



Merkbekendheid Sport050

Hanneke van der Hoef

maart 2022

Inge de Vries



Inhoud

Inhoud	1
Samenvatting	2
1. Inleiding	3
2. Resultaten	4
2.1 Respons en achtergrondgegevens	4
2.2 Naamsbekendheid organisaties sport en bewegen	5
2.3 Bekendheid Sport050	6
2.4 Logo en slogan Sport050	7
2.5 Associaties met Sport050	7
2.6 Sport050 in de media	8
2.7 Campagnes Sport050	9
2.8 Zou u Sport050 aanbevelen?	10
Colofon	11

Samenvatting

De afdeling Sport050 van de gemeente Groningen heeft de afdeling Onderzoek, Informatie en Statistiek (OIS) gevraagd om een onderzoek uit te voeren naar de bekendheid van het merk Sport050. Hiervoor is het Inwonerspanel Groningen Gehoord bevestigd. In totaal hebben 4.875 panelleden de enquête ingevuld.

Sport050 is het meest bekend uit een lijst met vergelijkbare sportorganisaties

Aan de respondenten is een lijst getoond met sportorganisaties of -platformen die vergelijkbare diensten leveren aan inwoners van de gemeente. Bijvoorbeeld omdat ze sportactiviteiten bieden, meerdere sportruimtes exploiteren, of een beweegplatform/website met sportactiviteiten hebben. Onder de respondenten die hier een organisatie van kennen, is Sport050 de meest bekende organisatie (48%).

Met name respondenten tot en met 34 jaar kennen Sport050

Ruim de helft van de respondenten is bekend met Sport050: 15% geeft aan Sport050 goed te kennen en 40% geeft aan wel eens gehoord te hebben van Sport050. Sport050 is met name bekend onder jongeren tot en met 34 jaar (72%) en onder respondenten woonachtig in Gebiedsdeel Oost (57%).

Sport050 is de plek om informatie over sporten in de gemeente te vinden

Aan de respondenten die bekend zijn met Sport050 is gevraagd: 'Waar koppelt u Sport050 aan? Het meest gekozen antwoord is: *'de plek waar ik informatie over sporten in de gemeente Groningen kan vinden'* (42%). Verder geeft 34% aan Sport050 te koppelen aan het zijn van verhuurder van sportlocaties, zwembaden, sporthallen enzovoort.

Sport050 is sportief en toegankelijk

Op de vraag 'Sport050 is voor mij ...' antwoorden respondenten: sportief (33%), toegankelijk (23%), betrouwbaar (12%) en klantvriendelijk (12%). De minst gekozen antwoorden hier zijn innovatief en duurzaam (beide 1%). Daarnaast geeft 47% aan geen antwoord op deze vraag te weten.

De website is het meest populaire kanaal om Sport050 tegen te komen

Waar komt men Sport050 tegen? Bijna de helft van de respondenten (46%) komt Sport050 tegen via de website www.sport050.nl. Ook in sportlocaties zoals zwembaden en gymzalen (31%) en in lokale wijkbladen (17%) komt men Sport050 tegen.

Campagnes slaan bij meerderheid niet aan

Eén op de vijf respondenten geeft aan het afgelopen jaar een campagne te hebben gezien. Vooral de meeste recente campagne *sportieve voornemens* (januari 2022) wordt herkend. Toch geeft maar 12% aan dat de campagnes motiveren om meer te sporten en te bewegen. Onder de respondenten die aangeven dat de campagnes niet motiveren, is de meest genoemde reden: 'niet nodig want ik sport of beweeg al'. Verder wordt genoemd dat men zich niet aangesproken voelt. Respondenten hebben het gevoel dat de filmpjes zich vooral op jongeren richten en voelen zich daardoor niet aangesproken.

1. Inleiding

Aanleiding en doel van het onderzoek

Sport050 is het sportloket van de gemeente Groningen en ondersteunt de sportvereniging en individuele sporters. Sport050 voert het sportbeleid uit van de gemeente Groningen. Ook beheert, verhuurt en exploiteert Sport050 sportaccommodaties en heeft zij een eigen aanbod op het gebied van zwemmen en schaatsen.

De afdeling Sport050 van de gemeente Groningen heeft OIS gevraagd om een onderzoek uit te voeren naar de bekendheid van het merk Sport050. Kennen inwoners van de gemeente Groningen Sport050? Waar komen ze Sport050 tegen? En wat zijn hun associaties met het merk Sport050?

De resultaten worden gebruikt ter evaluatie van de huidige campagnes en ter voorbereiding op nieuwe campagnes. Zijn er verschillen waar te nemen in de bekendheid van het merk Sport050 tussen bijvoorbeeld jongeren en ouderen? Of tussen verschillende gebiedsdelen?

Opzet van het onderzoek

De vragenlijst is in februari 2022 voorgelegd aan het Inwonerspanel Groningen Gehoord. Het Inwonerspanel bestaat uit ruim 12.000 inwoners van de gemeente Groningen, die hun e-mailadres hebben gegeven om mee te werken aan internetonderzoeken van OIS. De panelleden zijn via e-mail uitgenodigd om deel te nemen aan de enquête. De enquête heeft twee weken opgestaan. Na een week is een herinnering gestuurd.

In de vragenlijst hebben we naast gesloten vragen ook open vragen gesteld. De antwoorden op de open vragen zijn in een apart document aan de opdrachtgever verstrekt. In de rapportage komen de meestgenoemde punten hieruit terug.

Met ruim 12.000 leden, in alle leeftijdsgroepen vanuit de hele gemeente, geeft het Inwonerspanel een adequaat beeld van de mening van inwoners van de stad. Wel moet worden opgemerkt dat voor het Inwonerspanel geen aselechte steekproef van alle bewoners is getrokken. Iedere inwoner kan lid worden van het Inwonerspanel. Het gevolg is dat sommige groepen inwoners zijn oververtegenwoordigd en anderen ondervertegenwoordigd. Dit neemt niet weg dat het Inwonerspanel een zeer bruikbaar instrument is om in korte tijd de mening van een aanzienlijke groep inwoners van de gemeente Groningen te peilen.

2. Resultaten

2.1 Respons en achtergrondgegevens

Respons

De vragenlijst is door 4.875 leden van het Inwonerspanel ingevuld. Dat betekent dat bijna ruim eenderde van de respondenten (38%) de vragenlijst heeft ingevuld. Niet alle respondenten hebben alle vragen ingevuld, vandaar dat het aantal respondenten per vraag kan verschillen.

Leeftijd

Van de respondenten is twee derde 50 jaar of ouder, terwijl dit percentage in de gemeente beduidend lager ligt (zie Tabel 1). Dit betekent dat we te maken hebben met een oververtegenwoordiging van 50-plussers in de respons. De enquête is relatief weinig ingevuld door jongeren. De resultaten zullen dan ook vertekend zijn. Hier dient rekening mee te worden gehouden bij de interpretatie van de resultaten.

Gebiedsdeel

In tegenstelling tot de leeftijdsverdeling, zien we dat de verdeling van respondenten over de verschillende gebiedsdelen redelijk overeenkomt met die in de hele gemeente (zie Tabel 2). Enkel in gebiedsdeel Zuid (o.a. Corpus den Hoorn, de Wijert, Helpman en Coendersborg) zien we een wat grotere oververtegenwoordiging van respondenten.

Sporters

In totaal geeft 71% van de respondenten aan te sporten (zie Tabel 3). Verder valt op dat jongeren relatief gezien het meest sporten; de frequentie van sporten neemt steeds iets verder af in een hogere leeftijdsgroep.

Tabel 1. Leeftijdsverdeling respondenten (N = 4.296).

Leeftijdsgroepen	Respons (%)	Gemeente (%)
18 – 34 jaar	11	44
35 – 49 jaar	22	19
50 – 64 jaar	33	19
65 – 74 jaar	27	11
75 jaar of ouder	7	7

Bron: Gronometer

Tabel 2. Verdeling huishoudenssamenstelling (N = 5.206)

Gebiedsdeel	Respons (%)	Gemeente (%)
Centrum	8	11
Oude Wijken	18	20
Zuid	30	23
West	17	20
Oost	16	14
Ten Boer	3	3
Haren	8	8

Bron: Gronometer

Tabel 3. Verdeling sporters en sportfrequentie (N = 4.817)

Sport u?	%
Ja, meerdere keren per week	47
Ja, één keer per week	13
Ja, af en toe	12
Nee, bijna nooit	29

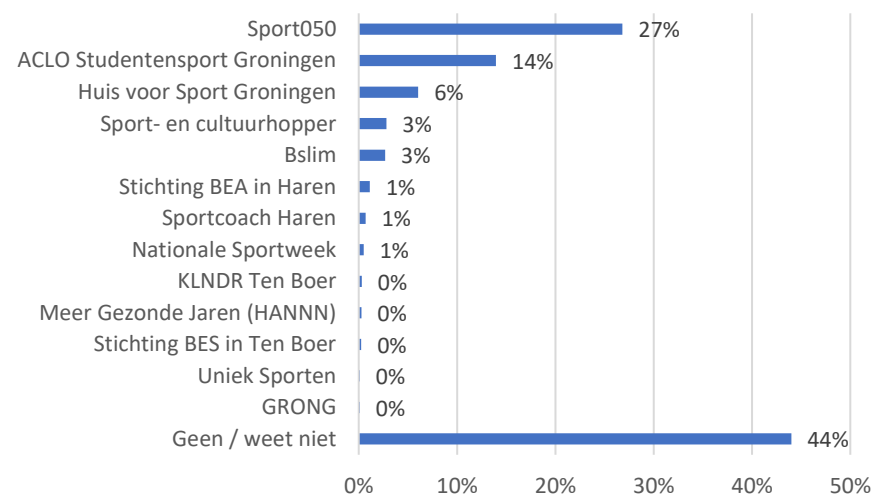
2.2 Naamsbekendheid organisaties sport en bewegen

We begonnen de vragenlijst met twee vragen omtrent de (spontane) naamsbekendheid van Sport050. Allereerst werd gevraagd: 'Welke organisatie omtrent sport en bewegen komt als eerste bij u op?'. Hierbij werd een lijst met opties getoond. Er is bewust gekozen om dit jaar een voorgeselecteerde lijst te tonen, om te kunnen vergelijken met sportorganisaties of -platformen die vergelijkbare diensten leveren aan inwoners van de gemeente. Bijvoorbeeld omdat ze sportactiviteiten bieden, meerdere sportruimtes exploiteren, of een beweegplatform/website met sportactiviteiten hebben. Het gaat dus niet om sportclubs en -verenigingen zoals FC Groningen.

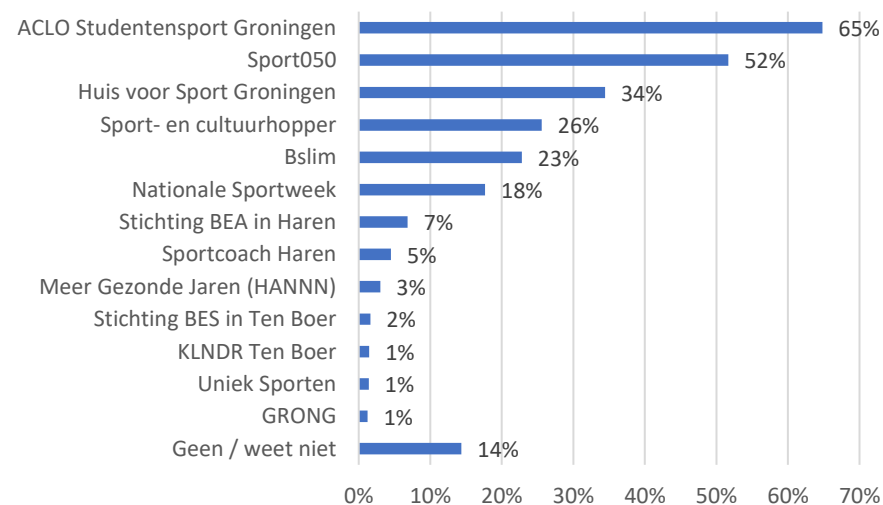
44% van de respondenten weet geen enkele organisatie te noemen wanneer gevraagd wordt naar organisaties omtrent sport en bewegen (Figuur 1). Onder de respondenten die een sportorganisatie weten te noemen, is Sport050 het vaakst gekozen (27%). Kijken we *alleen* naar de groep respondenten die een organisatie uit de lijst kent (dus excl. 'weet niet/geen antwoord'), dan kiest 48% van deze groep voor Sport050.

Vervolgens is gevraagd welke organisatie(s) omtrent sport en bewegen men nog meer kent (Figuur 2). Deze vraag is alleen gesteld aan respondenten die bij de vorige vraag minimaal een organisatie hadden geselecteerd. Bij deze 'geholpen bekendheid' blijkt ACLO Studentensport Groningen het meest bekend te zijn onder de respondenten (65%), gevolgd door Sport050 (52%).

Figuur 1. Welke organisatie omtrent sport en bewegen komt als eerste in u op? (N = 4.739)



Figuur 2. Welke organisatie(s) omtrent sport en bewegen kent u nog meer? (N = 2.571)*



* Meerdere antwoordopties mogelijk, waardoor percentages niet optellen tot 100.

2.3 Bekendheid Sport050

We vroegen gericht of respondenten Sport050 kennen. Hierop antwoordt 15%: 'ja, ken ik goed' (zie Tabel 4). Daarnaast geeft 40% aan wel eens van Sport050 te hebben gehoord. Tot slot geeft 45% aan Sport050 niet te kennen. Bij de vorige meting, in 2019, was dit percentage veel hoger. Maar liefst 70% gaf toen aan Sport050 niet te kennen. Daarbij dient wel rekening gehouden te worden met de toevoeging van de antwoordoptie: 'ja, wel eens van gehoord'. Daarnaast is het onderzoek eerder gehouden, dus een deel van de panelleden zou Sport050 via het vorige onderzoek uit 2019 nog kunnen kennen.

Sport050 is met name bekend onder jongeren (zie Tabel 5). We zien dat de bekendheid van Sport050 daalt naarmate de leeftijd stijgt. Gelet op het lage aandeel jongeren in het Inwonerspanel ligt de bekendheid van Sport050 onder alle inwoners van de gemeente vermoedelijk hoger.

Verder zien we dat de respondenten uit gebiedsdeel Oost het meest bekend zijn met Sport050 (57%), gevolgd door West en Zuid (Figuur 3). In Ten Boer is Sport050 relatief gezien het minst bekend (42%).

De respondenten die aangaven Sport050 niet te kennen, zijn doorverwezen naar het einde van de enquête, omdat de vervolgvragen specifiek over Sport050 gingen. Circa 2.500 respondenten bleven over voor vervolgvragen.

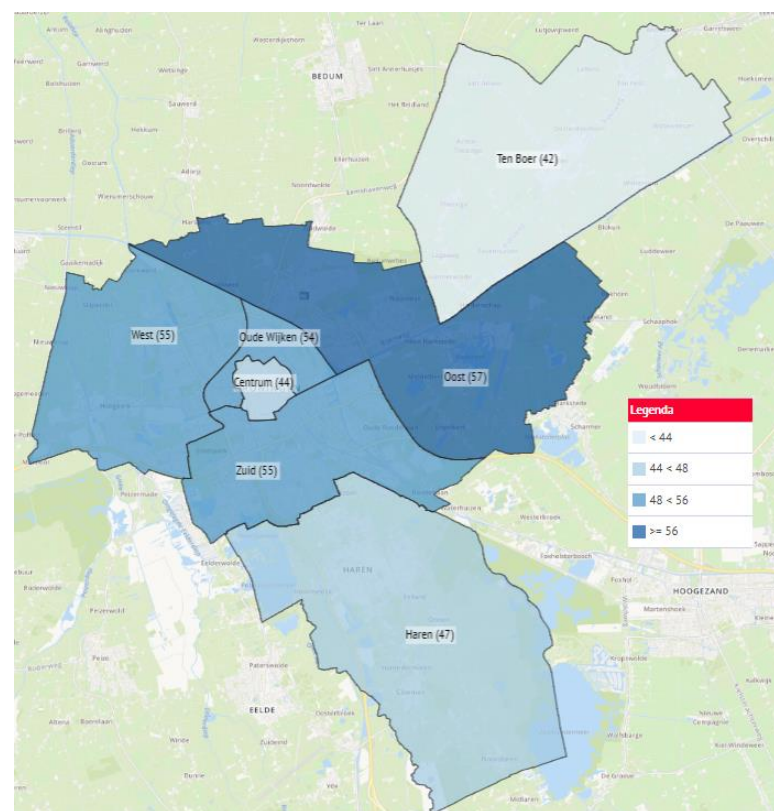
Tabel 4. Kent u Sport050? (N = 4.710)

Kent u Sport050?	%
Ja, wel eens van gehoord	40
Ja, ken ik goed	15
Nee	45

Tabel 5. Percentage respondenten dat bekend is met Sport050 (ja, ken ik goed + ja, wel eens van gehoord) naar leeftijd (N = 2.210)

Leeftijdsgroepen	%
Tot en met 34 jaar	72
35 – 49 jaar	68
50 – 64 jaar	52
65 – 74 jaar	43
75 jaar en ouder	28

Figuur 3. Bekendheid Sport050 naar gebiedsdeel (N = 1.448)



2.4 Logo en slogan Sport050

We vroegen de panelleden of het logo van Sport050 bij hen bekend is. Bijna twee derde van de respondenten die eerder heeft aangegeven Sport050 (goed) te kennen, kent ook het logo van Sport050 (Figuur 4).

Vervolgens is gevraagd of men de slogan 'Hèt platform voor bewegend Groningen' passend vindt bij Sport050. Hierop antwoordt 39% ja, 50% weet het niet, en 10% vindt de slogan niet passend bij Sport050 (Tabel 6). Aan de respondenten die het slogan niet passend vinden, is gevraagd waarom niet. Een veel voorkomend antwoord (ca. 50x) is dat bewegen een breder begrip is dan sporten. Ook vindt men de term 'platform' vaag en niet modern.

"Bewegen en sport is niet hetzelfde en de titel suggereert dus een smallere afbakening dat de slogan"

Figuur 4. Logo van Sport050



Tabel 6. Vindt u de slogan 'Hèt platform voor bewegend Groningen' passend voor Sport050? (N = 2.557)

Vind u de slogan passend voor Sport050?	%
Ja	39
Weet niet	50
Nee	10

2.5 Associaties met Sport050

Welke associaties hebben respondenten met het merk Sport050? We hebben een aantal opties voorgelegd. De resultaten op deze vraag zijn weergegeven in Figuur 5. Ten opzichte van 2019 is er een nieuwe antwoordoptie toegevoegd: 'de plek waar ik informatie over sporten in de gemeente Groningen kan vinden'. Deze optie is ook meteen het meest gekozen (42%). Op de tweede plek staat het antwoord 'de verhuurder van sportlocaties, zwembaden, sporthallen, sportvelden enzovoort' (34%). 8% van de respondenten associeert Sport050 met 'Hèt platform voor bewegend Groningen' (de slogan).

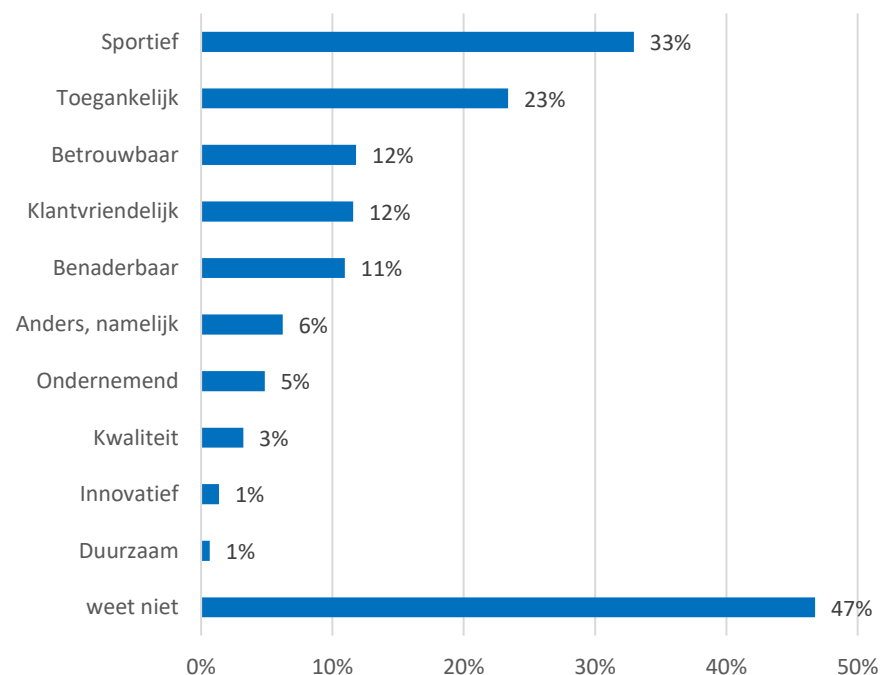
Figuur 5. Waar koppelt u Sport050 aan? (N = 2.581)*



* Meerdere antwoordopties mogelijk, waardoor percentages niet optellen tot 100.

Op de vraag 'Sport050 is voor mij ...' (Figuur 6) antwoorden respondenten: sportief (33%), toegankelijk (23%), betrouwbaar (12%) en klantvriendelijk (12%). De minst gekozen antwoorden hier zijn innovatief en duurzaam. Verder valt op dat het meestgekozen antwoord op deze vraag 'weet niet' is. Bijna de helft van de respondenten (47%) heeft voor deze antwoordoptie gekozen.

Figuur 6. Sport050 is voor mij ... (N = 2.558)*

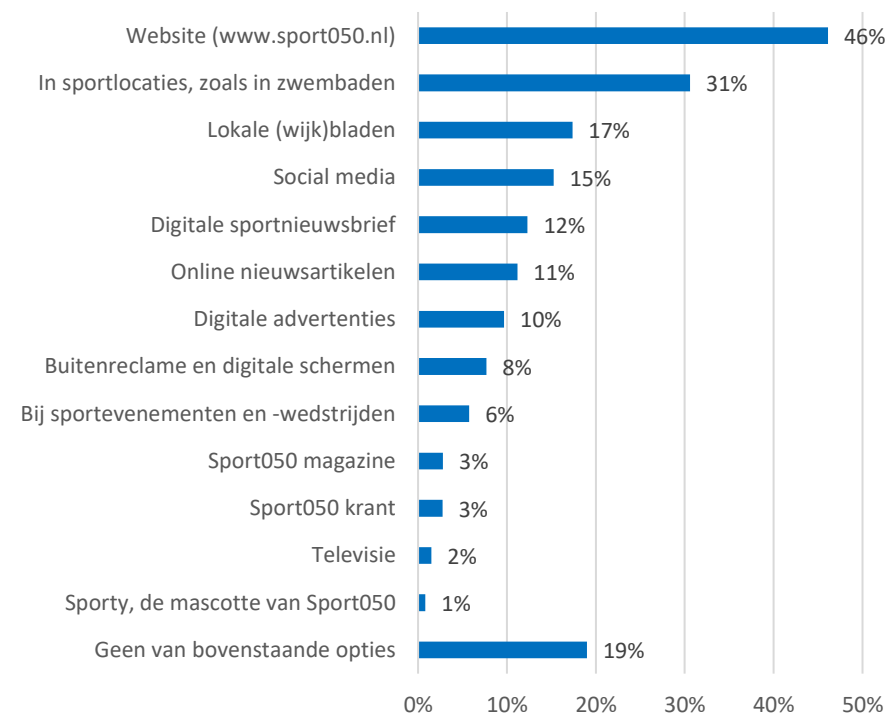


* Meerdere antwoordopties mogelijk, waardoor percentages niet optellen tot 100.

2.6 Sport050 in de media

Op welke plekken komt men het merk Sport050 tegen? Bijna de helft van de respondenten komt Sport050 tegen via de website www.sport050.nl (Figuur 7). Bijna een derde komt Sport050 tegen in sportlocaties, zoals zwembaden of gymzalen. Verder geeft ongeveer 20% van de respondenten aan Sport050 niet tegen te komen. Van de respondenten die Sport050 tegen komen via social media, geeft het merendeel (67%) aan Sport050 tegen te komen op Facebook.

Figuur 7. Waar komt u Sport050 tegen? (N = 2.533)



* Meerdere antwoordopties mogelijk, waardoor percentages niet optellen tot 100.

2.7 Campagnes Sport050

We vroegen de panelleden of ze in het afgelopen jaar een campagne van Sport050 hebben gezien. Eén op de vijf geeft aan een campagne te hebben gezien. Eenderde weet het niet zeker en 47% antwoordt nee.

Aan de respondenten die hebben aangegeven een campagne te hebben gezien of het niet zeker te weten, hebben we een aantal afbeeldingen van campagnes laten zien. Hierbij is gevraagd welke van die campagnes ze zijn tegengekomen. Meer dan de helft van de respondenten (59%) geeft aan geen enkele campagne te herkennen. De campagne die is afgebeeld in Figuur 8 werd door relatief gezien het vaakst herkent: één op de vijf respondenten herkende deze campagne. Dit is ook de meest recente campagne (januari 2022) genaamd *sportieve voornemens*.

Vervolgens zijn twee filmpjes getoond met de vraag of men die wel eens gezien heeft. Het eerste filmpje ging over de campagne *start van het nieuwe seizoen* (september 2021). Het tweede filmpje ging over de campagne *sportieve voornemens* (januari 2022). In totaal gaf 91% van de respondenten aan beide filmpjes nog niet eerder te hebben gezien (Tabel 7).

Vervolgens is gevraagd of deze campagnes motiveren om meer te gaan sporten en bewegen: 12% vindt van wel (Tabel 8). Ongeveer een derde weet het niet. De meerderheid (56%) vindt dat deze campagnes niet helpen. Aan hen is gevraagd waarom deze campagnes niet motiveren. De meest genoemde reden is: 'niet nodig want ik sport of beweeg al'. Verder wordt genoemd dat men zich niet aangesproken voelt. Respondenten hebben het gevoel dat de filmpjes zich vooral op jongeren richten en voelen zich daardoor niet aangesproken.

“Stijl spreekt me totaal niet aan, maar ik zal dan ook niet de target leeftijdscategorie zijn voor deze video.”

Figuur 8. Afbeelding van de campagne *Sportieve Voornemens* (januari 2022)



Tabel 7. Heeft u deze filmpjes wel eens gezien? (N = 1.333)

Heeft u deze filmpjes wel eens gezien?	%
Ja, alleen het eerste filmpje (<i>start nieuwe seizoen, september 2021</i>)	3
Ja, alleen het tweede filmpje (<i>sportieve voornemens, januari 2022</i>)	4
Ja, allebei	2
Nee, nog nooit gezien	91

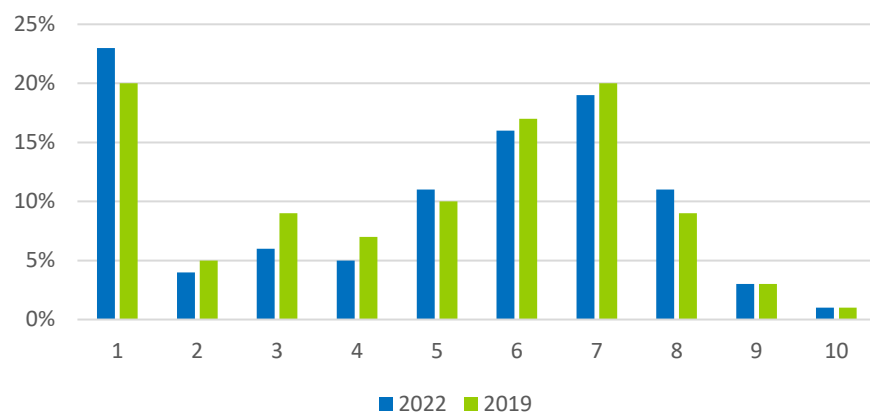
Tabel 8. Motiveren deze campagnes om u meer te gaan sporten en bewegen? (N = 1.329)

Motiveren deze campagnes om meer te sporten en te bewegen?	%
Ja	12
Weet niet	32
Nee	56

2.8 Zou u Sport050 aanbevelen?

Tot slot vroegen we aan de panelleden hoe waarschijnlijk het is dat zij Sport050 zouden aanbevelen aan vrienden, familie of collega's. Het cijfer kon variëren van 1 (zeer onwaarschijnlijk) tot 10 (zeer waarschijnlijk). Het gemiddelde cijfer is een 4.8. Dat is exact gelijk aan het gemiddelde cijfer in 2019.

Figuur 9. Hoe waarschijnlijk is het dat u Sport050 zult aanbevelen aan vrienden, familie of collega's? (N = 2.099)



Net Promotor Score voor Sport050

De Net Promotor Score (NPS) wordt gebruikt in marktonderzoek. De score zegt iets over de tevredenheid van klanten over een organisatie. De NPS wordt als volgt berekend:

$$NPS = (\% \text{ promotors}) - (\% \text{ criticasters})$$

De NPS van Sport050 is:

$$NPS = 4 - 66 = -62$$

De NPS is daarmee negatief en vergelijkbaar met 2019 (toen -64).

Een Net Promoter Score, of NPS, is een methode om de loyaliteit van een klant te meten. Door het stellen van een vraag, kan er een getal worden berekend. Dit getal is de Net Promoter Score.

De respondent kan deze vraag beantwoorden door een score te geven tussen de 0 en 10. Er volgen drie verschillende categorieën:

- Detractors (66%): Deze respondenten geven een score tussen de 0 en 6 en zijn hoogstwaarschijnlijk ontevreden over de organisatie.
- Passief tevreden (30%): Deze respondenten geven een score van 7 of 8 en zijn tevreden over de organisatie.
- Promoters (4%): Deze respondenten geven een score van 9 of 10 en zijn zeer enthousiast over de organisatie.

De NPS zelf is niet het cijfer dat de klant geeft aan de organisatie, maar een absoluut getal dat kan variëren van -100 tot 100. De NPS-score = (%promoters) - (%detractors). Er zijn indicaties dat de uitkomsten van een NPS zeer goed of zeer slecht zijn. Zo is er een indicatie dat een organisatie die een NPS van -30 heeft, zeer slecht scoort. Wanneer de organisatie een NPS van 30 heeft, scoort de organisatie zeer goed.

Wat zegt een NPS?

Er zijn verschillende factoren die meetellen wanneer er wordt gekeken naar de NPS. Onder andere hangt de NPS af van de naamsbekendheid van een organisatie. Organisaties met een lage naamsbekendheid zullen over het algemeen lager scoren, dan organisaties met een hoge naamsbekendheid. De reden is dat klanten die de organisatie niet goed kennen, te weinig ervaring met de organisatie hebben om een geschikte beoordeling te geven. Ook kan de omgeving verschil uitmaken. In een openhartige en vriendelijke consumentencultuur zal een organisatie een hogere NPS hebben, dan in een harde en zakelijke cultuur.

Bron: <https://www.allesovermarktonderzoek.nl/onderzoeksmethoden/net-promoter-score>

Colofon

Merkbekendheid Sport050

Auteur:

Hanneke van der Hoef
Inge de Vries

Opdrachtgever:

Gemeente Groningen

Uitgave:

OIS Groningen



T (050) 367 56 30
E ois@groningen.nl
I www.oisgroningen.nl
 [@basisvoorbeleid](https://twitter.com/basisvoorbeleid)

BASIS VOOR BELEID

