

Wedstrijdbezoekers Fortuna Sittard over fusieplannen

|           |  |
|-----------|--|
| Document: | Wedstrijdbezoekers Fortuna Sittard over fusieplannen |
| Datum:    | 24 november 2008                                     |
| Auteur:   | Drs. Christel Spaan-Derks                            |

## INHOUDSOPGAVE

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. INLEIDING .....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>2. ONDERZOEKSOPZET.....</b>  | <b>5</b>  |
| 2.1. DOELGROEPBEPALING EN -BENADERING .....                                     | 5         |
| 2.2. ONDERZOEKSMATERIAAL EN -STRATEGIE .....                                    | 5         |
| <b>3. HET ONDERZOEK.....</b>  | <b>7</b>  |
| 3.1. UITVOERING VAN HET ONDERZOEK .....   | 7         |
| 3.2. RESPONS.....   | 7         |
| 3.3. GENERALISEERBAARHEID VAN DE RESULTATEN .....                               | 8         |
| <b>4. RESULTATEN .....</b>  | <b>9</b>  |
| 4.1. DENKT U DAT RFC STRUCTUREEL KAN MEEDOEN IN DE TOP VAN DE EREDIVISIE? ..... | 9         |
| 4.2. GAAT U DE PRESTATIES VAN RFC VOLGEN OP TV?.....                            | 9         |
| 4.3. GAAT U WEDSTRIJDEN VAN RFC BEZOEKEN? .....                                 | 10        |
| 4.4. GA JE EEN SEIZOENKAART VAN RFC KOPEN? .....                                | 11        |
| 4.5. ALS FORTUNA SITTARD FUSEERT MET RODA JC, DAN SPONSOR IK .....              | 11        |
| 4.6. ALS FORTUNA SITTARD FUSEERT MET RODA JC, DAN ... ..                        | 13        |
| 4.7. MOET FORTUNA SITTARD DE FUSIE MET RODA JC DOORZETTEN? .....                | 14        |
| 4.8. FUSIE VERSUS TOP VAN DE EREDIVISIE .....                                   | 14        |
| 4.9. FUSIE VERSUS PRESTATIES VOLGEN OP TV.....                                  | 15        |
| 4.10. FUSIE VERSUS WEDSTRIJDEN BEZOEKEN .....                                   | 15        |
| 4.11. FUSIE VERSUS SEIZOENKAART.....  | 15        |
| 4.12. FUSIE VERSUS SPONSORING DOOR SPONSOREN .....                              | 16        |
| 4.13. FUSIE VERSUS SPONSORING DOOR SYMPATHISANTEN .....                         | 16        |
| <b>5. CONCLUSIES.....</b>   | <b>17</b> |
| <b>6. BIJLAGEN .....</b>  | <b>19</b> |
| 6.1. ANALYSE ONDERZOEKSRISULTATEN ONDERZOEK BETAALD VOETBAL IN LIMBURG .....    | 19        |
| 6.2. ENQUÊTE SUPPORTERS .....   | 21        |
| 6.3. ENQUÊTE SYMPATHISANTEN EN SPONSOREN .....                                  | 21        |
| 6.4. RESULTATEN SUPPORTERS .....  | 22        |
| 6.5. RESULTATEN SPONSOREN.....  | 23        |
| 6.6. RESULTATEN SYMPATHISANTEN .....  | 24        |

## **1. Inleiding**

### *Aanleiding voor het onderzoek*

Half november 2008 maken Fortuna Sittard, Roda JC en de provincie Limburg bekend dat zij een onderzoek gaan starten. Met dit onderzoek willen zij de toekomst van het betaald voetbal in Limburg in beeld brengen. Tijdens de persconferentie geven de partijen aan dat één van de scenario's die onderzocht worden, een fusie tussen Fortuna Sittard en Roda JC is. De beide voetbalclubs geven een officiële persverklaring uit waarin zij refereren aan het Onderzoek Betaald Voetbal in Limburg dat in oktober 2008 is uitgevoerd door RMI. U kunt de resultaten van dit onderzoek bekijken op [www.rminteractive.nl](http://www.rminteractive.nl) Ook de heer Frissen van de provincie Limburg verwijst naar dit onderzoek. Volgens bovengenoemde partijen is uit dit onderzoek gebleken dat bijna 70% van de voetballiefhebbers in Limburg voorstander zou zijn van een fusie.

Een nadere analyse (bijlage 1) van de resultaten van het Onderzoek Betaald Voetbal in Limburg leidt tot een heel ander beeld. De belangrijkste constatering is dat conclusies zoals dat bijna 70% van de voetballiefhebbers in Limburg voorstander zou zijn van een fusie, niet getrokken mogen worden op basis van de resultaten van het Onderzoek Betaald Voetbal in Limburg. Zo blijkt uit de analyse dat slechts 106 van de 1051 ondervraagden wel eens een voetbalwedstrijd bezoeken. Naar aanleiding van de eigen analyse, concluderen wij dan ook dat de doelgroep van het onderzoek (voetballiefhebbers in Limburg) onvoldoende is bereikt om de resultaten van het onderzoek te kunnen generaliseren naar deze gehele doelgroep.

Naar aanleiding van het bovenstaande wilden wij graag weten wat de mening van de voetballiefhebbers, die daadwerkelijk wedstrijden van een Limburgse club bezoeken, is.

## **2. Onderzoeksopzet**

### **2.1. Doelgroepbepaling en -benadering**

#### *Doelgroepbepaling*

De ideale doelgroep van het onderzoek zou zijn: voetballiefhebbers die wedstrijden van één van de Limburgse profclubs bezoeken. Deze doelgroep is zeer groot en bestaat uit supporters, sponsors en sympathisanten van MVV, Roda JC, Fortuna Sittard en VVV Venlo. Bijzonder actueel zijn de fusieplannen tussen Fortuna Sittard en Roda JC waardoor de mening van de wedstrijdbezoekers van deze clubs op dit moment interessanter is dan de mening van de wedstrijdbezoekers van MVV en VVV Venlo.

Zelfs wanneer de bezoekers van wedstrijden van MVV en VVV Venlo buiten beschouwing gelaten worden, blijft de doelgroep nog behoorlijk omvangrijk. Om een dergelijke doelgroep te kunnen benaderen voor een onderzoek, beschikken wij helaas niet over voldoende middelen. Tevens zijn niet alle subgroepen uit deze doelgroep voor ons toegankelijk. Om die reden moeten wij concessies aan de doelgroepbepaling doen en hebben wij besloten om de doelgroep in eerste instantie te beperken tot voetballiefhebbers die wedstrijden van Fortuna Sittard bezoeken. De opzet en uitvoering van het onderzoek en de gebruikte vragenlijst zijn echter wel zodanig dat dit onderzoek, zonder noemenswaardige problemen, herhaald kan worden onder de voetballiefhebbers die wedstrijden van Roda JC (en eventueel in een later stadium van MVV of VVV Venlo) bezoeken.

De doelgroep die in het kader van dit onderzoek benaderd is, bestaat dan ook uit de supporters, sponsors en sympathisanten die wedstrijden van Fortuna Sittard bezoeken.

#### *Benadering van de doelgroep*

De vraag 'Hoe bereik je de doelgroep?' is eenvoudig te beantwoorden. Als je bezoekers van een wedstrijd van Fortuna Sittard wilt bereiken, zijn de ideale plek en tijd: het Fortuna stadion rondom een thuiswedstrijd van Fortuna Sittard. Met de hulp van enkele enquêteurs, kan een behoorlijk deel van de doelgroep in korte tijd benaderd worden. De groep enquêteurs moet dan wel bestaan uit personen die gezamenlijk toegang hebben tot zowel de supporters als de sympathisanten als de sponsors.

### **2.2. Onderzoeksmateriaal en -strategie**

Gezien de plek en het tijdstip waarop de leden van de doelgroep benaderd worden, is het van belang dat er in korte tijd veel respondenten benaderd kunnen worden. Daarnaast moet het meewerken aan het onderzoek de respondent niet veel tijd kosten omdat zij zijn gekomen om de voetbalwedstrijd te zien. Een andere factor die meespeelt bij de bepaling van de onderzoeksmethode is dat het onderzoek een gevoelig onderwerp betreft. De gemoederen tussen de voor- en tegenstanders van een fusie kunnen hoog oplopen. Om een reëel beeld van de mening van de doelgroep te kunnen krijgen, moeten de respondenten anoniem aan het onderzoek kunnen deelnemen.

Om deze redenen valt het mondeling afnemen van de vragen af en kiezen wij voor een korte, schriftelijke enquête. In deze enquête komen de belangrijkste vragen aan bod. De vragen kunnen van belang zijn voor de belanghebbenden zelf, maar ook voor de voetbalclubs en voor de werkgroep die de mogelijkheden om tot een fusie te komen, gaat onderzoeken. Een aantal van de belangrijkste vragen verschilt per subgroep van de doelgroep. Zo is het voor de voetbalclubs interessant om te weten of supporters een seizoenkaart voor de fusieclub gaan kopen en of sympathisanten en sponsoren de fusieclub gaan sponsoren. Het is echter niet reëel om de vraag of de respondent de fusieclub gaat sponsoren, voor te leggen aan een supporter aangezien het overgrote deel van de supporters niet in de positie verkeert om sponsorcontracten aan te gaan.

Wij maken dan ook twee verschillende schriftelijke enquêtes: één voor supporters (bijlage 2) en één voor sympathisanten \* en sponsoren (bijlage 3). Wij kiezen er bij het samenstellen van de vragenlijsten bewust voor om de antwoordmogelijkheid 'weet niet' niet op te nemen. Op deze wijze worden de respondenten 'gedwongen' een keuze te maken doordat er geen antwoordmogelijkheid bestaat die een 'uitweg' biedt. Bij het verwerken van de enquêtes laten wij de antwoordmogelijkheid 'weet niet' wel open voor respondenten die aangeven echt geen keuze te kunnen maken.

\* Sympathisanten zijn geldschieters, vaak kleine zelfstandigen, die de club ondersteunen met geringere bedragen dan de sponsoren. Zij verstrekken echter wel meer financiële middelen aan de club dan supporters. Wij hebben de sympathisanten daarom dezelfde enquête voorgelegd als de sponsoren.

### 3. Het onderzoek

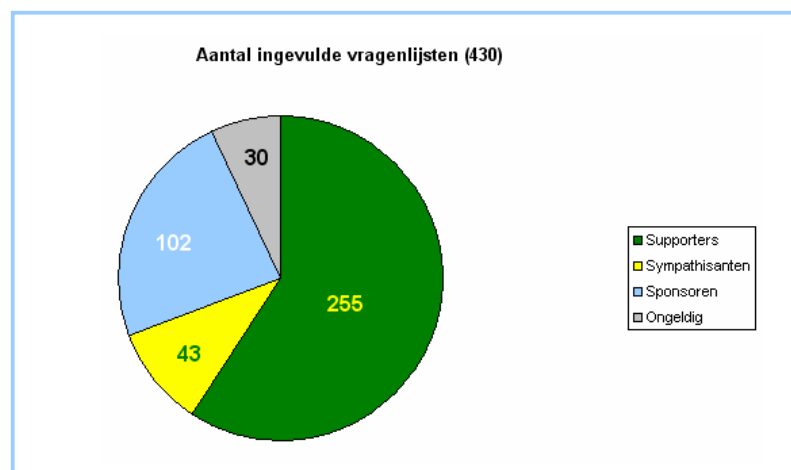
#### 3.1. Uitvoering van het onderzoek

Leden van de doelgroep worden benaderd rondom de wedstrijd Fortuna Sittard – FC Zwolle op zaterdag 15 november 2008. Voor aanvang van, tijdens, na afloop van de wedstrijd en tijdens de rust vragen de enquêteurs hen een korte, schriftelijke enquête over de fusieplannen in te vullen. Wij vragen de respondenten de enquête ter plekke in te vullen. Respondenten kunnen de vragenlijst, meteen na het invullen, dubbelvouwen en in een tas deponeren. Op die manier kan niemand zien wat een respondent invult en is de anonimiteit gewaarborgd. Deze anonimiteit beperkt ook het risico op 'sociaal wenselijke' antwoorden aanzienlijk.

#### 3.2. Respons

Er kan geen uitspraak worden gedaan over de respons in de zin van een bepaald percentage respondenten dat de enquête heeft ingevuld. Dit is gelegen in het feit dat wij de respondenten eerst vragen of zij een enquête willen invullen voordat we een enquêteformulier overhandigen. Opvallend is wel dat slechts zeer weinig personen aangaven de enquête niet in te willen vullen. Dit toont al aan dat de betrokkenheid van de doelgroep bij het onderwerp zeer groot is.

Bij de bewuste wedstrijd waren 1980 toeschouwers aanwezig. Deze zijn lang niet allemaal benaderd met de vraag mee te werken aan de enquête omdat wij slechts drie enquêteurs tot onze beschikking hadden om het onderzoek uit te voeren. Toch hebben wij van 430 toeschouwers een ingevulde enquête ontvangen. Van de 430 ontvangen enquêtes hebben wij er dertig ongeldig verklaard omdat er meer dan twee vragen niet waren ingevuld of omdat het overduidelijk was dat één respondent meerdere enquêtes had ingevuld. De respons op het onderzoek bestaat dus uit 400 geldige enquêtes.



### 3.3. Generaliseerbaarheid van de resultaten

Met 400 geldige enquêtes, is de mening van ruim 20% van de aanwezige toeschouwers (1980) gepeild. Dit aantal is voldoende om een goed beeld van de mening van de doelgroep van dit onderzoek te krijgen en wij durven aan te nemen dat de resultaten van het onderzoek gegeneraliseerd kunnen worden naar de gehele doelgroep van dit onderzoek: voetballiefhebbers die wedstrijden van Fortuna Sittard bezoeken. Meer voorzichtigheid is geboden met het generaliseren van de resultaten over de grotere groep voetballiefhebbers die wedstrijden van Limburgse clubs bezoeken. Omdat wij niet onze ideale doelgroep bij het onderzoek hebben kunnen betrekken, kunnen de resultaten van dit onderzoek niet zonder meer gegeneraliseerd worden naar alle voetballiefhebbers die wedstrijden van één van de Limburgse profclubs bezoeken. Wellicht kunnen wij ons onderzoek in de toekomst uitbreiden om dit wel te kunnen bereiken.

Het bereik van de doelgroep in zijn geheel is voldoende geweest om de resultaten te kunnen generaliseren. Wij gaan echter een stap verder en willen ook bekijken of het bereik van de verschillende subgroepen een goed beeld van de werkelijkheid geeft om zo eventueel rekening te kunnen houden met onder- of oververtegenwoordiging van een bepaalde subgroep. Met andere woorden, geeft de verhouding van aantallen ingevulde enquêtes tussen de verschillende subgroepen een realistisch beeld van de werkelijke verhouding tussen de verschillende subgroepen in de totale doelgroep?

De 400 geldige enquêtes zijn door verschillende subgroepen van de doelgroep ingevuld. De enquête voor supporters (bijlage 2) is ingevuld door 255 supporters. De enquête voor sympathisanten en sponsors (bijlage 3) is ingevuld door 145 sympathisanten en sponsors. Fortuna Sittard heeft op dit moment (november 2008) de volgende aantallen stoelen verkocht aan de verschillende subgroepen: 781 stoelen (seizoenkaarten) aan supporters en 478 stoelen aan sponsors en sympathisanten. In onderstaande tabel zetten we de subgroep supporters af tegen de subgroep sponsors & sympathisanten.

| Subgroep                | Onderzoek  |             | Werkelijkheid |             |
|-------------------------|------------|-------------|---------------|-------------|
| Supporters              | 255        | 63,75%      | 781           | 62%         |
| Sponsors+Sympathisanten | 145        | 36,25%      | 478           | 38%         |
| <b>Totaal</b>           | <b>400</b> | <b>100%</b> | <b>1259</b>   | <b>100%</b> |

De verhouding tussen de subgroepen in het onderzoek komt dus aardig overeen met de verhouding in de werkelijkheid. Volgens de tabel zijn de supporters enigszins ondervertegenwoordigd in het onderzoek. Het verschil van 1,75% lijkt niet noemenswaardig. Het is echter zeer aannemelijk dat de ondervertegenwoordiging van de subgroep supporters groter is dan de tabel doet vermoeden aangezien een aanzienlijk aantal supporters regelmatig wedstrijden van Fortuna Sittard bezoekt via de losse kaartverkoop. Deze supporters zijn niet meegerekend in de werkelijke subgroep supporters waardoor deze subgroep in werkelijkheid groter is dan de 781 seizoenkaarthouders.

Al met al kunnen we aannemen dat de totale doelgroep van dit onderzoek voldoende bereikt is en dat het bereik van de verschillende subgroepen een voldoende realistisch beeld van de werkelijkheid schetst waardoor de resultaten van dit onderzoek gegeneraliseerd kunnen worden over de gehele doelgroep van dit onderzoek. Hierbij moeten we wel de kanttekening vermelden dat het aannemelijk is dat de mening van de supporters iets zwaarder zou moeten wegen omdat deze subgroep ondervertegenwoordigd is.

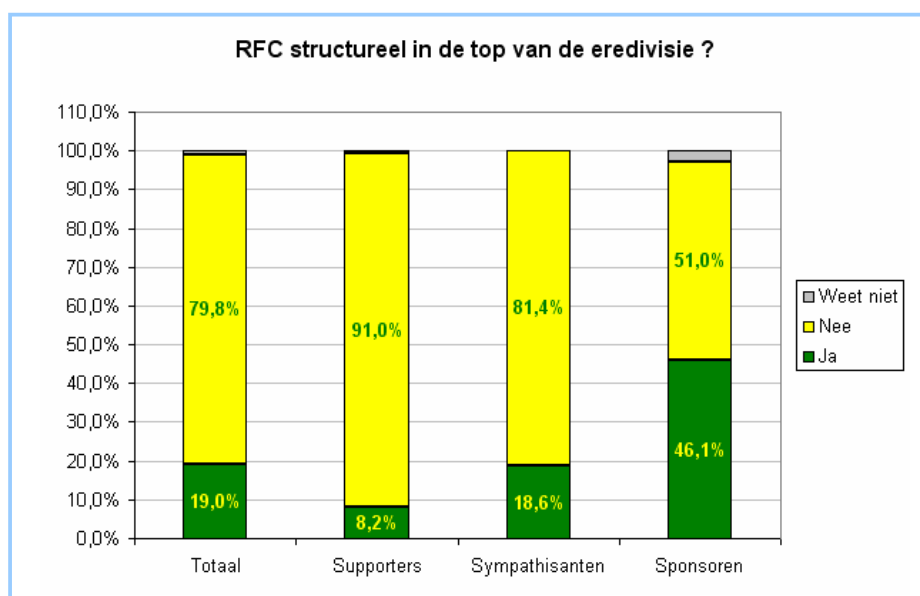
## 4. Resultaten

In dit rapport presenteren wij de belangrijkste resultaten van de totale doelgroep en daarnaast een uitsplitsing naar de verschillende subgroepen. Voor de volledige resultaten per subgroep verwijzen wij naar de bijlagen. De resultaten van de supporters vindt u in bijlage 4. Bijlage 5 bevat de resultaten van de sponsors. In bijlage 6 zijn de resultaten van de sympathisanten weergegeven.

Bij het invullen van de enquête hebben wij de respondenten gevraagd uit te gaan van de stelling dat er een fusie komt tussen Fortuna Sittard en Roda JC. De fusieclub noemen we, voor het gemak, in de rest van de enquête RFC. Hieronder behandelen we de resultaten per vraag.

### 4.1. Denkt u dat RFC structureel kan meedoen in de top van de eredivisie?

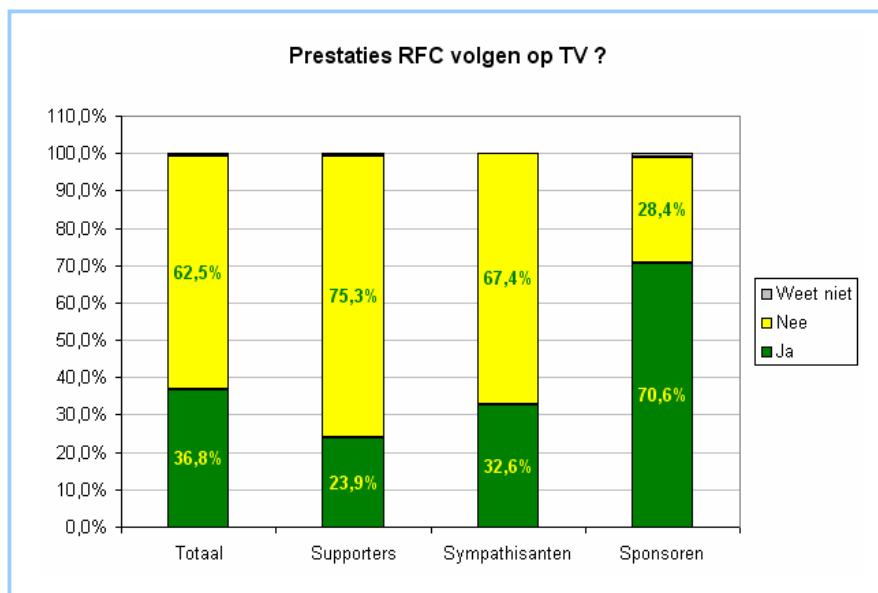
Deze vraag is zowel aan de supporters als aan de sympathisanten en sponsors voorgelegd. Alle 400 respondenten hebben deze vraag beantwoord.



Een ruime meerderheid van 79,8% denkt dat de fusieclub niet structureel zal meespelen in de top van de eredivisie. Hoewel de subgroep sponsors het meest positief denkt over de resultaten die de fusieclub kan behalen, denkt ook in deze subgroep de meerderheid (51%) dat de subtop te hoog gegrepen zal zijn voor RFC.

### 4.2. Gaat u de prestaties van RFC volgen op TV?

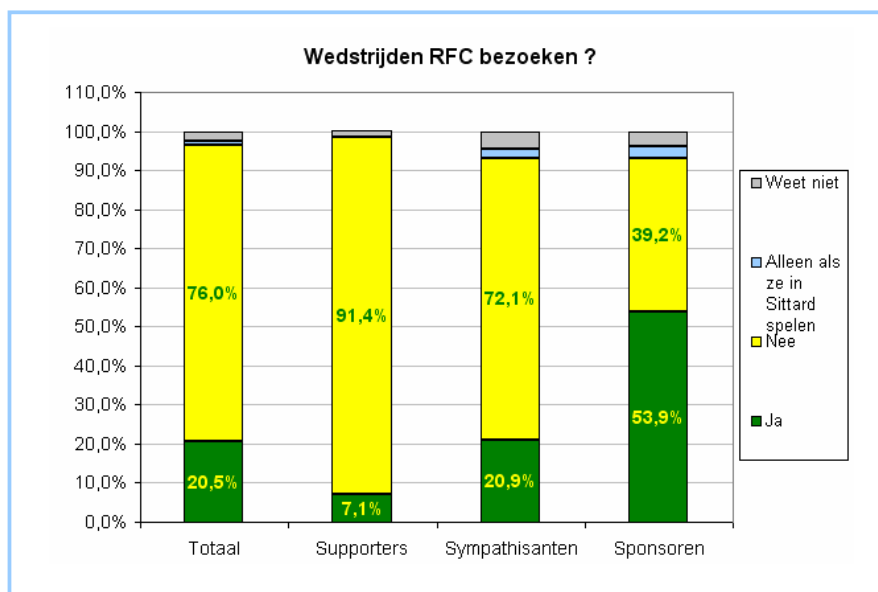
Deze vraag is gesteld aan zowel de supporters als de sympathisanten en sponsors. De vraag is beantwoord door alle respondenten (400).



62,5% van de respondenten geeft aan de prestaties van de fusieclub niet via TV te gaan volgen. We zien dat alleen in de subgroep sponsors een duidelijke meerderheid aangeeft de prestaties van RFC te gaan volgen op TV.

#### 4.3. Gaat u wedstrijden van RFC bezoeken?

Ook deze vraag is aan alle subgroepen voorgelegd. Wederom hebben alle respondenten (400) de vraag beantwoord.

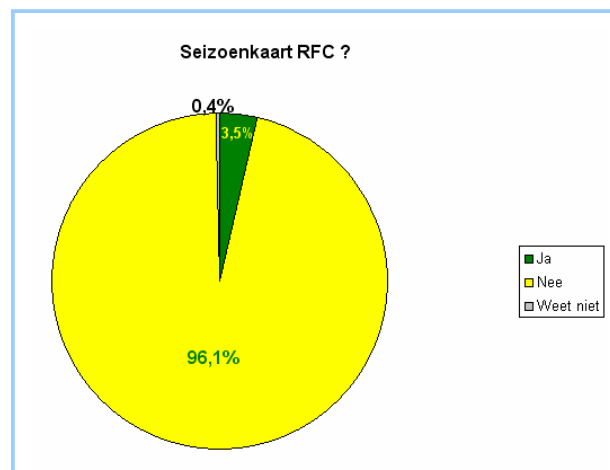


Ruim driekwart van de respondenten geeft aan de wedstrijden van de fusieclub niet te gaan bezoeken. Ook wat wedstrijdbezoek betreft zien we dat de subgroep sponsors het meest positief tegenover RFC staat. De subgroep supporters staat ook bij deze vraag het minst positief tegenover RFC. Hoewel ook hier een meerderheid van de sponsors een positieve houding aanneemt, zien we dat deze meerderheid aanzienlijk kleiner is dan de meerderheid voor wat betreft het volgen van de prestaties van RFC op TV.

Opvallend is verder dat een aantal sympathisanten en sponsors spontaan aangaf alleen wedstrijden te zullen bezoeken wanneer de fusieclub in Sittard speelt.

#### 4.4. Ga je een seizoenkaart van RFC kopen?

Deze vraag is alleen aan supporters voorgelegd. Alle 255 supporters hebben een antwoord op deze vraag gegeven.



Vrijwel alle supporters zullen geen seizoenkaart voor de fusieclub aanschaffen. Slechts negen supporters geven aan van plan zijn dit wel te doen. Eén supporter twijfelt nog.

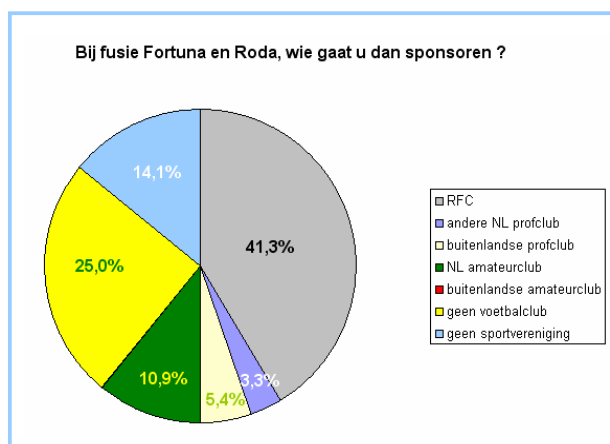
#### 4.5. Als Fortuna Sittard fuseert met Roda JC, dan sponsor ik ...

Deze vraag is voorgelegd aan de sponsors en aan de sympathisanten. Aangezien de antwoorden van deze beide subgroepen nogal uiteenlopen, presenteren we de resultaten per subgroep.

We hebben de respondenten ook gevraagd om in te vullen welke andere voetbalclub (prof of amateur in binnen- of buitenland) of andere sportvereniging zij dan zouden gaan sponsoren. De groep die koos voor sponsoring van een andere voetbalclub of sportvereniging is echter dermate klein dat het geen zin heeft om deze resultaten verder uit te werken.

## Sponsors

Van de 102 sponsors, hebben er 92 deze vraag ingevuld.

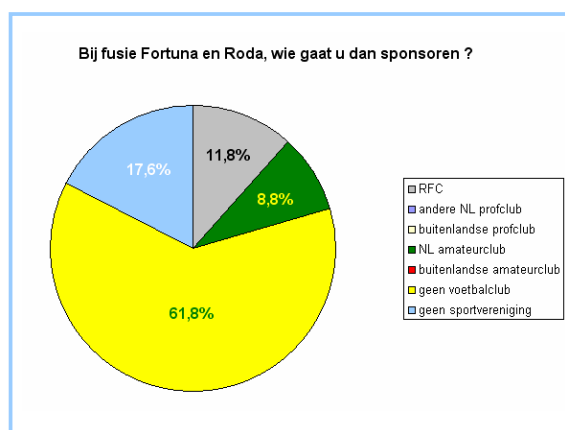


Minder dan de helft van de sponsors (41,3%) geeft aan de fusieclub te gaan sponsoren. Een enkeling zal een andere voetbalclub dan RFC (prof of amateur in binnen- of buitenland) gaan ondersteunen. Een kwart zal helemaal ophouden met sponsoring van een voetbalclub en een andere tak van sport gaan sponsoren. Een aanzienlijk deel zal helemaal verloren gaan als sponsor van de sportwereld.

Wat ons verder opvalt, is dat de groep sponsors die positief staat tegenover de fusieclub steeds kleiner wordt naarmate een grotere bijdrage van hen wordt gevraagd. Ging nog 70,6% van de sponsors de wedstrijden van RFC volgen op TV, nog maar 53,9% gaat wedstrijden bezoeken. De groep dunt verder uit tot 41,3% als het gaat om sponsoring.

## Sympathisanten

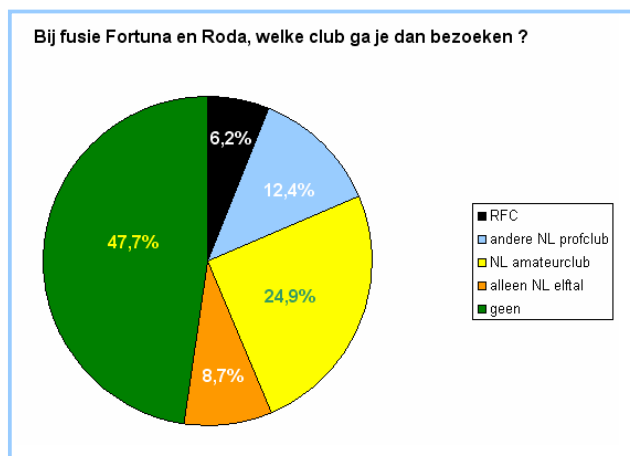
34 van de 43 sympathisanten hebben deze vraag beantwoord.



Bij de sympathisanten zien we dat slechts 11,8% van plan is de fusieclub te sponsoren. Zij zullen zich niet bij andere professionele voetbalclub aanmelden als sponsor. Een kleine groep geeft aan wel iets te zien in het sponsoren van een (lokale) Nederlandse amateurclub. De overgrote meerderheid zal geen enkele voetbalclub of andere sportvereniging sponsoren als het tot een fusie tussen Fortuna Sittard en Roda JC komt.

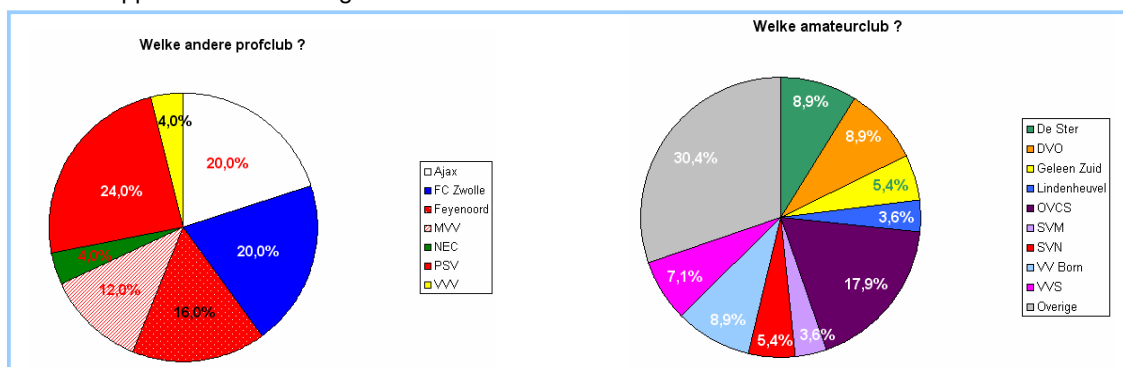
#### 4.6. Als Fortuna Sittard fuseert met Roda JC, dan ...

Deze vraag is alleen aan de supporters gesteld. Met de vraag willen we een beeld krijgen van het stadionbezoek van de supporters in het geval van een fusie. We weten al dat 91,4% van de supporters niet van plan is wedstrijden van RFC te gaan bezoeken, maar we willen graag weten of de supporters wel naar wedstrijden van andere voetbalclubs gaan kijken. En zo ja, aan welk stadion en welke club zij dan wel een bezoek gaan brengen. 241 van de 255 supporters hebben een antwoord op deze vraag gegeven.



Bijna de helft (47,7%) van de supporters geeft aan geen enkel voetbalstadion in Nederland meer te gaan bezoeken als Fortuna Sittard zou ophouden te bestaan. Bijna een kwart (24,9%) zou de wedstrijden van de (lokale) amateurclub gaan bezoeken en 12,4% zou naar wedstrijden van een andere Nederlandse profclub gaan. Slechts 6,2% (zo'n 15 personen) zou regelmatig het stadion van RFC bezoeken. Dit komt redelijk overeen met het aantal dat eerder heeft aangegeven de wedstrijden van RFC te gaan bezoeken (7,1% van 255 personen = zo'n 18 personen).

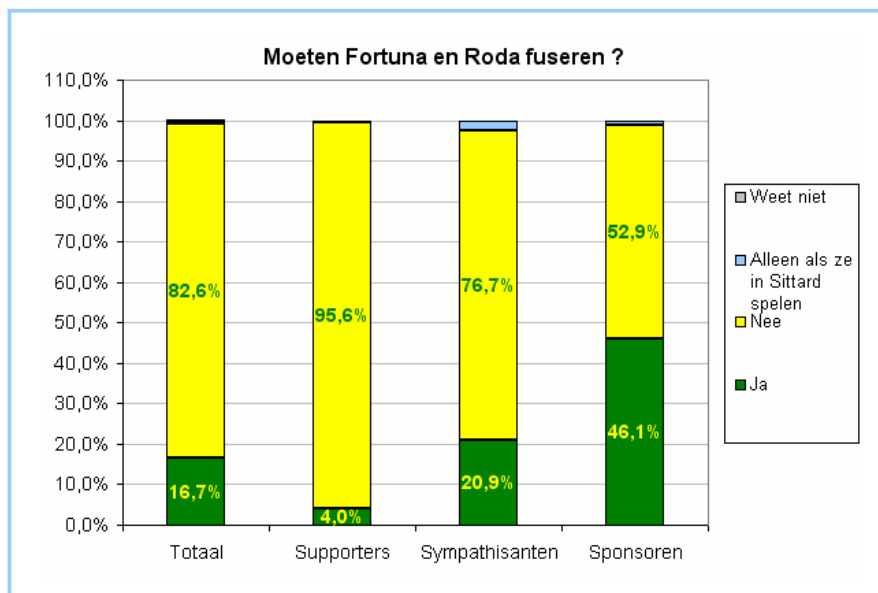
Vanwege de aanzienlijke aantallen supporters die aangeven wedstrijden van een andere prof- of amateurclub te gaan bezoeken, is het bij deze vraag wel de moeite waard om te kijken naar welke clubs de supporters dan willen gaan.



Van de profclubs 'profiteren' vooral PSV en Ajax van een eventuele fusie tussen Fortuna Sittard en Roda JC. We denken dat de 20% die aangeeft naar wedstrijden van FC Zwolle te gaan niet realistisch is en dat de supporters die dit antwoord hebben gegeven, beïnvloed zijn door de wedstrijd die ze op dat moment bezochten. De amateurclubs die mogelijk supporters van Fortuna Sittard zouden kunnen trekken zijn vooral OVCS, De Ster, DVO en VV Born.

#### 4.7. Moet Fortuna Sittard de fusie met Roda JC doorzetten?

Deze vraag is gesteld aan zowel de supporters als de sympathisanten en sponsors. 396 respondenten hebben de vraag beantwoord.



De totale doelgroep is in ruime meerderheid (82,6%) tegen een fusie tussen Fortuna Sittard en Roda JC. Binnen de subgroep supporters is de tegenstand met 95,6% het grootst, gevolgd door de sympathisanten met 76,7%. Het meest positief ten opzichte van een fusie staat de subgroep sponsors: 46,1% ziet een fusie wel zitten. Echter, binnen geen enkele subgroep is het aantal voorstanders van een fusie in de meerderheid.

#### 4.8. Fusie versus top van de eredivisie

We hebben de antwoorden van de voor- en tegenstanders van een fusie op de vraag of men denkt dat RFC structureel kan meedoen in de top van de eredivisie met elkaar vergeleken. In deze vergelijking zijn alleen de respondenten meegenomen die op beide vragen Ja of Nee geantwoord hebben. Dit is het geval bij 389 respondenten uit alledrie de subgroepen.

| Fusie?                 | JA    | NEE   |
|------------------------|-------|-------|
| RFC in top eredivisie? |       |       |
| <b>JA</b>              | 75,8% | 8,0%  |
| <b>NEE</b>             | 24,2% | 92,0% |

Uit deze tabel blijkt dat niet alleen de tegenstanders van een fusie twijfels hebben bij het meedoen van RFC in de subtop van de eredivisie. Zelfs onder de voorstanders van een fusie schat bijna een kwart (24,2%) de kansen dat RFC zich structureel kan meten met de subtop niet erg hoog in.

#### 4.9. Fusie versus prestaties volgen op TV

We hebben de antwoorden van de voor- en tegenstanders van een fusie op de vraag of men de prestaties van RFC gaat volgen op TV tegen elkaar afgezet. Hierbij zijn alleen de respondenten meegenomen die op beide vragen Ja of Nee geantwoord hebben. Dit zijn 390 respondenten uit alledrie de subgroepen.

| Fusie?                       | JA    | NEE   |
|------------------------------|-------|-------|
| Prestaties RFC volgen op TV? |       |       |
| JA                           | 90,9% | 25,3% |
| NEE                          | 9,1%  | 74,7% |

Slechts een heel klein deel (9,1%) van de voorstanders van een fusie zal de prestaties van de fusieclub niet gaan volgen op TV. Ruim een kwart (25,3%) van de tegenstanders van een fusie geeft aan de prestaties wel via TV te zullen volgen. Een deel van de tegenstanders zal de prestaties van RFC toch op TV gaan volgen ondanks dat men tegen de komst van RFC is.

#### 4.10. Fusie versus wedstrijden bezoeken

Ook de antwoorden op de vraag of men wedstrijden van RFC gaat bezoeken hebben we nader geanalyseerd en uitgesplitst naar het voor- of tegenstander van een fusie zijn. Alleen de respondenten die op beide vragen Ja of Nee hebben geantwoord (382 respondenten uit alledrie de subgroepen) zijn meegenomen in deze analyse.

| Fusie?                    | JA    | NEE   |
|---------------------------|-------|-------|
| Wedstrijden RFC bezoeken? |       |       |
| JA                        | 84,4% | 8,5%  |
| NEE                       | 15,6% | 91,5% |

De voorstanders van een fusie blijken eerder geneigd te zijn om toch geen wedstrijden van de fusieclub te bezoeken (15,6%) dan dat tegenstanders geneigd zijn om toch wel wedstrijden te bezoeken (8,5%). Ondanks dat men voorstander van een fusie is, zal dus toch een behoorlijk deel de wedstrijden van de fusieclub niet gaan bezoeken.

#### 4.11. Fusie versus seizoenkaart

Voor de subgroep supporters (aan de overige subgroepen is deze vraag niet gesteld) hebben we de antwoorden van de voor- en tegenstanders van een fusie op de vraag of men een seizoenkaart van RFC gaat kopen tegen elkaar afgezet. Wederom doen alleen die respondenten (249) mee, die op beide vragen Ja of Nee hebben geantwoord.

| Fusie?            | JA    | NEE   |
|-------------------|-------|-------|
| Seizoenkaart RFC? |       |       |
| JA                | 60,0% | 0,8%  |
| NEE               | 40,0% | 99,2% |

Bijna de helft (40%) van de respondenten zal ondanks dat men voorstander van een fusie is, toch geen seizoenkaart van de fusieclub aanschaffen.

#### 4.12. Fusie versus sponsoring door sponsoren

We hebben voor de subgroep sponsoren de antwoorden van de voor- en tegenstanders van een fusie op de vraag of men RFC gaat sponsoren met elkaar vergeleken. In deze vergelijking zijn alleen de sponsoren (92) meegenomen die op beide vragen Ja of Nee geantwoord hebben.

| Fusie?                             | JA    | NEE   |
|------------------------------------|-------|-------|
| <b>Sponsoren</b><br>RFC sponsoren? |       |       |
| <b>JA</b>                          | 61,9% | 24,0% |
| <b>NEE</b>                         | 38,1% | 76,0% |

Lang niet alle voorstanders van de fusie zullen RFC ook gaan sponsoren. Een aanzienlijk deel van de voorstanders van een fusie (38,1%) geeft aan dat zij RFC niet zullen sponsoren. Deze groep is groter dan de groep tegenstanders die RFC wel zullen gaan sponsoren (24%).

#### 4.13. Fusie versus sponsoring door sympathisanten

Tenslotte hebben we, voor de subgroep sympathisanten, de antwoorden van de voor- en tegenstanders van een fusie op de vraag of men RFC gaat sponsoren tegen elkaar afgezet. Wederom doen alleen de respondenten (33) mee die op beide vragen Ja of Nee geantwoord hebben.

| Fusie?                                  | JA    | NEE    |
|---|-------|--------|
| <b>Sympathisanten</b><br>RFC sponsoren? |       |        |
| <b>JA</b>                               | 50,0% | 0,0%   |
| <b>NEE</b>                              | 50,0% | 100,0% |

We zien hier hetzelfde beeld als bij de sponsoren: een aanzienlijk deel van de voorstanders van een fusie zal RFC niet gaan sponsoren. De verschillen zijn bij de sympathisanten echter veel sprekender: de helft (50%) van de voorstanders zal RFC niet gaan sponsoren terwijl geen enkele tegenstander (0%) RFC wel zal sponsoren.

## 5. Conclusies

In aanmerking nemende dat:

- a) De resultaten van dit onderzoek kunnen worden gegeneraliseerd naar de gehele onderzochte doelgroep: voetballiefhebbers die wedstrijden van Fortuna Sittard bezoeken.
- b) De voetballiefhebbers die wedstrijden van Fortuna Sittard bezoeken betwijfelen of de fusieclub de gewenste resultaten wel gaat behalen. Een ruime meerderheid (79,8%) van de doelgroep denkt niet dat RFC structureel zal meedoen in de subtop van de eredivisie. Niet alleen de tegenstanders van een fusie zijn deze mening toegedaan: 24,2% van de voorstanders van een fusie denkt er net zo over.
- c) Een meerderheid van 62,5% zal de resultaten van de fusieclub niet gaan volgen op TV. Een kwart (25,3%) van de tegenstanders van een fusie zal de prestaties toch volgen op TV ondanks dat men tegen de komst van de fusieclub is.
- d) Ruim driekwart (76%) van de doelgroep gaat de wedstrijden van de fusieclub niet bezoeken. Zelfs van de voorstanders van een fusie zal 15,6% niet in het stadion zitten bij de wedstrijden van de fusieclub.
- e) Vrijwel alle supporters (96,1%) gaan geen seizoenkaart van de fusieclub aanschaffen. Het aantal voorstanders van een fusie dat toch geen seizoenkaart aanschaft, is opvallend groot (40%).
- f) Van de sponsoren zal minder dan de helft (41,3%) de fusieclub gaan sponsoren. Zelfs 38,1% van de voorstanders van een fusie zal niet overgaan tot sponsoring. Een fusie tussen Fortuna Sittard en Roda JC leidt ertoe dat 39,1% van de sponsoren verloren zal gaan als voetbalsponsor.
- g) Slechts een enkele sympathisant (11,8%) gaat de fusieclub sponsoren. Van de voorstanders van een fusie zal slechts 50% de fusieclub sponsoren; geen enkele tegenstander gaat over tot sponsoring. Bij een fusie tussen Fortuna Sittard en Roda JC gaat 79,4% verloren als sponsor van het voetbal.
- h) Van de subgroep supporters zal slechts 6,2% wedstrijden van RFC gaan bezoeken. Bijna de helft (47,7%) zal helemaal geen voetbalwedstrijden meer bezoeken. De overige supporters komen alleen nog in een voetbalstadion om het Nederlands elftal te bekijken (8,7%) of kiezen voor wedstrijdbezoek van een andere prof- of amateurclub (37,3%). Hierbij kiezen meer supporters voor wedstrijdbezoek van een amateurclub dan voor wedstrijdbezoek van een andere profclub.
- i) De overgrote meerderheid van de doelgroep (82,6%) is tegen een fusie tussen Fortuna Sittard en Roda JC. Zelfs in de subgroep die het meest positief tegenover een fusie staat, is er geen meerderheid voorstander van een fusie.
- j) Bij alle subgroepen zien we dat het percentage dat een antwoord geeft dat positief ten opzichte van de fusieclub is, steeds kleiner wordt naarmate dat positieve gedrag meer moeite kost. Een bepaald percentage zal de prestaties op TV volgen. Dit percentage wordt kleiner als gevraagd wordt of men ook de wedstrijden gaat bezoeken en nog kleiner als het gaat om sponsoring of het aanschaffen van een seizoenkaart.

kunnen we het volgende concluderen:

De voetballiefhebbers die wedstrijden van Fortuna Sittard bezoeken, zijn in grote meerderheid tegen een fusie tussen Fortuna Sittard en Roda JC. In geen enkele van de onderzochte subgroepen (supporters, sympathisanten en sponsors) is er een meerderheid voorstander van een fusie. Deze tegenstand uit zich in diverse vormen van gedrag die niet gunstig zijn voor de fusieclub. Vele voetballiefhebbers gaan geen seizoenkaart van de fusieclub kopen en gaan de wedstrijden zelfs niet zonder seizoenkaart bezoeken. Ook zal een aanzienlijk deel afhaken als geldschieter (zowel sympathisanten als sponsors). Zelfs de voorstanders van een fusie vertonen dit, voor de fusieclub, negatieve gedrag.

Het gedrag dat de doelgroep vertoont bij een fusie tussen Fortuna Sittard en Roda JC heeft niet slechts negatieve gevolgen voor de fusieclub. Een deel van de supporters, sympathisanten en sponsors gaat zelfs voor de gehele voetbalwereld verloren omdat een dergelijke fusie leidt tot een afname van het aantal supporters, sympathisanten en sponsors dat betrokken is bij en zich verbonden voelt met de Nederlandse voetbalwereld. Deze afname zal in toenemende mate merkbaar zijn bij gedrag dat meer moeite vraagt om die betrokkenheid en verbondenheid te tonen. De negatieve gevolgen voor de sponsorinkomsten en seizoenkaartverkoop zijn groter dan de gevolgen voor incidenteel wedstrijdbezoek via losse kaartverkoop. Bovendien verwacht de doelgroep dat de fusie niet zal leiden tot de door de fusieclub gewenste sportieve prestaties: structureel meedoen in de subtop van de eredivisie.

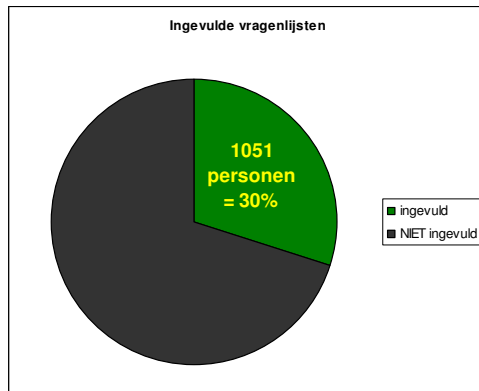
***Kortom,***

- ***Het draagvlak voor een fusie tussen Fortuna Sittard en Roda JC is zeer klein.***
- ***Voor wat betreft de sportieve prestaties, de toeschouwersaantallen en de sponsorinkomsten heeft een fusie tussen Fortuna Sittard en Roda JC geen meerwaarde.***
- ***Een fusie tussen Fortuna Sittard en Roda JC leidt tot gedrag van supporters, sponsors en sympathisanten dat negatief uitpakt voor de fusieclub en zelfs voor de voetbalwereld in zijn geheel.***

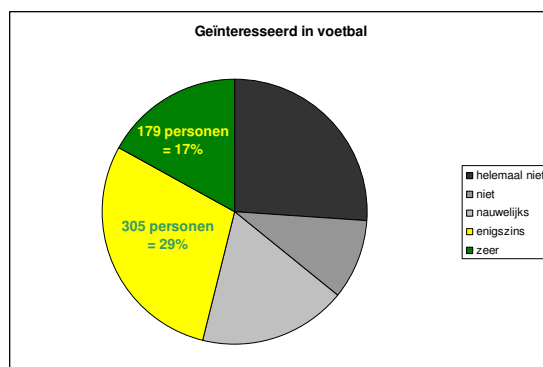
## 6. Bijlagen

### 6.1. Analyse onderzoeksresultaten Onderzoek Betaald Voetbal in Limburg

- Er zijn 3499 vragenlijsten verspreid. 1051 personen hebben ook echt aan het onderzoek meegedaan.



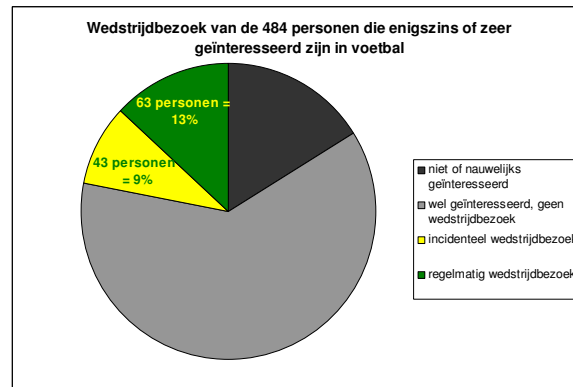
- Van deze 1051 personen zijn er 484 enigszins of zeer geïnteresseerd in voetbal.



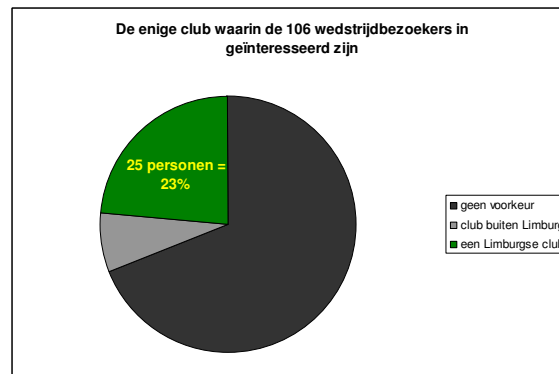
- Van de 484 personen die enigszins of zeer geïnteresseerd zijn in voetbal geven er 106 aan dat ze nu wel eens wedstrijden van één van de vier Limburgse clubs bezoeken. Hetzelfde aantal van 106 geeft aan wel eens wedstrijden te willen bezoeken als het komt tot een samenwerking tussen de Limburgse clubs. Let wel: dit zijn **niet** persé dezelfde personen.



- Van deze 484 personen bezoeken er 106 wel eens een voetbalwedstrijd.



- Van deze 106 personen geven er 25 aan geïnteresseerd te zijn in slechts één van de Limburgse clubs. De overige 81 personen hebben geen voorkeur voor één van de Limburgse clubs. Zo houden we dus 25 personen over die wedstrijden bezoeken van hun enige 'eigen' Limburgse club.



### **Conclusies:**

1. *Het onderzoek heeft de echte voetballiefhebber niet bereikt.*

Slechts 106 van de ondervraagde personen bezoekt wel eens een voetbalwedstrijd.

2. *De resultaten worden gegeneraliseerd naar de hele groep Limburgse voetballiefhebbers. Deze generalisatie is niet terecht omdat deze doelgroep niet is bereikt waardoor de resultaten dus niet representatief zijn voor deze doelgroep.*

De onderzoekers trekken de conclusie: 41% van voetbalminnend Limburg ziet een eventuele samenwerking wel zitten. Van deze 41% denkt overigens 9% dat samenwerking onvermijdelijk is, maar heeft er persoonlijk wel moeite mee. Blijft dus slechts 32% voorstanders over. En zoals al eerder genoemd: slechts 106 personen bezoeken wel eens een voetbalwedstrijd. En dat zijn nu juist de personen die je voetbalminnend mag noemen. Van deze voetbalminnende personen zijn er dus maar 34 voorstander van samenwerking. Men gaat er vanuit dat een hele groep mensen de mening deelt van 34 personen.

Dezelfde redenering kan losgelaten worden op de stelling uit de gezamenlijke persverklaring van Fortuna Sittard en Roda JC: "Bijna 70% van de voetballiefhebbers in Limburg is van mening dat een sterke voetbalclub goed is voor Limburg en voor de voetbalclubs." Op basis van slechts 106 echte voetballiefhebbers meent men de conclusie te mogen trekken dat dit de mening is van alle voetballiefhebbers in Limburg.

3. *Een samenwerkingsverband tussen de Limburgse voetbalclubs leidt niet tot een toename van de toeschouwersaantallen. De toeschouwersaantallen na samenwerking blijven gelijk aan de toeschouwersaantallen van de afzonderlijke clubs bij elkaar opgeteld.*

Voor wat betreft de toeschouwersaantallen levert samenwerking c.q. fusie dan ook geen enkele meerwaarde op.

## 6.2. Enquête supporters

*Stel dat het komt tot een fusie tussen Fortuna Sittard en Roda JC. We noemen de fusieclub voor het gemak even RFC.*

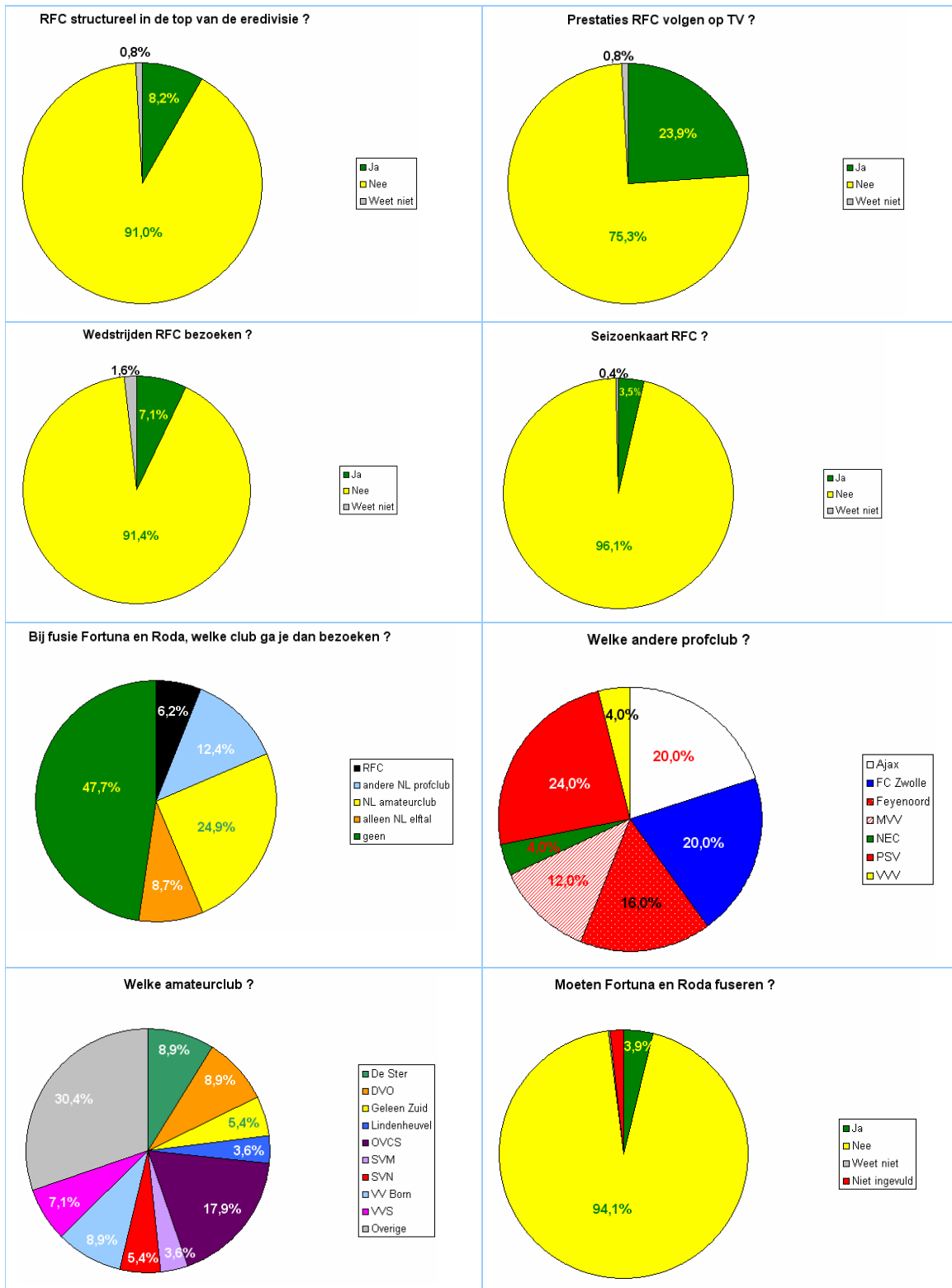
|   |   |
|---|---|
| 1) Denk je dat RFC structureel kan meedoen in de top van de eredivisie? | Ja / Nee  |
| 2) Ga je de prestaties van RFC volgen op TV?                            | Ja / Nee  |
| 3) Ga je wedstrijden van RFC bezoeken?                                  | Ja / Nee  |
| 4) Ga je een seizoenkaart van RFC kopen?                                | Ja / Nee  |
| 5) Als Fortuna Sittard fuseert met Roda JC, dan ...                     | <input type="checkbox"/> zie je mij regelmatig in het RFC stadion<br><input type="checkbox"/> zie je mij in het stadion van een andere Nederlandse profclub, namelijk .....<br><input type="checkbox"/> zie je mij langs de lijn bij een Nederlandse amateurclub, namelijk .....<br><input type="checkbox"/> zie je mij alleen nog in een voetbalstadion als het Nederlands elftal speelt<br><input type="checkbox"/> zie je mij niet meer in een voetbalstadion in Nederland |
| 6) Moet Fortuna Sittard de fusie met Roda JC doorzetten?                | Ja / Nee  |

## 6.3. Enquête sympathisanten en sponsors

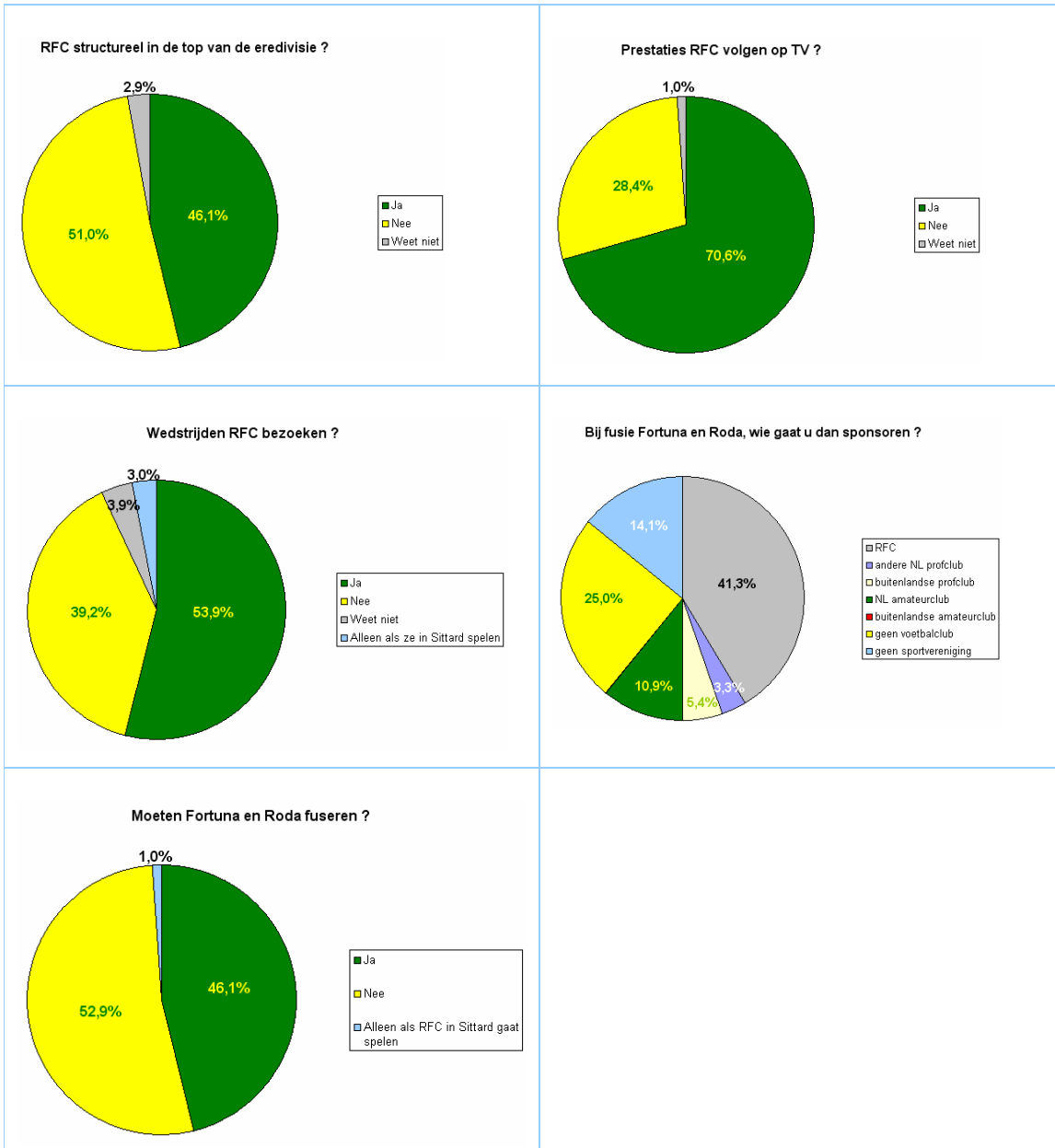
*Stel dat het komt tot een fusie tussen Fortuna Sittard en Roda JC. We noemen de fusieclub voor het gemak even RFC.*

|   |   |
|---|---|
| 1) Denkt u dat RFC structureel kan meedoen in de top van de eredivisie? | Ja / Nee  |
| 2) Gaat u de prestaties van RFC volgen op TV?                           | Ja / Nee  |
| 3) Gaat u wedstrijden van RFC bezoeken?                                 | Ja / Nee  |
| 4) Als Fortuna Sittard fuseert met Roda JC, dan sponsor ik ...          | <input type="checkbox"/> RFC<br><input type="checkbox"/> een andere Nederlandse profclub, namelijk .....<br><input type="checkbox"/> een buitenlandse profclub, namelijk .....<br><input type="checkbox"/> een Nederlandse amateurclub, namelijk .....<br><input type="checkbox"/> een buitenlandse amateurclub, namelijk .....<br><input type="checkbox"/> geen enkele voetbalclub<br><input type="checkbox"/> geen enkele sportvereniging |
| 5) Moet Fortuna Sittard de fusie met Roda JC doorzetten?                | Ja / Nee  |

## 6.4. Resultaten supporters



## 6.5. Resultaten sponsoren



## 6.6. Resultaten sympathisanten

