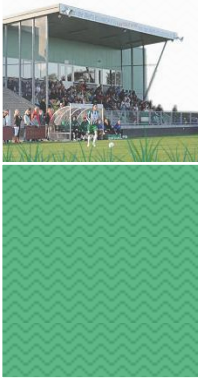


2013

“Ik kom omdat ik een Jouster ben.”

*De ruimtelijke spreiding en binding van
amateurvoetbalsupporters.*



Bastiaan Dijk – S2048558

Geografie en Planologie van de Sport
Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen – Rijksuniversiteit Groningen



Samenvatting

Verschillende voetbalclubs uit het professionele- en amateurvoetbal kampen met een teruglopend aantal supporters dat bij wedstrijden aanwezig is. Om meer supporters te krijgen is het vanuit de citymarketing gedachte belangrijk om dat wat de huidige supporters als goed en positief ervaren in de binding met de club, naar voren te brengen.

Daarvoor is tijdens dit onderzoek de ruimtelijke spreiding en sociale binding van supporters met een amateurvoetbalclub bekeken. Dit is gedaan aan de hand van een geografische formule van van der Land (2004) en het PPP-model van Scannell en Gifford (2010). Uit de formule van van der Land (2004) wordt duidelijk dat hoe verder men van een plaats af komt, hoe minder sterk de binding met die plaats is. Met het model van Scannell en Gifford (2010) waarbij de factoren person, place en process een rol spelen, is gekeken naar wat de supporters bindt en welke plaatsen van de amateurvoetbalclub belangrijk voor hen zijn.

Voor dit onderzoek is Sportclub Joure als case gebruikt. Op het sportpark van de club is geobserveerd en zijn er enquêtes afgenomen. Uit de analyse van de resultaten is gebleken dat de meeste supporters in tegenstelling tot de verwachting, gebaseerd op de geografische formule van van der Land (2004), uit de buurten komen die het verst bij de sportclub vandaan liggen. De binding die de supporters met de sportclub hebben is vooral omdat zij zich 'Jouster' voelen en dat de voetbalclub dat gevoel representeert. Verder is de voetbalclub belangrijk voor het onderhouden en krijgen van nieuwe relaties. Ook wordt uit de enquêtes duidelijk dat een aantal supporters komen omdat er een familielid of vriend mee speelt. Tenslotte zijn er een aantal plaatsen naar voren gekomen die extra belangrijk voor de supporters blijken te zijn. De kantine en de tribune zijn vooral belangrijk voor supporters die voor de contacten en de gezelligheid naar de voetbalclub komen en de supporters die in het bijzonder voor een familielid of vriend komen zijn de plaatsen rondom het veld vooral belangrijk.

Uit de discussie wordt duidelijk dat voor het krijgen van nieuwe supporters ingezet moet worden op de positieve punten die de amateurvoetbalclub aan de supporters biedt. De mogelijkheid tot het onderhouden en krijgen van relaties, het 'Jouster' gevoel ervaren en de binding door experience-in-place (Manzo, 2005) zijn drie, voor de huidige supporters, belangrijke en positieve punten waarmee de club nieuwe supporters kan aantrekken.

Tags: place attachment, sociale binding, ruimtelijke spreiding, Joure

Inhoudsopgave

1. Inleiding	Pag. 4
1.1 Aanleiding	Pag. 4
1.2 Probleemstelling	Pag. 4
2. Theorie	Pag. 6
2.1 Ruimtelijke spreiding	Pag. 6
2.2 Place attachment en sport	Pag. 6
3. Methodologie	Pag. 10
3.1 Methoden van data verzameling	Pag. 10
3.1.1 Observaties	Pag. 10
3.1.2 Enquête	Pag. 10
3.2 Ethiek	Pag. 10
3.3 Data analyse	Pag. 11
3.4 Verbetering	Pag. 11
3.5 Case	Pag. 11
3.6 Situatie	Pag. 12
4. Resultaten	Pag. 14
4.1 Ruimtelijke spreiding	Pag. 14
4.2 Binding	Pag. 15
4.3 Belangrijke plaatsen	Pag. 16
5. Conclusie	Pag. 19
6. Discussie	Pag. 20
Literatuurlijst	Pag. 21
Bijlagen	Pag. 24

1. Aanleiding

1.1 Inleiding

Op het sportcomplex de 'Hege Simmerdyk' staan wekelijks relatief weinig supporters te kijken. Een aantal spelers uit het eerste elftal vinden het jammer dat ondanks de prestaties op het twee na hoogste amateur niveau, er weinig supporters zijn. Het is ook Rodenhuis (2013) opgevallen dat er niet veel animo van supporters is bij wedstrijden van Sportclub Joure. De terugloop in supportersaantallen geldt voor meerdere voetbalclubs en op verschillende niveaus in Nederland. SC Heerenveen, een Eredivisieclub, heeft te maken met een 'behoorlijke terugloop' in de verkoop van seizoenskaarten (Feanonline.nl, 2013). En ook de Eredivisieclub ADO Den Haag heeft de afgelopen jaren een afname van het aantal supporters dat de thuiswedstrijden bezoekt (De Mos, 2013). In 2010 had Vitesse, de Eredivisieclub uit Arnhem, al last van een terugloop in het aantal supporters (Vlieger, 2010).

Naast Sportclub Joure is er in het amateurvoetbal ook bij andere clubs sprake van een supporterdaling. Volgens Renema (2012) is er met name bij de zondag afdeling van de Hoofdklasse en Topklasse een daling van het aantal supporters. Zondagclubs als FC Lienden, Achilles'29 en SWZ/Bozo Sneek spelen bij voorkeur hun wedstrijden op andere tijdstippen zodat het aantrekkelijker wordt voor supporters om bij de wedstrijden te komen kijken.

Toch zou sport volgens Elling (2004) een bindende factor moeten zijn. Door ontzuiling worden kerk, het gezin en school steeds minder belangrijk in de binding tussen mensen (Kemper, 2010). Ook Elling (2004) spreekt van een 'veranderende samenleving waarin de sociale cohesie onder druk staat'. Volgens haar is sport echter een belangrijke factor die er aan bijdraagt de sociale binding sterker te laten worden in de samenleving, al is deze sterke sociale binding de afgelopen periode niet altijd duidelijk zichtbaar met het geweld wat zich langs de amateurvoetbalvelden afspeelt. Met in december 2012 als dieptepunt het overlijden van grensrechter Richard Nieuwenhuizen (NOS, 2012).

Ondanks de afname van het aantal supporters en het toenemende geweld langs de amateurvoetbalvelden, blijven er toch mensen komen. Blijkbaar is er een bepaalde topofilie, de liefde voor een plaats (Hospers, 2009), die de supporters aan de voetbalclub bindt. Deze 'place attachment' is een breed begrip waar al veel onderzoek naar gedaan is. Ook naar sportclubs en plaatsbinding is onderzoek gedaan. Dejonghe (2010) komt met een en speciale definitie van topofilie voor de binding met de lokale plaatsgebonden sportclubs.

Uit verschillende onderzoeken is gebleken dat consumenten zich een ingewijde voelen in plaats van buitenstaander (Granovetter, 1985; Rao, Davis & Ward, 2000). Bij sportfans is dit ook het geval. Zij voelen zich niet alleen supporter maar ook voelen zij zich een onderdeel van de organisatie waar het team bij aangesloten zit (Gibson, Willming & Holdnak, 2002).

1.2 Probleemstelling

Ten gevolge van ontwikkelingen op het sportieve en maatschappelijke vlak zijn volgens Dejonghe et al. (2006) de (professionele) voetbalclubs verandert in dienstverlenende organisaties die een product op een afzetmarkt aanleveren. De voetbalclubs strijden naast de punten namelijk ook om supporters.

De identificatie met een club is belangrijk als het gaat om marketing voor een sportclub, omdat het een betrouwbare voorspellende factor is voor verschillende vormen van gedrag die met deze vorm

van marketing worden nagestreefd. De belangrijkste vormen van gedrag zijn het verkopen van kaartjes voor een wedstrijd en het verkopen van 'club-prularia' (Fisher & Wakefield, 1998). Om tot een oplossing van het probleem, er zijn steeds minder supporters bij amateurvoetbalclubs, te komen is er vanuit de citymarketing gedachte naar de situatie van amateurvoetbalclubs gekeken. *Een product moet goed genoeg zijn voordat het in de markt gezet kan worden, dus wat maakt het product, een amateurvoetbalclub, nu zo goed en aantrekkelijk?* Daarbij is afgevraagd: waar komen de supporters vandaan en waarom komen zij? Wat bindt de huidige supporters aan een club? Wat is de aantrekkingskracht en hoe kan dat imago gebruikt worden om andere mensen te trekken?

Hieruit vloeien de volgende hoofdvraag en subvragen voort:

Hoofdvraag:

Waar komen de supporters vandaan en in hoeverre zijn de supporters verbonden met de plaatsen van een amateurvoetbalclub?

Subvragen:

1. Waar komen de huidige supporters vandaan?
2. Waarom komen de huidige supporters?
3. Wat betekenen bepaalde plaatsen op de amateurvoetbalclub voor de huidige supporters?

2. Theorie

2.1 Ruimtelijke spreiding van amateurvoetbalsupporters

Ruimtelijke nabijheid is steeds minder belangrijk voor sociale structuren. Hiermee wordt echter niet gezegd dat er geen binding zou zijn op basis van nabijheid of dat nabijheid de sociale samenhang niet zou kunnen versterken. Er mag namelijk verwacht worden dat binding door nabijheid samen gaat met een hoge betrokkenheid bij datgene wat er speelt in de woonplaats (Van der Land, 2004).

Volgens Van der Land (2004) is er in de binding door nabijheid geen plaats voor geografische mobiliteit en dat heeft belangrijke consequenties voor de sociale opname in het lokale. Typerend hiervoor is het blijven wonen op een bepaalde plek. Iemand komt ergens ter wereld en gaat daar naar school, sport en ook wordt er daar werk en een partner gevonden. De persoon is er thuis gaat zich er thuis voelen. De binding met de plaats is onvoorwaardelijk geworden. Voor dit proces, de binding met de nabijheid, is vooral de woontijd van belang, want sociale bindingen zijn volgens Wilsen et al. (2003) minder sterk naargelang de duur van het verblijf op een plaats korter is.

Op basis van een door van der Land (2004) opgestelde geografische formule is te zeggen dat hoe verder er van het sportcomplex van de amateurvoetbalclub afbewogen wordt, er des te minder bij de club betrokken mensen aangetroffen worden.

Wat sociaaldemografische verschillen betreft, volgens van der Land (2004) mag er in het kader van binding met de omgeving, en ook met de lokale amateurvoetbalclub, verwacht worden dat de jongere inwoners van een plaats zich minder betrokken voelen met de omgeving dan de ouderen. Tegenwoordig hebben jonge bewoners een uitgestrekt sociaal netwerk, waarbij een groot deel van dat netwerk buiten de eigen woonomgeving valt (Lupi, 2008). Ook komen jongeren volgen Lupi (2008) minder snel in contact met anderen uit de omgeving dan ouderen, omdat zij geen kinderen hebben. Hierdoor voelen jongeren zich vaak relatief minder betrokken met de omgeving.

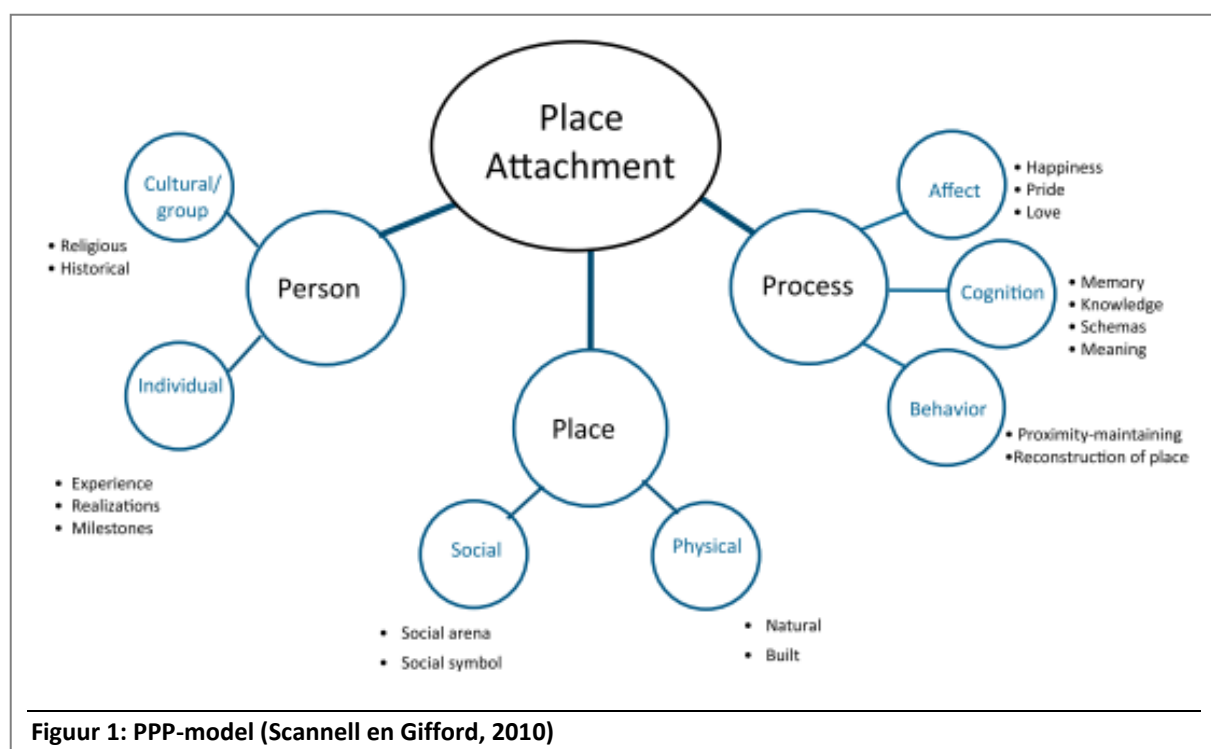
Als supporters van verder vandaan komen, moet het zo zijn dat er andere motieven gelden dan alleen verbondenheid door nabijheid. Andere factoren zijn bevolkingsdichtheid in de regio, aanwezigheid van andere clubs in de omgeving, aanwezigheid van concurrerende activiteiten, zoals andere sporten of voetbal op een hoger niveau. Ook speelt de historische binding van supporters met bepaalde clubs mee (Dejonghe et al., 2006). Supporters hebben volgens van der Land (2004) een buitengewone belangstelling in een plaats of persoon, een gevoel van verbondenheid uit een historisch perspectief, erkennen de eigenschappen van de plaats, zoals 'typisch Rotterdams' of 'typisch Amsterdams' of vinden dat de club simpelweg een amateurvoetbalclub is die goed voetbal speelt.

2.2 Place attachment en sport

De gevoelens bij een plaats, waar de vorige paragraaf mee eindigde, zijn belangrijk voor de binding die supporters met een sportclub kunnen hebben. Dat deze emoties belangrijk zijn voor de verbondenheid met plaatsen blijkt uit een definitie die Rubinstein en Parmelee (1992 in van Campenhout en van Hoven 2013, p.2) geven voor place attachment: "a set of feelings about a geographic location that emotionally binds a person to that place as a function of its role as a setting for experience".

Deze definitie geeft aan dat de gevoelens en emoties, die op een sportveld duidelijk zichtbaar zijn, een belangrijke rol spelen in de emotionele binding van personen met een plaats. Nu is er in elke ruimte een bepaalde strijd tussen gevoelens. De gevoelens die bij een plek horen en naar boven komen zijn afhankelijk van de plaats, de tijd, en de omstandigheden (Knippenberg et al., 2003). In dit onderzoek zal er aan de hand van het PPP-model van Scannell en Gifford (2010) worden gekeken naar hoe de place attachment is met de plaatsen op een sportcomplex van een amateurvoetbalclub. Is er sprake van een positieve place attachment?

De theorie die gebruikt is bij dit onderzoek naar place attachment van amateurvoetbal supporters, is het PPP-model van Scannell en Gifford (2010; figuur 1). Uit het schema komt naar voren dat place attachment gebaseerd is op drie pijlers. 'Person', 'Process' en 'Place' dragen volgens Scannell en Gifford bij tot place attachment.



Person

Scannell en Gifford (2010) splitsen Person op in individuen en (culturele) groepen. Personen, individuen, zullen bepaalde positieve ervaringen hebben op of met het sportcomplex van de amateurvoetbalclub. Volgens Manzo (2005) is de 'experience-in-place' belangrijker dan de plaats zelf voor de binding met plaatsen, omdat het de binding door ervaringen op plek persoonlijk maakt. Deze ervaringen kunnen bij een amateurvoetbalclub de ontmoetingen met andere mensen zijn. Of de ervaring kan een bepaalde sfeer zijn die op het sportcomplex van een voetbalclub hangt.

Culturele groepen kunnen zich ook prettig voelen op bepaalde plekken. Dit gebeurt wanneer zij hun eigen cultuur op die plekken vrij kunnen uiten (Fied, 1963; Gans, 1962; Michelson, 1976 in Scannell en Gifford, 2010). Bij een sportclub met een katholieke of andere religieuze naam zoals RKC, Rooms Katholieke Combinatie, Waalwijk is het te verwachten dat, van oudsher, de religieuze groep Rooms Katholieken uit Waalwijk, zich aan de club verbonden voelen. De naam van deze sportclub geeft weer

voor welke groep de sportclub van oudsher is. De sportclub is het visitekaartje voor de culturele groep.

Process

Deze pijler bestaat volgens Scannell en Gifford (2010) uit affectie, cognitie en gedrag. Affectie is de (alleen) positieve emoties die mensen, in dit geval supporters, bij een plek hebben (Van Campenhout en van Hoven, 2013). Het begrip wat deze positieve emoties voor bij een plek weergeeft is topofilie. Franck (1993) geeft aan dat topofilie volgens de filosoof Gaston Bachelard gaat om "het geluk van de ruimte". In de definitie die Dejonghe (2010, p.285) voor topofilie geeft komt ook de affectieve binding met de lokale authentieke plaatsgebonden voetbalclub aan de orde. Volgens hem is topofilie "*een sentimentele en affectieve binding met de lokale authentieke plaatsgebonden (voetbal) club*". Dat er een sentimentele binding is met de lokale authentieke plaatsgebonden voetbalclub wordt duidelijk nu er een discussie gaande is over het renoveren of nieuw te bouwen van de Rotterdamse Kuip (Kiviet, 2013). De sentimentele binding die de supporters met het historische stadion hebben is voor de supporters belangrijker dan een modern stadion waar meer toeschouwers in kunnen.

Voor een voetbalclub is het belangrijk dat de emotionele band van de club met de omgeving sterk is. Deze band wordt versterkt door de affectie die de supporters hebben met de club. De spelers van de club moeten een gevoel krijgen van "WE are HERE and this place is OURS" (Van Houtum en van Dam, 2002, p.237). Dit is onze plek en hier mag niet verloren worden. Dat is de sfeer die gecreëerd moet worden door de spelers zelf en de supporters (Van Campenhout en van Hoven, 2013). Volgens van Houtum en van Dam (2002) is het cruciaal dat die sfeer op de thuisbasis hangt. Hierdoor is er een symbolisch doel voor de spelers om thuis niet te verliezen.

De binding die supporters hebben met een plaats hebben is vaak iets cognitiefs, iets persoonlijks. Cognitie zorgt er voor dat er een persoonlijke betekenis aan een plek wordt gegeven (Scannell en Gifford, 2010). Er zullen een aantal personen zijn die voor persoonlijke herinneringen naar deze plek toekomen. Deze herinneringen versterken volgens Scannell en Gifford (2010) de attachment van de supporters met de plek. Een voorbeeld hiervan is dat een supporter bij een voetbalclub zelf vroeger heeft leren voetballen en daarom graag op het sportcomplex komt.

Tenslotte is er nog het gedrag. Scannell en Gifford (2010) noemen dat wanneer een plek veel betekent voor een persoon dat deze er weer naar terugkeert. Dit hoeft niet per se elke week te zijn. Ook geldt dit bijvoorbeeld voor pelgrims die de plek opzoeken die veel voor hen betekent (Mazumdar en Mazumdar, 2004). Zodra de plaatsen op de voetbalclub belangrijk worden in het leven van een supporter zal deze persoon hier vaker te vinden zijn.

Place

De place is in place attachment de meest belangrijke pijler. Niet alle plaatsen zijn even belangrijk. Volgens van der Laan (2004) zijn mensen niet trots op een heel dorp of een hele stad, maar gaat het juist om een bepaalde plek. Deze plek kan bijvoorbeeld het sportcomplex zijn waar de lokale amateurvoetbalclub speelt. Er zullen plaatsen op het sportcomplex zijn die in het bijzonder belangrijk zijn voor supporters.

Sociale bindingen en relaties komen tot stand op plaatsen die daar de gelegenheid toe geven (Scannell en Gifford, 2010). De place, in dit geval het sportcomplex van een amateur voetbalclub,

fungeert als een sociale arena. De plaats moet de een ruimte bieden waar relaties kunnen ontstaan en onderhouden kunnen worden. De factor place biedt zodoende ruimte voor de factor Person om zich te ontwikkelen. In dit onderzoek is de relatie tussen de supporters onderling namelijk ook van belang. Sport heeft op zichzelf al een bindende kracht. Volgens Coakley en Pike (2009) kunnen zowel individuen als de samenleving worden geïnspireerd door sport. Met het amateurvoetbal van een bepaalde club als gedeelde inspiratiebron ontstaat er een binding tussen supporters. Volgens Woldoff (2002) in Scannel en Gifford (2010) treedt attachment met een plaats op wanneer daar sociale interacties plaatsvinden. Lalli (1992) zegt in Scannell en Gifford (2010) dat de ruimtelijke verbondenheid steeds belangrijker wordt omdat het de sociale bindingen symboliseert. Een sportcomplex kan de sociale bindingen van de fans symboliseren. Hier geldt dan dat er een gemeenschap met een gemeenschappelijke belangrijke geografische locatie ontstaat.

Tenslotte speelt de fysieke ruimte ook mee in de place attachment van de amateurvoetbalsupporters. De kantine en de tribune op het sportcomplex kunnen de supporters iets aanbieden waar zij behoefte aan hebben. De supporters zouden bijvoorbeeld graag op het sportcomplex willen komen, omdat het er zo mooi uitziet (Stools en Shumaker, 1981 in Scannell en Gifford, 2010). Ook kan het zijn dat een sportpark midden in een natuurlijke omgeving ligt (bijvoorbeeld aan een meer, in een park of in een bos) waardoor het een aantrekkelijke plek is voor individuen om te komen (Manzo, 2005). Van Campenhout en van Hoven (2013) laten het belang van de fysieke ruimte zien met een voorbeeld van een amateur Rugbyclub in Auckland. De fysieke ruimte, zoals de kantine en de kleedkamers, zijn belangrijk voor de place attachment van spelers met de club omdat zij hun emoties er kunnen uiten en mannelijkheid kunnen tonen.

3. Methodologie

3.1 Methoden van data verzameling

3.1.1 Observaties

De methoden voor data verzameling die in dit onderzoek gebruikt zijn, zijn: observeren en enquêteren. Het observeren is semigestructureerd verlopen om een zo breed mogelijk, objectief, beeld van de supporters te krijgen. Voor de wedstrijd zijn er een aantal criteria opgesteld waar op gelet zou worden tijdens de observatie. Wanneer komen de supporters binnen en naar welke plaatsen op het sportcomplex gaan zij toe? Tijdens de observatie was er nog ruimte om onverwachte gebeurtenissen of gebruiken waar te nemen en te noteren (O'Leary, 2012). Er is geobserveerd langs het veld, op de tribune en in de kantine. Daarbij zijn aantekeningen gemaakt en gesprekjes gevoerd met supporters om een beeld te krijgen wat er speelt bij de supporters. De observaties zijn gebruikt om zelf een beeld te krijgen van de supporters en niet alleen het verhaal van de supporters te krijgen via enquêtes.

3.1.2 Enquête

Om te weten te komen wat de redenen van supporters zijn om bij een amateurvoetbalclub te komen kunnen er interviews of enquêtes afgenomen worden (O'Leary, 2012). Er is gekozen voor enquêtes omdat dan de ruimtelijke spreiding van de supporters het best onderzocht worden. Een ander voordeel van enquêtes ten opzichte van interviews is dat een enquête afnemen veel minder tijd kost dan een interview. Op die manier kunnen er meer respondenten verkregen worden waardoor de variëteit in respondenten ook groter kan zijn. Zodoende wordt het beeld, waarom de supporters komen en wat de supporters bindt, zo uitgebreid mogelijk geschetst.

De enquête heeft ook nadelen waar, bij het opstellen van de enquête, dan ook rekening mee gehouden is. Bij een enquête is het, in tegenstelling tot interviews, lastiger om in-depth data te verzamelen en om terug te gaan naar de respondent om meer informatie van hem of haar te krijgen (O'Leary, 2012). Dit is opgelost door te kiezen voor enquêtes met deels (korte) open vragen. De respondent heeft zodoende ruimte om meer kwijt te kunnen over een bepaalde stelling of vraag. Zo is er gebruik gemaakt van de voordelen van beide onderzoeksmethoden. De vragenlijsten zijn opgesteld op basis van het theoretisch kader en aan de hand van het stappenplan van O'Leary (2012; voor enquête zie bijlage A).

3.2 Ethiek

Er is rekening gehouden met de ethiek. Er zijn voor sommige respondenten wellicht persoonlijke vragen waarvoor zij zich kunnen schamen, zoals de leeftijd of de hoogst genoten opleiding van de respondent. Vandaar dat de enquêtes anoniem zijn. Naast de persoonlijke informatie die gevoelig kan zijn, is er ook rekening gehouden met het opleidingsniveau van de respondenten. Niet alle respondenten zullen een sociaal geografische of planologische achtergrond hebben. Om te voorkomen dat respondenten afhaken bij het zien van (te) moeilijke vragen is er bij het opstellen van de vragen geen moeilijk vakjargon gebruikt, maar zijn begrippen uitgelegd. In het geval dat er wel moeilijke vragen in de enquête zouden zitten, kan het zijn dat er geen of een minder goed antwoord volgt en dat de respondenten de enquête niet verder in zullen vullen (O'Leary, 2012). Vooraf zijn alle respondenten middels een inleidende tekst geïnformeerd over de doeleinden van de enquête (zie bijlage A).

Bij de observaties ligt het gevaar op de loer dat het onderzoek zeer subjectief wordt. Om dit gevaar in te tomen is er rekening gehouden met de *strategies for managing subjectivities* die O'Leary (2012) geeft. Vooral de strategie van het checken van interpretatie met insiders is veel toegepast. Dit checken is gegaan doormiddel van gesprekjes met supporters.

3.3 Data analyse

De data is op verschillende manieren verwerkt. Van een aantal gegevens worden, met behulp van ArcGis, kaarten geproduceerd. Deze kaarten zijn in de tekst verwerkt, maar ook terug te vinden in de bijlagen (C & D). De overige resultaten zijn verwerkt aan de hand van een aantal citaten. De enquêtes zijn ingevoerd in Excel en zijn met behulp van de codes: historische eigenschappen en ervaringen (person), sociale arena, sociaal symbool en fysieke plaats (place), affectie, cognitie en gedrag (process) (Scannell en Gifford (2010)). Van daaruit zal verder gewerkt worden en zullen de gegevens, indien relevant, aan elkaar gekoppeld worden. Hiervoor zijn geen speciale programma's gebruikt.

3.4 Verbetering

Om een goed beeld te krijgen wat de sportclub betekend voor supporters was het achteraf goed geweest om het ook af te zetten tegen wat niet-supporters voor een gevoel hebben bij de amateurvoetbalclub en sportcomplex. Deze respondenten zijn echter lastig te vinden aangezien zij niet expliciet op een bepaalde plek samen komen, zoals supporters dat wel doen. Ook was het een mogelijkheid om een enquête te maken voor de buurtbewoners en te testen of zij bijvoorbeeld ook overlast hebben van de amateurvoetbalclub. Daarnaast had er achteraf een vraag aan de vragenlijst moeten worden toegevoegd. Er is namelijk geen vraag gesteld of entree geld meespeelt in de komst van de supporters en de drempel die de supporters hierdoor wellicht ervaren om een sportcomplex te betreden en bij de wedstrijden van een amateurvoetbalclub te kijken.

Ten slotte is de mate waarin de respondenten de enquête serieus hebben genomen uiteenlopend. Een aantal respondenten heeft zeer uitgebreid antwoord gegeven en hier ook de tijd voor genomen. Een andere groep respondenten heeft een aantal antwoorden gegeven waarbij het zeer twijfelachtig is dat deze antwoorden ook werkelijk kloppen.

3.5 Case

In dit onderzoek wordt de aantrekkelijkheid van een amateurvoetbalclub onderzocht aan de hand van Sportclub Joure. Voor Sportclub Joure als case is gekozen omdat er een duidelijke en maatschappelijke aanleiding in de krant is gevonden (Rodenhuis, 2013). Sportclub Joure kan fungeren als voorbeeld voor andere voetbalclubs, met name door de grootte van het dorp (13170 inwoners) en het feit dat er (nog) geen sprake is van bevolkingskrimp (CBS, 2013). De amateur voetbalclub Sportclub Joure heeft een zaterdag en een zondagafdeling en speelt op verschillende niveaus. De zondagafdeling van voetbalclub Sportclub Joure speelt de afgelopen 10 jaren afwisselend in de hoofdklasse, het op één na hoogste amateurniveau, of mee om het kampioenschap in de eerste klasse van het amateurvoetbal (voetbalnoord.nl, 2013). Naast de zondagafdeling heeft Sportclub Joure ook nog een zaterdagafdeling (scjoure.nl, 2013). Het eerste team van de zaterdagafdeling speelt in de derde klasse (voetbalnoord.nl, 2013). Op het sportcomplex de 'Hege Simmerdyk' staan wekelijks relatief weinig supporters te kijken.

In figuur 2, op de volgende pagina, is te zien waar het sportcomplex ligt in Joure. Op de kaart is te zien dat het sportcomplex aan de rand van het dorp ligt. En daarmee goed bereikbaar is voor

supporters die lopend, fietsend of met de auto naar het sportcomplex komen. Via de rondweg de Sewei, is het sportcomplex ook snel te bereiken voor mensen die van de rijkswegen A6 of A7 komen.



3.6 Verloop data verzameling

Een belangrijk punt om te vermelden is het weer tijdens de wedstrijd. Het weer zou wel eens een belangrijke factor kunnen zijn in de resultaten van het onderzoek. De observatie en het afnemen van de enquêtes vonden plaats op een dag waarop het zonnig en $\pm 18^{\circ}\text{C}$ was. Hierdoor zouden de supporters anders kunnen reageren en zich op andere plekken van het sportcomplex begeven dan wanneer het druilerig weer geweest was en de temperatuur een stuk lager lag.

Het observeren verliep soepel. Het publiek was rustig en open richting anderen, waardoor het participeren ook goed verliep. Volgens O'Leary (2012) is het voor een goede respons verstandig om face-to-face de enquêtes af te nemen. De face-to-face uitgedeelde (schriftelijke) vragenlijsten zijn op

20 april 2013 tijdens de rust van de wedstrijd afgenomen. Sportclub Joure speelde op deze dag de derby tegen het naast Joure gelegen dorp Oudehaske.

De supporters zijn niet allemaal bij aanvang van de wedstrijd al binnen en voor het einde van de wedstrijd zijn er al een aantal supporters naar huis. Om een zo groot mogelijk aantal respondenten te verkrijgen zijn de enquêtes daarom afgenomen op het moment dat de meeste supporters aanwezig zijn. In de praktijk is ook gebleken dat bij het face-to-face afnemen van de enquête de response rate het hoogst is. De response rate was hier namelijk 100% (34). Bij de zelfde maar dan online enquête, via Thesistools.com, was de respons 18% (5). In totaal zijn er 39 vragenlijsten teruggekomen.

4. Resultaten

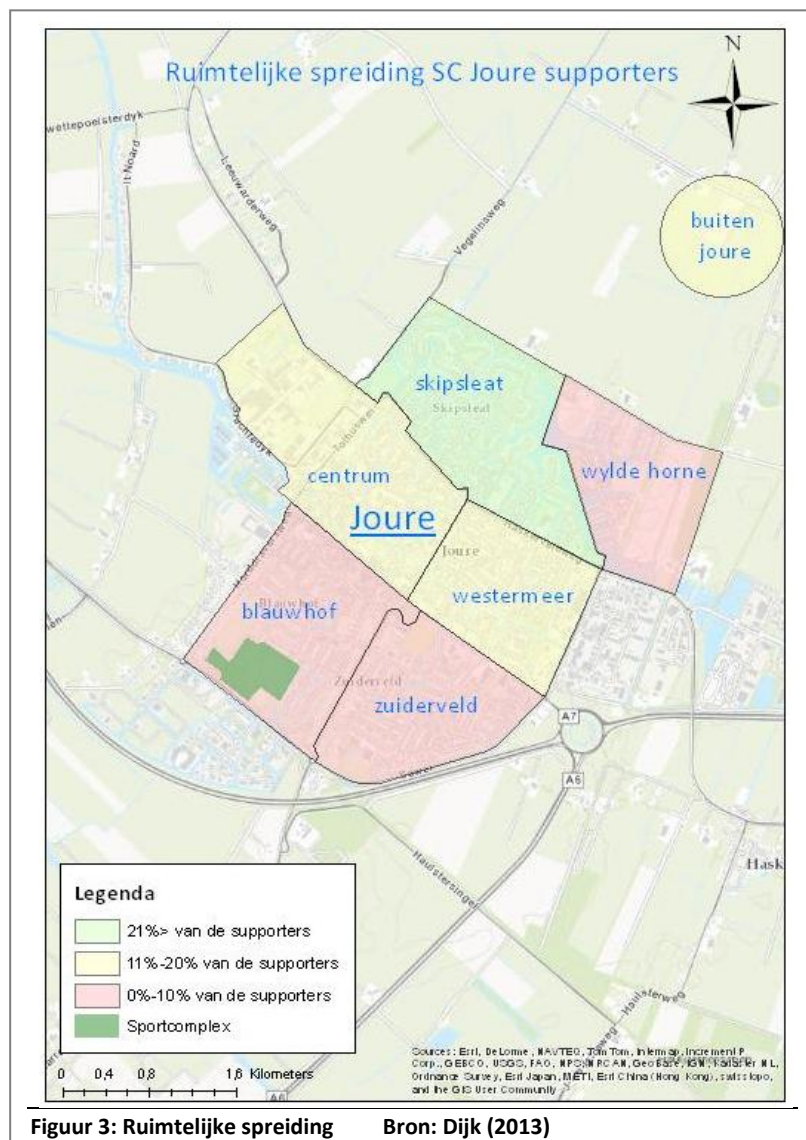
4.1 Ruimtelijke spreiding

In figuur 3 is te zien hoe de supporters van amateurvoetbalclub Sportclub Joure verdeeld zijn over de woonwijken in Joure. Skipsleat is, zoals op de kaart te zien, de wijk waar de meeste supporters vandaan komen. Wat verder opvalt is dat de wijk waar het sportcomplex in ligt, de minste supporters levert op het sportcomplex. Uit deze gegevens blijkt dat de dit het tegenovergestelde is van de geografische formule die van der Land (2004) opstelde dat hoe verder er van het sportcomplex van de amateurvoetbalclub afbewogen wordt, er des te minder bij de club betrokken mensen aangetroffen worden.

Belangrijk voor de binding met een plaats door nabijheid is volgens Van der Land (2004) dat er geen plaats is voor geografische mobiliteit. Dit betekent dat de woonduur van belang is voor de binding door nabijheid. Want volgens Wilsen et al. (2003) is de binding door nabijheid minder sterk naargelang de duur van het verblijf op een plaats korter is. De gemiddelde leeftijd van de supporters is 34 jaar. De supporters van Sportclub Joure wonen gemiddeld 22 jaar in het dorp. Dit betekent dat de supporters het grootste deel van hun leven in Joure wonen en op basis daarvan is de binding door nabijheid een factor die meespeelt voor Sportclub Joure supporters.

Ook wonen veel Sportclub Joure supporters al hun hele leven in Joure. Dit geldt met name voor de supporters onder de 30 jaar. Dat deze jonge mensen een binding hebben met de locale voetbalclub is een opvallend gegeven gezien de uitspraken van Lupi (2008). Volgens hem komen jongeren minder snel in contact met mensen uit omgeving door dat de sociale netwerken vaker buiten de eigen buurt of dorp liggen.

Wat met deze uitspraken van Lupi (2008) samenhangt is dat de aantrekkingskracht van sportpark 'de Hege Simmerdyk' verder reikt dan de grenzen van het dorp Joure. Want naast supporters uit Joure, komt elf tot twintig procent van de supporters van buitenaf.



Figuur 3: Ruimtelijke spreiding Bron: Dijk (2013)

4.2 Binding

Als de binding door nabijheid niet opgaat moet er volgens van der Land (2004) gezocht worden naar andere motieven. Voor Sportclub Joure spelen er meerdere motieven mee.

Wat ten eerste naar voren komt uit de enquêtes, is dat Sportclub Joure voor de supporters vooral de eigenschappen van de plaats representeert. Zoals het typisch ‘Amsterdammer’ of typisch ‘Rotterdammer’ gevoel (van der Land, 2004) voelen de supporters van Sportclub Joure zich vooral een ‘Jouster’. Een veel ingevulde tekst bij de vraag waarom de supporters bij Sportclub Joure komen is:

“Ik kom er omdat ik een Jouster ben.”

- Verschillende supporters -

Uit bovenstaand citaat blijkt dat ‘Jousters’, inwoners van Joure, bij Sportclub Joure het ‘Jouster’-gevoel ervaren. Zij kunnen bij Sportclub Joure de ‘Jouster’ cultuur vrij uiten. Volgens het PPP-model van Scannell en Gifford (2010) kunnen culturele groepen zich ook prettig voelen op bepaalde plekken. Dit gebeurt wanneer zij hun eigen cultuur op die plekken vrij kunnen uiten (Fied, 1963; Gans, 1962; Michelson, 1976 in Scannell en Gifford, 2010). Een aantal supporters geeft aan dat zij naar Sportclub Joure toe komen omdat zij hier met ‘Jousters’ bij elkaar kunnen zijn. De uitspraak van deze verschillende supporters geeft precies dat weer wat Dejonghe (2010) onder topofilie verstaat. De sentimentele en affectieve band met het lokale, in dit geval de amateurvoetbalclub Sportclub Joure, is voor de groep supporters belangrijk. Zij komen bij de voetbalclub omdat zij uit het dorp Joure komen.

Naast dat het sportpark ‘de Hege Simmerdyk’ belangrijk is voor supporters die zich een ‘Jouster’ voelen, biedt het sportpark ook een plaats aan supporters die eerst zelf spelen en vervolgens blijven hangen. Op sportpark ‘de Hege Simmerdyk’ zijn namelijk ook een aantal andere groepen die samen komen. Op het sportpark zijn er een aantal voetbalteams die na hun eigen wedstrijd blijven hangen en gaan kijken bij de wedstrijd van het eerste elftal. Deze vriendenelftallen hebben in de kantine van het sportpark de gelegenheid om gezellig samen te zijn onder het genot van een drankje. Veel supporters geven in de enquête aan dat zij om deze reden op het sportpark blijven hangen. Een 28 jarige man geeft dat met de volgende zin aan:

“Na de wedstrijd met het team een biertje doen in de kantine en dan de andere wedstrijd kijken.”

- Man (28), 20 jaar supporter -

Op één persoon na, die voor het eerst op het sportcomplex was, voelde iedereen zich thuis op het sportpark. Dit bleek uit de enquêtes waar mensen aangaven dat zij zich door de goede sfeer, thuis voelen op het sportcomplex. Dat de supporters zich thuis voelen op het sportcomplex is een positieve emotie en valt binnen “de gelukkige ruimte” van de filosoof Bachelard in Frank (1993). Het thuis voelen speelt ook een belangrijke rol voor voetballers. Het gevoel van “WE are HERE and this place is OURS” moet gecreëerd worden op het sportpark voor de beste resultaten volgens van Houtum en van Dam (2002).

Naast de affectie die supporters hebben met Joure en het lokale, speelt ook een andere affectieve binding mee. Supporters geven ook aan een affectieve binding te hebben met de voetbalclub omdat er een bekende meespeelt in het eerste elftal en dat zij daarvoor komen kijken. Het niveau waarop het team acteert, en wat voor voetbalclub het is, speelt daarin niet mee. Het duidelijkst wordt dat uitgebeeld door deze voetbalfan die Sportclub Joure support:

“Mijn kinderen spelen mee, dat is het belangrijkste!”

- Man (56), 16 jaar supporter –

Ook ervaringen en herinneringen uit het verleden spelen mee in de binding van supporters met een amateurvoetbalclub.

“Ik heb zelf altijd bij Joure gespeeld, het is mijn club.”

- Man (57), 44 jaar supporter -

Deze man heeft goede herinneringen aan de sportclub en het sport complex omdat hij er zelf al van jongs af aan komt. De ‘experience-in-place’ (Manzo, 2005) van de man is een onderdeel van zijn cognitie, zijn persoonlijke beleving. Volgens Manzo (2005) is deze ‘experience-in-place’ het belangrijkste in de binding met een plaats. Ook volgens Scannell en Gifford (2010) is het cognitieve, de persoonlijke binding, een versterkende factor van mensen met een plaats. In dit geval is het verleden, het zelf gespeeld hebben bij de voetbalclub, belangrijk in de binding van supporters met de lokale amateurvoetbalclub. Deze herinneringen zijn voor hem de reden om nog steeds naar Sportclub Joure te gaan en zijn voor hem van belang in de binding die hij met het sportcomplex ervaart.

Tenslotte het gedrag wat supporters op het sportcomplex vertonen. Het gedrag kwam duidelijk naar voren uit de enquêtes op de vraag waarom de belangrijkste plekken voor hen deze waarde hebben. Hieruit blijkt dat veel supporters voor de gezelligheid op het sportcomplex komen. Bij deze gezelligheid hoort bijna altijd het antwoord dat er bier gedronken kan worden na de eigen wedstrijd en tijdens de wedstrijd van het eerste elftal. Volgens Scannell en Gifford (2010) hoort bij gedrag ook dat mensen terugkomen naar de plaats die voor hen belangrijk is. Bij Sportclub Joure komen de supporters gemiddeld al 16 jaar kijken. Hieruit blijkt dat de voetbalclub een belangrijke plek heeft ingenomen in het leven van de voetbalsupporters (Mazumdar en Mazumdar, 2004).

4.3 Belangrijke plaatsen

Zoals van der Land (2004) aangaf kun je trots zijn op een dorp of stad zonder dat alle plaatsen even belangrijk zijn. Op een sportcomplex is dat niet anders. Uit observaties en de enquêtes bleek dat sommige plaatsen belangrijker zijn dan andere plaatsen. Op de plattegrond van het sportpark ‘de Hege Simmerdyk’ zijn de kantine, tribune en het hoofdveld duidelijk aangegeven met een opvallende kleur (figuur 4). Deze drie plaatsen zijn voor de supporters belangrijk. De twee andere velden, het kunstgrasveld en het E veld, zijn de velden waar het tweede elftal vaak speelt. Deze velden zijn voor een aantal supporters ook belangrijk en daarom ook aangegeven op de kaart, maar met een minder opvallende kleur.

De tribune en de kantine worden door de supporters als belangrijk gezien omdat hier gewerkt kan worden aan het onderhouden en krijgen van nieuwe contacten. De supporters hebben verschillende

gemeenschappelijke factoren. Zo komen supporters om een wedstrijd van Sportclub Joure te zien, komen ze kijken omdat hun vriend of zoon mee speelt of ze komen omdat zij 'Jouster' zijn. Die gemeenschappelijke factoren zorgen er voor dat er relaties kunnen ontstaan (Coakley en Pike, 2009; Kanter, 1990). De voetbalclub faciliteert de ruimte en de plaatsen waar deze relaties tot stand kunnen komen.

De supporters die meer voor het voetbal komen, omdat er een familielid of vriend mee speelt, hebben andere plaatsen op het sportcomplex die voor hen belangrijk zijn. Zij staan vaak langs het veld of zitten op de tribune. Deze bevinden zich alleen in de pauze in de kantine, maar tijdens de wedstrijd staan zij zo dicht mogelijk langs het veld. Op die manier kunnen zij de wedstrijd het beste volgen en zijn zij dicht bij de persoon voor wie zij bij de wedstrijd zijn komen kijken. Een citaat van een vriendin van één van de spelers die deze bevindingen onderstreept:

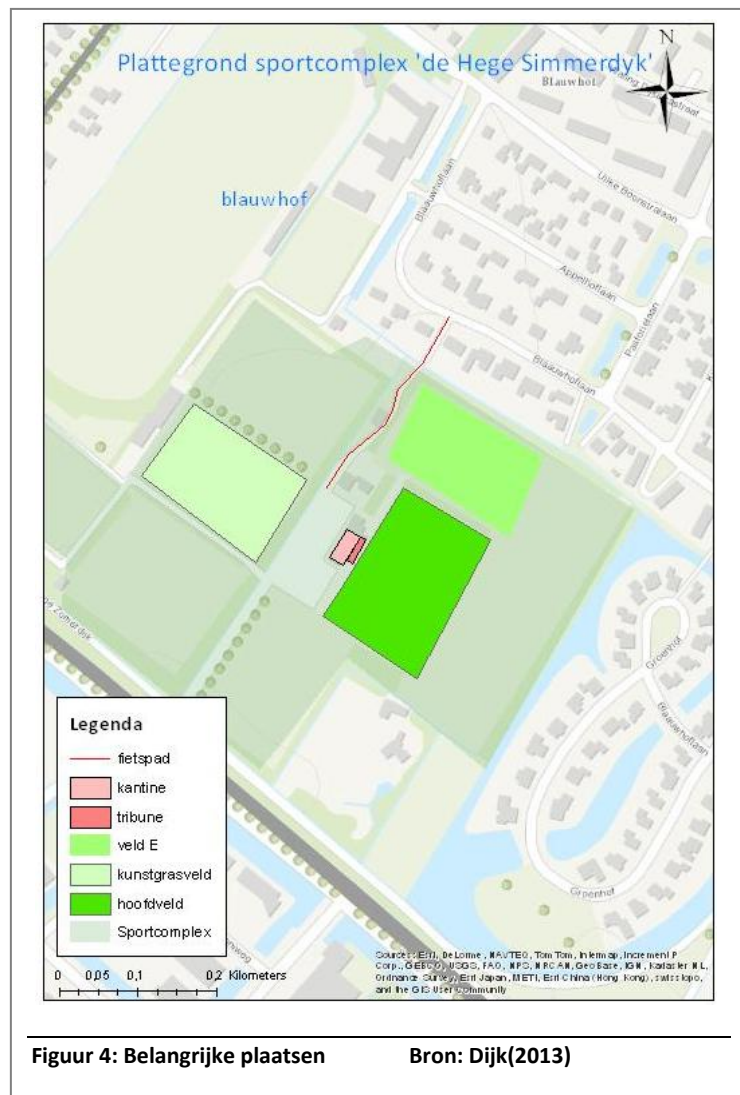
"Mijn vriend speelt in het team en dicht bij het veld ben ik het dichtste bij hem."

- Vrouw (21), 0,5 jaar supporter -

Uit de enquêtes valt op te maken dat de fysieke place (Scannell en Gifford, 2010) ook een rol speelt op het sportcomplex. Een aantal keren werd het sportcomplex gekenmerkt als fysiek niet fijn door dat het een open ruimte is. Verder staat er een multifunctioneel gebouw op het sportcomplex. Daarin zitten de kleedkamers, de kantine en daar aan vast ook de tribune. Dit gebouw is geen hoogstaand architectonisch bouwwerk. Het is grijs en grijs van buiten. Toch wordt het gebouw wel genoemd. Binnen in het gebouw in de kantine hangt een sfeer die als 'gezellig' wordt omschreven. Sommige supporters vinden echter dat de sfeer in de kantine anders moet:

"Ik zou graag zien dat het na de wedstrijd gezelliger zou worden. De kantine is in mijn optiek te groot voor het aantal aanwezigen. Wanneer de kantine kleiner zou zijn, creëer je sneller een gezellige sfeer welke beter bij Joure past."

- Man (25), 14 jaar supporter -



Figuur 4: Belangrijke plaatsen

Bron: Dijk(2013)

De fysieke plaats, de kantine, kan een belangrijkere plaats innemen in de ogen van deze supporters. Wanneer de sfeer voor deze persoon belangrijk wordt, wordt de 'experience-in-place' ook belangrijker waardoor de binding met de plaats sterker kan worden (Manzo, 2005; Scannell en Gifford, 2010).

5. Conclusie

Met deze case zijn antwoorden gevonden op de drie deelvragen die aan het begin zijn gesteld. Uit antwoorden op de deelvragen kan de hoofdvraag beantwoord worden. Wat de ruimtelijke spreiding betreft laat Sportclub Joure veel supporters liggen op het gebied van binding door nabijheid (van der Land, 2004). De meeste supporters komen uit de wijken die het verst bij de amateurvoetbalclub vandaan liggen. De wijken die het dichtst bij de club gelegen zijn leveren daarentegen de minste supporters.

Wat betreft de verbondenheid komt uit het onderzoek naar voren dat de supporters zich thuis voelen op sportpark 'de Hege Simmerdyk' omdat ze er al jaren komen en er veel bekenden zijn. Daaruit blijkt dat de liefde die de supporters voor de voetbalclub hebben over het algemeen groot is, waardoor je kunt spreken van een topofilie voor de plaats (De Jonghe, 2010). Vooral door de antwoorden dat het 'Jouster' zijn belangrijk is, kan er gezegd worden dat de affectieve sentimentele binding met de lokale sportclub groot is. Gemiddeld komen de supporters al 16 jaar bij de sportclub. In dat opzicht biedt het sportcomplex de supporters dus iets waardoor zij er graag komen en kan gezegd worden dat het sportcomplex sterk van belang is in de binding die de supporters hebben met de club. Waarschijnlijk speelt voor veel amateurvoetbalclubs mee dat culturele groepen zich prettig voelen op het sportcomplex. Dit gebeurt wanneer zij hun eigen cultuur op die plekken vrij kunnen uiten (Fied, 1963; Gans, 1962; Michelson, 1976 in Scannell en Gifford, 2010). Het 'Jouster' gevoel, kan dus net zo goed het 'Ouddorpse' of 'Doetinchemse' gevoel zijn.

Voor een groot deel van de supporters heeft de club een belangrijk deel in hun leven ingenomen omdat zij er al jaren terug keren (Mazumdar en Mazumdar, 2004). Gemiddeld komen de supporters al 16 jaar bij de sportclub kijken. Waar Manzo (2005) aangeeft dat 'experience-in-place' de belangrijkste factor is in de binding met een plaats komt uit dit onderzoek ook naar voren dat dit een aanzienlijke factor in de binding met de amateurvoetbalclub. Oud-spelers komen nu nog steeds bij de club als supporter.

Echter, niet bij iedereen komen de ervaringen en herinneringen uit het verleden naar voren als belangrijkste reden om bij de amateurvoetbalclub te komen. Ook speelt de affectie door persoonlijke binding mee in de binding met de club (Scannell en Gifford, 2010). Supporters komen bij de wedstrijd kijken omdat hun zoon of vriend in het elftal meespeelt.

Er zijn een aantal plekken op het sportcomplex naar voren gekomen die extra belangrijk voor de supporters zijn. De tribune, kantine en de ruimte langs het hoofdveld zijn belangrijk voor de supporters door de gezelligheid, maar ook om dicht bij bekenden te zijn. Op een aantal supporters na, die kritisch waren over de fysieke ruimte, is het duidelijk geworden dat er grotendeels een positieve place attachment is van de supporters met Sportclub Joure. De plekken die op het sportcomplex zelf als belangrijk gezien worden door de supporters, verschillen niet veel met de plekken die bij de rugby club in Auckland (Van Campenhout en van Hoven, 2013) belangrijk waren. Voor andere amateurvoetbalclubs zullen deze plekken dan waarschijnlijk ook belangrijk zijn.

6. Discussie

Supporters kunnen grof weg op twee manieren verbonden zijn aan een amateurvoetbalclub. Namelijk op basis van positieve en negatieve argumenten. Positief verbonden omdat alle voorzieningen, resultaten en sfeer goed zijn en de supporters graag willen dat het zo blijft en negatief omdat het beter, mooier en gezelliger kan dan nu het geval is (van der Land, 2004).

Vanuit de citymarketing gedachte: *Een product moet goed genoeg zijn voordat het in de markt gezet kan worden*, is het voor amateurvoetbalclubs belangrijk om nieuwe supporters op een positieve manier aan de club te binden. Bij Sportclub Joure is er gezien de geografische formule: *hoe verder er van het sportcomplex van de amateurvoetbalclub afbewogen wordt, er des te minder bij de club betrokken mensen aangetroffen worden* (van der Land, 2004), waarschijnlijk winst te behalen in de band van supporters door nabijheid.

Het positieve in de binding van de huidige supporters met de amateurvoetbalclub, en wat amateurvoetbalclubs naar buiten moeten uitdragen, is bij Sportclub Joure vooral dat de sportclub een ontmoetingsplaats is. Het sportcomplex, met de tribune en de kantine als fysieke plaatsen in het bijzonder, biedt de supporters de mogelijkheid tot het opbouwen en onderhouden van relaties Coakley en Pike (2009). Ook voor supporters die van buiten Joure komen is de locatie belangrijk om netwerken te onderhouden. Vooral jonge mensen hebben netwerken waarbij het zwaartepunt buiten hun eigen buurt vallen (Lupi, 2008). Mogelijk is er winst te behalen door jonge mensen uit buurten rondom het sportcomplex aan de club te binden. Zij kunnen de sportclub als ontmoetingsplaats gaan zien.

Naast de ontmoetingen en relaties kunnen amateurvoetbalclubs meer supporters aan zich binden door de 'experience-in-place' meer te belichten (Manzo, 2005). Hierbij kan het voorbeeld van de professionele voetbalclub AFC Ajax gevolgd worden. Deze club organiseert van tijd tot tijd een reünie voor oud-spelers (Ajax.nl). De oud-spelers hebben (persoonlijke) ervaringen en herinneringen bij de club die belangrijk zijn voor de binding met een plaats (Scannell en Gifford, 2010). De oud-spelers zullen wellicht vaker terug keren wanneer deze herinneringen opnieuw belangrijk voor hen worden.

Tenslotte zijn voor supporters, zo blijkt uit dit onderzoek, de eigenschappen van de plaats waar de sportclub vandaan komt belangrijk (van der Land, 2004). Voor een deel van de huidige supporters van sportclub Joure was het 'Jouster' zijn belangrijk. De sportclub draagt het 'Jouster'-gevoel uit wat zij herkennen en belangrijk voor hen is. De sentimentele en affectieve band met de lokale amateurvoetbalclub komt daarmee tot uiting en zorgt dat er topofilie is (Dejonghe, 2010). De binding met de lokale voetbalclub komt voort uit de liefde voor de plaats (Hospers, 2009), in dit geval Joure.

Wat nog niet uit dit onderzoek naar voren is gekomen, maar wel interessant en belangrijk is om te weten alvorens er tot actie overgegaan wordt, is waarom de supporters vooral uit wijken komen die het verst bij 'de Hege Simmerdyk' vandaan liggen. Er zal gekeken moeten worden of het aantal supporters uit de wijken het verst bij 'de Hege Simmerdyk' vandaan wel significant afwijkt ten opzichte van het aantal inwoners uit de andere wijken. Is er misschien overlast van de amateurvoetbalclub in de wijken direct om het sportpark heen? Hoe is dit bij andere sportclubs?

Literatuurlijst

- Ajax.nl (2013). Derde reünie voor oud-spelers. Geraadpleegd op 12 juli 2013 via <http://www.ajax.nl/Ajax-nieuws/Ajax-nieuwsarchief/Ajax-nieuwsartikel/Derde-reunie-voor-oudspelers.htm>
- Campenhout, van G. & Hoven, van B. (2013). 'It is where blokes can be blokes': making places in a New Zealand rugby club. *Gender, Place and Culture*. Online available.
- CBS (2013). *Kerncijfers wijken en buurten*. geraadpleegd op 13 mei 2013 via <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/default.aspx?DM=SLNL&PA=70904ned&D1=3&D2=619-620%2c630%2c633%2c636%2c638%2c644%2c647%2c656%2c659%2c662%2c664%2c671%2c677&D3=I&HDR=T&STB=G1%2cG2&VW=D>
- Clark, G. (2005) Secondary Data, in: Flowerdew, R. & Martin, D. (eds.) (2005) *Methods in Human geography. A guide for students doing a research project*. Pearson Prentice Hall: Essex
- Coakley, J. & Pike, E. (2009). *Sport in Society: Issues and Controversies*. London: McGraw-Hill Education.
- Dejonghe, T. (2010). *Sport in de wereld: ontstaan evolutie en spreiding*. Gent: Academia Press.
- Dejonghe, T., Hoof, S. van & Kemmeren, M.C.M. (2006). *Voetballen in de kleine ruimte: een onderzoek naar de geografische marktgebieden en ruimtelijke uitbreidingsmogelijkheden voor de clubs in het Nederlandse betaald voetbal*. Utrecht: Arko Sports Media
- Elling, A. (2004). 'We zijn vrienden in het veld'. Grenzen aan sociale binding en 'verbroedering' door sport. *Pedagogiek*. 24^e jaargang deel 4. Pag. 342-360
- Fisher, R.J., & Wakefield, K. (1998). Factors leading to group identification: A field study of winners and losers. *Psychology and Marketing*, 15(1), 23-40.
- Franck, D.(1993). Bachelard, Gaston; Fenomenoloog van de verbeelding. *Krisis* 50. pag 14-23.
- Gibson, H., Willming, C., & Holdnak, A. (2002). "We are Gators... not just Gator fans": serious leisure and University of Florida football. *Journal of Leisure Research*, 34, 397-425
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.
- Hospers, G. J. (2009). *Een kleine geografie van het geluk*. Amsterdam: Drukkerij Roos en Roos
- Houtum, van H. & Dam, van D. (2002). Topophilia of Topoporno? Patriotic Place Attachment in International Football Derbies. *International Social Science Review*. 3e jaargang deel 2. Pag. 231-248
- Kanter, J. (1990). Community-based management of psychotic clients: the contributions of D.W. and Clare Winnicott. *Clinical Social Work Journal*. 18^e jaargang deel 1. Pag. 23-41
- Kemper, F. (2010). *Samenspel. Studies over etniciteit, integratie en sport*. Bennekom: Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen.

Kieviet, A (2013). *De nieuwe Kuip is bijna rond*. Geraadpleegd op 8 juli 2013 via <http://www.groene.nl/2013/24/de-nieuwe-kuip-is-bijna-rond>

Knippenberg, H., Musterd, S. & Pater, B de (2003). *Conflicten over water, grondgebied en de stad*. Amsterdam: de auteurs en uitgeverij Askant.

KNVB.nl (2013). *Missie & Visie*. Geraadpleegd op 16 mei 2013 via <http://www.knvb.nl/wiezijnwij/missie-visie>

Krumme, G. (1998). *VIPs in Economic Geograph: Edward L. Ullman*. Geraadpleegd op 16 mei 2013 via <http://faculty.washington.edu/krumme/faculty/ullman.html>

Land, M. van der (2004). *Vluchtige verbondenheid: Stedelijke bindingen van de Rotterdamse nieuwe middenklasse*. Amsterdam: Amsterdam University Press

Lupi, T. (2008). *Buiten wonen in de stad: de place making van IJburg*. Dissertatie: Universiteit van Amsterdam, Faculty of Social and Behavioural Sciences. Online available

Manzo, L. C. (2005). For better or worse: exploring multiple dimensions of place meaning. *Journal of Environmental Psychology*, 25, 67-86

Mazumdar, S. & Mazumdar, S. (2004). Religion and place attachment: a study of sacred places. *Journal of Environmental Psychology*, 24, 385-397.

Miles, R., & Snow C. (1984). Designing Strategic Human Resource Systems. *Organizational Dynamics*. p. 36-52

Mos, R. de (2013). *Motie: Verlevendigen ADO plein*. Geraadpleegd op 5 juli 2013 via <http://www.denhaag.nl/home/bewoners/gemeente/document/10e-Rapportage-ADO-Den-Haag-Motie-rm-296.20126-Verlevendigen-ADO-plein.htm>

NOS.nl (2012). *Grensrechter Almere overleden*. Geraadpleegd op 5 juli 2013 via <http://nos.nl/artikel/447385-grensrechter-almere-overleden.html>

O'Leary, Z. (2012). *The essential guide to doing your research project*. 4e druk. SAGE Publications: London

Rao, H., Davis, G. F., & Ward, A. (2000). Embeddedness, social identity and mobility: Why firms leave the NASDAQ and join the New York Stock Exchange. *Administrative Science Quarterly*, 45, 268-292.

Renema, H. (2012). *Zondagtopklassers wijken steeds vaker uit naar zaterdagavond om meer bezoekers te krijgen*. Geraadpleegd op 5 juli 2012 via <http://www.fclienden.nl/1/337/zondagtopklassers-wijken-steeds-vaker-uit-naar-zaterdagavond-om-meer-bezoekers-te-krijgen/>

Rodenhuis (2013). Sport: Wedstrijd VV Burgum- SC Joure. *Leeuwarder Courant*. 18 april 2013

Scannell, L., and R. Gifford. 2010. Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology* 30, no. 1: 1-10.

Scjoure.nl (2013). *SC Joure 1 Selectie*. Geraadpleegd op 25-5-2013 via <http://www.scjoure.nl/voetbal/senioren/zaterdag/sc-joure-1/selectie.html>

Sloane, P. J. (1971). The Economics of Professional football: the the football club as a utility maximiser. *Scottisch Journal of Political Economy*. 18 (2). blz. 121-146.

Steppé, J. (2013). *Minder seizoenkaarten H'fean*. Geraadpleegd op 5 juli 2013 via <http://www.omropfryslan.nl/nijs/minder-seizoenkaarten-hfean>

Vlieger, S. (2010). *Forse terugloop in aantal verkochte seizoenkaarten Vitesse*. Geraadpleegd op 5 juli via <http://www.goal.com/nl/news/213/eredivisie/2010/07/24/2039788/forse-terugloop-in-aantal-verkochte-seizoenkaarten-vitesse>

Voetbalnoord.nl (2013). *Sportclub Joure*. Geraadpleegd op 13-5-2013 via <http://www.voetbalnoord.nl/#tp>

Wilsen, van J., Wittebrood, K. & Graaf, de N.D. (2003). Buurtdynamiek en slachtofferschap van criminaliteit: Een studie naar de effecten van sociaal-economische stijging, daling stabiliteit in Nederlandse buurten. *Mens & Maatschappij*. 78^e jaargang nr. 1. pag. 4-28

Bijlagen

A

Enquête formulier

Voor u ligt een enquête waarin enkele vragen worden gesteld om de verbondenheid te van de SC Joure supporters met het sportcomplex 'de Hege Simmerdyk' te meten. Met het beantwoorden van deze vragen helpt u mij met het onderzoek wat ik doe naar het belang van de locatie van het sportcomplex en van het sportcomplex zelf voor de supporters van SC Joure.

Met andere woorden: *Waar komen de supporters vandaan en in hoeverre zijn de supporters verbonden met de plaatsen van een amateurvoetbalclub?*

Zelf voetbal ik bij SC Joure en kom ik met enige regelmaat kijken bij wedstrijden van beide eerste elftallen. Zowel in goede als in slechte tijden is het aantal supporters dat langs de kant van het veld of op de tribune aanwezig is, meestal niet heel hoog in vergelijking met omliggende dorpen. Toch heeft Joure ± 13000 inwoners en is SC Joure de enige voetbalclub van de "vlecke". Dit heeft mij er toe gebracht om na te gaan denken waar het relatief lage aantal supporters aan kan liggen en er voor mijn bachelorscriptie onderzoek te doen.

Dan rest mij nog te zeggen dat de vragenlijsten anoniem zijn. U kunt dus volledig vrij zijn in uw antwoorden. Mocht u er belang bij hebben om op de hoogte te blijven van de resultaten van het onderzoek dan kunt u onderaan de vragenlijst uw mailadres vermelden of mij een mail sturen.

Ik dank u hartelijk voor uw bijdrage.

Bastiaan Dijk

Student Sociale Geografie en Planologie, Rijksuniversiteit Groningen

Mailadres: a.p.dijk.1@student.rug.nl

Wat is uw:

1. Geslacht? Man/vrouw
2. Leeftijd? _____
3. Geboorteplaats? _____
4. Woonplaats? _____
 - a. Woonwijk? _____
 - b. Hoe lang woont u daar? _____
5. Hoogst genoten opleiding? _____
6. Werk? _____
7. Hoelang komt u al bij SC Joure? _____

8. Hoeveel wedstrijden kijkt u per seizoen van SC Joure?	Thuiswedstrijden	Uitwedstrijden
	<input type="radio"/> 0%-25%	<input type="radio"/> 0%-25%
	<input type="radio"/> 26%-50%	<input type="radio"/> 26%-50%
	<input type="radio"/> 51%-75%	<input type="radio"/> 51%-75%
	<input type="radio"/> 76%-100%	<input type="radio"/> 76%-100%

Op de achterkant staan meer vragen. 

9. Wat vindt u van de bereikbaarheid van sportcomplex 'de Hege Simmerdyk'?	
10. Wat vindt u van de locatie van sportcomplex 'de Hege Simmerdyk'?	<input type="radio"/> Locatie is goed <input type="radio"/> Dichter naar het centrum van Joure was beter geweest <input type="radio"/> Mag nog wel verder naar rand van Joure toe <input type="radio"/> Anders, _____
11. Voelt u zich thuis op sportcomplex 'de Hege Simmerdyk'?	Ja/nee, want _____
12. Wat voor rol speelt de sfeer voor u om te komen kijken bij wedstrijden van SC Joure?	
13. Op welke plekken op het sportcomplex komt u het liefst? (Vb. kantine, tribune, langs het veld, etc.)	
14. Waarom komt u graag op deze plekken?	
15. Speelt het niveau voor u een rol om te komen kijken?	Ja/nee. Waarom? _____
16. Maakt het voor u uit of de club op zaterdag of op zondag speelt?	Ja/nee. Zo ja, waar gaat uw voorkeur naar uit? <input type="radio"/> Zaterdag <input type="radio"/> Zondag

17. Waarom bent u supporter van SC Joure of waarom komt u bij SC Joure kijken?

Contactgegevens voor resultaten: (Optioneel)

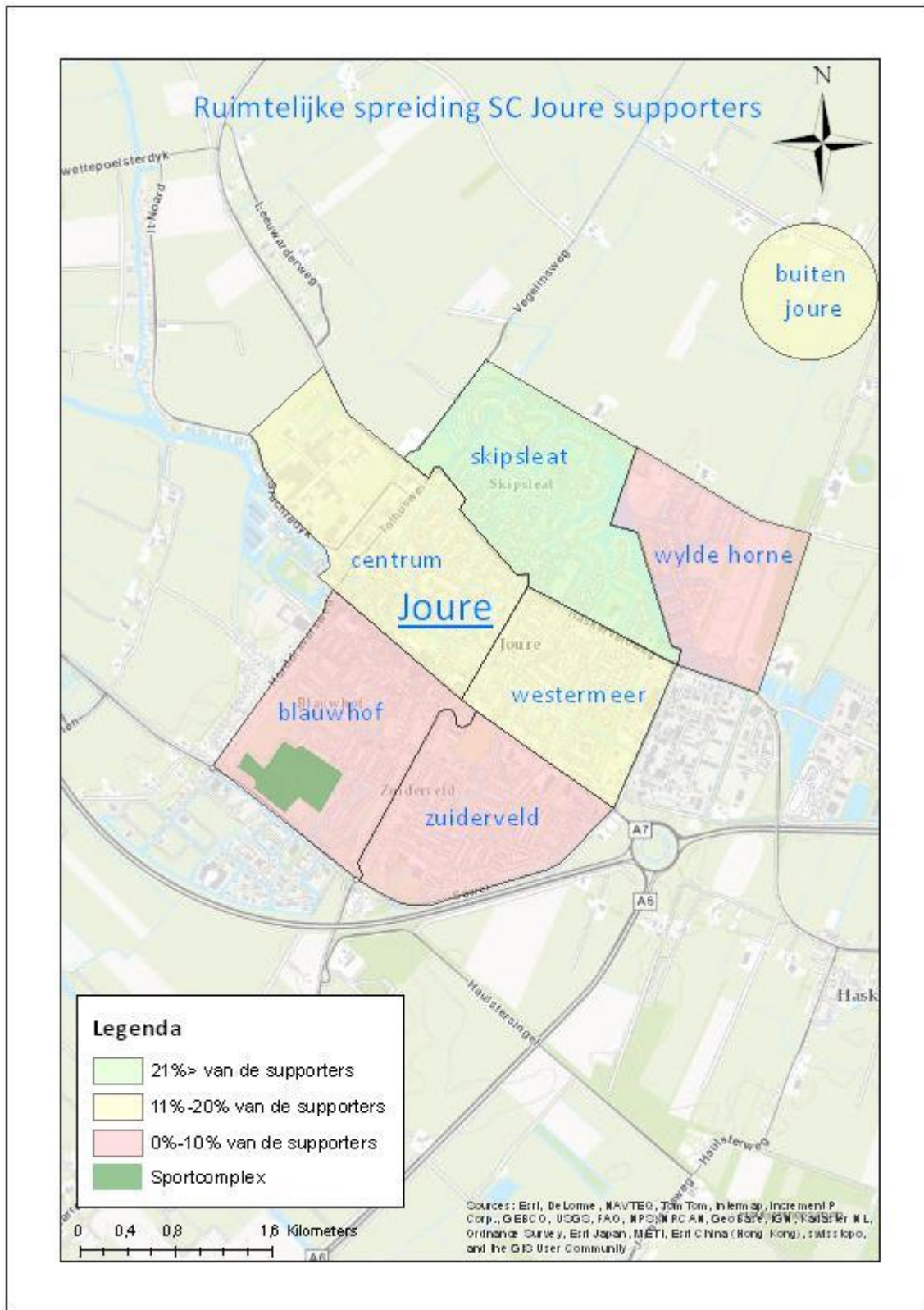
(Mail)adres: _____

– Nogmaals bedankt! –

B



C



D

