



MARKTONDERZOEK

Na het uitvoeren van het kwantitatieve onderzoek hebben wij een kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Om de probleemstelling te kunnen beantwoorden hebben wij drie partijen geënquêteerd. Deze partijen zijn de BVO's, de sponsors en de supporters. In dit hoofdstuk worden de resultaten van dit onderzoek weergegeven.

1.1 Supporters

1.1.1 De mate van respons

Bos Nieuwe Media verzorgt momenteel de exploitatie van videowalls bij vijf voetbalclubs in Nederland.

Dit zijn:

- FC Twente;
- FC Groningen;
- SC Heerenveen;
- N.E.C. Nijmegen;
- Vitesse.

Voor de enquêtering hebben wij de supporters van FC Twente en FC Groningen benaderd. Voor het beste resultaat hebben wij ervoor gekozen de supporters persoonlijk te benaderen; men is dan eerder bereid de vragen te beantwoorden. Tevens geeft het een beter beeld van wat de supporters vinden van stadionreclame. Wij hebben de supporters van FC Twente geënquêteerd voor aanvang van een wedstrijd en de supporters van FC Groningen hebben wij benaderd op de open dag.

1.1.2 De representativiteit

Door enquêtes af te nemen op momenten dat er veel mensen aanwezig zijn bestaat de kans dat bepaalde groepen niet, of te weinig benaderd worden; supporters op de hoofdtribune hebben wellicht een andere kijk of mening dan de 'gemiddelde' supporter. Om toch zoveel mogelijk meningen van verschillende supporters in beeld te krijgen hebben we gekozen voor een persoonlijke benadering.

1.1.3 De gewenste spreiding van de respondenten

FC Twente en FC Groningen zijn sterk regionaal gebonden. Aangenomen wordt dat de mensen die we geënquêteerd hebben uit de directe omgeving van de BVO's komen. Op wedstrijd- en open dagen is de hele doelgroep bijeen en is er een groot bereik.

1.1.4 Wensen ten aanzien van tijd en complexiteit

Omdat het afnemen van de vragenlijst niet lang duurt was persoonlijk enquêteren mogelijk. Persoonlijk enquêteren tijdens wedstrijd- en open dagen was een goede combinatie.

De vragenlijst is zo opgesteld dat men niet veel tijd kwijt is aan het invullen ervan. Er is geen sprake van open vragen; men kan snel zijn/haar antwoord aankruisen. Eventuele complexiteit van de enquête is dus niet van toepassing.

1.1.5 De vraagstelling

Voordat de definitieve vragenlijst bekend was zijn een aantal conceptenquêtes voorgelegd aan onze afstudeerbegeleider; de heer Caimo en de algemeen directeur van Bos Nieuwe Media; de heer Pruis.

1.1.6 Cijfers en feiten

De enquête is afgenomen onder 150 supporters van FC Twente. Een deel van deze supporters hebben we op wedstrijddagen benaderd en een deel is benaderd in onze directe omgeving (denk hierbij aan vrienden, kennissen en collega's). Eveneens hebben wij 150 supporters van FC Groningen geënquêteerd. Deze hebben wij allen weten te bereiken op de open dag.

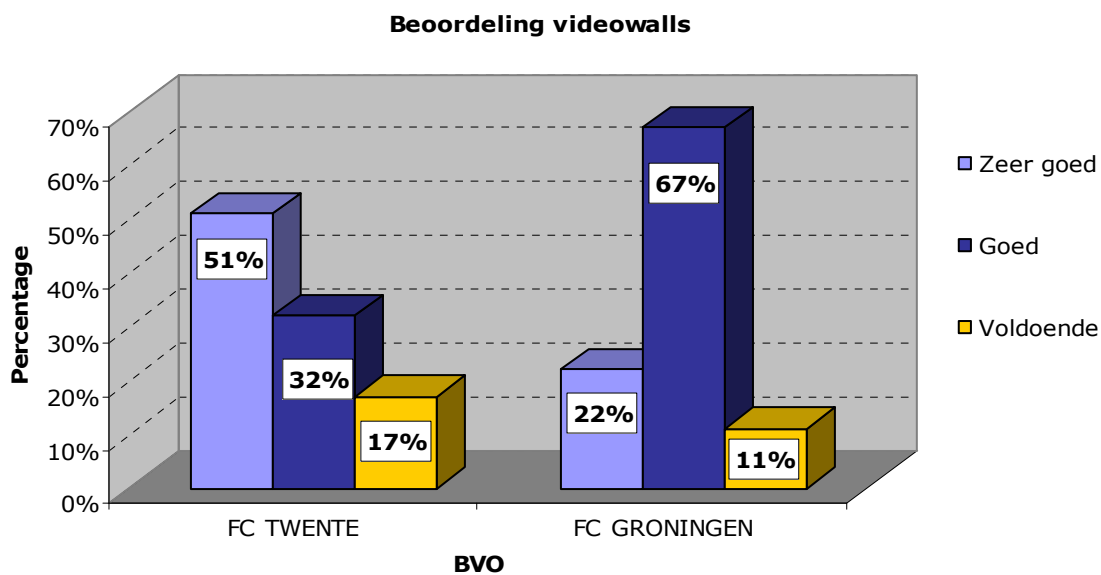
Aangezien het percentage van de respons laag is in verhouding met de totale stadioncapaciteiten kan het zijn dat de onderzoeksresultaten een vertekend beeld geven. De uitkomst van de enquêtering geeft dan ook meer een indicatief beeld. De enquête is opgenomen in de bijlagen.

1.1.7 Conclusies

Beoordeling videowalls

De beoordeling van de videowalls wordt onder beide supportersgroepen als goed tot zeer goed ervaren. FC Groningen maakte eerder gebruik van de videowalls dan FC Twente. Wellicht dat de verdeling goed – zeer goed verschilt omdat de supporters van FC Twente de aanwezigheid van de videowalls nog als 'nieuw' ervaren. Tevens kan de capaciteit van de stadions bij deze beoordeling een rol spelen; het stadion van FC Twente heeft immers een capaciteit van 13.500 en het stadion van FC Groningen heeft een capaciteit van 20.000.

In het stadion van FC Twente maken de videowalls een imposante indruk.



In tabel 3 en 4 hieronder is de beoordeling van verschillende categorieën onder de supporters weergegeven.

FC TWENTE	Zeer goed	Goed	Voldoende	Totaal
Seizoenkaarthouder	21%	6%	13%	40%
Clubkaarthouder	14%			14%
TOS / Gouden Aktie		15%		15%
Anders	16%	11%	4%	31%
Totaal	51%	32%	17%	100%

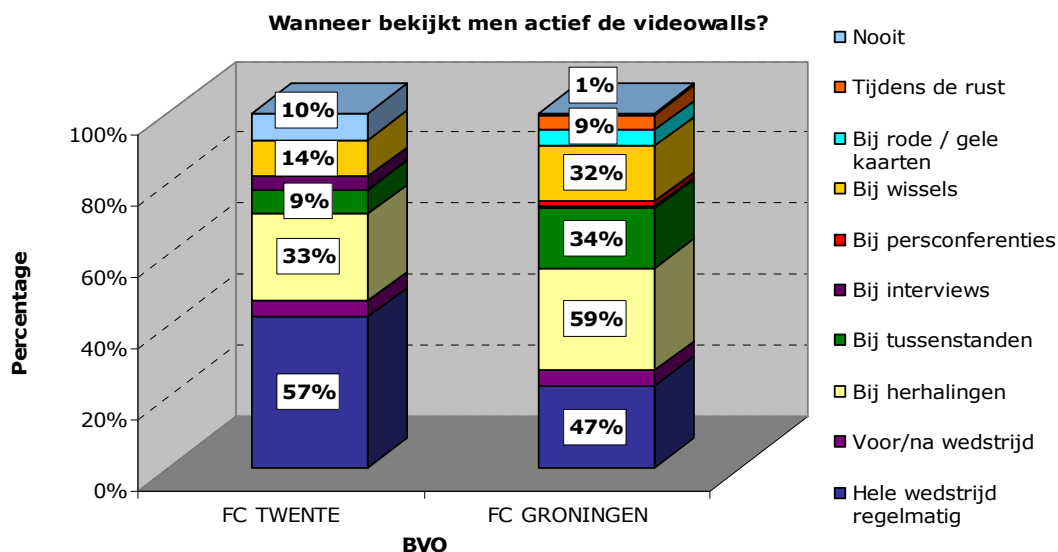
Tabel 3: Beoordeling videowalls – verdeling supporters FC Twente

FC GRONINGEN	Zeer goed	Goed	Voldoende	Totaal
Seizoenkaarthouder	12%	42%	5%	59%
Clubkaarthouder	3%	11%	4%	18%
TOS / Gouden Aktie	<i>Niet van toepassing</i>			
Anders	7%	14%	2%	23%
Totaal	22%	67%	11%	100%

Tabel 4: Beoordeling videowalls – verdeling supporters FC Groningen

Wanneer kijkt men actief naar de videowalls?

Uit het onderzoek blijkt dat de mate van actief kijken naar de videowalls bij beide supportersgroepen nagenoeg gelijk is. De supporters geven aan dat men de hele wedstrijd regelmatig naar de videowalls kijkt. Met name bij herhalingen wordt actief gekeken. Ook wanneer de tussenstanden van andere wedstrijden verschijnen kijkt men tijdens de wedstrijd op de videowalls. In onderstaande grafiek zijn de antwoorden van de supporters opgenomen.



Grafiek 3: Wanneer bekijkt men actief de videowalls?

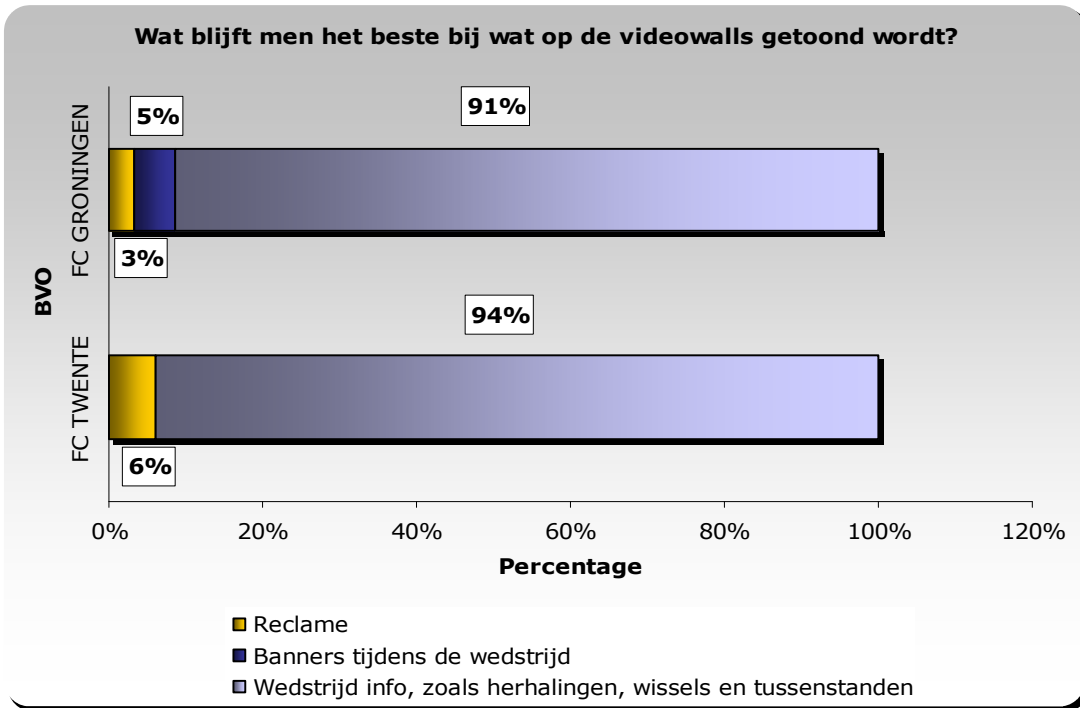
Doordat supporters meerdere antwoorden konden aankruisen is een verdeling ontstaan die in de tabel hieronder wordt weergegeven; zowel numeriek als procentueel. Van de geënquêteerde FC Twente supporters heeft ruim éénderde een tweede antwoord aangekruist. Van de geënquêteerde FC Groningen supporters heeft iedereen meerdere antwoorden aangekruist. Het verschil heeft waarschijnlijk te maken met het moment van afname. De supporters van FC Groningen hebben wij geënquêteerd tijdens de open dag en supporters van FC Twente voorafgaand aan een voetbalwedstrijd; men is dan toch minder bereid de vragenlijst uitgebreid in te vullen.

Wanneer bekijkt men actief de videowalls?	FC TWENTE	FC GRONINGEN
Hele wedstrijd regelmatig	85 (57%)	71 (47%)
Voor/na wedstrijd	9 (6%)	13 (9%)
Bij herhalingen	49 (33%)	88 (59%)
Bij tussenstanden	14 (9%)	51 (34%)
Bij interviews	7 (5%)	2 (1%)
Bij persconferenties		4 (3%)
Bij wissels	21 (14%)	48 (32%)
Bij rode / gele kaarten		14 (9%)
Tijdens de rust		14 (9%)
Nooit	15 (10%)	2 (1%)
Totaal	200 (134%)	307 (204%)

Tabel 5: Wanneer bekijkt men actief de videowalls? – verdeling supporters FC Twente en FC Groningen

Wat blijft men het beste bij van wat op de videowalls getoond wordt?

Wij hebben de supporters van FC Twente en FC Groningen gevraagd wat men het beste bij blijft van wat er op de videowalls getoond wordt. Respectievelijk geeft 91% en 94% aan dat dit de getoonde wedstrijd informatie is. Bij wedstrijd informatie kan gedacht worden aan herhalingen, tussenstanden, wissels etcetera. Dat dit door bijna alle geënquêteerde supporters wordt aangegeven is geen verrassing; men gaat immers naar het stadion voor de voetbalwedstrijd. Wat men onthoudt van reclame-uitingen, getoond op de videowalls, is minimaal.

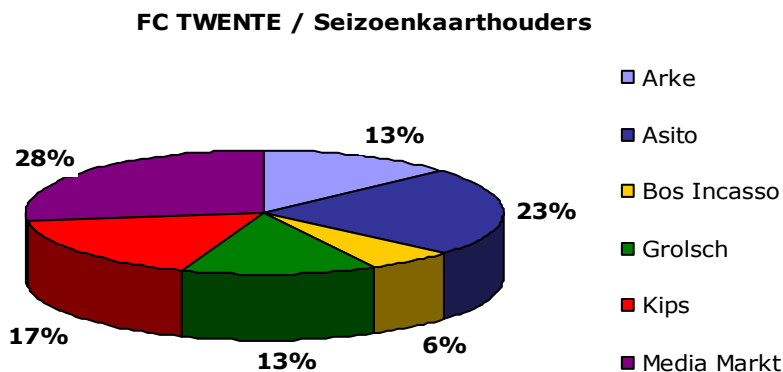


Grafiek 4: Wat blijft men het beste bij van wat op de videowalls getoond wordt?

Welke getoonde commercials kan men spontaan noemen?

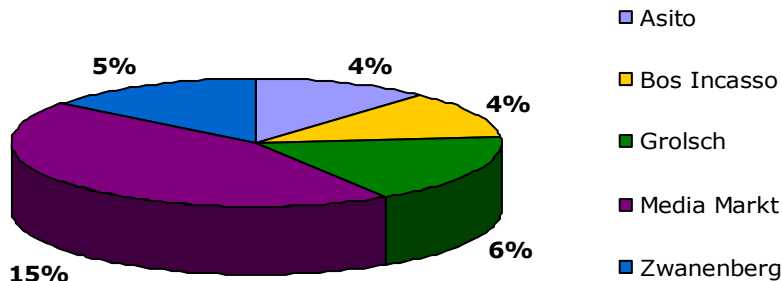
Naar aanleiding van de vorige vraag hebben wij de supporters gevraagd commercials te noemen die op de videowalls getoond worden. Ook bij deze vraag kon men meerdere antwoorden aankruisen.

Uit deze vraag blijkt dat men een groot aantal commercials kan benoemen, ondanks de bevinding dat de getoonde wedstrijdinfo de supporters het beste bij blijft. Geconcludeerd kan worden dat herhaling van de commercial wel degelijk effect heeft op de aanwezige supporters. Met name supporters die regelmatig, of zelfs elke thuiswedstrijd bezoeken kunnen veel commercials benoemen. Onderstaande cirkeldiagrammen verduidelijken dit punt.



Grafiek 5: Welke getoonde commercial kan men spontaan noemen? – seizoenkaarthouders FC

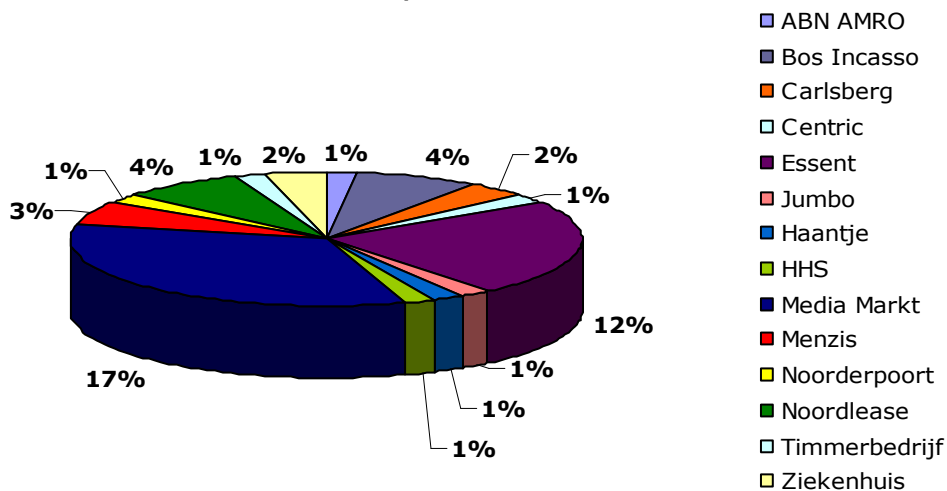
FC TWENTE / Anders



Grafiek 6: Welke getoonde commercial kan men spontaan noemen? – overige supporters FC Twente

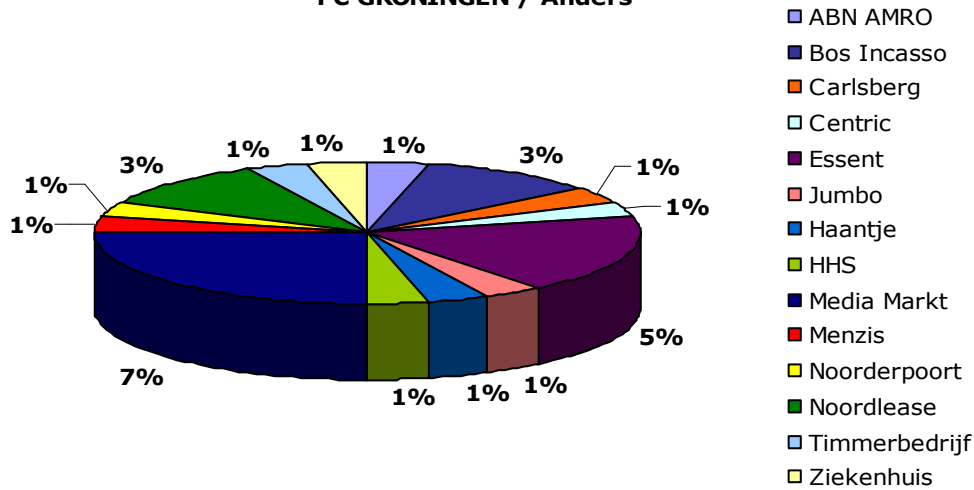
De seizoenkaarthouders zijn elke thuiswedstrijd aanwezig. De mensen die onder de categorie 'anders' zijn ingedeeld bezoeken af en toe een wedstrijd; zij maken gebruik van losse kaartverkoop, gaan met iemand mee of zijn gewoon fan. Op de volgende pagina zijn ook de cirkeldiagrammen van FC Groningen weergegeven.

FC GRONINGEN / Seizoenkaarthouders



Grafiek 7: Welke commercial kan men spontaan noemen? – seizoenkaarthouders FC Groningen

FC GRONINGEN / Anders



Grafiek 8: Welke commercial kan men spontaan noemen? – overige supporters FC Groningen

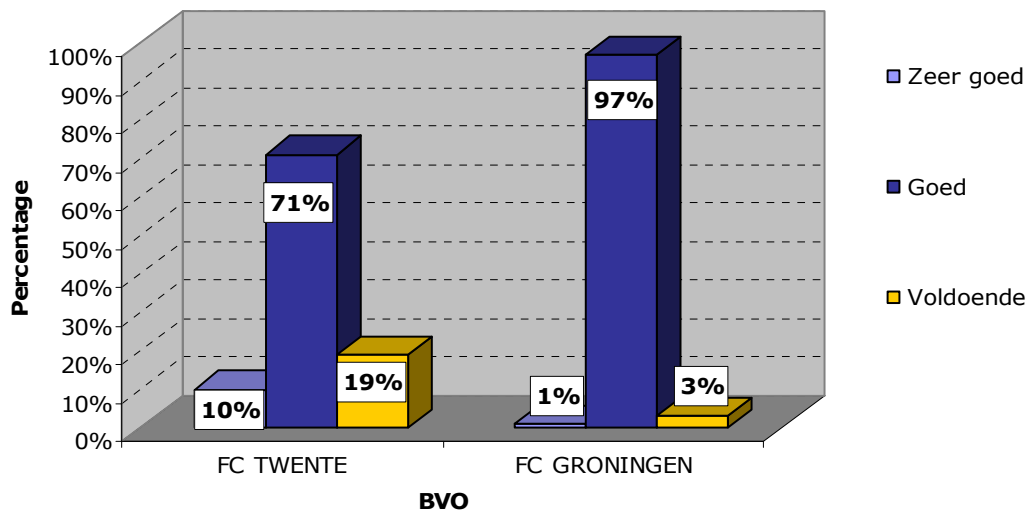
Het verschil tussen de categorie 'seizoenkaarthouders' en de categorie 'anders' is bij FC Groningen kleiner dan bij FC Twente. Wellicht dat men in de categorie 'anders' geholpen is een aantal reclames te benoemen.

Wat vindt men van de getoonde wedstrijdinfo?

Wij hebben de supporters gevraagd aan te geven hoe men de getoonde wedstrijdinfo beoordeelt.

Zowel de supporters van FC Twente als de supporters van FC Groningen zijn positief over de getoonde wedstrijdinfo. Deze beoordeling is belangrijk aangezien men dit het beste onthoudt van wat op de videowalls getoond wordt. Men ziet de videowalls wel degelijk als een toegevoegde waarde. Dit bleek al uit de beoordeling van het stadion voor en na de komst van de videowalls.

Beoordeling getoonde wedstrijdinfo



Grafiek 9: Beoordeling getoonde wedstrijdinfo

In onderstaande tabellen is de verdeling goed te zien binnen diverse supporterscategorieën.

FC TWENTE	Zeer goed	Goed	Voldoende	Totaal
Seizoenkaarthouder		45 (30%)	15 (10%)	60 (40%)
Clubkaarthouder		21 (15%)		21 (14%)
TOS / Gouden Aktie		14 (9%)	8 (5%)	22 (15%)
Anders	15 (10%)	26 (17%)	6 (4%)	47 (31%)
Totaal	15 (10%)	106 (71%)	29 (19%)	150 (100%)

getoonde wedstrijdinfo – verdeling supporters FC Twente

FC GRONINGEN	Zeer goed	Goed	Voldoende	Totaal
Seizoenkaarthouder	1 (1%)	87 (58%)	3 (2%)	91 (61%)
Clubkaarthouder		25 (18%)		25 (17%)
TOS / Gouden Aktie	<i>Niet van toepassing</i>			

Anders		32 (21%)	1 (1%)	33 (22%)
Totaal	1 (1%)	144 (97%)	4 (3%)	150 (100%)

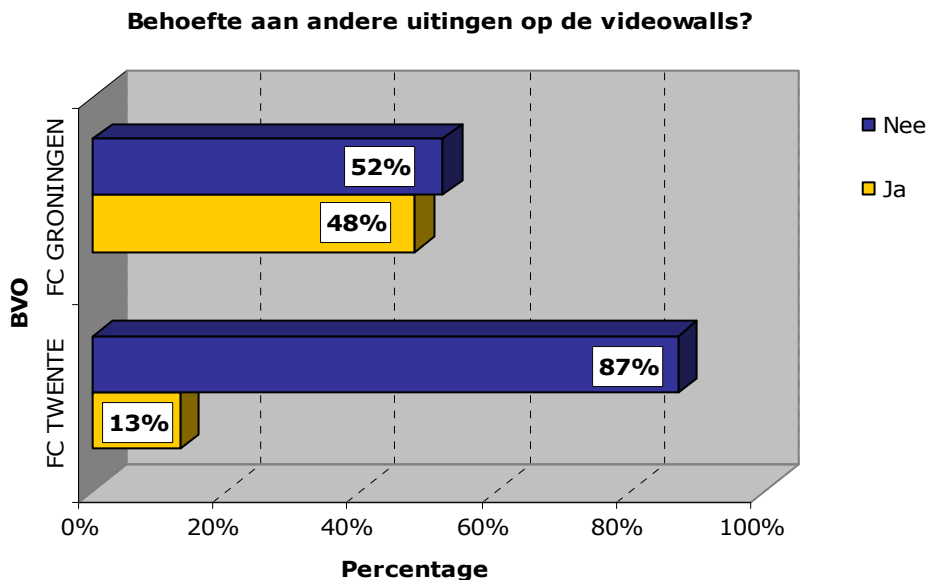
Tabel 7: Beoordeling getoonde wedstrijdinfo – verdeling supporters FC Groningen

Is alles goed te zien op de videowalls vanaf uw plek in het stadion?

Over deze vraag kunnen wij kort zijn. Alle geënquêteerden van zowel FC Twente als FC Groningen hebben de vraag met 'ja' beantwoord. De geënquêteerden zitten verspreid in het stadion. Dit betekent dat de videowalls in het gehele stadion goed te zien zijn. In beide stadions zijn twee videowalls aanwezig. Bij FC Twente bevinden de videowalls zich boven de korte zijden van het stadion. Bij FC Groningen zijn de videowalls in twee hoeken, uiteraard tegenover elkaar, geplaatst. Zowel mensen op de lange als de korte zijde hebben in beide stadions volledig zicht op de videowalls.

Heeft u behoefte aan andere uitingen op de videowalls?

Naast reclames en wedstrijdinfo bestaat de mogelijkheid andere zaken op de videowalls te tonen. Het merendeel van de geënquêteerden geeft aan hier geen behoefte aan te hebben. Zoals eerder is gebleken, bekijkt men met name actief naar de videowalls wanneer wedstrijdinfo getoond wordt.



Grafiek 10: Behoefte aan andere uitingen op de videowalls?

Een aantal geënquêteerden van FC Groningen geeft aan wel behoefte te hebben aan andere uitingen op de videowalls.

Uitingen die men graag zou willen zien op de videowalls:

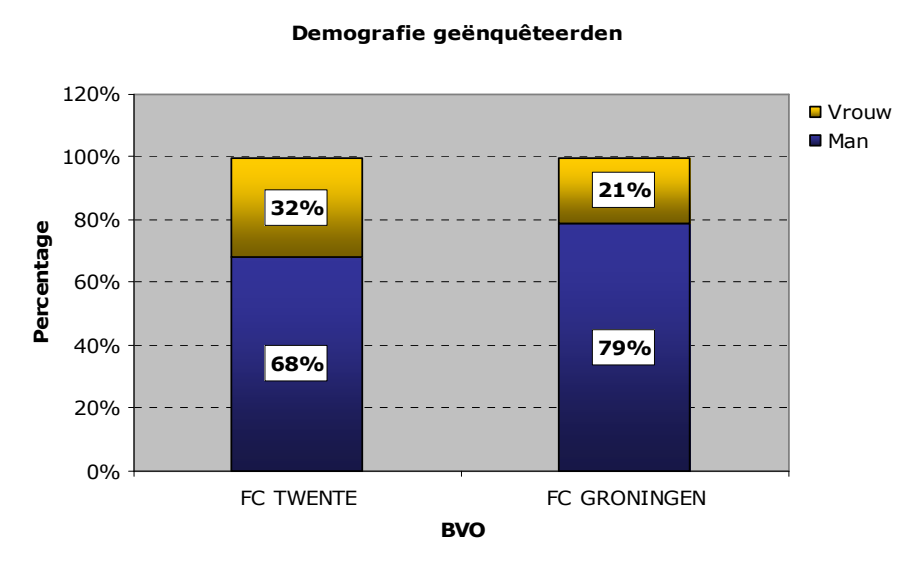
- Videoclips / entertainment;
- Spelers info;
- Interviews met spelers en betrokkenen;
- Clubhistorie;

- Interviews met supporters;
- Spelers statistieken.

Men heeft met name belang bij spelers info en clubhistorie.

Demografie

Voor het invullen van de enquête zijn zowel mannen als vrouwen benaderd. De verdeling is af te lezen aan onderstaande grafiek.



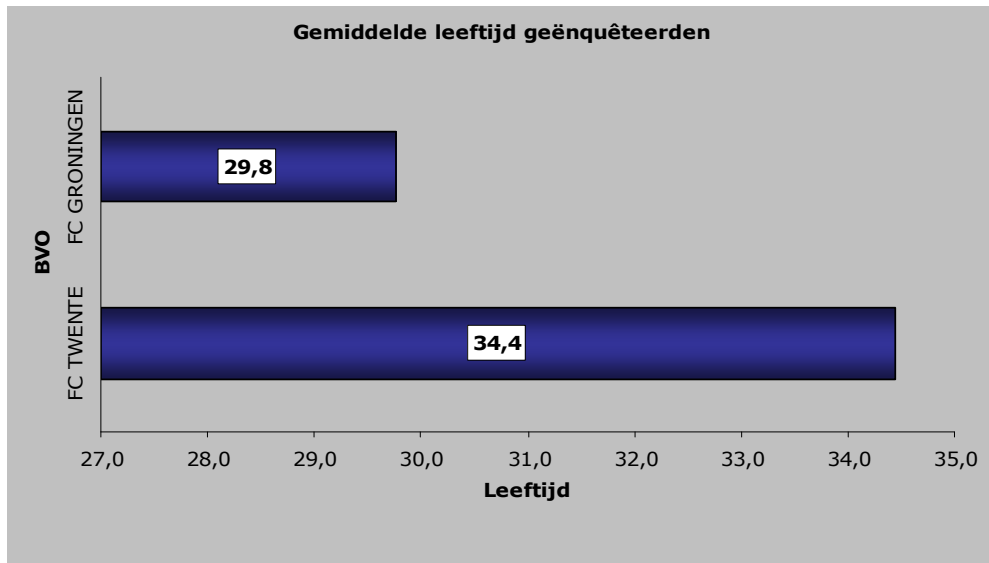
Grafiek 11: Demografie geënquêteerden

Steeds vaker worden voetbalwedstrijden ook door vrouwen bezocht. Dit blijkt ook uit de enquête. Respectievelijk 32% en 21% van de geënquêteerden is vrouw. Mannen blijven in de meerderheid.

Leeftijd

Uiteraard hebben wij de supporters gevraagd hun leeftijd in te vullen.

De gemiddelde leeftijd van de geënquêteerden van FC Twente is 34,4 jaar, de gemiddelde leeftijd van de geënquêteerden van FC Groningen is 29,8 jaar. Hierbij willen wij de opmerking maken dat de enquêtes van FC Groningen op de open dag zijn afgenomen en de enquêtes van FC Twente voorafgaand aan een voetbalwedstrijd. Een open dag wordt vooral door jonge gezinnen bezocht. Onder de geënquêteerden van FC Groningen zijn dus meer jongere mensen dan onder de geënquêteerden van FC Twente.

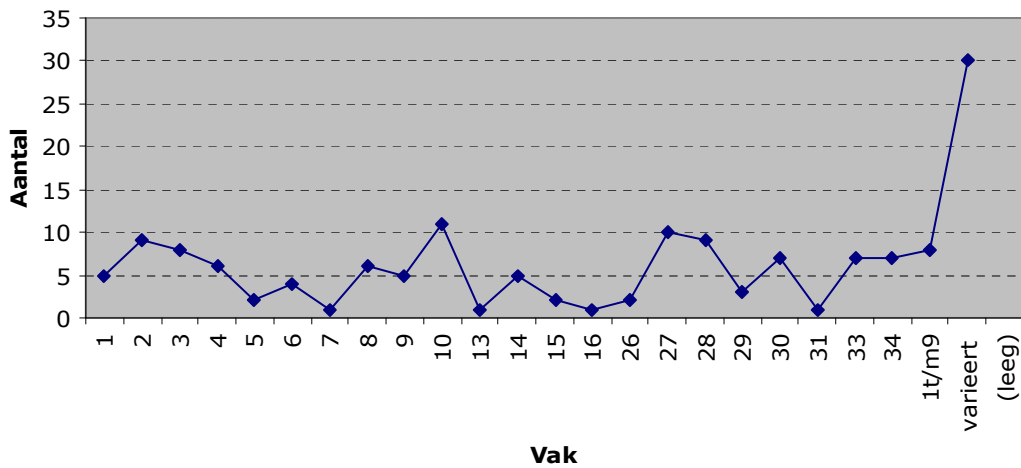


Grafiek 12: Gemiddelde leeftijd geënquêteerden

In welk vak zit u?

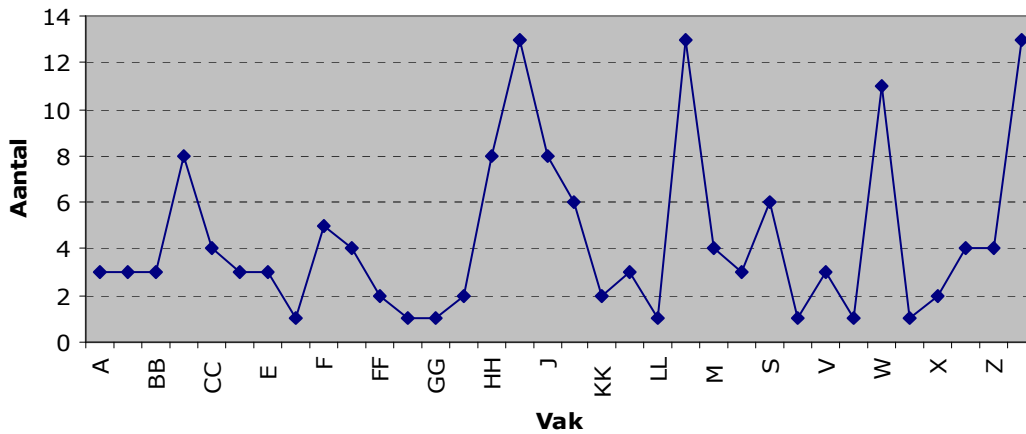
De geënquêteerden zitten uiteraard verspreid in het stadion. We hebben de supporters gevraagd hun plaats (vak) in het stadion te noteren.

**FC TWENTE
Plaats in het stadion**



Grafiek 13: Plaats in het stadion – FC Twente

FC GRONINGEN
Plaats in het stadion



Grafiek 14: Plaats in het stadion – FC Groningen

Om een beter beeld te krijgen van deze grafieken is hieronder en op de volgende pagina een plattegrond weergegeven van zowel het stadion van FC Twente als van het stadion van FC Groningen.



Figuur 4: Plattegrond stadion FC Twente (bron: www.fctwente.nl)



Figuur 5: Plattegrond stadion FC Groningen (bron: www.fcgroningen.nl)

Suggesties / Opmerkingen

Naast het invullen van de vragenlijst kon met ook suggesties en/of opmerkingen plaatsen. Hiervoor is een aparte ruimte gereserveerd op het enquêteblad.

Wat ons opvalt is dat mensen muziek in het stadion missen. Voor de komst van de videowalls werd tijdens de rust van een voetbalwedstrijd muziek in het stadion gedraaid. Deze muziek is nu vervangen voor commercials en advertenties op de videowalls. Wellicht is het een optie om ook videoclipen op de videowalls te tonen. Echter, dit gaat wel ten koste van de adverteermogelijkheid.

Een aantal geënquêteerde FC Twente supporters geven aan dat de videowalls geregeld een zwart beeld laten zien.

Een aantal geënquêteerde FC Groningen supporters plaatsen de opmerking dat het beeld op de videowalls bij lage of felle zon slecht te zien is. Men vraagt hiervoor aanpassingen te doen.

Conclusie

Zowel FC Twente als FC Groningen supporters zijn positief over de videowalls. Men vindt het een toegevoegde waarde voor het stadion. Met name de getoonde wedstrijdinfo ziet men als een goede extra service.

De getoonde commercials en/of advertenties in de vorm van banners kunnen veel geënquêteerden spontaan benoemen. Hieruit blijkt dat het herhaaldelijk tonen van commercials of advertenties wel degelijk effect heeft. Niet alleen het visuele deel van een commercial wordt herkend, maar ook het auditieve deel. Voor een adverteerder is het dus zeer zeker aantrekkelijk te adverteren op de videowalls.

BIJLAGE II: UITKOMSTEN ENQUETE SUPPORTERS

Wat is uw relatie met FC Twente?	Aantal	Percentage
Seizoenkaarthouder	60	40%
Clubkaarthouder	21	14%
TOS / Gouden Actie	22	15%
Anders, bijv. losse kaartverkoop, fan	47	31%
Totaal	150	100%

Wat is uw relatie met FC Groningen?	Aantal	Percentage
Seizoenkaarthouder	91	61%
Clubkaarthouder	25	17%
Anders, bijv. losse kaartverkoop, fan	34	23%
Totaal	150	100%

Algemene beoordeling stadion voor komst videowalls FC Twente	Aantal	Percentage
Zeer goed	15	10%
Goed	66	44%
Voldoende	51	34%
Slecht	18	12%
Totaal	150	100%

Algemene beoordeling stadion voor komst videowalls FC Groningen	Aantal	Percentage
Zeer goed	1	1%
Goed	8	5%
Voldoende	141	94%
Totaal	150	100%

Algemene beoordeling stadion na komst videowalls FC Twente	Aantal	Percentage
Goed	59	39%
Voldoende	6	4%
Zeer goed	85	57%
Totaal	150	100%

Algemene beoordeling stadion na komst videowalls FC Groningen	Aantal	Percentage
goed	46	31%
voldoende	2	1%
zeer goed	102	68%
Totaal	150	100%

Beoordeling videowalls FC Twente	Aantal	Percentage
Goed	48	32%
Voldoende	25	17%
Zeer goed	77	51%
Totaal	150	100%

Beoordeling videowalls FC Groningen	Aantal	Percentage
goed	101	67%
voldoende	16	11%
zeer goed	33	22%
Totaal	150	100%

Wanneer bekijkt men actief de videowalls? FC Twente	Aantal	Percentage
Hele wedstrijd regelmatig	85	57%
Voor/na wedstrijd	9	6%
Bij herhalingen	49	33%
Bij tussenstanden	14	9%
Bij interviews	7	5%
Bij wissels	21	14%
Nooit	15	10%
Totaal	200	134%

Wanneer bekijkt men actief de videowalls? FC Groningen	Aantal	Percentage
Hele wedstrijd regelmatig	71	57%
Voor/na wedstrijd	13	9%
Bij herhalingen	88	59%
Bij tussenstanden	52	34%
Bij interviews	2	1%
Bij persconferenties	4	3%
Bij wissels	48	32%
Bij rode / gele kaarten	14	9%
Tijdens de rust	14	9%
Nooit	2	1%
Totaal	307	204%

Wat blijft u het beste bij? FC Twente	Aantal	Percentage
Reclame	9	6%
Wedstrijd info	141	94%
Totaal	150	100%

Wat blijft u het beste bij? FC Groningen	Aantal	Percentage
banners tijdens de wedstrijd	8	5%
reclames	5	3%
wedstrijdinfo, zoals herhalingen, wissels en tuss	137	91%
Totaal	150	100%

Welke getoonde commercial kunt u spontaan noemen? FC Twente	Aantal	Percentage
Arke	27	18%
Asito	84	56%
Bos Incasso	29	19%
Grolsch	42	28%
Kips	16	11%
Media Markt	64	43%
Zwanenberg	8	5%
Totaal	270	180%

Welke getoonde commercial kunt u spontaan noemen? FC Groningen	Aantal	Percentage
HHS	3	2%
Haantje	3	2%
Bos Incasso	17	11%
Carlsberg	6	4%
Centric	2	1%
Essent	29	19%
Jumbo	2	1%
Media Markt	58	39%
Menzis	6	4%
Noordlease	14	9%
Noorderpoort	2	1%
Timmerbedrijf	2	1%
Ziekenhuis	4	3%
Eindtotaal	148	99%

Beoordeling getoonde wedstrijdinfo FC Twente	Aantal	Percentage
Goed	106	71%
Voldoende	29	19%
Zeer goed	15	10%
Totaal	150	100%

Beoordeling getoonde wedstrijdinfo FC Groningen	Aantal	Percentage
goed	145	97%
voldoende	4	3%
zeer goed	1	1%
Totaal	150	100%

Heeft u behoefte aan andere uitingen op de videowalls? FC Twente	Aantal	Percentage
Ja	19	13%
Nee	131	87%
Totaal	150	100%

Heeft u behoefte aan andere uitingen op de videowalls? FC Groningen	Aantal	Percentage
ja	72	48%
nee	78	52%
Totaal	150	100%

Geslacht FC Twente	Aantal	Percentage
Man	102	68%
Vrouw	48	32%
Totaal	150	100%

Geslacht FC Groningen	Aantal	Percentage
man	118	79%
vrouw	32	21%
Totaal	150	100%

Leeftijd FC Twente	Aantal	Percentage
17	2	1%
18	15	10%
19	7	5%
20	4	3%
21	3	2%
22	2	1%
23	8	5%
24	4	3%
25	3	2%
26	3	2%
27	5	3%
28	8	5%
29	3	2%
30	2	1%
31	4	3%
32	5	3%
33	6	4%
34	9	6%
35	3	2%
36	5	3%
37	3	2%
38	2	1%
42	2	1%
43	4	3%
44	3	2%
45	2	1%
46	1	1%
47	2	1%
48	3	2%
49	1	1%
51	1	1%
52	1	1%
54	3	2%
55	2	1%
56	1	1%
57	2	1%
58	2	1%
59	2	1%
60	4	3%
61	3	2%
62	1	1%
66	1	1%
67	2	1%
68	1	1%
Totaal	150	100%

Leeftijd FC Groningen	Aantal	Percentage
9	5	3%
10	4	3%
11	1	1%
12	6	4%
13	3	2%
15	1	1%
16	6	4%
17	6	4%
19	5	3%
20	1	1%
21	5	3%
22	2	1%
23	4	3%
24	2	1%
25	4	3%
26	5	3%
27	6	4%
28	3	2%
29	5	3%
30	4	3%
31	2	1%
32	5	3%
33	6	4%
35	10	7%
36	12	8%
37	2	1%
39	5	3%
41	1	1%
42	7	5%
43	1	1%
44	1	1%
46	3	2%
47	1	1%
48	3	2%
49	2	1%
51	5	3%
53	4	3%
56	1	1%
57	1	1%
Totaal	150	100%

Vak FC Twente	Aantal	Percentage
1	5	3%
2	9	6%
3	8	5%
4	6	4%
5	2	1%
6	4	3%
7	1	1%
8	6	4%
9	5	3%
10	11	7%
13	1	1%
14	5	3%
15	2	1%
16	1	1%
26	2	1%
27	10	7%
28	9	6%
29	3	2%
30	7	5%
31	1	1%
33	7	5%
34	7	5%
1t/m9	8	5%
varieert	30	20%
Totaal	150	100%

Vak FC Groningen	Aantal	Percentage
-	11	7%
-	2	1%
A	2	1%
A	1	1%
AA	3	2%
BB	3	2%
C	8	5%
CC	4	3%
D	3	2%
E	3	2%
EE	1	1%
F	5	3%
F	4	3%
FF	2	1%
G	1	1%
GG	1	1%
H	2	1%
HH	8	5%
I	13	9%
J	8	5%
K	6	4%
KK	2	1%
L	3	2%
LL	1	1%
M	13	9%
M	4	3%
MM	3	2%
S	6	4%
UU	1	1%
V	3	2%
V	1	1%
W	11	7%
WW	1	1%
X	2	1%
Y	4	3%
Z	4	3%
Totaal	150	100%