelling:

Hoeveel geld geeft u per seizoen uit aan uw seizoenkaart?

Tabel 4.4 Uitgaven aan kaarten / seizoenkaart per seizoen

Seizoenkaart	€ 160
Losse kaarten	€ 132

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. Daar hoort eten en drinken bij. Tijdens een wedstrijdbezoek kopen fans snacks en drinken ze een biertje of kop koffie.

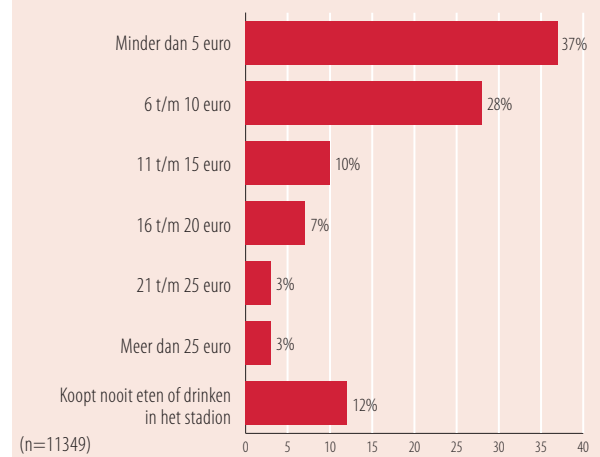
De meerderheid van de fans besteedt per wedstrijd dag niet meer dan € 10 aan eten en drinken in het stadion. De meeste seizoenkaarthouders geven minder dan € 5 uit tijdens een wedstrijd dag. Fans zonder seizoenkaart spenderen meestal tussen de € 6 en 10 aan eten en drinken wanneer ze naar een wedstrijd gaan.

Gemiddeld geven seizoenkaarthouders bijna € 7 uit aan eten en drinken op een wedstrijd dag. Voor fans zonder seizoenkaart is een bezoek aan het stadion wellicht nog meer een dagje uit: zij besteden gemiddeld net iets meer aan eten en drinken (€ 8).

De oudere generatie fans koopt het minst vaak eten en drinken tijdens een stadionbezoek. Een vijfde loopt zelfs altijd de horecagelegenheden voorbij.

Fans van Go Ahead Eagles en AGOVV Apeldoorn geven het meeste geld uit aan eten en drinken in het stadion. De fans in Deventer en Apeldoorn besteden hieraan meer dan € 9 per wedstrijd. Fortuna Sittard-fans zijn het zuinigst als het gaat om uitgaven aan eten en drinken, zij besteden gemiddeld € 5 per wedstrijd bij de horecagelegenheden in het stadion.

Grafiek 4.5 Uitgaven wedstrijd dag 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

Veel fans kopen merchandise producten van hun favoriete club, zoals shirts, sjaals, dekbedovertreksets en dvd's. Voor clubs is dit een extra inkomstenbron naast kaartverkoop en sponsoring. We laten zien hoeveel geld fans uitgeven aan deze fanartikelen en waar ze die kopen.

Zo'n 80% van de seizoenkaarthouders koopt gedurende een seizoen artikelen van hun club. Fans zonder seizoenkaart schaffen minder vaak fanartikelen aan: ongeveer tweederde van hen koopt merchandise.

Iedere fan heeft zijn eigen bestedingspatroon waar het gaat om merchandise. Meer dan de helft van de fans koopt voor maximaal € 50 aan fanartikelen. Gemiddeld besteden fans € 30 aan merchandise, maar er is ook een kleine groep fans die meer dan € 200 uitgeven aan artikelen van hun favoriete club.

De oudere generatie koopt veel minder merchandise dan de jongere fans: bijna de helft van de 55-plussers schaft helemaal geen fanartikelen aan. Jonge fans geven bovendien meer geld uit aan fanartikelen: ruim een derde van de fans onder de 35 jaar besteedt meer dan € 50 aan merchandise.

Hoogopgeleide fans kopen minder artikelen van hun club dan lageropgeleide supporters. Als ze wel merchandise kopen, besteden ze daar niet veel geld aan. Fans in de hoogste inkomensgroep geven gemiddeld € 26 uit aan fanartikelen, terwijl de fans met de laagste inkomens een tientje méér besteden.

Bij alle clubs koopt minstens de helft van de fans gedurende het seizoen tenminste één keer een merchandise artikel. Bij Go Ahead Eagles is deze groep fans het grootst. Vier op de vijf fans kopen er wel eens fanartikelen van hun club.

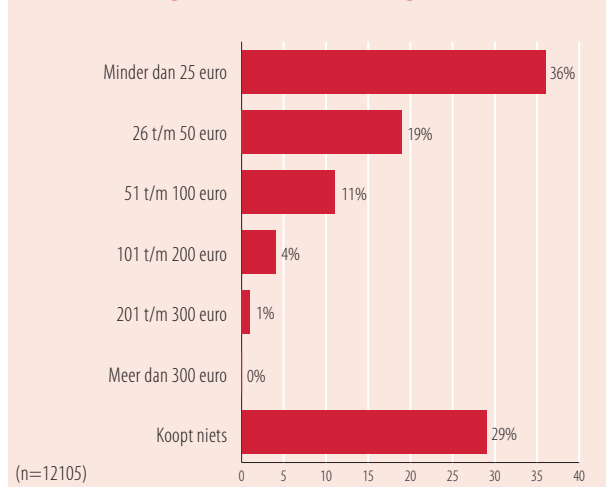
Hoe meer Jupiler League wedstrijden fans bezoeken, hoe meer geld ze uitgeven aan fanartikelen van hun club. De meeste fans kopen deze artikelen dan ook tijdens de wedstrijddag bij de fanshop. Seizoenkaarthouders bezoeken meer wedstrijden en zijn daarom vaker in de gelegenheid op de wedstrijddag naar de fanshop te gaan.

Een kleine groep koopt fanartikelen in een andere winkel (12%) of op internet (8%). Een aantal fans (13%) geeft aan dat zij de fanartikelen op nog een andere locatie kopen. Dit kunnen kraampjes bij het stadion zijn. Soms gaat het om tweedehands artikelen, bijvoorbeeld via Marktplaats.nl.

Niet bij alle clubs in de Jupiler League is een echte fanshop aanwezig. Alleen fans van clubs met een fanshop hebben deze beoordeeld.

Bijna de helft van de fans is blij met het assortiment van de fanshop bij hun club. Ruim een derde toont zich positief over de openingstijden. Opvallend is dat vrouwen enthousiaster zijn over de winkel met fanartikelen dan mannen. Vooral fans van Go Ahead Eagles en De Graafschap zijn tevreden over het assortiment in de fanshop.

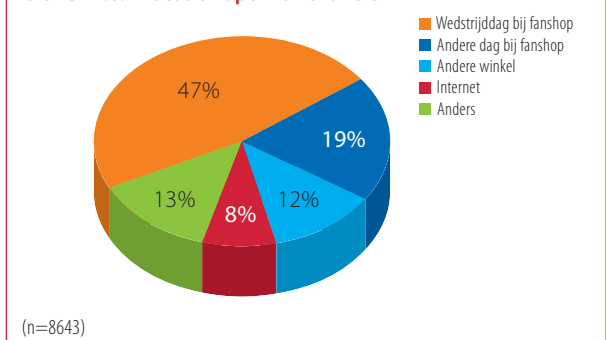
Grafiek 4.6.1 Uitgaven merchandise club (gedurende seizoen)



Vraagstelling:

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

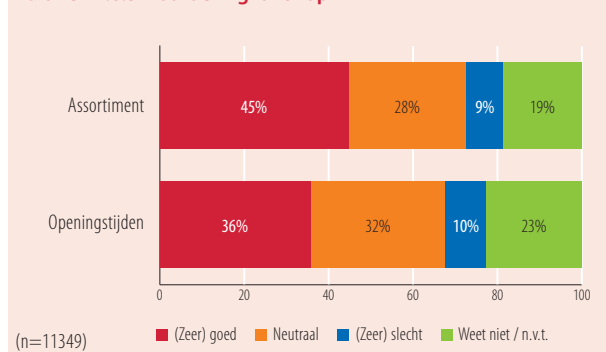
Grafiek 4.6.2 Locatie kopen fan artikelen



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

De uitgaven van fans lopen erg uiteen. Het varieert van kleine uitgaven, zoals een broodje op de wedstrijddag, tot aanzienlijke bedragen voor bijvoorbeeld een seizoenkaart of wedstrijdtenue. Niet alleen de daadwerkelijke uitgaven verschillen per club en per fan, de mening van fans over de prijzen en de prijs-kwaliteitverhouding is evenmin altijd hetzelfde.

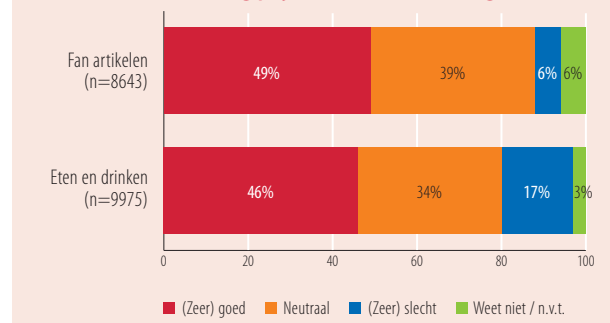
Fans vinden de prijzen van de seizoenkaart en vooral die van losse kaartjes vaak te hoog. Minder dan 5% van de fans is van mening dat de prijzen juist te laag zijn.

FC Dordrecht heeft de grootste groep tevreden fans: meer dan driekwart vindt de prijs van de losse kaartjes precies goed. We hebben eerder gezien dat FC Dordrecht-fans ook het vaakst losse kaarten kopen. Fans van Go Ahead Eagles, SC Cambuur en Helmond Sport zijn het meest tevreden met de prijs van hun seizoenkaart.

Bijna de helft van de fans is tevreden over de prijs-kwaliteitverhouding van fanartikelen en het eten en drinken in het stadion. Eén op de zes fans meent dat de prijs-kwaliteitverhouding van de catering in het stadion (zeer) slecht is.

Fans van AGOVV Apeldoorn, FC Omniworld en FC Volendam zijn het meest tevreden over de prijs-kwaliteitverhouding van het eten en drinken in hun stadion. Bij die clubs vindt meer dan 60% die (zeer) goed. De fanshop van SBV Excelsior biedt volgens de fans van die club de beste verhouding tussen prijs en kwaliteit.

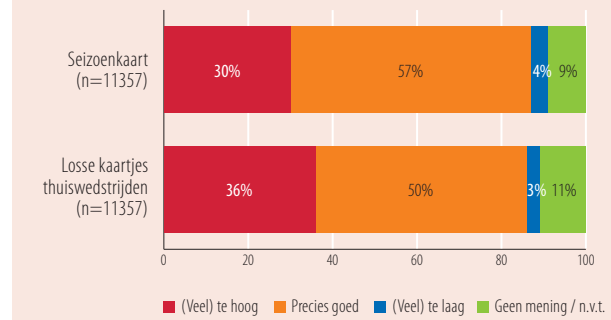
Grafiek 4.7.1 Waardering prijs-kwaliteit verhouding



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 Jupiler league 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. Andere bronnen, zoals televisie en kranten, zijn eveneens belangrijk. Clubs gebruiken verschillende media om hun fans te informeren, maar zijn fans eigenlijk wel tevreden met de informatie die ze krijgen?

Niet alleen de eigen club wordt in de media gevolgd, fans willen op de hoogte blijven van ál het voetbal in de Jupiler League en daarbuiten. Ze kijken voor de Jupiler League wedstrijden vooral op televisie naar samenvattingen. In dit hoofdstuk laten we zien hoe vaak fans naar Jupiler League voetbal op televisie kijken.

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? Gaan ze af en toe naar deze sites of kijken ze zelfs elke dag even voor 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 over hun club via de clubwebsite, kranten en televisie.
- Fans zijn zeer positief over de officiële clubwebsite en beoordelen geen enkele informatiebron als negatief.
- Televisie en internet zijn voor fans de belangrijkste media om nieuws over de Jupiler League te volgen.
- Bijna alle fans zoeken online naar voetbalnieuws. Ze gaan naar veel verschillende websites. De officiële website van de club wordt door de meeste fans bezocht.

5.1 NIEUWS ROND CLUB

Het is voor fans belangrijk op de hoogte te blijven van het nieuws rondom hun favoriete club. Ze willen graag alles weten wat met de club te maken heeft en gebruiken daarvoor onder meer het internet, kranten, televisie en radio.

Fans zoeken nieuws over hun club via verschillende media: ze doen vaak een beroep op kranten (74%) en televisie (69%), maar vooral de officiële clubwebsite (86%) is belangrijk. Vrijwel alle fans bekijken de clubwebsite om op de hoogte te blijven van het nieuws over de club.

Na de clubwebsite is de krant het meest gebruikte medium om kennis te nemen van het nieuws over de club. Driekwart van de fans volgt de eigen club via (nieuws)berichten in de krant. Vooral ouderen en hoogopgeleide fans lezen vaak het nieuws over hun club in de krant.

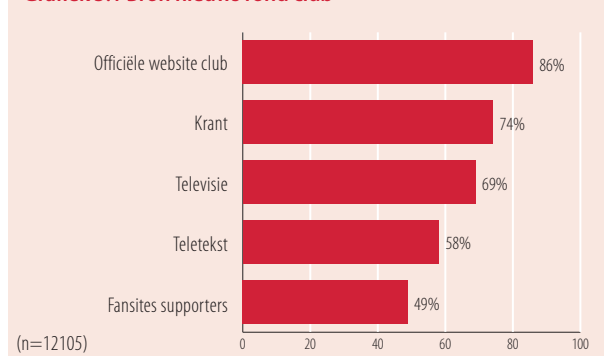
Niet alle fans volgen hun club op televisie. Waarschijnlijk is de oorzaak dat op de (regionale) televisie niet evenveel aandacht is voor elke Jupiler League club. Vier op de vijf SC Cambuur-fans volgen het nieuws rond de club op tv. Behalve voetbalprogramma's op televisie is ook teletekst een belangrijke informatiebron voor fans van alle clubs.

Bijna de helft van de fans (49%) gaat naar fansites die door supporters zelf zijn opgezet. Onder 55-plussers zijn fansites nog geen populaire nieuwsbron. Fans van Fortuna Sittard raadplegen fansites het meest: driekwart van hen doet dat.

De officiële website, kranten, televisie, teletekst en fansites zijn dus de vijf meest gebruikte nieuwsbronnen voor Jupiler League fans. In mindere mate doen zij hun voordeel met de nieuwsbrief van de club (35%), de radio (31%), programmaboekjes (28%) en post van de club (14%).

Naarmate fans meer wedstrijden bezoeken, gebruiken ze vaker het programmaboekje dat bij de wedstrijd wordt uitgedeeld. Vooral fans van SC Telstar en FC Den Bosch vinden het programmaboekje ook een belangrijke bron om nieuws over hun club te lezen.

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

De officiële clubwebsite is voor fans de belangrijkste informatiebron om op de hoogte te blijven van hun club. We hebben gezien dat bijna alle fans de clubwebsite bekijken. Wat zijn de belangrijkste redenen?

Fans bezoeken de site van hun club vooral voor algemeen nieuws over de club. Dit geldt voor vier op de vijf fans. Behalve voor algemene informatie zijn de meeste clubwebsites ook te gebruiken om wedstrijdverslagen en voorbeschouwingen, het programma, interviews en informatie over kaartverkoop te vinden.

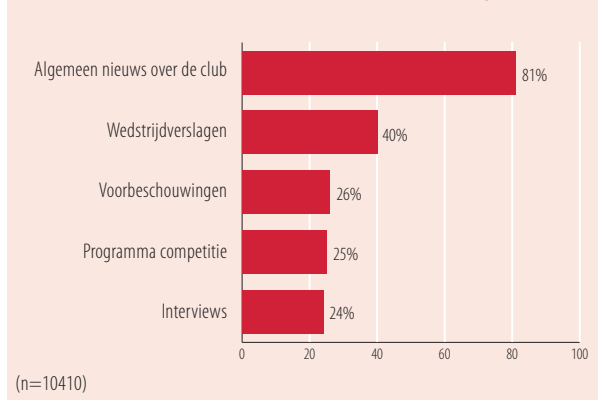
Wedstrijdverslagen zijn voor 40% van de fans een reden om de clubwebsite te bezoeken. Ongeveer een kwart van de fans gaat naar de site voor voorbeschouwingen, het competitieprogramma, interviews en informatie over kaartverkoop.

Voor fans van SC Cambuur en Fortuna Sittard lezen op hun clubsites interviews met bijvoorbeeld spelers en trainers.

De clubwebsites van FC Den Bosch en FC Dordrecht worden relatief vaak bezocht voor informatie over kaartverkoop.

Nog niet alle clubs plaatsen videobeelden op hun website. Het kan positief werken. Voor MVV-fans is het een belangrijke reden om de clubwebsite te bezoeken.

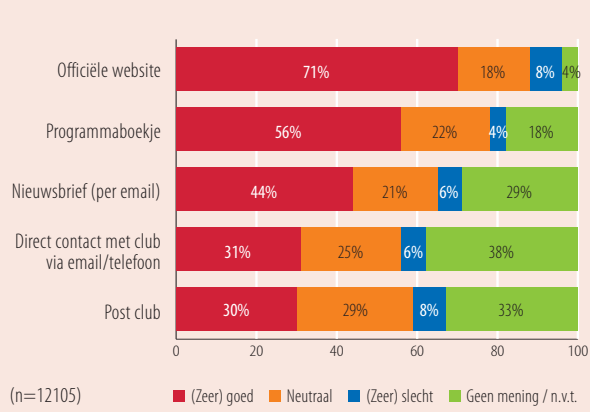
Grafiek 5.2 Reden bezoek officiële website club (top 5)



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

Fans gebruiken verschillende media om op de hoogte te blijven van hun club. De clubs zelf zetten ook verschillende kanalen in om hun fans te informeren. Over het algemeen zijn fans goed te spreken over de informatievoorziening vanuit hun club, maar de meningen verschillen per club.

Jupiler League fans zijn erg positief over de officiële website van de eigen club. Ruim 70% vindt de informatievoorziening via de clubwebsite (zeer) goed. Fans van De Graafschap, Go Ahead Eagles en Helmond Sport zijn het positiefst over deze informatie.

Fans van alle clubs zijn ook tevreden over het programmaboekje dat bij de wedstrijden wordt verspreid. Fans van FC Den Bosch en SC Telstar zijn hier, zoals reeds aangegeven, het meest enthousiast over.

Niet alle supporters ontvangen een online nieuwsbrief van hun club. Als ze zich er wel voor hebben aangemeld, zijn fans hier vaak erg tevreden over. Vooral fans van FC Volendam ontvangen vaak de nieuwsbrief via e-mail en vinden die nieuwsbrief ook vaak (zeer) goed.

Clubs kunnen hun fans ook informeren via direct contact, bijvoorbeeld e-mail of telefoon. Verder sturen clubs hun fans af en toe post. Bijna een derde van de fans is tevreden over het directe contact met de club en de post die ze van de club krijgen.

Vooral fans van FC Volendam zijn content met het contact dat ze via e-mail of telefoon hebben met de club. Fans van die club zijn bovendien, samen met fans van FC Den Bosch en Helmond Sport, het positiefst over de post die ze van hun club ontvangen.



5.4 MEDIAGEBRUIK JUPILER LEAGUE

De interesse van fans richt zich niet alleen op hun eigen club, maar op al het voetbal in de Jupiler League. Ze volgen ook de ontwikkelingen bij de andere clubs. Fans gebruiken media dan ook volop om op de hoogte te blijven van het voetbal in de Jupiler League. In dit hoofdstuk wordt duidelijk welke media het belangrijkste én meest gebruikt zijn.

Vrijwel alle fans volgens het voetbal in de Jupiler League op televisie. De meeste fans vinden het bovendien het belangrijkste medium om op de hoogte te blijven van de Jupiler League (62%). Op televisie kunnen fans de samenvattingen van de wedstrijden uit de Jupiler League bekijken.

Behalve televisie worden ook internet, kranten en teletekst vaak gebruikt om de Jupiler League te volgen. Fans vinden deze media wel veel minder belangrijk dan televisie. Voor één op de vijf is internet de belangrijkste informatiebron, slechts 7% vindt de krant het belangrijkste en 6% geeft de voorkeur aan teletekst.

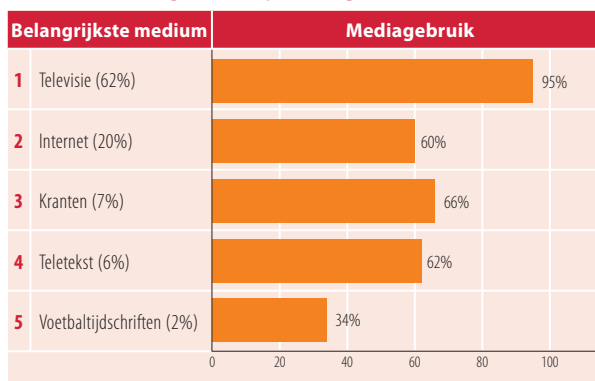
Na televisie is internet dus de belangrijkste bron van informatie. 60% van de fans zoekt online naar informatie over de Jupiler League. Ouderen gebruiken het internet veel minder vaak (42%).

Tweederde van de Jupiler League fans leest het nieuws over de competitie in de krant. Fans vinden dit wel een minder belangrijk medium: internet en televisie leggen in hun ogen veel meer gewicht in de schaal. Hoe ouder fans zijn, hoe vaker ze de krant lezen voor informatie over de Jupiler League. Meer dan driekwart van de 55-plussers raadpleegt daarvoor de krant, tegenover slechts ongeveer de helft van de jongere fans. Het feit dat het Jupiler League Fan Onderzoek online is uitgevoerd, kan hier eventueel invloed op hebben.

Fans kijken ook regelmatig op teletekst om op de hoogte te blijven van de Jupiler League. Ze vinden dit het belangrijkste medium na televisie, internet en kranten. Opvallend is dat fans die (bijna) alle wedstrijden bezoeken, het vaakst gebruikmaken van teletekst. Verder luistert 29% van de Jupiler League fans naar de radio om het voetbal te volgen.

Voetbaltijdschriften zijn het op vier na belangrijkste medium om de Jupiler League te volgen. Jongere fans halen het nieuws over de Jupiler League vaker dan ouderen uit magazines. Onder oudere fans worden deze tijdschriften veel minder vaak gelezen: slechts een kwart van de 55-plussers doet dat.

Grafiek 5.4 Mediagebruik Jupiler League



Vraagstelling:

Via welke media volgt u het voetbal in de Jupiler League en welke van deze media vindt u het belangrijkste?

5.5 SAMENVATTINGEN JUPILER LEAGUE

Samenvatting van wedstrijden in de Jupiler League worden op televisie uitgezonden bij RTL7 en Eredivisie Live. Voor fans zijn deze uitzendingen een goede mogelijkheid om op de hoogte te blijven van alle gespeelde wedstrijden.

Vrijwel alle fans (99%) kijken op televisie naar samenvattingen van Jupiler League wedstrijden. Bijna vier op de vijf fans schakelen zelfs (bijna) elke week in. De ander fans kijken in ieder geval één keer per maand naar de samenvattingen.

Hoe vaker iemand wedstrijden bezoekt, hoe vaker hij ook op televisie naar samenvattingen kijkt. Deze fans volgen de Jupiler League intensief.

5.6 ABONNEE BETAALZENDERS

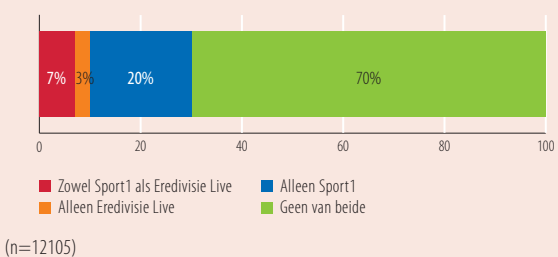
Fans van clubs uit de Jupiler League blijven graag op de hoogte van het nieuws rondom hun club en ook van het nieuws over het voetbal in de Jupiler League. Ze hebben meestal niet alleen interesse in de Jupiler League, maar ook in andere competities, zoals de Eredivisie en buitenlands voetbal.

Om het voetbal in deze competities te volgen, kunnen fans een abonnement nemen op betaalzenders. Bijna een derde van de Jupiler League fans heeft zo'n abonnement.

Alle Eredivisiewedstrijden zijn live te zien op Eredivisie Live. 28% van de deelnemende Jupiler League fans heeft een abonnement op deze zender. Vooral fans van SBV Excelsior en FC Omniworld scoren hier hoog. Limburgse fans van Fortuna Sittard en MVV zijn het minst vaak abonnee van Eredivisie Live.

Eén op de tien fans heeft een abonnement op Sport1, waar geen Eredivisie voetbal wordt uitgezonden, maar wel buitenlands voetbal. Een groot deel (80%) van deze abonnees heeft een abonnement op zowel Sport1 als Eredivisie Live.

Grafiek 5.6 Abonnee betaalzenders sport



Vraagstelling:

Heeft u een abonnement op betaalde sportzenders?

5.7 VOETBALNIEUWS OP INTERNET

Bijna alle fans gebruiken het internet om te zoeken naar voetbalnieuws. Fans 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 bijna zes websites naar voetbalnieuws. De oudere generatie fans gebruikt het internet veel minder vaak voor voetbalnieuws en bezoekt ook veel minder verschillende websites.

Voor alle fans zijn de officiële clubwebsite en fansites de belangrijkste bronnen voor voetbalnieuws op internet. Verder is de website van Voetbal International populair. Vi.nl is vooral een site voor mannelijke fans. Deze site wordt ook vaker bekeken door hoogopgeleide fans.

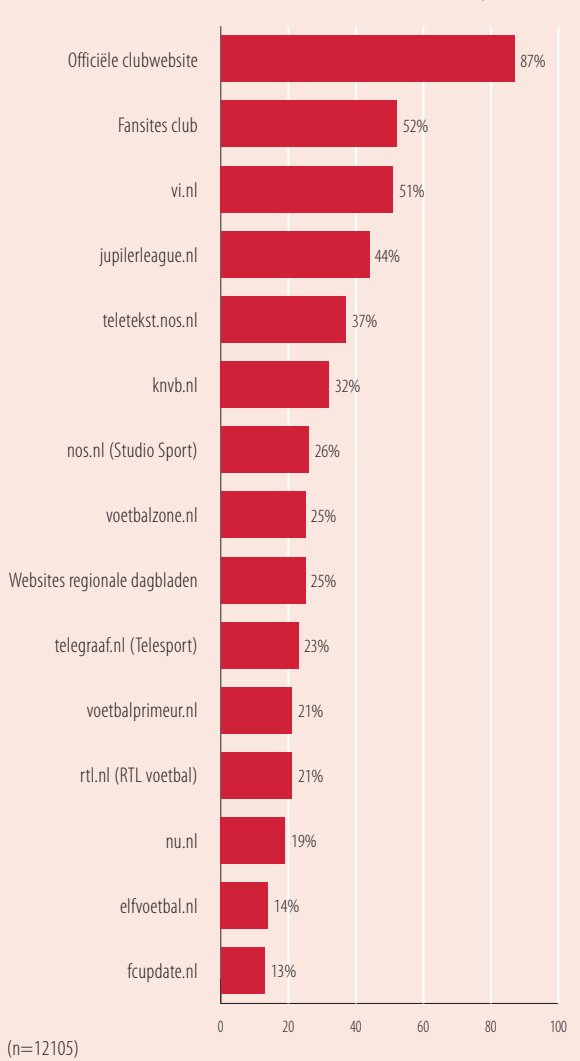
De officiële website van de Jupiler League staat op de vierde plaats in de lijst met meest bezochte websites: 44% van de Jupiler League fans kijkt weleens op jupilerleague.nl. Op deze website is veel videocontent te vinden, zoals samenvattingen en interviews. Fans van Go Ahead Eagles en FC Dordrecht zijn er de meest frequente bezoekers.

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

Bijna een derde van de Jupiler League fans kijkt ook weleens op de website van de KNVB, knvb.nl.

De websites van regionale dagbladen worden het meest gebruikt om voetbalnieuws op te zoeken. De website van de Telegraaf wordt ook bezocht door bijna een kwart van de fans.

Grafiek 5.7 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:

eredivisie.nl	voetbalonline.nl	eredivisielive.nl
ffa.com	ad.nl (Sportwereld)	volkskrant.nl
websites regionale tv	voetbalplus.nl	voetbal.nl
nrc.nl	sport1.nl	trouw.nl
sportweek.nl	uefa.com	

5.8 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 niet dagelijks op zoek naar nieuws op de clubwebsite.

Bij FC Dordrecht, Go Ahead Eagles en Fortuna Sittard kijken veel fans wél (bijna) iedere dag op de clubwebsite.

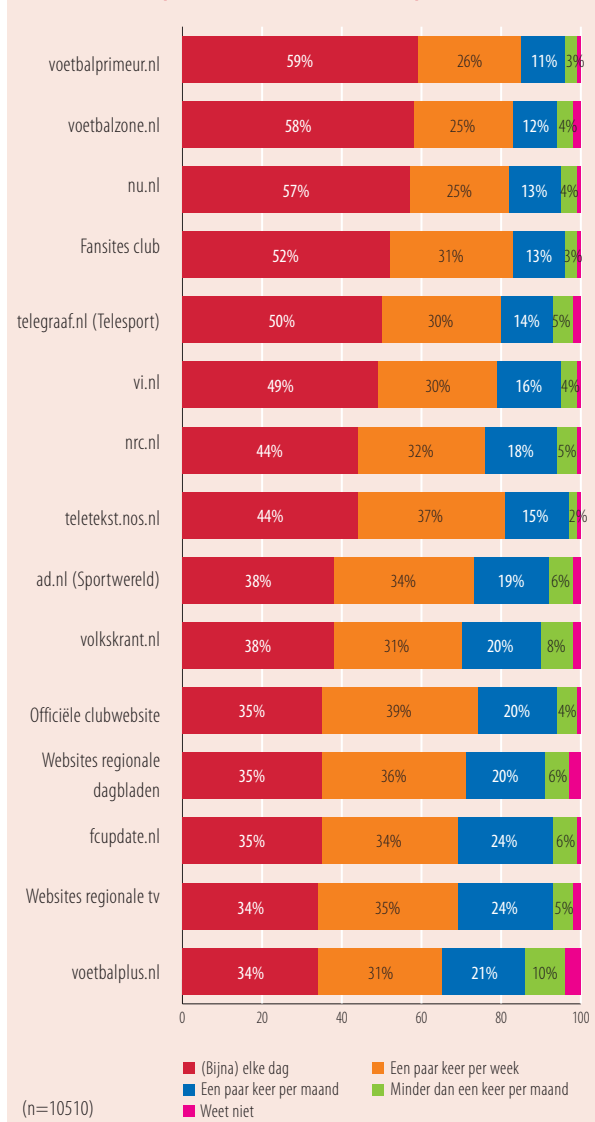
Fansites van de club worden vaker bezocht dan de officiële clubwebsite. Meer dan de helft van de fans gaat (bijna) elke dag naar een fansite van de club.

Zowel de fansites als de website van Voetbal International worden door veel fans met grote regelmaat bezocht. Deze sites zijn daarmee voor Jupiler League fans de belangrijkste bronnen voor online voetbalnieuws.

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

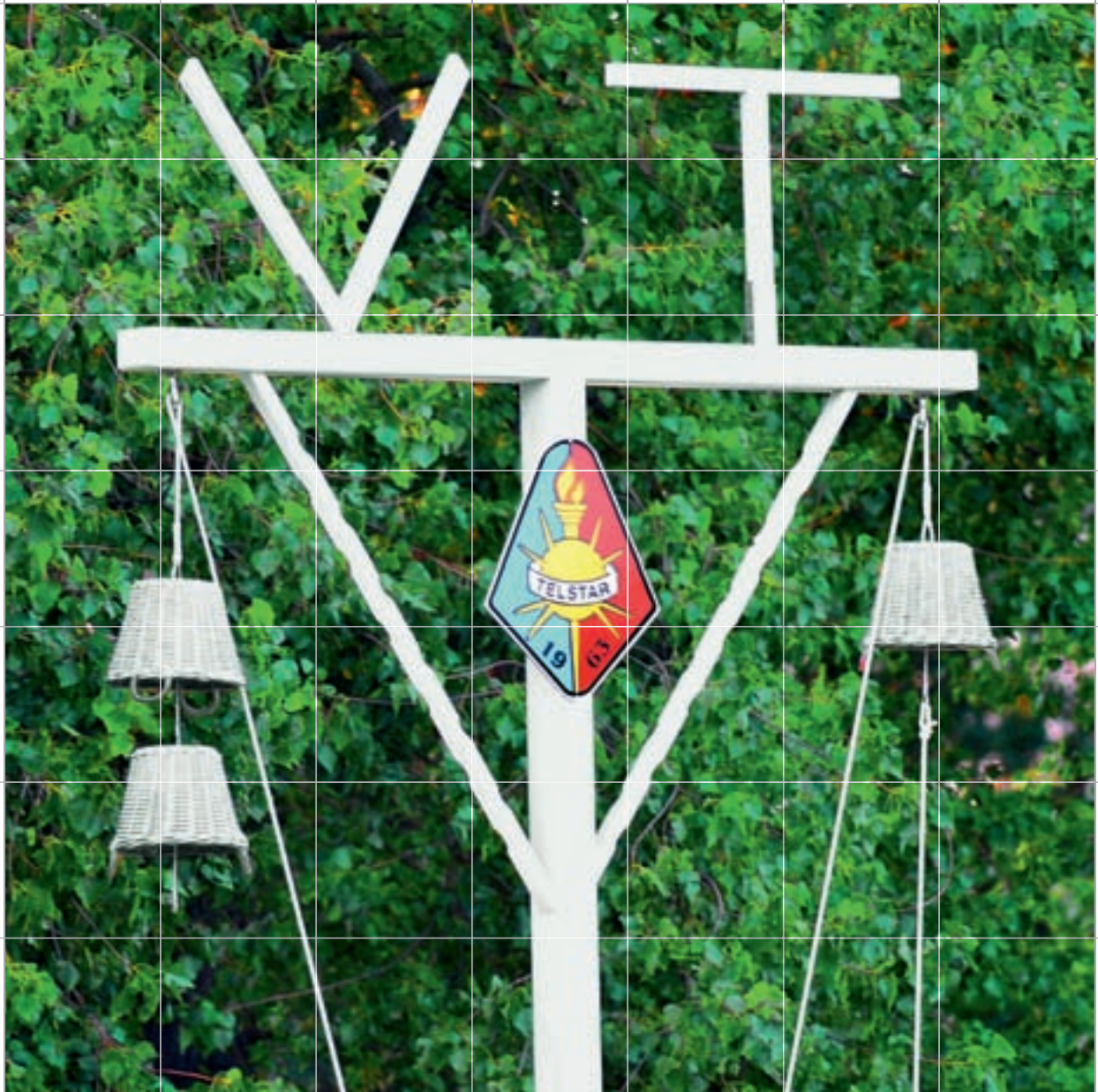
Fans bezoeken de sites van voetbalorganisaties knvb.nl, fifa.com en uefa.com niet meer dan een paar keer per maand.

Grafiek 5.8 Frequentie bezoek websites (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 en geven daar op hun eigen manier invulling aan. In dit hoofdstuk beschrijven we hoe de fans tegen deze rol van hun eigen Jupiler League club aankijken.

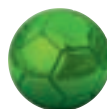
Uit het Fan Onderzoek blijkt dat fans het belangrijk vinden dat hun eigen club betrokken is bij de maatschappij en zich inzet voor sociale doelen, zoals bevordering van sportiviteit en respect voor elkaar.

Jupiler League clubs vullen deze maatschappelijke 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 fans tegenover deze maatschappelijke rol van hun eigen club staan. Weten zij 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 Jupiler League clubs:

- 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.
- Ongeveer de helft van de fans weet 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

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 leven van de supporter.

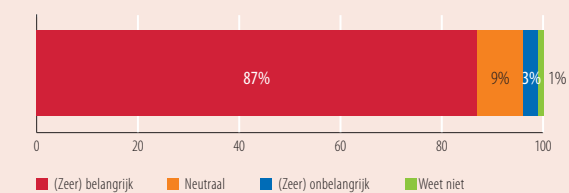
Zoals eerder gesteld: voetbal is ervoor iedereen. Het is de sport waar fans uit vele verschillende bevolkingsgroepen van genieten. De Jupiler League clubs spelen in op deze maatschappelijk rol. De maatschappelijke betrokkenheid is volgens de fans een cruciaal doel van een club. Vrijwel alle fans vinden de maatschappelijke rol die clubs kunnen spelen rond jeugd, integratie en mensen met een beperking (zeer) belangrijk.

Zowel vrouwen als mannen hechten veel waarde aan de maatschappelijke rol van hun club, maar vrouwen nog net iets meer dan mannen. In totaal vindt 90% van de vrouwen de maatschappelijke rol (zeer) belangrijk, tegenover 87% van de mannen. Verder hangt het 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.

De lageropgeleide fans vinden de maatschappelijke betrokkenheid van hun club vaker zeer belangrijk dan de hoogopgeleide fans. In totaal acht 53% van de lageropgeleide fans de betrokkenheid zeer belangrijk, tegenover 39% van de hoger opgeleiden.

Van de clubs in de Jupiler League vinden de fans van SC Cambuur de maatschappelijke betrokkenheid van hun club het belangrijkste. SC Cambuur is ook een club die zijn maatschappelijke activiteiten duidelijk zichtbaar maakt.

Grafiek 6.1 Belang maatschappelijke betrokkenheid club



(n=12105)

Vraagstelling:

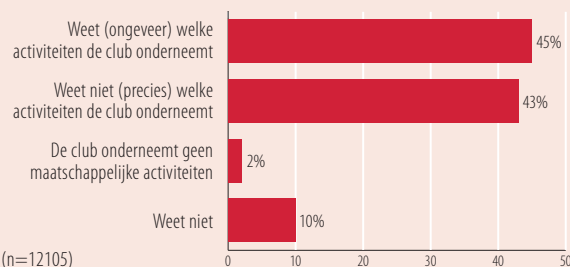
Hoe belangrijk vindt u het dat uw club maatschappelijk betrokken is (bijvoorbeeld met betrekking tot jeugd, integratie, mensen met een beperking, et cetera)?

6.2 MAATSCHAPPELIJKE ACTIVITEITEN

Jupiler League clubs 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.

De overgrote meerderheid van de supporters van de clubs in de Jupiler League weet dat hun favoriete club zich bezighoudt met maatschappelijke activiteiten. Wat deze activiteiten precies behelzen, is minder bekend. In totaal weet 43% van de supporters niet precies om welke activiteiten het gaat. Voor clubs uit de Jupiler League is hier dus nog een duidelijke taak weggelegd.

Grafiek 6.2.1 Bekendheid maatschappelijke activiteiten



(n=12105)

Vraagstelling:

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

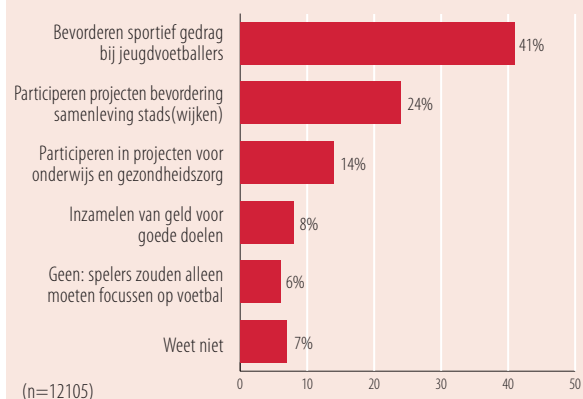


Aan de Jupiler League fans verschillende vier maatschappelijke activiteiten voorgelegd die voetbalclubs kunnen inzetten voor de invulling van hun maatschappelijk rol:

- 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 (41%). Maar ook projecten rond stads(wijken) (24%), onderwijs en gezondheidszorg (14%) zijn volgens fans goede initiatieven waarvoor spelers kunnen worden ingezet. Slechts 6% van de Jupiler League fans 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

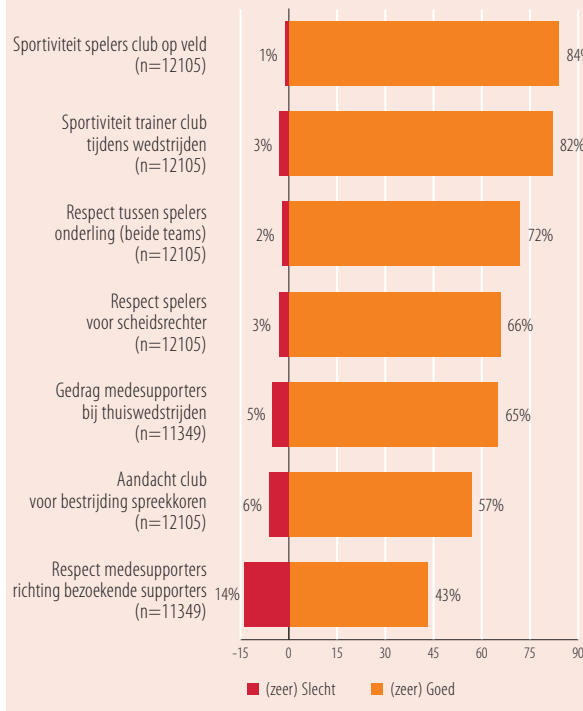
De verharding van de samenleving, die ook zijn invloed heeft op het voetbal, is voor een voetbalbreed samenwerkingsverband aanleiding geweest om het programma Sportiviteit & Respect op te zetten. De voetbalsport neemt hiermee verantwoordelijkheid op en rond de Nederlandse voetbalvelden. In de vorige paragraaf zagen we dat fans van de Jupiler League 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 spelers op het veld (84%) en van de trainer van de eigen club (82%).

Een aandachtspunt volgens de meeste deelnemers aan het Fan Onderzoek is het respect van medesupporters richting bezoekende fans. Deze betuiging van wederzijds respect wordt door 14% van de fans als (zeer) slecht beoordeeld.

Voor SBV Excelsior, FC Volendam en FC Eindhoven geldt dit aandachtspunt minder, de meerderheid is positief over het respect tussen de supporters van de eigen en bezoekende club.

Grafiek 6.3 Sportiviteit & respect



Vraagstelling:

Hoe waardeert u onderstaande aspecten bij uw club?



Verantwoording Jupiler League Fan Onderzoek

In deze bijlage brengen we in kaart hoe het

Jupiler League Fan Onderzoek is uitgevoerd.

We beschrijven welke fans zijn uitgenodigd en hoe

de resultaten van dit onderzoek zijn geanalyseerd en gerapporteerd.

Voor het Jupiler League Fan Onderzoek zijn zowel geregistreerde als niet-geregistreerde fans benaderd. De contactgegevens van de geregistreerde fans zijn door de Jupiler League clubs zelf aangeleverd. Blauw Research heeft hier geen selectie in gemaakt, iedereen uit de aangeleverde clubbestanden is uitgenodigd. De geregistreerde fans zijn voornamelijk seizoenkaarthouders, Club Cardhouders en Fankaarthouders, aangevuld met mensen die zich online hebben geregistreerd om bijvoorbeeld online samenvattingen van hun favoriete club te bekijken. De niet-registreerde fans konden via de officiële clubwebsites deelnemen aan het onderzoek. Op alle officiële clubwebsites was een link beschikbaar die direct toegang verschaft tot de vragenlijst (www.fansurvey.nl).

Het onderzoek is volledig online uitgevoerd. De geregistreerde fans ontvingen een unieke link met een code en wachtwoord om aan het onderzoek deel te nemen. 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 niet hadden ingevuld. Fans hadden tussentijds de mogelijkheid de vragenlijst af te breken en ook te hervatten. In het rapport zijn alleen volledig ingevulde interviews opgenomen.

Het veldwerk voor het onderzoek heeft plaatsgevonden van 30 oktober tot en met 15 november 2009. Van de 42.166 uitgenodigde fans heeft in totaal 29% aan het onderzoek meegewerkt. Verder hebben nog eens 1.206 mensen via www.fansurvey.nl meegedaan aan het onderzoek. Het aantal deelnemers per club varieerde van 111 fans voor de kleinste club tot 2.151 fans voor de club met de meeste deelnemers. De gemiddelde invultijd van de Jupiler League Fan vragenlijst was 22 minuten.

De resultaten van het onderzoek geven een beeld van de Jupiler League op basis van fans die aan het Fan Onderzoek hebben deelgenomen. De resultaten zijn geen weergave van de Nederlandse bevolking of 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 Jupiler League te schetsen, is in overleg met KNVB Expertise en de Jupiler League 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 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. $n=12105$). Een aantal resultaten laat een andere steekproefgrootte zien, omdat een selectie van de fans alleen die specifieke 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 marktonderzoeksbureau 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

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.

