



2012/13

EREDIVISIE FAN ONDERZOEK





INLEIDING

Het Eredivisie Fan Onderzoek heeft als doel de beleving, meningen en ervaringen van fans van clubs uit de Eredivisie in kaart te brengen. Duizenden fans doen mee aan het onderzoek en geven hun club daarmee waardevolle informatie. Dit rapport beschrijft de resultaten voor het seizoen 2012/'13 en laat de belangrijkste ontwikkelingen ten opzichte van de vorige seizoenen zien.

Sinds het seizoen 2009/'10 voert KNVB Expertise in samenwerking met de Eredivisie CV en marktonderzoeksbureau Blauw Research het Eredivisie Fan Onderzoek uit. Het onderzoek biedt fans de gelegenheid om duidelijk te maken wat er volgens hen goed gaat bij de club en wat beter kan.

Voor het onderzoek zijn geregistreerde seizoenkaart- en ClubCardhouders van alle clubs uitgenodigd. Het onderzoek is volledig online uitgevoerd. Fans hebben via e-mail een uitnodiging ontvangen om aan het onderzoek deel te nemen. Meer dan 45.000 fans van Eredivisieclubs hebben hun mening gegeven. Achterin dit rapport is een onderzoeksverantwoording opgenomen waarin de opzet en methode van het onderzoek staan beschreven.

In het onderzoek worden alle onderwerpen die voor fans van belang zijn onder de loep genomen. Hoe ervaren ze het bezoek aan een thuiswedstrijd, hoe blijven ze op de hoogte van hun club, wat vinden ze van de kaartverkoop en

vult de club haar maatschappelijke rol op goede wijze in? In dit rapport vindt u de resultaten van een geselecteerd aantal onderwerpen uit het onderzoek:

- Wedstrijdbezoek
- Sfeer en entertainment
- Voetbal in de maatschappij
- Beleving veiligheid en sportiviteit
- Kaartverkoop & uitgaven
- Nieuws, televisie en social media

Deze rapportage met resultaten van het Eredivisie Fan Onderzoek worden gedeeld met fans, clubs, sponsors, media en andere geïnteresseerden. Elke Eredivisieclub krijgt daarnaast inzicht in de resultaten van zijn eigen fans. Dit helpt de Eredivisieclubs toekomstig beleid en activiteiten nog beter aan te laten sluiten op de wensen van de fans.

Belangrijkste resultaten 2012/'13:

- Seizoenkaarthouders bezoeken bijna alle thuiswedstrijden van hun club (gemiddeld 15) en ook ClubCardhouders gaan regelmatig naar het stadion.
- Kinderen van Eredivisiefans bezoeken regelmatig een wedstrijd met hun ouders. Supporters die hun kinderen meenemen, zijn positiever over de kindvriendelijkheid van het stadion dan supporters die hun kinderen nooit meenemen.
- De sfeer in het stadion blijft onverminderd belangrijk. Fans zijn gemiddeld iets minder positief over de sfeer in het stadion dan vorig jaar. Om de sfeer te verbeteren zouden clubs volgens supporters aandacht moeten geven aan sfeeracties en entertainment in het stadion. Vooral jonge fans (onder 30 jaar) stellen entertainment in het stadion (zoals muziek en optredens) op prijs.
- Net als vorige seizoenen voelen supporters zich veilig in de stadions en hebben ze vrijwel nooit last van vervelende situaties.
- De kaartverkoop via internet blijft toenemen. Supporters geven dit seizoen weer meer geld uit aan de seizoenkaart en losse toegangskaarten.



INHOUD

INLEIDING	3	6 UITGAVEN WEDSTRIJDDAG	25
1 WEDSTRIJDBEZOEK	9	Uitgaven	25
Bezoek thuiswedstrijden	9	Uitgaven aan kaarten	25
Bezoek uitwedstrijden	9	Uitgaven op de wedstrijddag	25
Gezelschap	11	Waardering prijzen	25
Kidsclub	11	7 FANARTIKELEN	27
Kinderen in het stadion	11	Kopen van fanartikelen	27
Waardering stadionbezoek	15	Waardering fanshop	27
Catering	15	8 NIEUWS ROND DE CLUB	28
Internet in het stadion	15	Media en informatie	28
2 SFEER EN ENTERTAINMENT	16	Informatie van de club	28
Sfeer in het stadion	16	9 EREDIVISIE OP TELEVISIE	29
Entertainment	17	Televisie	29
3 BELEVING VEILIGHEID EN SPORTIVITEIT	20	Wedstrijden op internet	29
Sportiviteit en respect	20	10 SOCIAL MEDIA	31
Omgangsvormen	20	Eredivisiefans op sociale netwerken	31
Veiligheid	20	Informatievoorziening via sociale netwerken	31
4 VOETBAL IN DE MAATSCHAPPIJ	21	BIJLAGE: FANPROFIELEN	32
Maatschappelijke betrokkenheid	21	BIJLAGE: ONDERZOEKSVERANTWOORDING	33
Maatschappelijke projecten	21	COLOFON	34
5 KAARTVERKOOP	24		
Kaartverkoop	24		
Verkooppunten	24		
Waardering kaartverkoop	24		



86%

van de supporters vindt de Eredivisie een spannende competitie!

80%

vindt de Eredivisie een aantrekkelijke competitie! Dit is iets minder dan vorig seizoen (84%).



De Eredivisie is een spannende competitie

De Eredivisie is een aantrekkelijke competitie

De Eredivisie is een moderne competitie

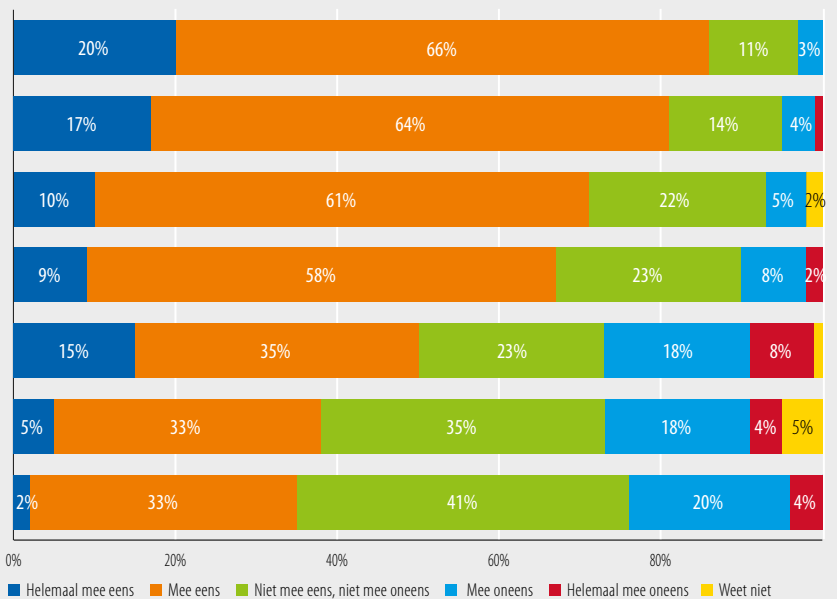
De Eredivisie herbergt (internationaal) toptalent

De Eredivisie is voor mij interessanter dan welke andere buitenlandse competitie dan ook

De Eredivisie is een financieel gezonde competitie

In de Eredivisie wordt kwalitatief goed gevoetbald

(n=46303)





67%

van de supporters vindt dat de Eredivisie
(internationaal) toptalent herbergt.

38%

vindt de Eredivisie een financieel
gezonde competitie!



LEEFTIJDSCATEGORIEËN



	Jonger dan 30 jaar 69% CC - 31% SCC € 61 fanartikelen	30-44 jaar 59% CC - 41% SCC € 60 fanartikelen	45-59 jaar 60% CC - 40% SCC € 48 fanartikelen	60 jaar en ouder 52% CC - 48% SCC € 25 fanartikelen
Heeft kinderen	7%	65%	80%	67%
Neemt kinderen mee naar het stadion	38%	65%	88%	76%
Waardering sfeer (zeer) goed	82%	83%	88%	91%
Waardering muziek (zeer) goed	69%	63%	60%	53%
Sportiviteit & respect uitstekend/goed	61%	48%	37%	30%
Maatschappelijke betrokkenheid (zeer) belangrijk	82%	86%	89%	92%
Behoeftte aan informatie via social media	68%	48%	34%	20%
Belang internet in het stadion (zeer) belangrijk	58%	56%	39%	21%

37%

REDEN NIET BEZOEKEN THUISWEDSTRIJDEN

De prijs van de kaartjes (37%) en de mogelijkheid om de wedstrijden live te volgen op tv of internet (25%) zijn steeds vaker redenen voor fans om niet alle wedstrijden van hun favoriete club te bezoeken (2011/'12: resp. 34% en 20%). Uitverkochte stadions zijn juist minder vaak een belemmering voor een bezoek aan het stadion (van 23% in 2009/'10 tot 11% in 2012/'13).

1

WEDSTRIJDBEZOEK

BEZOEK THUISWEDSTRIJDEN

Een groot deel van de supporters van clubs uit de Eredivisie bezoekt thuiswedstrijden in het stadion om hun favoriete club te steunen. In het seizoen 2012/'13 gaat 37% van alle fans (bijna) altijd naar de thuiswedstrijden van hun club. Het wedstrijdbezoek is iets toegenomen ten opzichte van 2012, maar supporters bezoeken nog wel minder wedstrijden dan in de seizoenen daarvoor.

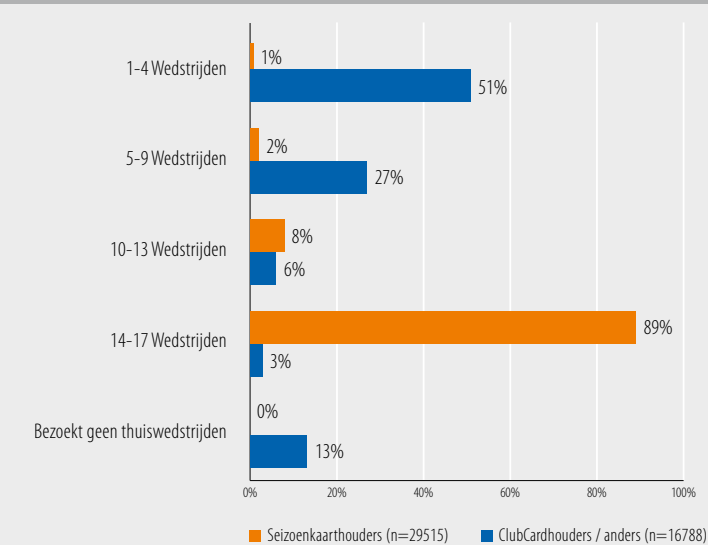
Seizoenkaarthouders bezoeken gemiddeld ruim vijftien wedstrijden in het stadion. Het aantal thuiswedstrijden dat seizoenkaarthouders bezoeken, ligt bij alle clubs tussen de 14 en 16. Ruim acht op de tien seizoenkaarthouders zijn van plan de kaart te verlengen voor het seizoen 2013/'14 (84%). Bij de beslissing om de kaart wel of niet te verlengen spelen vooral de prijs (48%) en de prestaties van de club (35%) een rol.

ClubCardhouders gaan weliswaar minder vaak, maar toch met enige regelmaat naar het stadion. In het seizoen 2012/'13 bezoeken zij gemiddeld vier thuiswedstrijden van hun favoriete club. De belangrijkste redenen om niet meer dan vier thuiswedstrijden te bezoeken zijn een gebrek aan tijd (47%) en de prijs van de kaartjes (37%). In Zwolle bezoeken fans zonder seizoenkaart de meeste thuiswedstrijden. Gemiddeld gaan zij dit seizoen zeven keer naar een thuiswedstrijd van PEC Zwolle.

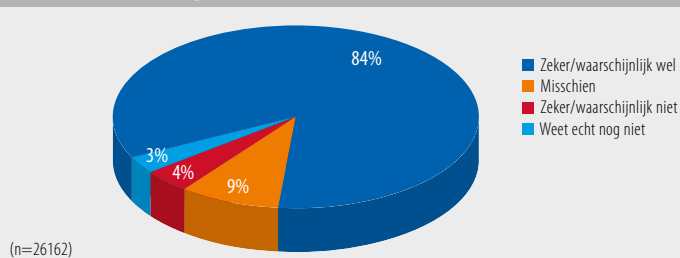
BEZOEK UITWEDSTRIJDEN

Naast de thuiswedstrijden gaan fans van Eredivisieclubs soms ook mee naar uitwedstrijden van hun club. In het seizoen 2012/'13 bezoekt een kwart van de fans tenminste één uitwedstrijd. Seizoenkaarthouders gaan vaker naar uitwedstrijden dan ClubCardhouders. Bijna vier op de tien seizoenkaarthouders bezoeken wel eens een wedstrijd op vreemde bodem (37%, tegenover 17% van de ClubCardhouders).

Bijwonen thuiswedstrijden



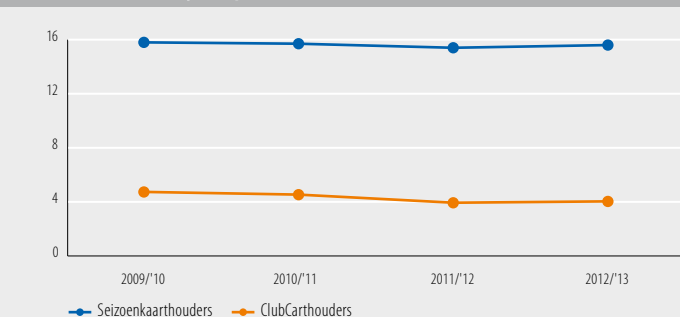
Seizoenkaart verlengen



Gemiddeld aantal thuis- en uitwedstrijden

Wedstrijd	2012/'13	
	Thuis	Uit
Seizoenkaarthouders	15,6	1,2
ClubCardhouders	4,0	0,3

Aantal thuiswedstrijden per seizoen



89%

Jongere supporters zijn zekerder over het verlengen van een seizoenkaart dan oudere supporters. 89% van de seizoenkaarthouders onder de 30 jaar is van plan de kaart te verlengen.

4,7

ClubCardhouders jonger dan 30 jaar gaan het vaakst naar thuiswedstrijden. Zij bezoeken gemiddeld 4,7 keer het stadion.

BEZETTINGSGRAAD EREDIVISIECLUBS TOT DE WINTERSTOP (23-12-2012). SEIZOEN 2012/'13

		Aantal thuiswedstrijden	Gemiddeld aantal toeschouwers	Stadion capaciteit	Bezettingsgraad
Heracles Almelo		9	8.393	8.550	98,16%
FC Twente		8	29.462	30.226	97,47%
AZ Alkmaar		9	16.120	17.000	94,82%
Ajax		9	49.864	52.656	94,70%
N.E.C. Nijmegen		9	11.833	12.500	94,66%
PSV		9	32.922	34.892	94,35%
SC Heerenveen		9	24.397	26.100	93,48%
FC Groningen		9	20.695	22.550	91,77%
NAC Breda		9	17.205	19.000	90,55%
VVV Venlo		10	6.971	8.000	87,14%
Feyenoord		9	44.444	51.175	86,85%
PEC Zwolle		9	10.619	12.500	84,95%
RKC Waalwijk		10	6.185	7.508	82,38%
Willem II		9	10.991	14.500	75,80%
FC Utrecht		9	17.330	23.950	72,36%
ADO den Haag		9	10.629	15.000	70,86%
Vitesse		9	17.386	25.000	69,54%
Roda JC		8	13.039	18.900	68,99%
Gemiddeld		9	19.179		86,05%

Bronnen:

Toeschouwers aantallen - Infostrada Sports

Stadion capaciteit - KNVB Expertise

> GEZELSCHAP

Eredivisiefans gaan nog steeds het liefst samen met vrienden naar het stadion (62%). Gemiddeld bestaat het gezelschap van de fans bij een bezoek aan het stadion uit ongeveer vier personen. Fans van FC Twente (4,8) en NAC Breda (4,6) gaan in vergelijking met andere clubs met de grootste groep naar thuiswedstrijden. Supporters van N.E.C. gaan het vaakst alleen naar het stadion (10%).

> KIDSClub

Bijna drie op de tien Eredivisiefans hebben kinderen in de leeftijd van nul tot twaalf jaar (29%). Bijna de helft van die kinderen is ook lid van de Kidsclub (44%). Vooral kinderen tussen de zeven en twaalf jaar oud zijn vaak lid van de Kidsclub. Kinderen van ADO Den Haag-supporters tussen nul en twaalf jaar zijn het vaakst lid van de Kidsclub (69%).

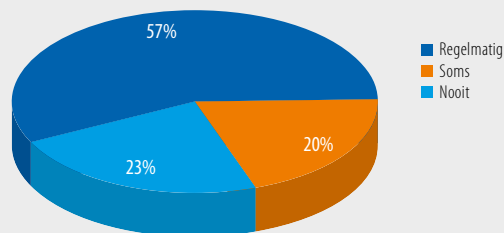
Bijna negen op de tien supporters met kinderen die lid zijn van een Kidsclub zijn tevreden over het lidmaatschap (86%). Het aantal supporters dat tevreden is met de Kidsclub neemt wel af ten opzichte van het vorige seizoen (2011/12: 91%). Bij RKC Waalwijk zijn vrijwel alle fans tevreden over de Kidsclub (97%).

> KINDEREN IN HET STADION

Supporters nemen geregeld hun kinderen mee naar het stadion. Ruim driekwart van de fans neemt soms of regelmatig hun kinderen mee naar de thuiswedstrijden van hun favoriete club. Kinderen die met hun ouders meegaan naar het stadion zijn vaak tussen de zeven en vijftien jaar oud. ClubCardhouders (80%) nemen vaker kinderen mee naar een thuiswedstrijd dan dat seizoenkaarthouders dat doen (75%). Fans van FC Utrecht nemen het vaakst van alle clubs hun kinderen mee naar het stadion (81%).

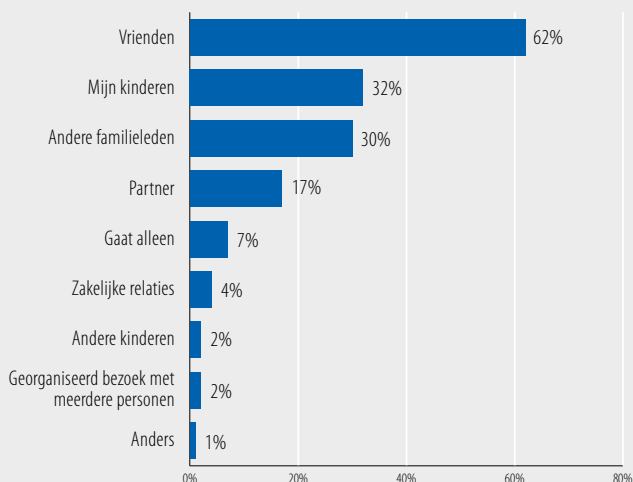
Fans van Eredivisieclubs zijn tevreden over de kindvriendelijkheid van de stadions. Ruim de helft (54%) van de fans vindt de kindvriendelijkheid (zeer) goed en vrijwel niemand is ontevreden. Opvallend is dat supporters die hun kinderen meenemen naar het stadion positiever zijn over de kindvriendelijkheid (66%) dan supporters die hun kinderen nooit meenemen (41%).

Kinderen mee naar het stadion



(n=26162) Basis: Eredivisiefans met kinderen

Gezelschap stadionbezoek



(n=44022)

Grootte gezelschap stadionbezoek



77%

van de supporters neemt soms of regelmatig hun kinderen mee naar het stadion.



Club	Kidsclub Kids t/m ca. 12/13 jaar	Mascotte
	ADO Kids	Storky
	Ajax Kids Club	Lucky (Lynx)
	De Waaghalzen	Herry & Berry
	Kameraadjes	Coentje
	FC Groningen Junior Club	Groby
	Junior Heroes	Heero
	HeraKids	Bultje
	Young Yellow Army	Geen
	N.E.C. Juniors	Bikkel

Club	Kidsclub Kids t/m ca. 12/13 jaar	Mascotte
	Youth United	Zwolfje
	PSV Phoxy Club	Phoxy
	Kids Club RKC WAALWIJK	RiKCy
	Roda Rakkers	Lucky
	FC Twente Kidsclub	Geen
	FC Utrecht Junior Tigers	Tiger en Tigergirl
	Vitesse Kids Club	Hertog
	Koelkids	Koelie
	WII Kings	Kingo

67%

Volgens supporters van SC Heerenveen is het Abe Lenstra stadion het meest kindvriendelijke stadion in de Eredivisie. Tweederde van de Friese supporters is positief over de kindvriendelijkheid.



93%

Supporters van Vitesse zijn het meest positief over een bezoek aan het Gelredome stadion (93% (zeer) goed).

Ook supporters van Heerenveen (91%), PSV (90%) en AZ (90%) zijn heel vaak tevreden over het stadionbezoek.

43%

Supporters van PEC Zwolle gebruiken het vaakst internet in het stadion (43%).

Sinds dit seizoen is het IJsseldeltastadion in Zwolle het eerste stadion in Nederland met volledige WIFI-dekking.



> WAARDERING STADIONBEZOEK

Voor ruim acht op de tien supporters is een bezoek aan het stadion een positieve ervaring (83%). Het stadionbezoek wordt wel iets minder goed gewaardeerd dan het vorige seizoen (88% (zeer) goed). Seizoenkaarthouders beoordelen het stadionbezoek beter (87%) dan ClubCardhouders (84%).

De toegangscontrole en beveiliging zijn vaak de eerste aspecten die de ervaring tijdens een wedstrijddag kunnen beïnvloeden. Ongeveer driekwart van de supporters is positief over de klantvriendelijkheid van de stewards (77%) en de toegangscontrole (74%). Vooral supporters van 55 jaar en ouder zijn hier tevreden over (resp. 85% en 80%). De toiletten zorgen minder vaak voor een positieve ervaring. Een kleine meerderheid (60%) is tevreden, maar 15% vindt de toiletten in het stadion (zeer) slecht en er zijn grote verschillen tussen clubs.

> CATERING

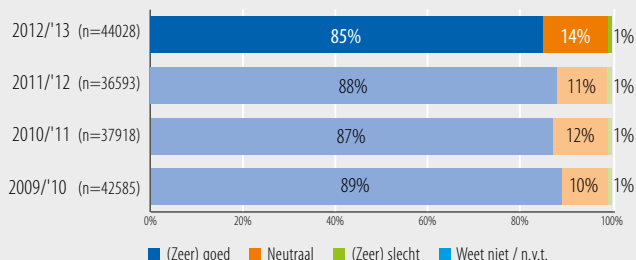
Acht op de tien supporters (79%) bezoeken in het stadion één van de cateringgelegenheden. Net als voorgaand seizoen is over de meeste onderdelen van de catering niet meer dan de helft van de fans tevreden, maar zijn er wel grote verschillen per club. De catering bij FC Groningen wordt goed beoordeeld. De beoordeling van de klantvriendelijkheid van het cateringpersoneel in Euroborg is zelfs het beste van alle Eredivisieclubs (79%).

> INTERNET IN HET STADION

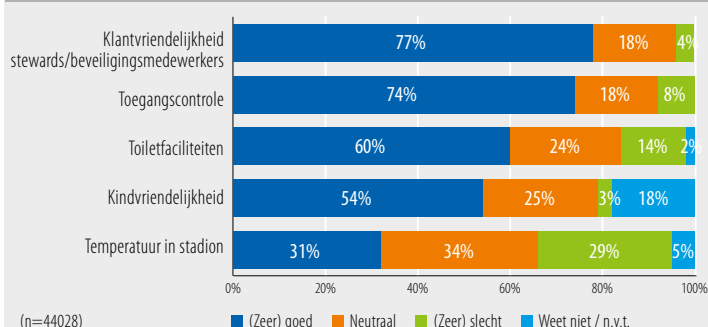
Steeds meer Eredivisiefans zijn in het bezit van een smartphone (vorig seizoen nog 58%, nu 72%). Zij zijn gewend geraakt om overal gebruik te kunnen maken van mobiel internet en zouden ook tijdens thuiswedstrijden graag online willen zijn.

Bijna de helft (45%) van de Eredivisiefans vindt het (zeer) belangrijk om gebruik te kunnen maken van internet tijdens het stadionbezoek. Nu gebeurt dat echter nog weinig. Slechts 16% van de supporters gebruikt mobiel internet of WIFI in het stadion. Een grote groep (42%) heeft dit wel geprobeerd, maar het internet werkt niet.

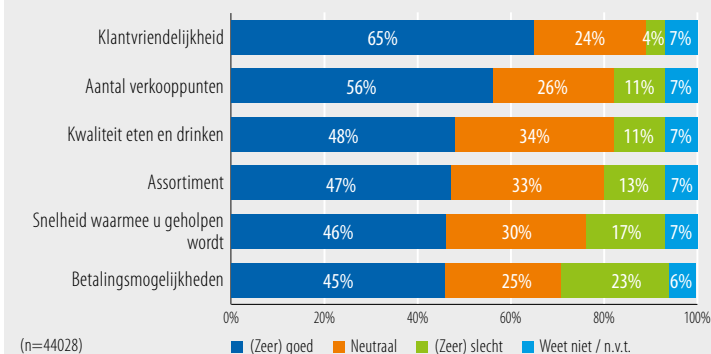
Waardering stadionbezoek algemeen



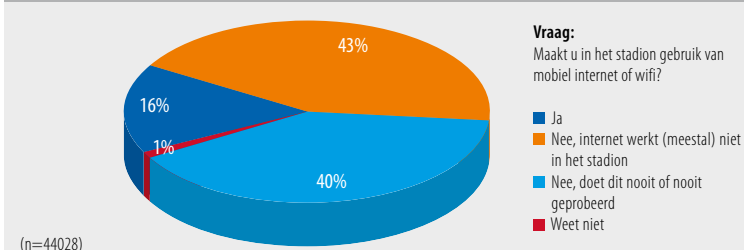
Waardering aspecten stadionbezoek



Waardering catering



Internet in stadion



62%

Jonge supporters (onder de 30 jaar) hebben het vaakst ervaren dat internet in het stadion niet werkt (62%). Dit is ook de groep die het meeste belang hecht aan gebruik van internet tijdens wedstrijdbezoek.



"Zorgen dat er ook wijn wordt geschonken bij de cateringpunten. Er zijn veel dames die graag een wijntje drinken maar helaas is er dat niet."

"Zorgen voor goede broodjes zoals een broodje beenham."

"Graag de koffiecormer weer terug, is ideaal als je alleen koffie wilt en gaat snel."

2

SFEER EN ENTERTAINMENT

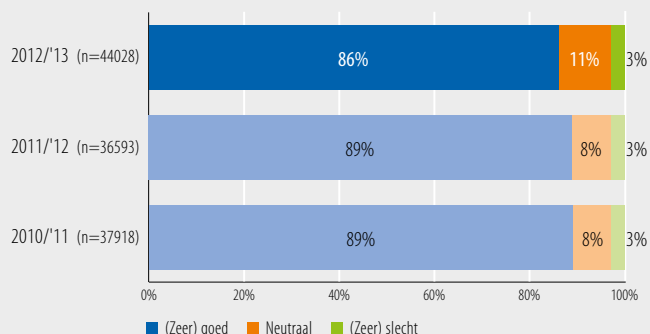
› SFEER IN HET STADION

De sfeer en beleving in het stadion is een belangrijke reden om wedstrijden te bezoeken. Vrijwel alle fans vinden de stadionsfeer dan ook (zeer) belangrijk (94%). ClubCardhouders (96%) vinden een goede sfeer nog iets vaker belangrijk dan seizoenkaarthouders (93%).

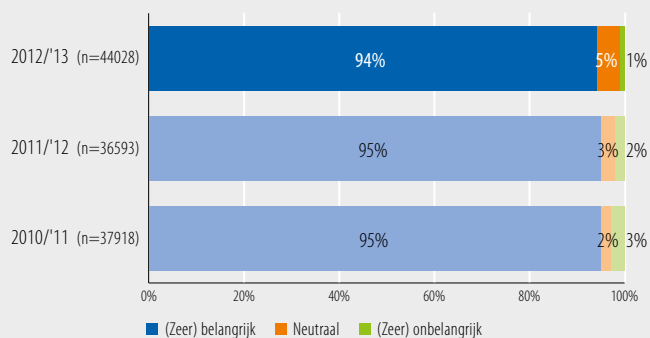
De sfeer in de Eredivisiestadions wordt heel goed gewaardeerd door de fans. Bijna negen op de tien fans zijn positief over de sfeer in het stadion (86%).

Verskillende elementen in het stadion helpen mee aan een goede sfeer. Sfeeracties door supporters wordt door een groot aantal fans (zeer)goed beoordeeld (2012/'13: 83% ; 2011/'12: 85%). Ook de vocale ondersteuning wordt door veel fans als (zeer) goed beoordeeld (2012/13: 75% ; 2011/'12: 79%). Deze best gewaardeerde sfeerelementen zorgen er dan ook voor dat fans het belangrijk vinden dat clubs de mogelijkheid bieden aan supporters om sfeeracties te organiseren(44%).

Waardering sfeer



Belang sfeer

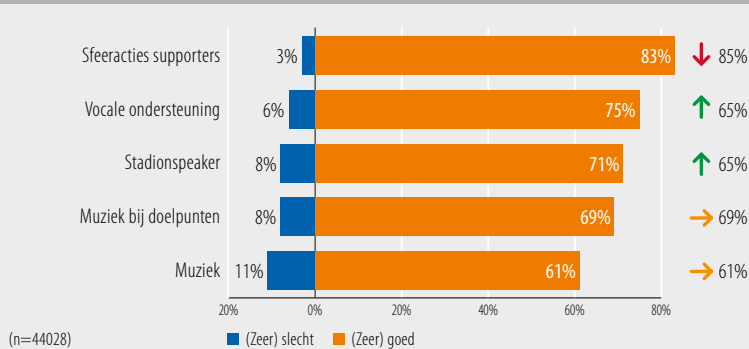


> ENTERTAINMENT

Entertainment, zoals muziek en optredens, kan bijdragen aan de sfeer in het stadion. ClubCardhouders hechten meer waarde aan entertainment in het stadion dan seizoenkaarthouders. Vooral fans jonger dan 30 jaar vinden het leuk als de club aandacht heeft voor entertainment rondom de wedstrijd. De waardering van muziek en optredens verschilt wel sterk per club.

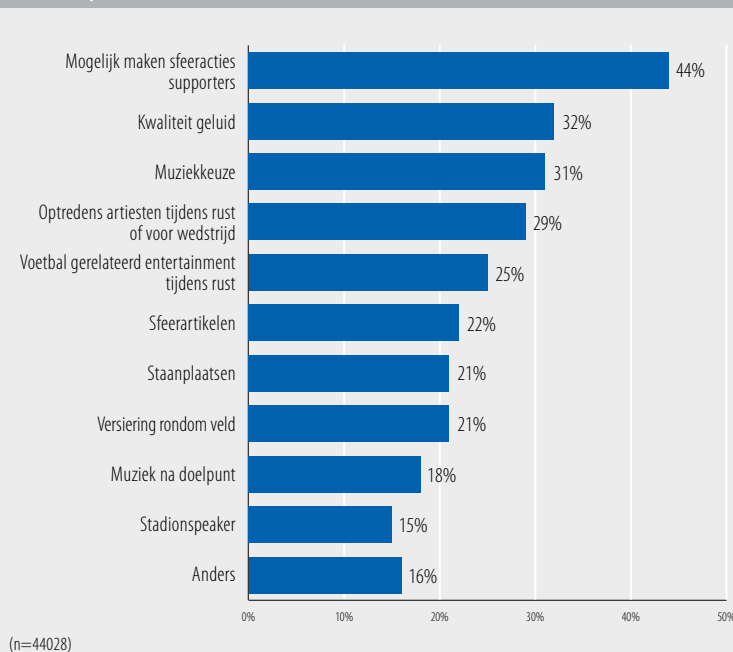
Iets meer dan zes op de tien Eredivisiefans zijn positief over de muziek in het stadion (61%). ClubCardhouders zijn enthousiaster over de muziek (69%) dan seizoenkaarthouders (58%). In het Polman stadion is de muziek het beste volgens fans van Heracles Almelo (72% (zeer) goed). De meeste clubs hebben hun eigen specifieke muziek bij een doelpunt. Tweederde van de fans is blij met de muziek die in het stadion wordt gespeeld na een doelpunt (69%).

Waardering entertainment (top5)



De pijlen achter bovenstaande grafiek geven de ontwikkeling aan ten opzichte het seizoen 2011/12. De percentages naast de pijl zijn het resultaat uit 2011/12.

Verbeterpunten sfeer



91%

Oudere supporters (60+) zijn het meest tevreden over de sfeer in het stadion. Meer dan negen op de tien van hen vindt de sfeer (zeer) goed (91%).



“Meer sfeer en betere muziek keuze tijdens doelpunten en in de rust en na de wedstrijd.”

“Meer sfeer rond en in het stadion, door vlaggetjes en confetti.”





“Meer ruimte voor
het maken van sfeer
door de supporters.

Dat zou kunnen door meer
spandoeken toe te laten.”

97%

Supporters van Feyenoord hechten het meeste belang aan een goede sfeer in het stadion. In Rotterdam-Zuid vindt 97% van de supporters de sfeer (zeer) belangrijk.

De sfeer in Stadion Feijenoord wordt bovendien het beste gewaardeerd. Vrijwel elke fan (98%) vindt de sfeer (zeer) goed.



BELEVING VEILIGHEID EN SPORTIVITEIT

› SPORTIVITEIT EN RESPECT

Door de massale belangstelling voor de Eredivisie in Nederland dragen spelers en trainers een waardevolle voorbeeldfunctie met zich mee. Het uitdragen van sportiviteit en respect naar elkaar is belangrijk voor zowel spelers als trainers in deze positie.

Ruim vier op de tien supporters vinden dat het met sportiviteit en respect in de Eredivisie goed of zelfs uitstekend is gesteld (43%). Een iets groter deel (47%) beoordeelt het echter matig.

Iets meer dan een derde van de fans zegt (zeer) positief te zijn over het accepteren van de beslissingen van de scheidsrechter (36%) en het aanspreken van mede-supporters op ongewenst gedrag (34%). Positiever zijn de fans over het gevoel van welkom dat ze krijgen bij een bezoek aan het stadion (87% (zeer) positief).

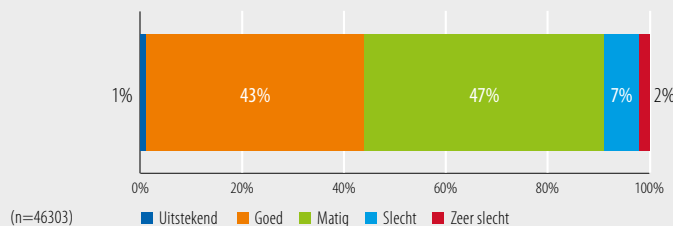
› OMGANGSVORMEN

Over de omgang tussen spelers, trainer en scheidsrechter zijn de meeste supporters tevreden. Fans van Ajax zijn het meest positief over de manier waarop hun trainer omgaat met de spelers en scheidsrechter. Vrijwel alle Ajax-supporters beoordelen de omgang van Frank de Boer met de spelers (97%) en met de scheidsrechter (92%) goed of uitstekend.

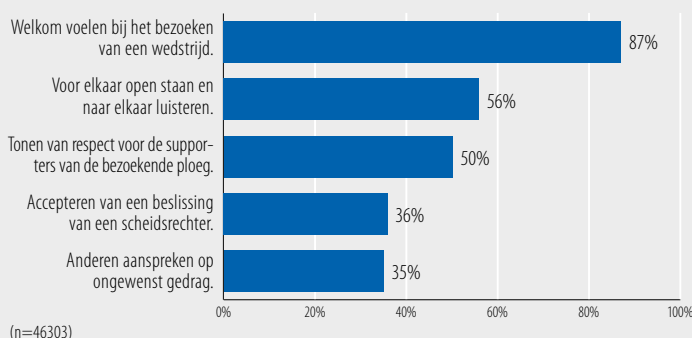
› VEILIGHEID

Net als vorig seizoen zegt driekwart van de supporters zich altijd veilig te voelen in het stadion (74%) en hebben stadionbezoekers zelden tot nooit last van vervelende situaties zoals geweld (84%). Vooral in de stadions van SC Heerenveen en AZ Alkmaar voelen veel supporters zich veilig. Bijna negen op de tien (86%) van de wedstrijdbezoekers voelen zich daar altijd veilig.

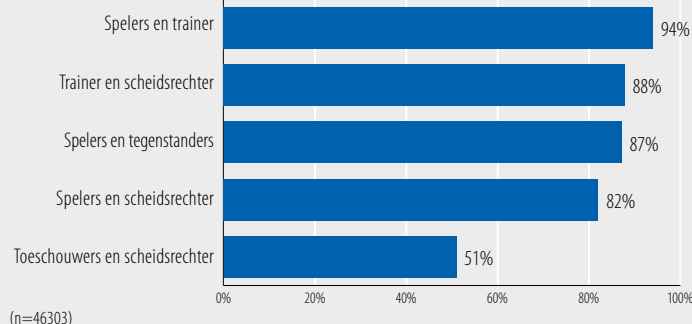
Sportiviteit en respect



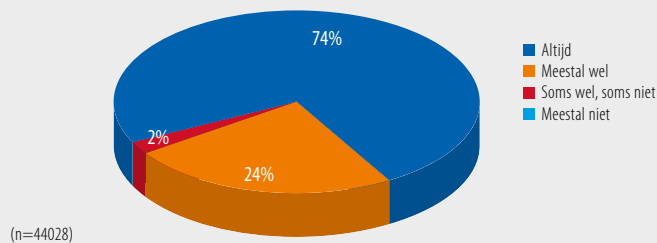
Onderdelen Sportiviteit & Respect (goed/uitstekend)



Omgangsvormen tussen... (goed/uitstekend)



Gevoel van veiligheid



98%

Bijna alle supporters in de Eredivisie voelen zich altijd of meestal veilig in het stadion (98%).



“Blijf respect houden voor de tegenstander.”

“Minder verbaal geweld bij beslissingen van scheidsrechter, en positiever opstellen tegenover supporters van de tegenstander.”

4

VOETBAL IN DE MAATSCHAPPIJ

MAATSCHAPPELIJKE BETROKKENHEID

Net als vorig seizoen vinden bijna negen op de tien fans de maatschappelijke betrokkenheid van de club (zeer) belangrijk (87%) en zien zij het als een positieve ontwikkeling dat hun club betrokken is bij sociale doelen in de maatschappij.

Oudere supporters vinden de maatschappelijke betrokkenheid van hun favoriete club belangrijker dan jonge supporters. Ruim negen op de tien supporters ouder dan 60 jaar (92%) vinden de maatschappelijke betrokkenheid (zeer) belangrijk. Ook hechten vrouwen meer waarde aan de maatschappelijke rol van de club (90%) dan mannelijke supporters (87%).

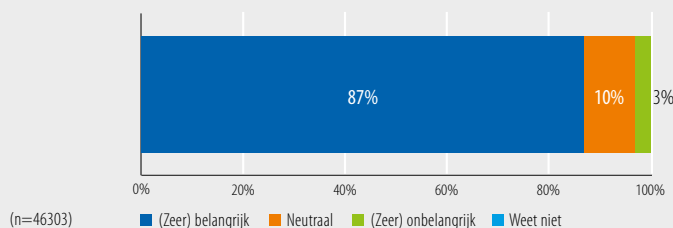
MAATSCHAPPELIJKE PROJECTEN

Ondanks het belang dat ze hechten aan maatschappelijke betrokkenheid weet nog steeds meer dan de helft van de supporters niet precies welke maatschappelijke acties hun club onderneemt (51%). Dat is zelfs weer iets meer dan vorig seizoen (49%). Seizoenkaarthouders (49%) zijn beter op de hoogte dan ClubCardhouders (37%) over de activiteiten van de club. Supporters van FC Twente weten het meeste over de maatschappelijke activiteiten van hun club. In Enschede weten iets meer dan zes op de tien supporters (ongeveer) welke activiteiten de club onderneemt (61%).

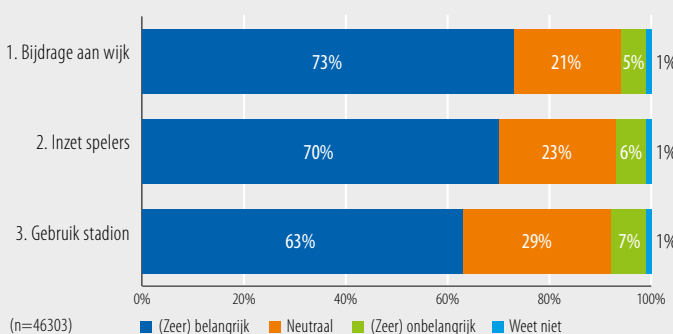
Supporters vinden het belangrijk dat hun club een proactieve bijdrage levert aan de ontwikkeling van de wijk, stad of omgeving waarin de club zich bevindt (73%). Daarnaast zien supporters in maatschappelijke activiteiten een rol weggelegd voor spelers en technische staf (70%). Supporters van Heracles Almelo (79%) en Willem II (74%) hechten het meeste waarde aan de inzet van eigen spelers.

De belangrijke maatschappelijke thema's zijn volgens de Eredivisiefans het bevorderen van sportiviteit en respect op en rondom de voetbalvelden (41%) en het bevorderen van een gezonde levensstijl en meer beweging onder jongeren (33%).

Belang maatschappelijke betrokkenheid



Belang maatschappelijke activiteiten



Vraag:

- Hoe belangrijk vindt u het dat uw club een proactieve bijdrage levert aan de ontwikkeling van wijk, stad of directe omgeving waarin zij zich bevindt?
- Hoe belangrijk vindt u het dat spelers en technische staf van uw club worden verplicht om zich in te zetten voor maatschappelijke activiteiten?
- Hoe belangrijk vindt u het dat het stadion van uw club – buiten wedstrijddagen – beschikbaar is voor andere activiteiten, bijvoorbeeld maatschappelijke activiteiten?

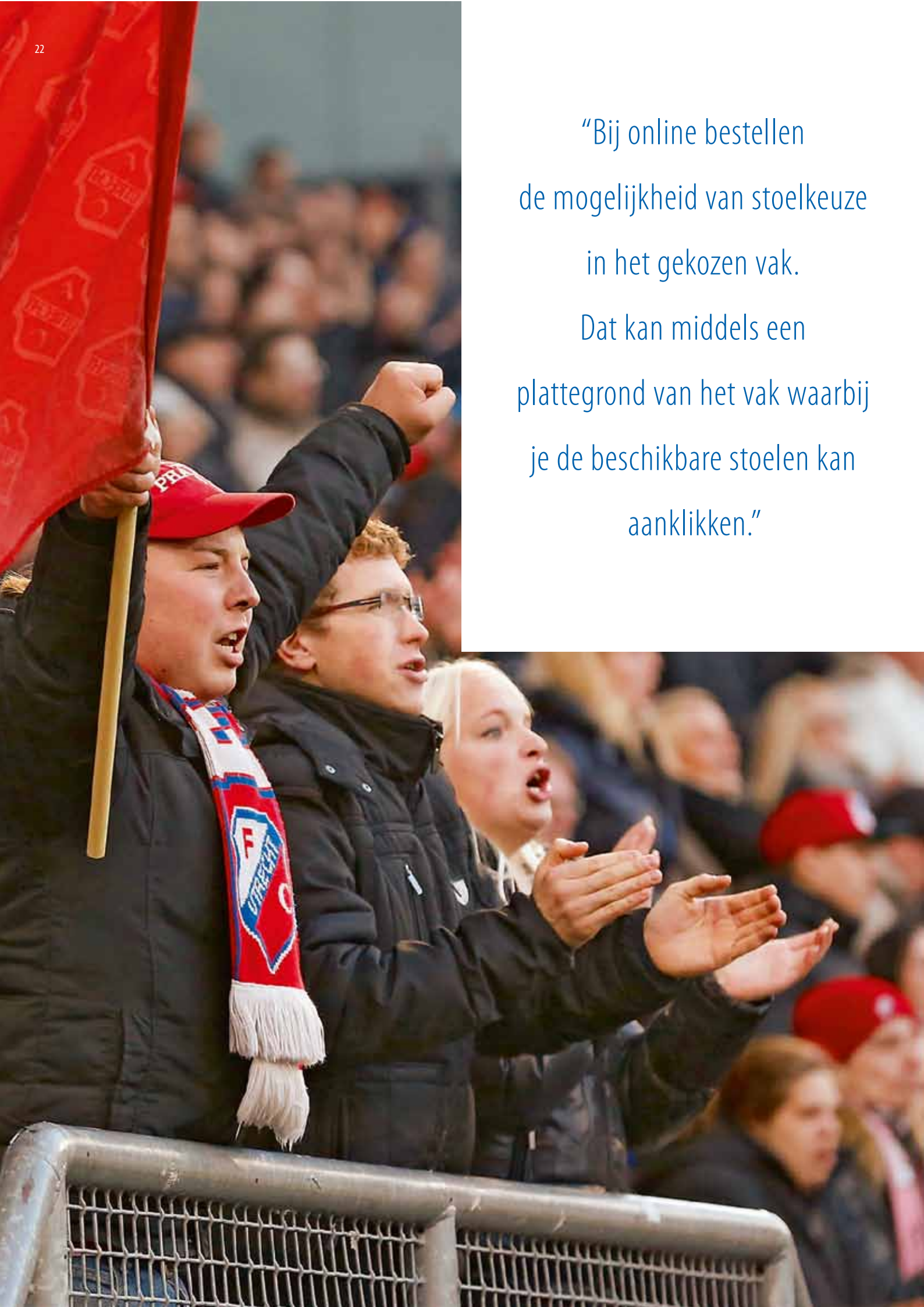


“Sympathie kweken door zich (veel) meer bezig te houden met maatschappelijke aspecten binnen de samenleving.”

“Zorg voor meer maatschappelijke betrokkenheid tot in de wijken. Dit spreekt jongeren aan.”

Fans van Heracles Almelo hechten het meeste belang aan de maatschappelijke rol van hun club. In Almelo vinden meer dan negen op de tien supporters de maatschappelijke verantwoordelijkheid (zeer) belangrijk (91%).

Oudere supporters vinden alle verschillende maatschappelijke projecten belangrijker dan hun jongere medesupporters. Zowel de bijdrage aan de wijk, de inzet van spelers als het gebruik van het stadion is voor meer dan zeven op de tien 60-plussers (zeer) belangrijk. Ze hechten bovendien veel waarde aan het bevorderen van sportiviteit en respect (47%).



“Bij online bestellen
de mogelijkheid van stoelkeuze
in het gekozen vak.
Dat kan middels een
plattegrond van het vak waarbij
je de beschikbare stoelen kan
aanklikken.”



“Spelers inzetten voor
betere relatie tussen
verenigingen wat dan over
moet slaan op supporters
die elkaar gaan respecteren.”

“Aantrekkelijker maken
voor mensen
die met meer komen.
Familiekorting etc.”



5

KAARTVERKOOP

KAARTVERKOOP

Supporters die niet in het bezit zijn van een seizoenkaart kopen losse kaarten voor het bezoek aan een thuiswedstrijd van hun favoriete club. Voor sommige wedstrijden gebruiken ze daarvoor de persoonsgebonden ClubCard. Ook seizoenkaarthouders maken gebruik van de mogelijkheid losse kaarten te kopen. Ruim zes op de tien seizoenkaarthouders kopen wel eens een extra kaartje voor een thuiswedstrijd. Supporters met een seizoenkaart van Vitesse doen dit het vaakst (84%).

VERKOOPPUNTEN

De rol van het internet in de aankoop van losse toegangskaarten groeit ook dit seizoen. Waar in het seizoen 2011/'12 nog 43% van de Eredivisiefans losse kaarten kocht op het internet is dat dit seizoen 46% van alle fans. Supporters die hun kaarten bestellen via het internet doen dit in ruim acht op de tien gevallen op de clubwebsite (84%). Fans van Ajax bestellen hun kaarten het vaakst op internet (62%) en doen dat ook het meest via de clubwebsite (90%).

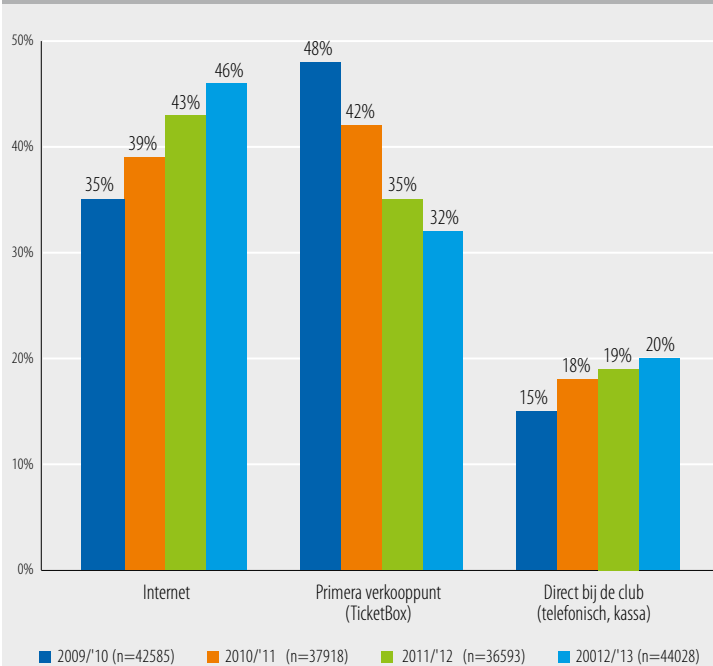
De stijging van het gebruik van het internet om kaarten te kopen gaat gepaard met een afname van de populariteit van de Ticketbox verkooppunten (2012/'13: 32%; 2011/'12: 35%).

De mogelijkheid om kaarten direct bij de club te kopen, bijvoorbeeld bij de stadionkassa, blijft populair (20%). Supporters van Roda JC (63%) en RKC Waalwijk (60%) kopen hun kaarten het vaakst bij de kassa van de club.

WAARDERING KAARTVERKOOP

Supporters zijn in vergelijking met vorig seizoen vaker tevreden over de informatie die ze van de club krijgen over de kaartverkoop (2012/'13: 83% (zeer) goed; 2011/'12: 80% (zeer) goed). Vooral de supporters van PSV (90%) vinden dat ze goed worden geïnformeerd door hun club over de verkoop van toegangskaarten.

Aankoop losse kaarten



64%

Vooraf jonge supporters (onder de 30 jaar) kopen vaak toegangskaarten via internet (64%).



"Kaartverkoop combineren met een etentje vooraf in het stadion."

"Kaartverkoop makkelijker maken zoals vroeger in de woonplaats bij de sigarenboer."

6

UITGAVEN WEDSTRIJDDAG

> UITGAVEN

Supporters geven gedurende het seizoen niet alleen geld uit aan de aanschaf van kaartjes voor thuiswedstrijden. Fans van clubs uit de Eredivisie kopen eten en drinken in en rondom het stadion bij de verschillende cateringgelegenheden en geven geld uit aan fanartikelen in de fanshop en op internet.

> UITGAVEN AAN KAARTEN

Supporters geven het meeste geld uit aan de toegangsbewijzen voor thuiswedstrijden van hun club. Zowel de uitgaven van seizoenkaarthouders (aan hun seizoenkaart), als de uitgaven van ClubCardhouders aan losse toegangskaarten zijn toegenomen ten opzichte van vorig jaar.

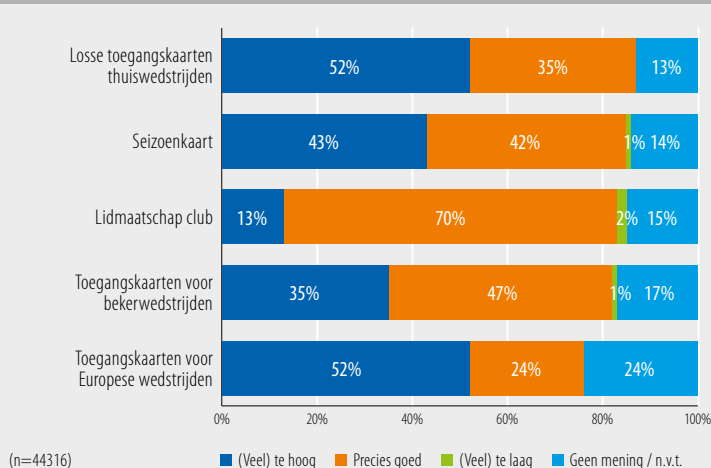
> UITGAVEN OP DE WEDSTRIJDDAG

Vier op de vijf supporters kopen iets te eten of drinken (81%) op de wedstrijddag. In het seizoen 2012/'13 geven Eredivisiefans per thuiswedstrijd gemiddeld € 11 euro uit bij de cateringgelegenheden in en rondom het stadion. ClubCardhouders (€ 15) besteden meer dan seizoenkaarthouders (€ 12). Supporters van NAC Breda besteden het meeste bij de catering in het Rat Verlegh stadion. Op een gemiddelde wedstrijddag geven zij € 18 uit aan eten en drinken.

> WAARDERING PRIJZEN

De ontevredenheid over de prijzen van losse toegangskartjes neemt iets toe. Ruim de helft van de fans vindt de prijzen voor losse toegangskartjes (52%) (veel) te hoog. Dit is een lichte stijging ten opzichte van het vorige seizoen (50%). De seizoenkaart is volgens ruim vier op de tien supporters te duur (43%) (2011/'12: 45%).

Waardering prijzen



“Bij minder aantrekkelijke wedstrijden, scholen en amateurvoetbalclubs de kaartjes geven voor een vriendelijke prijs (of gratis).”

“Bij bekerwedstrijden de prijs van een kaartje zo laag mogelijk houden als je bijvoorbeeld tegen een amateurploeg of eerste divisieploeg loot.”

“Meer speciale
aanbiedingen voor
seizoenkaarthouders
in de fanshop.”

“Benut regionaal nieuws door
vaker te adverteren in de regio
via huis aan huis bladen en kranten.

Van daaruit kan men mensen
weer enthousiast maken om meer
naar het stadion te komen.”



7

FANARTIKELLEN

► KOPEN VAN FANARTIKELLEN

De meeste Eredivisieclubs bieden een uitgebreid assortiment fanartikelen aan. Met wedstrijdkleding, sjaals en vlaggen laten fans zien wat hun favoriete club is. Eredivisie-fans kopen minder fanartikelen dan vorige seizoenen. Ruim zes op de tien supporters kopen merchandise van de club (61%) (2011/'12: 65%). Niet alleen kopen supporters minder vaak fanartikelen, ook geven ze minder uit. De uitgaven aan merchandise dalen van € 54 in 2011/'12 naar € 51 in het huidige seizoen.

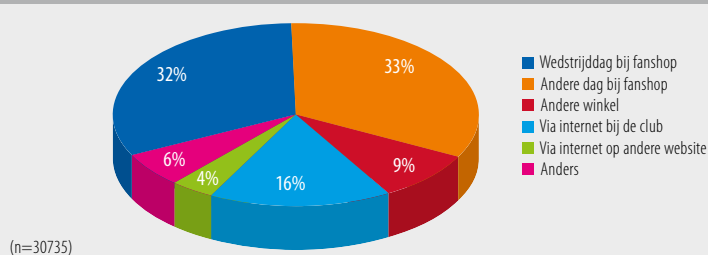
Supporters tot 59 jaar (€ 56) geven meer geld uit aan merchandise dan 60-plussers (€ 25). Deze oudere generatie koopt ook veel minder vaak fanartikelen (47%) dan jongere supporters (67%). Het aantal supporters dat merchandise koopt loopt erg uiteen per club, van 36% tot 75% van de fans. Supporters van de traditionele top 3 geven het meest geld uit aan merchandise van de club: Ajax (€ 66), Feyenoord (€ 65) en PSV (€ 63).

Eredivisiefans kopen fanartikelen het liefst bij de officiële fanshop van de club. Bijna tweederde van de supporters koopt hun fanartikelen bij de fanshop (65%), op de wedstrijddag (32%) of een andere dag (33%). De fanshop is vooral populair onder seizoenkaarthouders (78%). ClubCardhouders kopen hier minder vaak fanartikelen (57%) maar kiezen vaker voor een webshop. Ruim een kwart van de ClubCardhouders bestelt fanartikelen online (26%), tegenover één op de tien seizoenkaarthouders (11%). Meestal doen ze dit bij de online shop op de website van de club (21%).

► WAARDERING FANSHOP

Supporters zijn nog altijd positief over de fanshops van Eredivisieclubs. Belangrijk voor een goede fanshop is natuurlijk een uitgebreid assortiment. Bijna driekwart van de supporters van clubs in de Eredivisie (73%) is hier tevreden over. Niet alleen het assortiment maar ook de klantvriendelijkheid van fanshop-medewerkers en de uitstraling van de winkel worden goed gewaardeerd (77% (zeer) goed). Supporters van PSV waarderen de klantvriendelijkheid in de eigen fanshop het beste (84%).

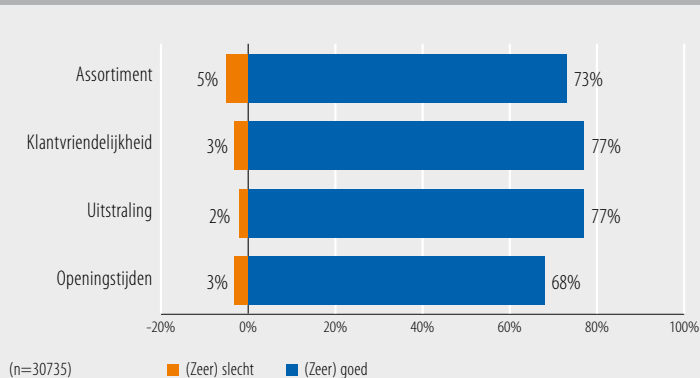
Locatie kopen fanartikelen



Gemiddelde uitgaven fanartikelen

	2012/'13	2011/'12	2010/'11
Seizoenkaarthouders	€ 52	€ 58	€ 58
ClubCardhouders	€ 50	€ 51	€ 55

Waardering fanshop



74%

Oudere supporters kopen minder fanartikelen dan jongere supporters, maar als zij merchandise willen kopen gaan ze wel het liefst naar de fanshop (74%).



“Een groter aanbod van kinderkleding in de fanshop.”

“Een officiële fanshop in de binnenstad openen is echt een must.”

“De klantvriendelijkheid van de medewerkers van de fanshop moet verbeteren. Deze is nu heel erg slecht, ze zijn heel onvriendelijk!”

NIEUWS ROND DE CLUB

► MEDIA EN INFORMATIE

Supporters gebruiken veel mediakanalen om van hun club op de hoogte te blijven. Niet alleen internet, maar ook kranten en radio spelen in deze informatievoorziening nog steeds een belangrijke rol. Seizoenkaarthouders maken meer gebruik van de verschillende informatiebronnen om nieuws over de club te volgen dan ClubCardhouders.

Om op de hoogte te blijven over de club kijken supporters het meest naar televisie. Ruim acht op de tien fans volgen het nieuws over de club via televisie (83%). Supporters kijken ook naar Teletekst op televisie (45%) en naar regionale programma's (29%). Vooral fans van VVV-Venlo (57%) kijken veel naar lokale televisiezenders.

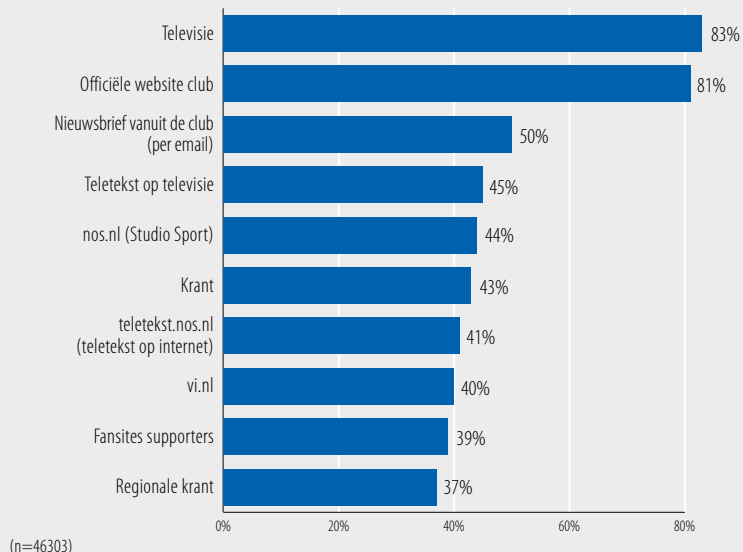
Ook het internet is een belangrijke bron van informatie voor het laatste nieuws rondom de club. Ruim acht op de tien supporters bezoeken de officiële clubwebsite (81%) om op de hoogte te blijven van het laatste nieuws. Supporters van FC Twente kijken het vaakst op de clubwebsite voor het laatste nieuws (90%). Andere populaire websites zijn NOS.nl (44%) en VI.nl (40%).

► INFORMATIE VAN DE CLUB

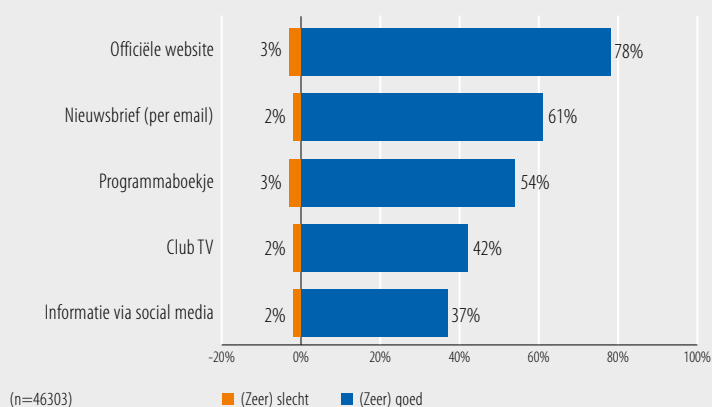
Eredivisiesupporters zijn wisselend positief over de manier waarop de club hen van informatie voorziet. Het meest positief zijn de fans over de clubwebsite. Bijna vier op de vijf fans zijn (zeer) positief over de site van hun club (78%). Vooral supporters van PSV zijn enthousiast over hun clubwebsite. In Eindhoven vinden bijna negen op de tien supporters de website PSV.nl (zeer) goed (87%).

Supporters kunnen zich bij hun club ook inschrijven voor een nieuwsbrief met het laatste nieuws via de e-mail. De nieuwsbrief wordt dit seizoen gemiddeld beter beoordeeld dan in de voorgaande jaren. Meer dan zes op de tien supporters vinden de informatie die ze krijgen via email (zeer) goed (61%) (2011/'12: 57%). De nieuwsbrief wordt vooral door supporters van Heracles Almelo positief beoordeeld. Ruim acht op de tien supporters uit Almelo vinden de nieuwsbrief die ze van de club ontvangen (zeer) goed (85%).

Belangrijkste nieuwsbronnen (top 10)



Waardering informatievoorziening club



53%

Voor supporters jonger dan 30 zijn ook de officiële Facebook (53%) en Twitter (31%) pagina van de club belangrijke nieuwsbronnen.



"Snellere informatievoorziening via de clubwebsite. Vaak lees ik dingen via andere kanalen nog voordat de club ze zelf kenbaar maakt (onder andere wedstrijdverslagen en dan zeker ook die van de beloften en jeugd)."

"Probeer de eigen website up-to-date te houden. Dat lijkt me belangrijk voor een professionele uitstraling."

9

EREDIVISIE OP TELEVISIE

> TELEVISIE

Naast het nieuws over de club volgen supporters ook de wedstrijden in de Eredivisie op televisie. Op televisie zijn de live wedstrijden van de clubs te volgen via Eredivisie Live en worden de samenvattingen (als eerste) uitgezonden door de NOS.

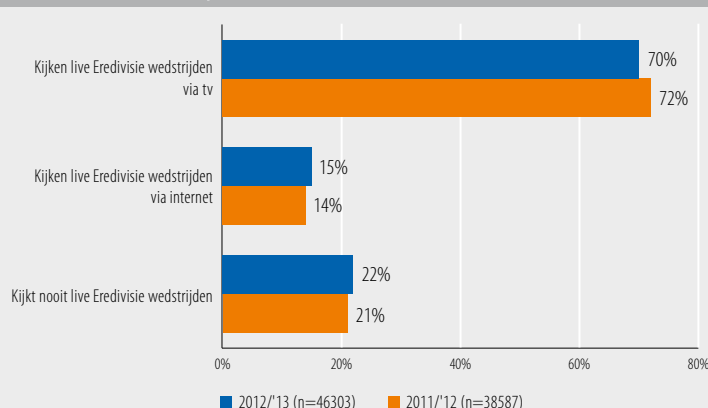
Vrijwel alle Eredivisiesupporters kijken de samenvattingen via de NOS (91%). De samenvattingen zijn ook te bekijken op Eredivisie Live. Van de abonnees van Eredivisie Live kijkt 42% ook samenvattingen op die zender.

Zeven op tien supporters kijken naar live wedstrijden via Eredivisie Live (70%). Bijna de helft van de fans heeft een abonnement op de betaalzender (47%). Vooral jonge fans (onder de 35 jaar) kijken vaak live wedstrijden op televisie (74%).

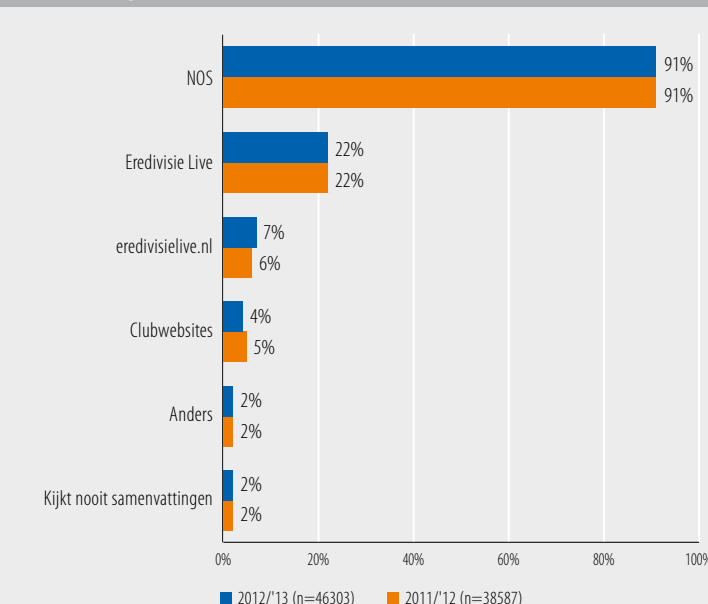
> WEDSTRIJDEN OP INTERNET

De mogelijkheden om Eredivisiewedstrijden op internet te bekijken worden steeds groter. Zowel samenvattingen als live wedstrijden zijn online te bekijken. De samenvattingen worden door een kleine groep bekeken via de website van Eredivisie Live (7%) en de clubwebsite (4%). Eén op de zeven fans volgt live wedstrijden op het internet (15%). Fans van Ajax kijken het vaakst live wedstrijden online. Bijna twee op de tien fans van de Amsterdamse club maken gebruik van deze mogelijkheid (18%).

Live Eredivisiewedstrijden



Samenvattingen Eredivisie



94%

Waar het gaat om het kijken van samenvattingen zijn oudere supporters (60+) het meest trouw aan de NOS (94%). Supporters jonger dan 30 kijken samenvattingen ook steeds vaker op internet en via Eredivisie Live.



“Gebruik Twitter interactief, ga het gesprek aan met de supporters.”

“Meer promotie en communicatie via social media.”

“Via sociale media de laatste informatie geven over kaarten die nog beschikbaar zijn.”



10 SOCIAL MEDIA

EREDIVISIEFANS OP SOCIALE NETWERKEN

Eredivisiefans zijn actief op sociale media. Het gebruik van netwerken zoals Facebook en Twitter wordt steeds populairder en blijft volop in ontwikkeling.

De populariteit van Hyves is opnieuw afgenomen. Waar in het vorige seizoen minder dan een derde van de supporters actief was op het netwerk (32%) is in het seizoen 2012/'13 het gebruik bijna gehalveerd (17%). Vooral supporters ouder dan 54 jaar zijn minder actief op het netwerk (10%).

Tegelijkertijd neemt de populariteit van Facebook opnieuw toe. Nu is ruim de helft (55%) van de supporters lid van het sociale netwerk (2011/'12: 47%). Een groot deel van de fans met een Facebook account deelt ook berichten over de club op Facebook (43%) (2011/'12: 36%).

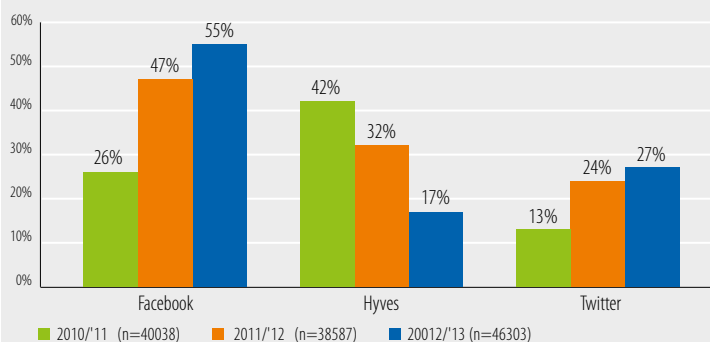
Ook de populariteit van Twitter neemt toe. Het aantal twitteraars onder Eredivisie supporters groeit naar 27% (2011/'12: 24%). Fans van FC Twente en PEC Zwolle zijn het meest actief op Twitter; meer dan een derde van deze fans heeft een Twitteraccount. Supporters van deze clubs gebruiken het medium ook het vaakst om op de hoogte te blijven van het nieuws over hun club.

INFORMATIEVOORZIENING VIA SOCIALE NETWERKEN

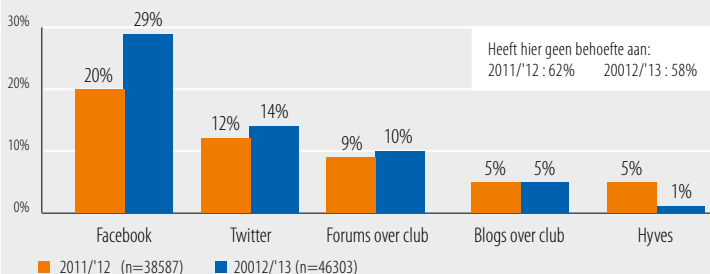
Meer dan vier op de tien Eredivisie supporters (42%) willen graag informatie over hun club ontvangen via sociale media. Meer dan de helft van de supporters met een account op deze netwerken volgt hun club via Facebook (55%) en Twitter (52%). De informatie die clubs via sociale media verspreiden wordt door bijna vier op de tien fans (zeer) goed gewaardeerd (37%).

Supporters worden het liefst geïnformeerd via Facebook (29%), Twitter (15%) of forums over de club (15%). Vooral ClubCardhouders willen graag op de hoogte blijven via Facebook (31%). Op sociale media lezen fans het liefst algemene nieuwsberichten over de club (87%) en berichten over spelers en trainer (68%).

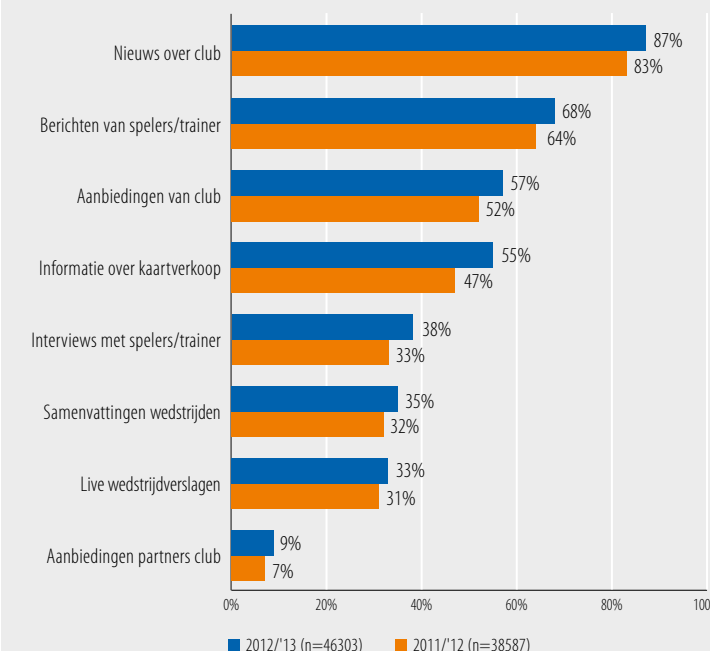
Gebruik social media



Informatiebehoefte via social media



Type informatie gewenst via social media



30%

Steeds meer fans volgen nieuws over de club via Facebook. In het seizoen 2012/'13 volgen bijna drie op de tien fans het nieuws via dit medium (30%) (2011/'12: 19%).

Vrouwelijke Eredivisie supporters zijn vaker lid van Facebook, Hyves en Twitter dan mannen.

Hoe jonger supporters zijn, hoe meer behoefte ze hebben aan informatie over de club via sociale netwerken, zoals Facebook en Twitter. Zo wil meer dan de helft van de supporters onder de 30 jaar graag via Facebook informatie ontvangen (53%) en is dat onder 60-plussers slechts 11%.

BIJLAGE: FANPROFIELEN

In onderstaand overzicht zijn de profielen weergegeven van de fans die hebben meegedaan aan het Fan Onderzoek in de seizoenen 2009/'10, 2010/'11, 2011/'12 en 2012/'13.

		Seizoen 2012/'13	Seizoen 2011/'12	Seizoen 2010/'11	Seizoen 2009/'10
Geslacht	Man	87%	87%	88%	87%
	Vrouw	13%	13%	12%	13%

Opleiding	Hoog	42%	44%	40%	42%
	Midden	47%	46%	49%	48%
	Laag	11%	10%	11%	10%

Kinderen	Kinderen zijn lid van Kidsclub	17%	16%		
	Kinderen zijn geen lid van kidsclub	42%	41%		
	Heeft geen kinderen	41%	44%		

Voetbalbeoefening	Voetbalde vroeger competitief (KNVB competitie)	37%	39%	39%	37%
	Voetbalde vroeger recreatief	26%	27%	27%	26%
	Voetbalt momenteel op competitief niveau (KNVB competitie)	13%	11%	12%	13%
	Voetbalt momenteel op recreatief niveau	9%	9%	9%	9%
	Nooit zelf gevoetbald	24%	24%	23%	24%

BIJLAGE: ONDERZOEKSVERANTWOORDING

In deze bijlage beschrijven we hoe het Eredivisie Fan Onderzoek is uitgevoerd. Deze onderzoeksverantwoording maakt duidelijk hoe en welke fans zijn uitgenodigd, op welke manier het onderzoek is uitgevoerd en hoe de resultaten van het Fan Onderzoek zijn geanalyseerd en gerapporteerd.

Voor het Eredivisie Fan Onderzoek zijn alleen geregistreerde fans benaderd. De contactgegevens van de geregistreerde fans zijn aangeleverd door de Eredivisieclubs. Alle personen in de aangeleverde clubbestanden zijn uitgenodigd.

Het onderzoek is volledig online uitgevoerd. Fans ontvingen een unieke link met een code en wachtwoord om deel te nemen aan het onderzoek. Een week na de uitnodiging is eenmalig een herinnering verzonden aan fans die het onderzoek nog niet hadden ingevuld. In het rapport zijn alleen volledig ingevulde interviews verwerkt.

Het veldwerk voor het Fan Onderzoek 2012/'13 heeft plaatsgevonden van 13 november t/m 1 december 2012. Van de ruim 232.000 uitgenodigde fans hebben in totaal 46.303 supporters (20%) aan het onderzoek meegewerkt (binnen de gestelde veldwerkperiode). Het aantal deelnemers per club varieerde van 423 fans tot 11.735 fans. De gemiddelde invultijd van de vragenlijst was 20 minuten.

Na afloop van het veldwerk is de datafile gecontroleerd, waarna een weging van de resultaten is toegepast. Deze weging heeft als doel om de onderzoekspopulatie (de fans die mee hebben gedaan aan het onderzoek) qua samenstelling gelijk te maken aan de werkelijke populatie (werkelijke fanbase binnen en buiten het stadion). De correctie van de samenstelling van de onderzoekspopulatie draagt ertoe bij dat de resultaten een realistischer en betrouwbaarder beeld schetsen van de Nederlandse fans van clubs uit de Eredivisie.

Om ervoor te zorgen dat de onderzoeksresultaten een zo realistisch mogelijke afspiegeling van de werkelijkheid vormen, zijn de resultaten op twee manieren gewogen:

1. Samenstelling totale fanbase (geregistreerde fans)

Hierbij is gecorrigeerd voor de onderlinge verhouding tussen de clubs (bijvoorbeeld: Ajax is groter dan ADO Den Haag) en de verhouding van seizoenkaart-/ClubCardhouders binnen de club (bijvoorbeeld: Ajax heeft meer ClubCardhouders dan seizoenkaarthouders). Weging 1 is toegepast op alle resultaten die geen betrekking hebben op het stadionbezoek.

2. Samenstelling supporters in het stadion tijdens een gemiddelde thuiswedstrijd

Hierbij is gecorrigeerd voor de onderlinge verhouding tussen de clubs en de verhouding seizoenkaart-/ClubCardhouders in het stadion. De basis voor deze weging zijn supporters die aangeven minstens één thuiswedstrijd te bezoeken. De verhouding seizoenkaart-/ClubCardhouders in het stadion is tot stand gekomen door de volgende rekensom: gemiddeld aantal toeschouwers – aantal seizoenkaarthouders = aantal ClubCardhouders/ andere fans. Weging 2 is toegepast op alle resultaten die betrekking hebben op het stadionbezoek.

De resultaten in het rapport zijn gepresenteerd in percentages of gemiddelden. Hierbij is onderscheid gemaakt naar kenmerken als seizoenkaarthouder/ ClubCardhouder en een aantal profielkenmerken van fans zoals geslacht en leeftijd. De gepubliceerde percentages zijn afgerond op gehele getallen. Door deze afrondingen kan het zijn dat exclusieve antwoordcategorieën opgeteld niet 100% lijken. De exacte cijfers tellen uiteraard wel op tot 100%.

Daar waar in het rapport specifieke clubs worden genoemd, gaat het om clubresultaten die ten opzichte van andere clubs het hoogst of juist laagst zijn. Dit wil niet zeggen dat alle andere clubs niet positief of negatief afwijken van het gemiddelde. Het is enkel een selectie van de meest opvallende scores.

Bij elke grafiek of tabel is de steekproefgrootte vermeld. Een aantal resultaten laat een andere steekproefgrootte zien. Dit is te verklaren doordat alleen een selectie van de fans die vraag voorgelegd 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 is een onafhankelijk uitvoerend marktonderzoeksbureau en werkt vanuit de MarktOnderzoekAssociatie (MOA) voorwaarden waarin is vastgelegd dat bureaus alleen op geaggregeerd niveau resultaten analyseren. Dit betekent dat de 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 te herleiden naar individuele fans.

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

Maarten Vreuls

› PROJECTTEAM

Maarten Vreuls

Jelle Beuker

Kristian Gotsch

Jurrie Groenendijk

Maarten van Rooijen

Berdine Wassink

› UITVOERING ONDERZOEK

Blauw Research:

Eva Gerritse

› FOTOGRAFIE

Proshots

› VORMGEVING

Carola van de Ven

Creada, Capelle a/d IJssel

› DRUKWERK

Schrijen-Lippertz, Voerendaal

KNVB Expertise. (2013). Eredivisie Fan Onderzoek 2012/'13, jaargang 4.

Opgevraagd via <https://www.knvbexpertise.nl>

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 KNVB Expertise worden gekopieerd, gedownload, vervoelvoudigd, 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.



www.workx.nl

workx

Materieelverhuur

workx

wildkamo

Hogabeem

Hogabeem

STAPLE



KNVB Expertise is een gezamenlijk initiatief van:

