

Bekendheidsonderzoek

EK Atletiek Amsterdam 2016

Meting 2014

Paul Hover

Bekendheidsonderzoek

EK Atletiek Amsterdam 2016

Meting 2014

in opdracht van de Stichting EK Atletiek Amsterdam 2016

Paul Hover

Mulier Instituut
sociaal-wetenschappelijk sportonderzoek

*Postbus 85445 | 3508 AK Utrecht
Herculesplein 269 | 3584 AA Utrecht
+31 (0)30 721 02 20 | www.mulierinstituut.nl
info@mulierinstituut.nl | [@mulierinstituut](https://www.instagram.com/mulierinstituut)*

Inhoudsopgave

Kerncijfers	7
1. Inleiding	9
1.1 Aanleiding	9
1.2 Doelstelling en doelgroep	9
1.3 Methode	10
1.4 Leeswijzer	11
2. Bekendheid en bezoektentent	13
2.1 Bekendheid	13
2.2 Bezoektentent	14
2.3 Profiel geïnteresseerden	17
2.4 Conclusie	20
3. Betalingsbereidheid	21
3.1 Aanpak	21
3.2 Overdekte plaats aan lange zijde	22
3.3 Niet-overdekte plaats in bocht	22
3.4 Conclusie	24
4. Volgen in media	25
4.1 Lezen	25
4.2 Kijken	26
4.3 Volgen door niet-bezoekers	26
4.4 Conclusie	27
5. Conclusie	29
Bijlage 1 Prijsmeter methode	31

Kerncijfers

De kerncijfers van de tweede meting (2014) waarvan in dit rapport verslag wordt gedaan zijn hierna opgenomen. Indien van toepassing is ook het cijfer van de eerste meting (2013) gepresenteerd.

Tabel 1 Kerncijfers metingen 2013 en 2014

	2013	2014	Mutatie ^a
Bekendheid			
Inwoners Nederland: totale bekendheid EK (%)	12	13	↔
Inwoners aggl. Amsterdam: totale bekendheid EK (%)	15	16	↔
Leden Atletiekunie: totale bekendheid EK (%)	28	39	↑
Bezoekintentie			
Inwoners Nederland: bezoekintentie (%)	11	9	↔
Inwoners aggl. Amsterdam: bezoekintentie (%)	23	17	↓
Leden Atletiekunie: bezoekintentie (%)	29	33	↑
Betalingsbereidheid dagkaart			
Inwoners Nederland: prijsrange overdekte plaats (€)	-	29-43	-
Inwoners aggl. Amsterdam: prijsrange overdekte plaats (€)	-	33-39	-
Leden Atletiekunie: prijsrange overdekte plaats (€)	-	28-37	-
Inwoners Nederland: prijsrange niet-overdekte plaats (€)	-	21-27	-
Inwoners aggl. Amsterdam: prijsrange niet-overdekte plaats (€)	-	21-27	-
Leden Atletiekunie: prijsrange niet-overdekte plaats (€)	-	17-24	-
Volgen in media			
Inwoners Nederland: lezen over EK in media (% ja)	18	28	↑
Inwoners aggl. Amsterdam: lezen over EK in media (% ja)	22	30	↑
Leden Atletiekunie: lezen over EK in media (% ja)	61	69	↑
Inwoners Nederland: kijken naar EK (% ja)	23	28	↑
Inwoners aggl. Amsterdam: kijken naar EK (% ja)	29	32	↔
Leden Atletiekunie: kijken naar EK (% ja)	63	74	↑

^a ↑ = significante stijging, ↓ = significante daling, ↔ = geen significant verschil

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

EK Atletiek Amsterdam 2016

Van 6 tot en met 10 juli 2016 vinden in het Olympisch Stadion in Amsterdam de Europese Kampioenschappen (EK) Atletiek Amsterdam 2016 plaats. Bij dit topsportevenement strijden 1.300 atleten uit 50 landen om medailles in 44 disciplines. Daarnaast worden 2.000 mediavertegenwoordigers en 850 teamofficials verwacht. De EK atletiek trekken een groot publiek: voorgaande EK's trokken 370 miljoen kijkers, live en via internet en televisie. Onder het motto 'Athletics like never before' streven het Local Organising Committee (LOC) en de contractpartners gemeente Amsterdam, Atletiekunie en European Athletics naar een optimaal georganiseerd evenement met een positieve maatschappelijke spin-off. Met de organisatie van de kwalificatierondes van het speerwerpen en het discuswerpen op het Museumplein is nadrukkelijk invulling gegeven aan het motto 'Athletics like never before': niet eerder werden officiële wedstrijdonderdelen buiten het atletiekstadion georganiseerd.¹

De EK Atletiek Amsterdam 2016 zijn een van de topevenementen die de komende jaren in Nederland plaatsvinden. Andere topevenementen zijn bijvoorbeeld de WK Beachvolleybal in Den Haag en andere Nederlandse gemeenten (2015) en de EK Hockey in Amsterdam (2017).

Tussen 2013 en 2016 wordt drie maal onderzoek gedaan naar de bekendheid van het evenement en naar de bezoekenintentie. Dit rapport bevat de resultaten van de tweede meting waarvan de data in 2014 verzameld zijn.²

Kennis voor beleid

Aanleiding voor de onderzoeken is de behoefte van het LOC en haar partners om in de aanloop naar het evenement te kunnen beschikken over managementinformatie voor beleidsvorming. Naast deze interne functie is er ook een externe functie. Het LOC en partners gebruiken de onderzoeksresultaten ook om aan externen verantwoording af te leggen, waaronder aan European Athletics.

1.2 Doelstelling en doelgroep

Doelstelling

De primaire doelstelling van dit onderzoek (en van de twee andere metingen) is het vaststellen van (de ontwikkeling van) de bekendheid en bezoekenintentie van de EK Atletiek Amsterdam 2016. Daarnaast had het onderzoek tot doel de volgende aspecten onder de doelgroepen te meten:³

¹ Demonstratiewedstrijden in de openbare ruimte zagen we al wel eerder bij internationale atletiekwedstrijden, bijvoorbeeld polsstokhoogspringen in het centrum van Hengelo in de periode van de FBK-Games aldaar.

² Eerder rapporteerde het Mulier Instituut over de 0-meting met gegevens uit 2013 (Hover, P. & Bakker, S. (2013). EK Atletiek Amsterdam 2016. Bekendheidsonderzoek, meting 2013. Utrecht: Mulier Instituut), zie <http://beheer.nisb.nl/cogito/modules/uploads/docs/27221404114027.pdf>

³ Aspecten zijn beknopt verwoord. Bij de beschrijving van de resultaten is alle relevante informatie uitgeschreven.

1. Motivatie voor het naar verwachting niet bezoeken van de EK;
2. Mate waarin Nederlandse atletieksuccessen een (extra) stimulans zijn om de EK te bezoeken;
3. Betalingsbereidheid voor tickets voor de EK en verwacht aankoopmoment;
4. Verwachte samenstelling gezelschap waarin de EK bezocht worden;
5. Interesse in deelname recreatief hardloopevenement (10-21 kilometer) tijdens de EK;
6. Verwachting om de EK in de media te gaan volgen;
7. Mate waarin (andere) sporten in media gevolgd worden.

De aspecten 2, 3, 4 en 5 zijn bij de 0-meting niet gemeten (dit betreft informatie die eenmalig nodig was, zonder daar een ontwikkeling over te willen schetsen).

Doelgroep

Voor dit onderzoek zijn drie doelgroepen ondervraagd:

1. Nederlandse bevolking 15 t/m 80 jaar ('Nederlanders');
2. Inwoners grootstedelijke agglomeratie Amsterdam 15 t/m 80 jaar ('Amsterdammers');⁴
3. Leden Atletiekunie 16 jaar en ouder (inclusief Dutch Runners).⁵

1.3 Methode

De data zijn verzameld door middel van een online vragenlijst, Hiervoor is aan potentiële respondenten een persoonlijke e-mailuitnodiging verzonden. Ten behoeve van het bereiken van de eerste twee doelgroepen (Nederlandse bevolking en die van de agglomeratie Amsterdam) is het online panel van GfK benut. De Atletiekunie heeft het ledenbestand ter beschikking gesteld voor dit onderzoek, waaruit het Mulier Instituut een aselechte steekproef getrokken heeft. In tabel 1.1 is per doelgroep de steekproefomvang en het responspercentage weergegeven, alsmede de periode van gegevensverzameling.⁶

⁴ Tot de agglomeratie Amsterdam behoren de gemeenten Amsterdam, Zaanstad, Haarlemmermeer, Amstelveen, Purmerend, Aalsmeer, Edam/Volendam, Uithoorn, Diemen, Waterland, Wormerland, Ouder-Amstel, Landsmeer, Oostzaan, Beemster en Zeevang.

⁵ Een Dutch Runner is een loper die voor zichzelf of in een loopgroepje traint. Dutch Runners hebben geen wedstrijdlicentie.

⁶ De respons onder de leden van de Atletiekunie is beduidend lager dan die van de inwoners van Nederland en die van de agglomeratie Amsterdam. Dat komt mede doordat het gaat om inwoners van Nederland en van de hoofdstad die (bij de aanmelding bij het online panel) aan hebben gegeven mee te willen werken aan online onderzoek. In het geval van de leden van de bond is die 'voorselectie' er niet. De respons van de leden van de bond ligt daarentegen wel in lijn met het niveau dat op basis van andere (enigszins vergelijkbare) onderzoeken van het Mulier Instituut verwacht mag worden.

Tabel 1.1 Steekproefomvang, responspercentage en periode datacollectie 0- en 1-meting

		0-meting	1-meting
Nederland	n	1.071	1.084
	Respons (%)	71	69
Agglomeratie Amsterdam	n	1.026	1.036
	Respons (%)	68	66
Leden Atletiekunie	n	1.444	1.539
	Respons (%)	18	15
Periode datacollectie		Juni 2013	November 2014

Resultaten van de doelgroepen 1 en 2 zijn representatief naar leeftijd, geslacht en opleidingsniveau. Doelgroep 3 is representatief naar leeftijd en geslacht.

1.4 Leeswijzer

In het volgende hoofdstuk wordt ingegaan op de (naams)bekendheid van de EK Atletiek Amsterdam 2016 en de bezoekingentent. Hoofdstuk drie handelt over de betalingsbereidheid en hoofdstuk vier over het volgen van de EK in de media. Tenslotte is in hoofdstuk vijf de conclusie verwoord. Aan het begin van dit rapport zijn de belangrijkste kerncijfers opgenomen.

Indien resultaten die zijn weergegeven in een figuur of tabel betrekking hebben op een deel van de respondenten (en dus niet de totale steekproef) is de steekproefomvang (n) in de figuur of tabel vermeld.

De kernresultaten van 2013 en 2014 (over de bekendheid, bezoekingentent en volgen in de media) zijn getoetst om vast te kunnen stellen of de verschillen tussen de twee metingen significant zijn. In het geval van een significant verschil is het 2014 cijfers in de tabel of figuur gemarkeerd met een sterretje (*).⁷

⁷ Resultaten op basis van een steekproef zijn niet 100% nauwkeurig. De marge rond de uitkomsten is afhankelijk van het aantal respondenten en de mate van uniformiteit van de antwoorden. Bij de significantietoets hebben we gewerkt met een marge van vijf procent ($p=0,05$).

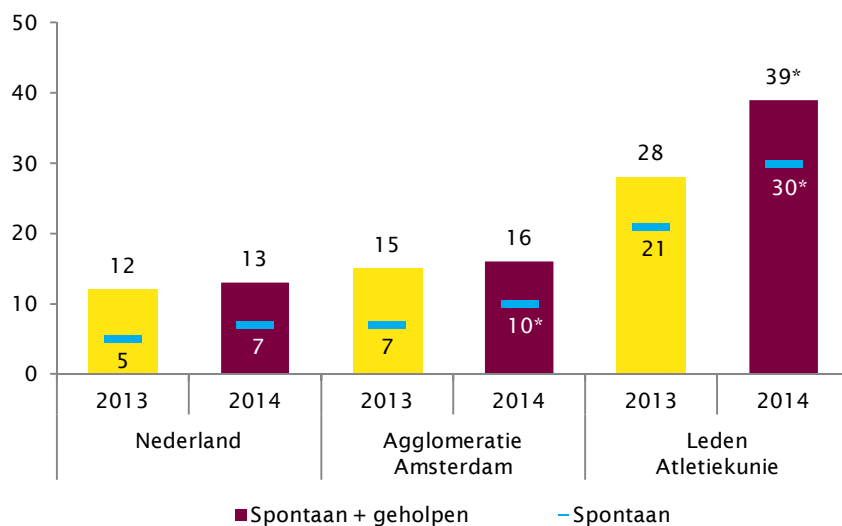
2. Bekendheid en bezoekingententie

Twee onderwerpen staan centraal in dit hoofdstuk: de bekendheid en de bezoekingententie van de EK Atletiek Amsterdam 2016. De bekendheid betreft de 'naamsbekendheid' waarbij onderscheid is gemaakt tussen de spontane bekendheid en de geholpen bekendheid. De bezoekingententie verwijst naar de verwachting van de doelgroepen om de EK in 2016 te gaan bezoeken. In hoeverre zijn de EK tussen 2013 en 2014 bekender geworden en hoe staat het met de bezoekingententie in 2014?

2.1 Bekendheid

De bekendheid van de EK kent een stijgende lijn: zowel de spontane als de geholpen bekendheid is onder Nederlanders, inwoners van Amsterdam en onder leden van de Atletiekunie toegenomen.⁸ In 2014 is de totale bekendheid onder Nederlanders dertien procent (12% in 2013), onder Amsterdammers 16 procent (15% in 2013) en 39 procent onder bondsleden (was 28%).

Figuur 2.1 Spontane en geholpen bekendheid EK Atletiek Amsterdam 2016 in 2013 en 2014, in procenten



Onder leden van de Atletiekunie die aan atletiek doen (exclusief hardlopen) is de bekendheid tweemaal zo hoog als onder het deel van de leden dat niet aan atletiek doet (grotendeels 'hardlopers'). De totale bekendheid van de EK onder de beoefenaren van atletiek bedraagt in 2014 64 procent versus 32 procent onder de andere leden (niet in figuur). In 2013 was er een vergelijkbaar beeld. Dit biedt kansen omdat

⁸ De spontane bekendheid is gemeten aan de hand van de (open) vraag 'Kunt u één of meer grote internationale sportevenementen noemen die in 2016 in Amsterdam plaatsvinden?'. Indien 'EK' (of voluit) en 'atletiek' is geantwoord is er sprake van spontane bekendheid. Voor het meten van de geholpen bekendheid is de volgende (gesloten) vraag gesteld: 'Wist u dat de EK Atletiek in 2016 in het Olympisch Stadion in Amsterdam plaatsvinden?'. Bij respondenten die deze vraag met 'Ja' beantwoordden is er sprake van geholpen bekendheid.

de groep leden die louter hardloopt tot de atletiekfamilie gerekend kan worden en deze groep in samenwerking met contractpartner Atletiekunie bereikt kan worden.⁹

De bekendheid onder jongeren (30 jaar of jonger) is in Nederland iets gedaald (20%-14%), terwijl die bij de oudere leeftijdsgroepen stabiel is gebleven of is gestegen (tabel 2.1). In het geval van de leden van de bond is de bekendheid onder jongeren juist gestegen (41%-60%).

Tabel 2.1 Bekendheid (spontaan + geholpen) EK Atletiek Amsterdam 2016 in 2013 en 2014, in procenten

	Nederland		Agglomeratie Amsterdam		Leden Atletiekunie	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Man	14	15	19	20	35	44
Vrouw	11	11	12	13	21	35
<30 jaar	20	14	19	18	41	60
31-45 jaar	10	14	16	17	22	33
46-65 jaar	10	10	10	16	26	35
>65 jaar	8	14	14	13	43	43
Niet-sporter	7	8	11	12		
Hardloper	29	20	25	27	23	35
Andere sporter ^a	13	15	16	17	53	56

^a Bij de leden van de Atletiekunie betreft dit beoefenaren van atletiek (excl. hardlopen)

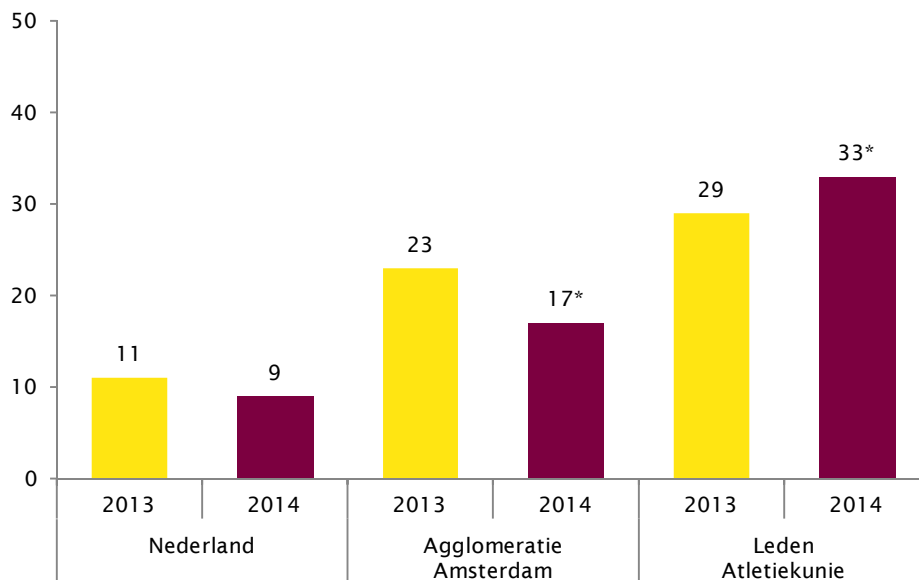
2.2 Bezoekintentie

De bezoekintentie is onder Nederlanders tussen 2013 en 2014 afgenomen van elf tot negen procent, maar dit is geen significante daling (figuur 2.2).¹⁰ De gedaalde bezoekintentie onder Amsterdammers (van 23% naar 17%) is wel significant. Op basis van het onderzoek krijgen we geen zicht op de reden van deze afname. Tegenover deze daling van de bezoekintentie onder deze twee doelgroepen staat een stijging onder leden van de Atletiekunie. Circa een derde van de bondsleden staat positief tegenover een bezoek aan de EK (29% in 2013).

⁹ De groep beoefenaren van atletiek is onder de Nederlandse en Amsterdamse bevolking te klein om uitspraken over te doen.

¹⁰ De bezoekintentie is gemeten aan de hand van de volgende vraag: 'De EK Atletiek Amsterdam 2016 vinden plaats in het Olympisch Stadion van 6 tot en met 10 juli en zullen een spectaculair programma kennen. Hoe waarschijnlijk is het dat u de EK zult bezoeken?'. Respondenten konden de waarschijnlijkheid aangeven op een schaal van 1 (zeer onwaarschijnlijk) tot en met 10 (zeer waarschijnlijk). Degenen die een waarde van 6 of hoger noteerden worden beschouwd als een groep die positief staat tegenover een bezoek aan de EK (de geïnteresseerde groep), de rest wordt beschouwd als ongeïnteresseerd. De resultaten zijn een grove indicatie omdat de uiteindelijke beslissing inzake bezoek afhangt van tal van factoren. Niet in de laatste plaats het programma van de EK en de prijs van een ticket.

Figuur 2.2 Bezoekintentie EK Atletiek Amsterdam 2016 in 2013 en 2014, in procenten



Net als bij het niveau van de bekendheid geldt ook voor de bezoekintentie dat die onder beoefenaren van atletiek (exclusief hardlopen) beduidend hoger is dan onder de leden die niet aan atletiek doen ('hardlopers'). 61 procent van de beoefenaren van atletiek staat positief tegenover een bezoek aan de kampioenschappen in 2016 tegenover 24 procent onder de leden die niet aan atletiek doen (niet in figuur).

Wanneer nader wordt gekeken naar deelgroepen valt op dat onder de Nederlandse bevolking de animo onder hardlopers is gekrompen (24%-16%) (tabel 2.2)). In het geval van de inwoners van de agglomeratie Amsterdam is er een relatief grote daling van de animo onder sporters (exclusief hardlopers) (43%-17%). Bij de leden van de Atletiekunie springt de gegroeide animo onder de jongeren in het oog (47%-61%).

Tabel 2.2 Bezoekintentie EK Atletiek Amsterdam 2016 in 2013 en 2014, in procenten

	Nederland		Agglomeratie Amsterdam		Leden Atletiekunie	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Man	16	10	29	22	38	36
Vrouw	6	7	17	12	21	30
<30 jaar	18	13	38	24	47	61
31-45 jaar	9	10	20	15	23	29
46-65 jaar	9	6	15	16	27	26
>65 jaar	9	4	16	6	27	28
Niet-sporter	8	5	19	9		
Hardloper	24	16	33	35	24	29
Andere sporter ^a	11	9	43	17	55	48

^a Bij de leden van de Atletiekunie betreft dit beoefenaren van atletiek (excl. hardlopen)

De Nederlanders en Amsterdammers die geen of weinig interesse in een bezoek aan de EK tonen, voeren met name als reden op dat zij geen interesse in atletiek hebben (achtereenvolgens 75% en 80%). Onder

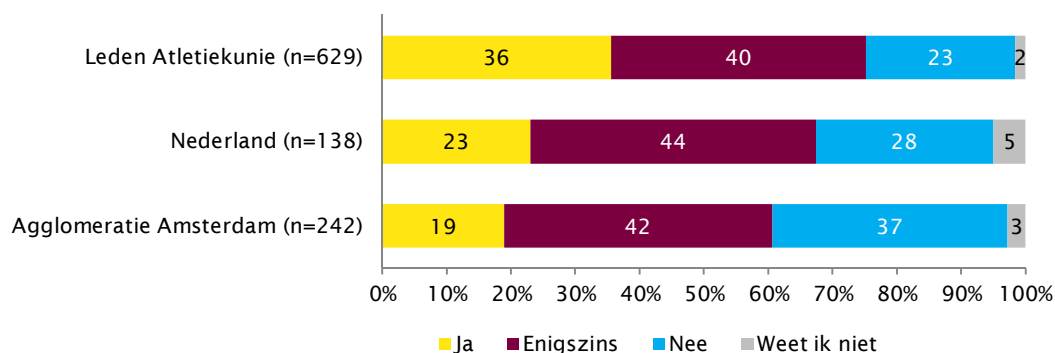
leden van de Atletiekunie die geen of weinig interesse hebben is dat aandeel met 28 procent beduidend lager maar desalniettemin het vaakst genoemde argument. Andere redenen voor de beperkte interesse onder deze doelgroep zijn ‘Niet te combineren met werk/gezin’ (24%), ‘Ik denk dat een ticket te duur wordt’ (22%) en ‘Te ver reizen’ (17%). Dit beeld uit 2014 is vergelijkbaar met dat van een jaar eerder.

Effect topsportsucces op bezoekingentie

Tijdens de EK Atletiek in Stadion Letzigrund in Zürich leverden Nederlandse atleten topprestaties, waaronder Dafne Schippers, Sifan Hassan en Nadine Broersen. Die topprestaties kunnen verwachtingen scheppen voor prestaties tijdens de EK in 2016, voor eigen publiek. In hoeverre hebben deze prestaties wel of geen positief effect op de bezoekingentie? Bij deze analyse is uitgegaan van het deel van de doelgroepen dat (enigermate) positief staat tegenover een bezoek aan de EK Atletiek Amsterdam 2016.¹¹

Ruim een derde van de leden van de Atletiekunie (36%) die positief staan tegenover een bezoek is door de topsportsuccessen extra gestimuleerd om de EK in Amsterdam te bezoeken. Onder Nederlanders en Amsterdammers is dat aandeel respectievelijk 23 en 19 procent (figuur 2.3).

Figuur 2.3 Extra gestimuleerd om de EK te bezoeken door recente Nederlandse topatletieksuccessen, respondenten die positief staan tegenover een bezoek aan de EK Atletiek Amsterdam 2016, in procenten



Effect EK voetbal 2016 op bezoekingentie

De EK Atletiek Amsterdam 2016 vinden tegelijkertijd plaats met de apotheose van de EK voetbal (EURO2016).¹² Het samenvallen van deze evenementen heeft voor ruim acht op de tien Nederlanders (82%) geen invloed op de intentie om de EK Atletiek Amsterdam 2016 te bezoeken. Tien procent geeft aan dat men door EURO2016 minder geneigd is de atletiekkampioenschappen te bezoeken. Voor de inwoners van Amsterdam en de leden van de Atletiekunie is dit beeld vergelijkbaar. Tevens zijn er nauwelijks verschillen op dit punt wanneer we de cijfers van 2014 en 2013 naast elkaar leggen.

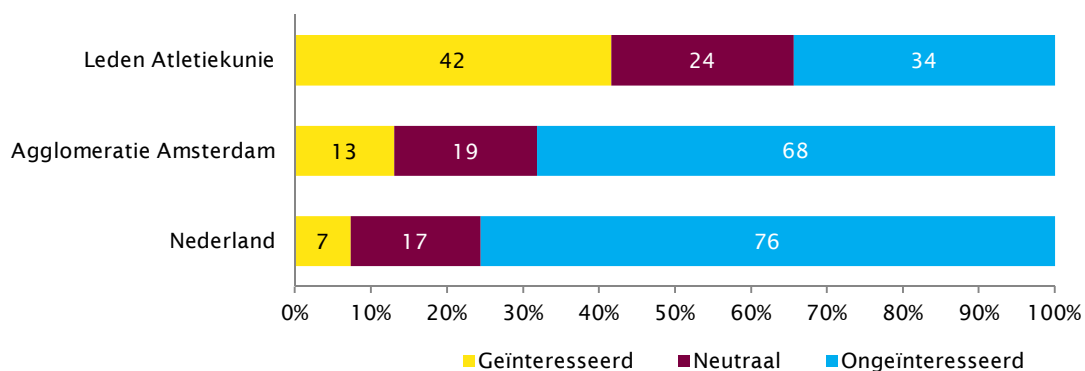
¹¹ In de vraagstelling is expliciet gerefereerd aan de atletieksuccessen van Dafne Schippers, Sifan Hassan en Nadine Broersen. Tot de groep die positief staat tegenover een bezoek aan de EK worden personen gerekend die de waarschijnlijkheid op een schaal van 1 (zeer onwaarschijnlijk) tot en met 10 (zeer waarschijnlijk) aanduiden met een 5 of hoger.

¹² EURO2016 vindt plaats in Frankrijk van 10 juni – 10 juli 2016. De EK Atletiek Amsterdam 2016 van 6 tot en met 10 juli 2016.

Interesse recreatief hardloopevenement

Het LOC overweegt om tijdens de EK Atletiek Amsterdam 2016 een (recreatief) hardloopevenement met een afstand van 10 tot 21 kilometer in Amsterdam te organiseren. Ruim vier op de tien leden van de Atletiekunie (42%) tonen daarvoor interesse (figuur 2.4). Onder inwoners van Amsterdam en Nederland is die animo minder (13%-7%). Doorgerekend naar absolute aantallen telt het aandeel van de Nederlandse bevolking (15 t/m 80 jaar) dat interesse toont in het evenement circa 938.000 personen (7%). Een deel van deze personen zal het evenement ook daadwerkelijk bezoeken.

Figuur 2.4 Interesse in een (recreatief) hardloopevenement met een afstand van 10 tot 21 kilometer in Amsterdam tijdens de EK Atletiek Amsterdam 2016, in procenten



2.3 Profiel geïnteresseerden

Wat is het profiel van de groep personen die (enigermate) geïnteresseerd is in een bezoek aan de EK Atletiek Amsterdam 2016?¹³ En in welke mate wijkt dit af van de profielschets uit 2013? Wellicht het meest opmerkelijk is dat de man/vrouw-verdeling onder Nederlanders en leden van de Atletiekunie evenwichtiger is geworden. In Nederland is in 2014 58 procent van de geïnteresseerden man (71% in 2013) en onder bondsleden is dat de helft (65% in 2013) (tabel 2.3). Het is niet uit te sluiten dat de prestaties van de Nederlandse vrouwelijke atleten tijdens de EK Atletiek in 2014 daaraan bijgedragen hebben (zie ook de vorige paragraaf), maar daarvoor ontbreekt bewijs.¹⁴

¹³ Tot de groep die positief staat tegenover een bezoek aan de EK worden personen gerekend die de waarschijnlijkheid op een schaal van 1 (zeer onwaarschijnlijk) tot en met 10 (zeer waarschijnlijk) aanduiden met een 5 of hoger.

¹⁴ Uiteraard is er ook succes onder mannen. Eelco Sintnicolaas werd in maart 2013 bijvoorbeeld Europees kampioen op de indoor meerkamp in Göteborg.

Tabel 2.3 Profielen geïnteresseerden in bezoek aan de EK Atletiek Amsterdam 2016 op basis van persoonskenmerken en sportgedrag, in procenten

	Nederland		Agglomeratie Amsterdam		Leden Atletiekunie	
	2013 (n=117)	2014 (n=88)	2013 (n=199)	2014 (n=162)	2013 (n=425)	2014 (n=487)
Man	71	58	63	65	65	50
Vrouw	29	42	37	35	35	50
<30 jaar	38	37	44	38	28	30
31-45 jaar	26	35	28	30	24	27
46-65 jaar	24	22	21	27	42	37
>65 jaar	11	6	7	5	6	5
Opleiding laag	35	36	34	26	10	5
Opleiding midden	39	34	33	40	24	24
Opleiding hoog	26	30	33	34	66	71
Niet-sporter	23	27	18	23	5	4
Andere sporter	44	43	49	42	24	27
Hardloper	33	30	33	34	71	69

Profiel geïnteresseerden op basis van sporten die in media gevolgd worden

Naast het schetsen van een profiel van geïnteresseerden op basis van algemene persoonskenmerken en sportgedrag is het ook interessant om dat te doen aan de hand van het passief sportgedrag. Welke sporten volgen de geïnteresseerden vooral in de media? Het aandeel personen dat atletiek volgt in de media is onder alle drie de doelgroepen toegenomen. Onder Nederlanders bedraagt het aandeel 52 procent, onder Amsterdammers 42 procent en onder de leden van de Atletiekunie 91 procent (tabel 2.4). Ook de volgers van voetbal, schaatsen en hardlopen zijn relatief goed vertegenwoordigd.

Tabel 2.4 Profielen geïnteresseerden in bezoek aan de EK Atletiek Amsterdam 2016 op basis van passief sportgedrag (volgen van sport), in procenten

	Nederland		Agglomeratie Amsterdam		Leden Atletiekunie	
	2013 (n=117)	2014 (n=88)	2013 (n=199)	2014 (n=162)	2013 (n=425)	2014 (n=487)
Volgen atletiek	36	52	35	42	86	91
Volgen autosport, formule 1	27	11	15	17	10	9
Volgen badminton	2	2	0	2	1	1
Volgen basketbal	9	5	6	7	5	1
Volgen golf	7	3	3	4	2	2
Volgen gymnastiek, turnen	10	9	10	10	9	13
Volgen handbal	2	1	3	1	2	2
Volgen hardlopen	18	12	13	11	56	51
Volgen hockey	12	14	11	15	9	10
Volgen honkbal, softbal	5	4	3	5	3	1
Volgen paardensport	10	6	6	4	2	4
Volgen schaatsen	48	48	36	52	55	62
Volgen skiën etc.	5	3	6	7	7	9
Volgen tafeltennis	1	2	2		0	0
Volgen tennis	21	23	40	29	21	15
Volgen voetbal	64	65	64	69	58	56
Volgen volleybal	5	5	5	5	4	4
Volgen wielrennen etc.	36	23	26	29	49	51
Volgen zwemmen	22	18	25	13	14	14
Volgen andere sport(en)	8	9	11	10	7	7
Ik volg niet/nauwelijks sport	4	10	8	8	2	2

Verwachte samenstelling gezelschap

De geïnteresseerden binnen de doelgroepen Nederlanders, Amsterdammers en leden van de Atletiekunie verwachten met name samen met partner of echtgenoot/echtgenote te komen (respectievelijk 44%, 38%, 46%) of met vrienden en kennissen de EK te bezoeken (achtereenvolgens 37%, 41%, 34%) (tabel 2.5). Kinderen maken beduidend vaker niet dan wel onderdeel van het gezelschap uit. Interessant is daarnaast dat ruim een derde van de geïnteresseerde leden van de Atletiekunie (35%) aangeeft in verenigingsverband de EK te zullen bezoeken.

Tabel 2.5 Verwachte samenstelling gezelschap, respondenten die positief staan tegenover een bezoek aan de EK Atletiek Amsterdam 2016, in procenten

	Nederland (n=138)	Agglomeratie Amsterdam (n=242)	Leden Atletiekunie (n=629)
Alleen	7	10	4
Met partner of echtgenoot/echtgenote	44	38	47
Met kinderen	18	23	29
Met overige familie	13	17	12
Met vrienden/kennissen	37	41	34
Met school	1	1	
Met bedrijf/collega's	2	4	3
Met (sport)vereniging	3	1	35
Anders	2	3	4

2.4 Conclusie

De bekendheid van de EK Atletiek Amsterdam 2016 is onder Nederlanders, inwoners van Amsterdam en onder leden van de Atletiekunie tussen 2013 en 2014 toegenomen. Alleen de stijging onder leden van de bond is significant. In 2014 is de bekendheid onder Nederlanders 13 procent (12% in 2013), onder Amsterdammers 16 procent (15% in 2013) en 39 procent onder leden van de Atletiekunie (was 28%).

De bezoekingentent is onder Nederlanders en Amsterdammers tussen 2013 en 2014 afgenomen tot respectievelijk negen en zeventien procent (11%-23% in 2013). Alleen de daling van de interesse onder Amsterdammers is significant. Daar staat tegenover dat er een significante stijging van de animo is onder leden van de Atletiekunie: bijna een derde van de bondsleden staat in 2014 positief tegenover een bezoek aan de EK (29% in 2013).

Opmerkelijk aan de ontwikkeling van het profiel van de groep die geïnteresseerd is in een bezoek aan de EK is dat de man/vrouw-verdeling onder Nederlanders en leden van de Atletiekunie evenwichtiger is geworden. In Nederland is in 2014 58 procent van de geïnteresseerden man (71% in 2013) en onder bondsleden is dat de helft (65% in 2013).

3. Betalingsbereidheid

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op het bedrag dat potentiële bezoekers aan de EK Atletiek Amsterdam 2016 bereid zijn te betalen voor een dagticket. Er wordt onderscheid gemaakt tussen twee soorten tickets: tickets voor overdekte plaatsen aan de lange zijde van het stadion en voor niet-overdekte plaatsen in de bocht. De resultaten van een verkennende exercitie vormen hiervoor een indicatie en dienen tezamen met andere aspecten in het besluitvormingsproces over de prijsstelling van tickets meegenomen te worden.

3.1 Aanpak

In het algemeen is de prijs van een product een belangrijk criterium in het afwegingsproces van een consument om tot aanschaf over te gaan. Ook voor een bezoek aan de EK Atletiek Amsterdam 2016 gaat dat op. Ten behoeve van de door het LOC te ontwikkelen prijsstrategie voor tickets is onderzocht welk bedrag de drie doelgroepen in dit onderzoek bereid zijn te betalen voor een dagticket.¹⁵ Er worden twee soorten dagtickets onderscheiden: voor een overdekte plaats aan de lange zijde van het stadion en voor een niet-overdekte plaats in de bocht van het stadion aan de kopse kant.

Op basis van de prijs voor een dagticket voor één persoon is het LOC in staat een prijsindicatie voor een passepartout en/of voor groepen te geven. Naast de informatie over het prijsniveau die uit dit onderzoek voortvloeit dient er bij beslissingen over het prijsniveau ook met andere zaken rekening gehouden te worden (o.a. begrote ticketinginkomsten, eventuele inkoop-/huurtarieven en ervaringen bij eerdere EK's zoals in Zürich in 2014).¹⁶

De methode die in de vragenlijst is toegepast staat bekend als de 'prijsmeter methode', ook bekend onder de naam 'methode van Westendorp'. Kenmerkend voor deze methode is het voorleggen van vier vragen over de prijs met daaraan gekoppelde reeks voorgedeede antwoordmogelijkheden (prijsniveaus). De vragen zijn:

- Bij welke prijs vindt u een dagticket voor één persoon voor {soort plaats}...
 - ... goedkoop?
 - ... zo goedkoop dat u gaat twijfelen aan de kwaliteit?
 - ... duur?
 - ... zo duur dat u niet langer bereid bent om deze prijs te betalen?

¹⁵ Het evenement is als volgt omschreven in de vragenlijst. De EK Atletiek Amsterdam 2016 vinden plaats in het Olympisch Stadion van 6 tot en met 10 juli. Op één dag zijn er minstens twintig verschillende disciplines te zien. Naast de atletiekwedstrijden is er een ruim aanbod van entertainment en activiteiten voor kinderen in en rondom het stadion. Daarnaast zullen de wedstrijden van EURO2016 (EK voetbal) bij het stadion op grote schermen worden uitgezonden zodat genieten van topatletiek en -voetbal die dag hand in hand gaan.

¹⁶ In het algemeen geldt dat het middels onderzoek verkrijgen van grip op het bedrag dat potentiële consumenten bereid zijn te betalen voor een product geen sinecure is, zeker niet als het moment van consumptie niet de dag van morgen betreft. Zoals bij elke methode kleven er ook aan deze aandachtspunten. Respondenten kunnen strategisch antwoorden (o.a. bewust laag bedrag noemen) en de omschrijving van het product (al dan niet gecombineerd met beeldmateriaal) kan de respondent sturen. Ook de wijze van vraagstelling sorteert effect (een anoniem online onderzoek versus een persoonlijk interview).

Door de antwoorden op deze vragen in cumulatieve percentages uit te drukken, deze grafisch weer te geven en snijpunten van lijnen te bepalen ontstaat inzicht in aspecten van de betalingsbereidheid. Dit betreft:

- **Marginaal Goedkoopte Punt (MGP):** snijpunt te goedkoop/duur, bedrag waarbij de te goedkoop beleving overgaat in een duur beleving.
- **Optimale Prijsstelling (OPS):** snijpunt te goedkoop/te duur, het bedrag waarbij het kleinste aantal personen het product te goedkoop of te duur vinden.
- **Indifferentiepunt (IDP):** snijpunt goedkoop/duur, het bedrag waarbij het aantal personen dat het product goedkoop vindt gelijk is aan het aantal personen dat het duur vindt.
- **Marginaal duurtepunt (MDP):** snijpunt goedkoop/te duur, bedrag waarbij de goedkoop beleving overgaat in een te duur beleving.
- **Acceptabele prijsrange:** MGP-MDP.
- **Goedkoop segment:** MGP-OPS.
- **Duur segment:** IPD-MDP.

Additionele informatie over deze methode staat in bijlage 1.

3.2 Overdekte plaats aan lange zijde

De acceptabele bandbreedte voor een overdekte plaats aan de lange zijde bedraagt voor Nederlanders, Amsterdammers en leden van de Atletiekunie respectievelijk 29-43 euro, 33-39 euro en 28-37 euro (tabel 3.1). De optimale prijsstelling, één indicator voor een prijs van een dagticket, bedraagt voor deze drie groepen achtereenvolgens 30, 34 en 29 euro.

Tabel 3.1 Indicatoren prijsstelling ticket voor overdekte plaats aan lange zijde, in euro's

	Nederland (n=138)	Agglomeratie Amsterdam (n=242)	Leden Atletiekunie (n=629)
Marginaal Goedkoopte Punt (MGP)	29	33	28
Optimale Prijsstelling (OPS)	30	34	29
Indifferentiepunt (IDP)	42	38	34
Marginaal duurtepunt (MDP)	43	39	37
Acceptabele prijsrange (MGP-MDP)	29-43	33-39	28-37
Goedkoop segment (MGP-OPS)	29-30	33-34	28-29
Duur segment (IPD-MDP)	42-43	38-39	34-37

De verschillende uitkomsten geven aan dat er reden is om na te denken over een gedifferentieerd prijsbeleid (prijs van ticket afhankelijk van de doelgroep). Een voorbeeld is het geven van korting op het ticket voor (groepen van) leden van atletiekverenigingen.

3.3 Niet-overdekte plaats in bocht

Een niet-overdekte plaats in de bocht is op het eerste gezicht een kwalitatief minder goede plaats dan een overdekte plaats aan de lange zijde. Vloeit dit ook voort uit de berekeningen en wat zijn de verschillen tussen de drie groepen?

De acceptabele bandbreedte voor een niet-overdekte plaats in de bocht bedraagt voor Nederlanders, Amsterdammers en leden van de Atletiekunie respectievelijk 21-27 euro, 21-27 euro en 17-24 euro (tabel 3.2). De optimale prijsstelling bedraagt voor deze drie groepen achtereenvolgens 22, 23 en 19 euro.

Tabel 3.2 Indicatoren prijsstelling ticket voor niet-overdekte plaats in bocht, in euro's

	Nederland (n=138)	Agglomeratie Amsterdam (n=242)	Leden Atletiekunie (n=629)
Marginaal Goedkoopte Punt (MGP)	21	21	17
Optimale Prijsstelling (OPS)	22	23	19
Indifferentiepunt (IDP)	25	24	22
Marginaal duurtepunt (MDP)	27	27	24
Acceptabele prijsrange (MGP-MDP)	21-27	21-27	17-24
Goedkoop segment (MGP-OPS)	21-22	21-23	17-19
Duur segment (IPD-MDP)	25-27	24-27	22-24

Net als bij de prijsberekeningen voor de overdekte plaatsen geldt ook hier dat leden van de Atletiekunie minder diep in de buidel willen tasten dan de andere twee groepen. Het is gissen wat daarvan de reden is. Mogelijk komt dit doordat deze doelgroep vaker naar loop- en atletiekevenementen gaat en daar niet altijd voor hoeft te betalen. Loopevenementen, zoals de stadsmarathons en winterse crosslopen, vinden plaats in de openbare ruimte en zijn gratis toegankelijk. Daarnaast is het mogelijk dat een bezoek aan de EK Atletiek Amsterdam 2016 voor leden van de Atletiekunie minder 'uniek' is dan voor de andere doelgroepen omdat zij meer ervaring en indrukken hebben opgebouwd bij andere (internationale) loop- en atletiekevenementen.

Verwacht aankoopmoment

Circa een kwart van de geïnteresseerde Nederlanders en Amsterdammers (respectievelijk 25%, 27%) verwacht een paar dagen vóór de EK tickets (voor een overdekte of niet-overdekte plaats) aan te schaffen (tabel 3.3). Leden van de Atletiekunie zijn van plan dat eerder de doen: tien procent van hen koopt de tickets enkele dagen van tevoren. Een substantieel deel van de geïnteresseerden weet nog niet wanneer tickets aangeschaft worden (22% onder Nederlanders en Amsterdammers, 16% onder leden van de bond).

Tabel 3.3 Verwacht aankoopmoment tickets, respondenten die positief staan tegenover een bezoek aan de EK Atletiek Amsterdam 2016, in procenten

	Nederland (n=138)	Agglomeratie Amsterdam (n=242)	Leden Atletiekunie (n=629)
Een paar dagen vóór het evenement	25	27	10
Een paar weken vóór het evenement	28	30	40
Een paar maanden vóór het evenement	17	18	27
Een jaar tot een half jaar vóór het evenement	6	3	5
Meer dan een jaar vóór het evenement	2	1	1
Weet ik nog niet	22	22	16

3.4 Conclusie

De bandbreedte voor een overdekte plaats aan de lange zijde bedraagt voor Nederlanders, Amsterdammers en leden van de Atletiekunie respectievelijk 29-43 euro, 33-39 euro en 28-37 euro. De acceptabele bandbreedte voor een niet-overdekte plaats in de bocht van het stadion bedraagt voor Nederlanders, Amsterdammers en leden van de Atletiekunie 21-27 euro, 21-27 euro en 17-24 euro. De resultaten laten zien dat er voor het LOC reden is om na te denken over een gedifferentieerd prijsbeleid.

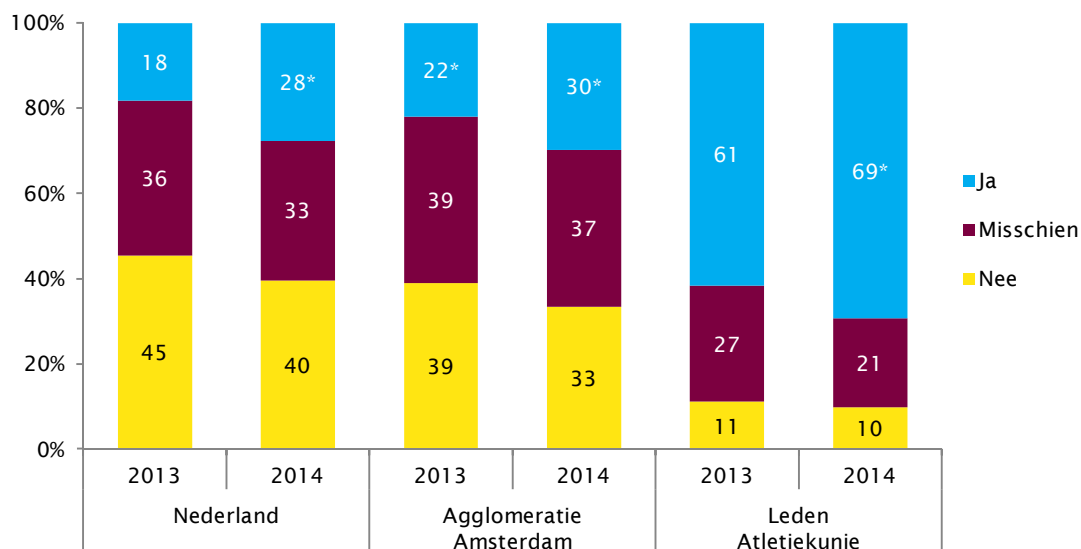
4. Volgen in media

In de voorgaande hoofdstukken is onder andere ingegaan op het bezoek aan de EK Atletiek Amsterdam 2016. Om het evenement te volgen is een bezoek aan het evenement geen vereiste. Ook via de (social) media kunnen belangstellenden het evenement volgen en beleven. In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de vraag hoeveel Nederlanders over de EK gaan lezen in de media en hoeveel er het evenement op televisie of internet gaan bekijken. Vanzelfsprekend worden de resultaten van de eerste meting vergeleken met die van de tweede.

4.1 Lezen

Het voornemen om over de EK te gaan lezen in kranten, tijdschriften of op internet is onder alle doelgroepen significant toegenomen. In 2014 spreekt 28 procent van de Nederlanders (18% in 2013), 30 procent van de Amsterdammers (22% in 2013) en 69 procent van de leden van de Atletiekunie (61% in 2013) de verwachting uit om over de EK te gaan lezen in de vernoemde media (figuur 4.1).

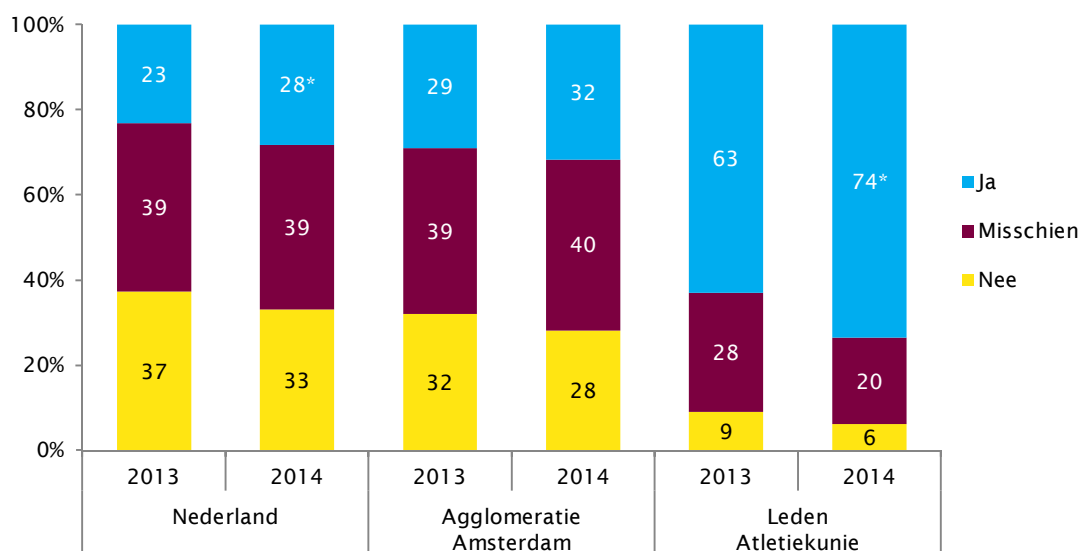
Figuur 4.1 Verwachting over de EK Atletiek Amsterdam 2016 te gaan lezen in kranten, tijdschriften of op internet (o.a. social media), in procenten



4.2 Kijken

Niet alleen het aandeel van de drie doelgroepen dat voornemens is om over de EK te gaan lezen is tussen 2013 en 2014 toegenomen. Dat geldt ook voor het aandeel dat van plan is daarnaar te gaan kijken op televisie via internet (o.a. smartphone, tablet). In 2014 zegt 28 procent van de Nederlanders (23% in 2013), 32 procent van de Amsterdammers (29% in 2013) en 74 procent van de leden van de Atletiekunie (63% in 2013) dat zij van plan zijn om naar de EK te gaan kijken (figuur 4.2). Alleen de toename onder Amsterdammers is niet significant.

Figuur 4.2 Verwachting beelden EK Atletiek Amsterdam 2016 op televisie of internet te gaan bekijken, in procenten

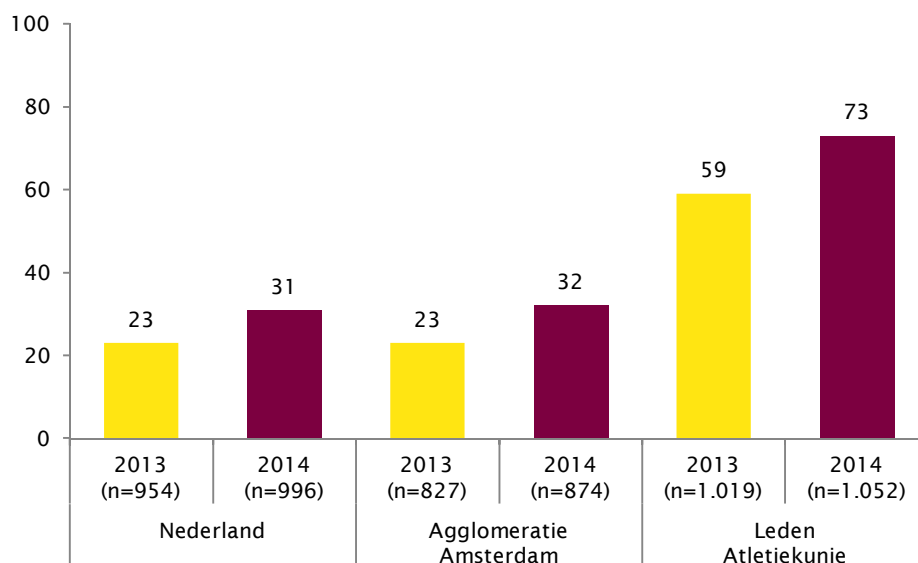


4.3 Volgen door niet-bezoekers

In het streven naar een zo groot mogelijk bereik van de EK onder de Nederlandse bevolking is het interessant om na te gaan in welke mate de groep die niet (erg) geïnteresseerd is om de EK te bezoeken aangeeft het wél te gaan volgen in de media (kijken en/of lezen erover).

Het aandeel personen binnen de drie doelgroepen dat aangeeft geen of weinig interesse te hebben in een bezoek aan de EK Atletiek geeft in 2014 vaker dan in 2013 aan de kampioenschappen via de media te gaan volgen. In 2014 geeft 31 procent van de niet in een bezoek geïnteresseerde Nederlanders aan dat zij het evenement wel in de media gaan volgen (23% in 2013) (figuur 4.3). Bij Amsterdammers en bondsleden is dat respectievelijk 32 procent (23% in 2013) en 73 procent (59% in 2013).

Figuur 4.3 Verwachting de EK Atletiek Amsterdam 2016 te volgen in media (lezen of bekijken) door niet-bezoekers, in procenten



4.4 Conclusie

In 2014 spreekt 28 procent van de Nederlanders (18% in 2013), 30 procent van de Amsterdammers (22% in 2013) en 69 procent van de leden van de Atletiekunie (61% in 2013) de verwachting uit om over de EK te gaan lezen in kranten, tijdschriften of op internet. Voor alle drie de doelgroepen zijn dit significante toenames.

Wat betreft de verwachting te gaan kijken naar de EK op televisie of internet is er ook sprake van een opgaande lijn bij twee van de drie doelgroepen. Er is sprake van significante stijgingen in het geval van Nederlanders (23%-28%) en leden van de Atletiekunie (63%-74%). Dit interessepeil is onder Amsterdammers in 2014 vergelijkbaar met dat in 2013 (32% in 2014).

In 2014 geeft 31 procent van de niet in een bezoek geïnteresseerde Nederlanders aan dat zij het evenement wel in de media gaan volgen (23% in 2013). Onder Amsterdammers en bondsleden is dat respectievelijk 32 procent (23% in 2013) en 73 procent (59% in 2013).

5. Conclusie

Begin juli 2016 staat Amsterdam - met name het Olympisch Stadion én het Museumplein - gedurende vijf dagen in het teken van topatletiek. De voorbereidingen lopen al maanden en zijn met de overdracht van de EK-organisatie van de Zwitserse stad Zürich aan de gemeente Amsterdam medio augustus 2014 in een volgende fase beland.

In de aanloop naar de kampioenschappen wordt drie maal onderzoek gedaan naar onder andere de bekendheid van het evenement onder drie doelgroepen. Dit betreft de Nederlandse bevolking, de inwoners van de agglomeratie Amsterdam en de leden van de Atletiekunie. Dit rapport bevat de resultaten van de tweede meting, waarbij ook de belangrijkste resultaten van de eerste meting zijn opgenomen.

De totale bekendheid van de EK Atletiek Amsterdam 2016 is onder leden van de Atletiekunie tussen 2013 en 2014 significant gestegen van 28 naar 39 procent. De bekendheid onder de Nederlandse bevolking en onder de inwoners van de hoofdstad is in 2014 niet significant anders dan in 2013.

Wat betreft de bezoekenintentie is het beeld uiteenlopend. De bezoekenintentie onder Nederlanders - 9 procent in 2014 - is vergelijkbaar met 2013. Naast dit stabiele beeld is er sprake van een significante daling van de bezoekenintentie onder Amsterdammers (23%-17%) en van een significante stijging onder leden van de Atletiekunie (29%-33%). Frappant aan de ontwikkeling van het profiel van de groep die geïnteresseerd is in een bezoek aan de EK is dat de man/vrouw-verdeling evenwichtiger lijkt te zijn geworden.

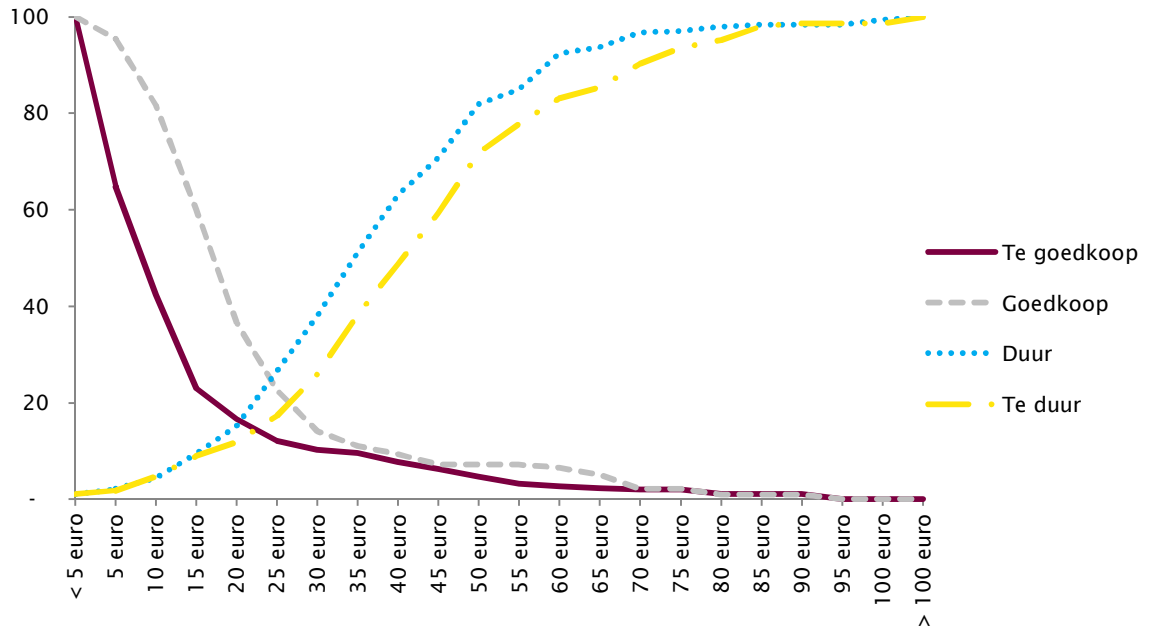
Het aanreiken van adviezen omtrent de prijsstelling van tickets is met uitdagingen omgeven. Desalniettemin hebben we handvatten aangereikt voor de ontwikkeling van een prijsbeleid voor tickets. De bandbreedte voor een overdekte plaats aan de lange zijde bedraagt voor Nederlanders, Amsterdammers en leden van de Atletiekunie respectievelijk 29-43 euro, 33-39 euro en 28-37 euro. De acceptabele bandbreedte voor een niet-overdekte plaats in de bocht van het stadion ligt grofweg tien euro lager.

De intentie om over de EK Atletiek Amsterdam 2016 te gaan lezen in kranten en tijdschriften is tussen 2013 en 2014 onder alle doelgroepen significant toegenomen. In 2014 spreekt 28 procent van de Nederlanders, 30 procent van de Amsterdammers en 69 procent van de leden van de Atletiekunie de verwachting uit om over de EK te gaan lezen. Het aandeel van de Amsterdammers dat zegt te gaan kijken naar de EK op televisie of via internet is in 2014 vergelijkbaar met het aandeel in 2013 (32% in 2014). Er is sprake van een significant gestegen interesse om de EK te gaan bekijken onder Nederlanders (23%-28%) en leden van de Atletiekunie (63%-74%).

Bijlage 1 Prijsmeter methode

Voorbeeld van een grafiek waarin de cumulatieve percentages van de antwoorden op de vier vragen zijn weergegeven:

Figuur b1 Cumulatieve percentages prijsniveaus voor een niet-overdekte zitplaats in de bocht van het stadion, inwoners agglomeratie Amsterdam, in procenten (cumulatief)



Ten behoeve van dit onderzoek is deze exercitie zes keer uitgevoerd (drie doelgroepen, twee soorten dagtickets). Er is volstaan met het visualiseren van de bovenstaande figuur voor één groep en één soort dagticket (de verschillen tussen de figuren zijn niet groot).



Herculesplein 269 | 3584 AA Utrecht | Postbus 85445 | 3508 AK Utrecht
T +31 (0)30 721 02 20 | info@mulierinstituut.nl | www.mulierinstituut.nl