

Sport050 Merkbekendheid 2024

Inwonerspanel Groningen Gehoord



Inhoudsopgave

Inleiding.....	3
Respondenten en achtergrondkenmerken	4
2.1 Respons	4
2.2 Leeftijd.....	4
2.3 Gebiedsdeel	4
2.4 Sporters	5
Resultaten.....	6
3.1 Naamsbekendheid organisaties sport en bewegen	6
3.2 Bekendheid.....	7
3.3 Associaties	9
3.4 Media.....	11
3.5 Campagnes.....	12
Colofon	14

Inleiding

Aanleiding en doel van het onderzoek

Sport050 is het sportloket van de gemeente Groningen en ondersteunt sportaanbieders, het onderwijs en individuele sporters. Sport050 voert het sportbeleid uit van de gemeente Groningen en wil een actieve leefstijl bevorderen onder alle inwoners. Hiervoor ontwikkelt Sport050 samen met andere partners activiteiten en programma's die sport, bewegen, welzijn en een gezonde leefstijl van de inwoners van de gemeente Groningen stimuleren. Verder beheert, verhuurt en exploiteert Sport050 sportaccommodaties, zoals ijsbanen en zwembaden.

Sport050 heeft Onderzoek, Informatie en Statistiek (OIS) van gemeente Groningen gevraagd een (herhaal)onderzoek uit te voeren naar de bekendheid van het merk Sport050. Kennen inwoners van de gemeente Groningen Sport050? Waar zijn ze Sport050 tegengekomen? Kennen ze de (online) reclamecampagnes van Sport050? En is de merkbekendheid van Sport050 toe- of afgenomen ten opzichte van 2022?

Opzet van het Onderzoek

De vragenlijst is gebaseerd op het eerder uitgevoerde onderzoek in 2022 en bevat grotendeels dezelfde vragen. Hierdoor kunnen de resultaten worden vergeleken, waardoor ontwikkelingen in kaart kunnen worden gebracht. Verder zullen de resultaten worden gebruikt ter evaluatie van de huidige campagnes en ter voorbereiding op nieuwe campagnes.

Een online vragenlijst is in februari 2024 voorgelegd aan het inwonerspanel Groningen Gehoord. Het inwonerspanel bestaat uit een grote groep inwoners van de gemeente Groningen die hun e-mailadres hebben gegeven om mee te werken aan internetonderzoeken van Onderzoek, Informatie en Statistiek Groningen. Momenteel telt het inwonerspanel ongeveer 11.000 leden. De vragenlijst is op 20 februari 2024 verstuurd en stond twee weken open voor respons. Na een week is een herinneringsmail 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 meest genoemde punten hieruit terug.

Met ongeveer 11.000 leden, in alle leeftijdsgroepen vanuit de hele gemeente, geeft het inwonerspanel Groningen Gehoord 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. Elke inwoner kan lid worden van het inwonerspanel. Het gevolg is dat sommige groepen inwoners zijn oververtegenwoordigd en andere 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.

Respondenten en achtergrondkenmerken

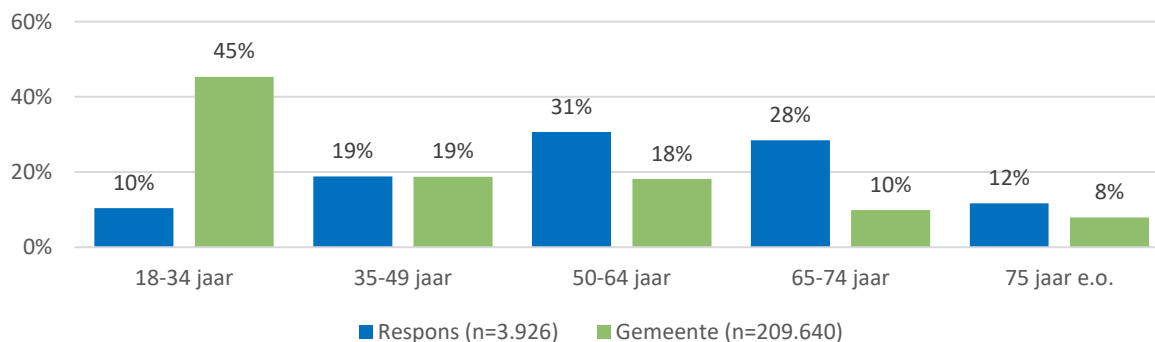
2.1 Respons

In totaal is de vragenlijst door 4.091 inwoners (deels) ingevuld (responspercentage: 38%). Niet alle respondenten hebben alle vragen beantwoord, vandaar dat het aantal respondenten per vraag kan verschillen.

2.2 Leeftijd

Figuur 1 toont de verdeling van de respondenten naar leeftijd. De figuur geeft ook de verdeling van alle inwoners in de gemeente Groningen (de populatie) naar de leeftijdsgroepen weer. Zoals te zien is in de figuur is er een grote ondervertegenwoordiging van jongeren. De oudere leeftijdsgroepen zijn daarentegen juist oververtegenwoordigd in de respons.

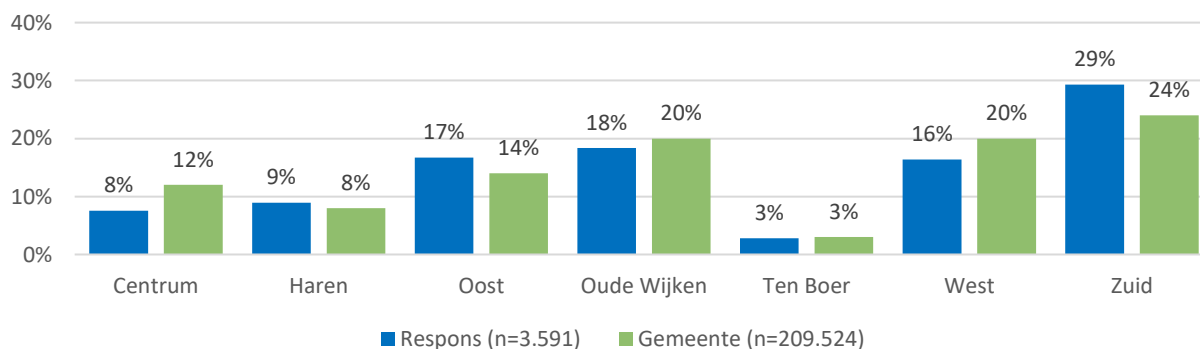
Figuur 1: Verdeling respons naar leeftijd, vergeleken met verdeling 18-plussers in de gemeente Groningen



2.3 Gebiedsdeel

In totaal heeft 88% van de respondenten diens postcode ingevuld. Deze postcodes worden gebruikt om een onderverdeling te maken van de resultaten naar gebiedsdeel. Figuur 2 laat de verdeling van de respondenten over de gebiedsdelen zien. Dit komt redelijk overeen met de werkelijke verdeling in de gemeente. Er is sprake van een ondervertegenwoordiging van inwoners uit de gebieden Centrum, Oude Wijken en West. In de gebieden Haren, Oost en Zuid is er juist een (lichte) oververtegenwoordiging.

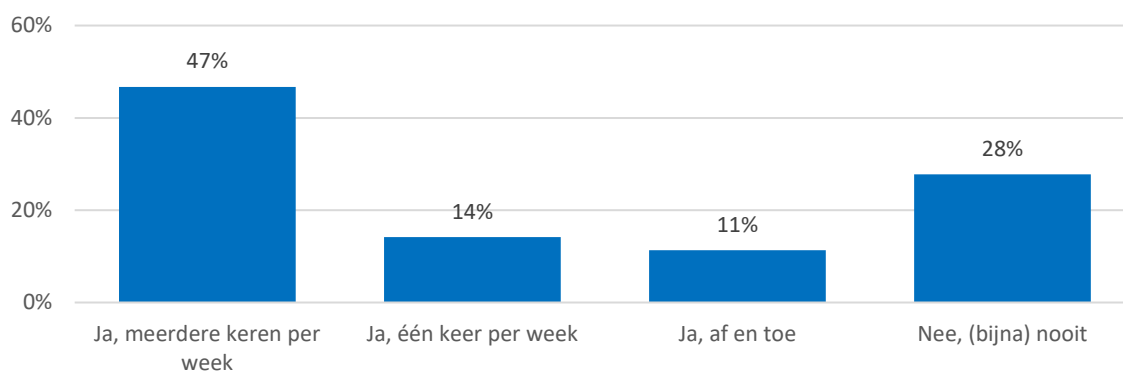
Figuur 2: Verdeling respons naar gebiedsdeel, vergeleken met verdeling gemeente Groningen



2.4 Sporters

In totaal geeft 72% van de respondenten aan wel eens te sporten (zie Figuur 3). Van de respondenten sport 47% meerdere keren per week, 14% één keer per week en 11% af en toe. Verder geeft 28% aan dat ze (bijna) nooit sporten. Wanneer we kijken naar verschillen in leeftijd valt op dat jongere respondenten vaker sporten dan respondenten uit hogere leeftijdsgroepen. Zo sport van de jongste leeftijdsgroep (18-34 jaar) 74% minimaal een keer in de week. Van de oudste leeftijdsgroep (75-plus) is dat 49%. Van de oudste leeftijdsgroep zegt 40% nooit te sporten, tegenover 13% van de 18-34-jarigen.

Figuur 3: Verdeling sporters en sportfrequentie (n=4.053)

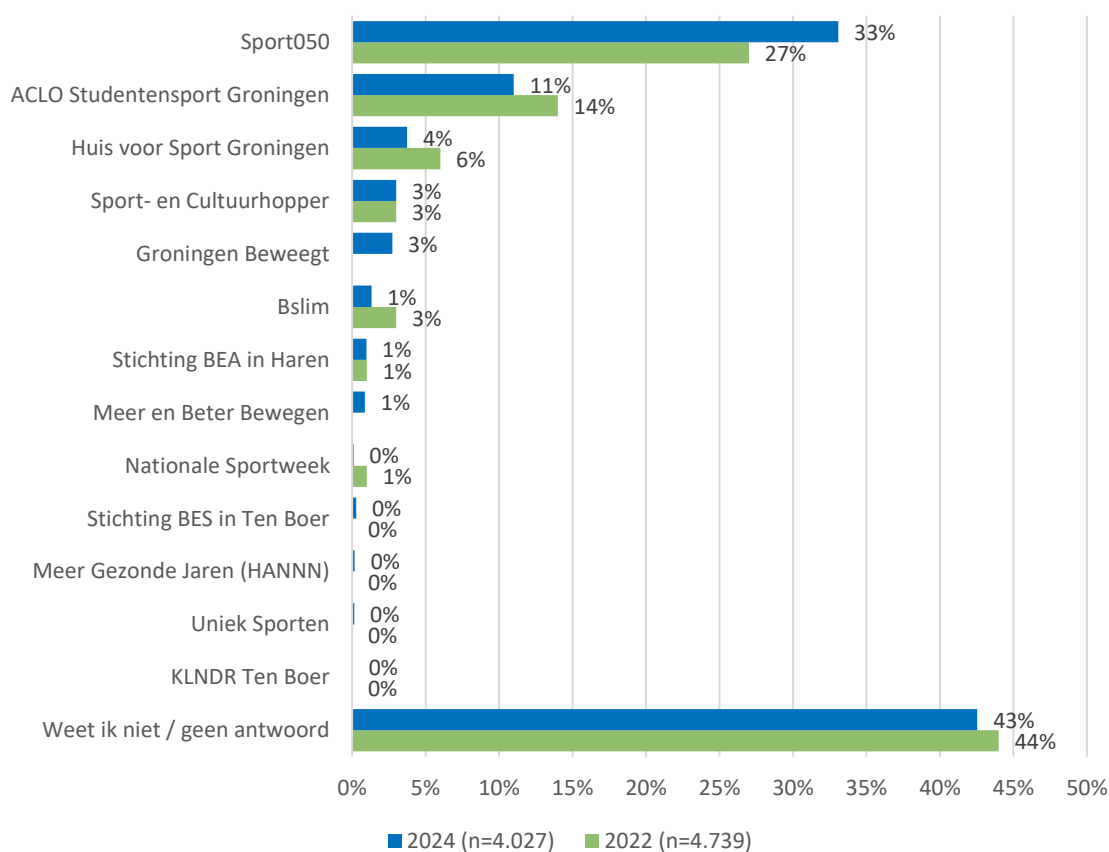


Resultaten

3.1 Naamsbekendheid organisaties sport en bewegen

We begonnen de vragenlijst met een algemene vraag over de naamsbekendheid van sportorganisaties in de gemeente Groningen, om de spontane naamsbekendheid van Sport050 te meten. Om te voorkomen dat respondenten sportclubs- en verenigingen in gingen vullen, is gekozen om een lijst met vooraf opgestelde antwoorden te tonen. De vraag luidde: 'Aan welke organisatie denkt u als u denkt aan sporten en bewegen in de gemeente Groningen?'. Bijna de helft van de respondenten (43%) geeft aan dat ze het niet weten/geen antwoord hebben. Zij denken aan geen van de genoemde organisaties als ze denken aan sporten en bewegen in de gemeente (zie Figuur 4). Verder valt op dat van alle mogelijke sportorganisaties Sport050 het meest wordt genoemd (33%). Sport050 wordt in 2024 net wat vaker uit de lijst gekozen dan in 2022 (27%). Als we antwoorden naar leeftijdsgroep uitsplitsen, dan zien we dat vooral respondenten uit de leeftijdsgroep 35 - 49 jaar het eerste aan Sport050 denken (49%). Van de 18-34-jarigen is dit 37% en van de groep 75+ is dit 14%. Verder denkt 11% van de respondenten als eerste aan ACLO Studentensport Groningen, wat net wat minder is dan in 2022 (14%). Niet verrassend zijn dit vooral jongeren.

Figuur 4: Aan welke organisatie denkt u als u denkt aan sporten en bewegen in de gemeente Groningen?



3.2 Bekendheid

In een vervolgvraag vroegen we gericht aan de respondenten of zij Sport050 kennen. Hierop geeft 44% aan dat ze wel eens gehoord hebben van Sport050 en 17% dat ze Sport050 goed kennen. In totaal is dus 61% bekend met Sport050. Overige respondenten geven aan Sport050 niet te kennen (39%). In de vergelijking met het onderzoek uit 2022 blijkt dat de bekendheid van Sport050 licht is toegenomen.

Tabel 1: Kent u Sport050?

	2022 (n=4.710)	2024 (n=3.959)
Ja, wel eens van gehoord	40%	44%
Ja, ken ik goed	15%	17%
Nee	45%	39%

Wanneer we onderscheid maken in de verschillende leeftijdsgroepen (zie Tabel 2) wordt duidelijk dat voornamelijk respondenten tussen de 35 en 49 jaar bekend zijn met Sport050 (76%). Dit is een verandering ten opzichte van 2022, toen respondenten tussen de 18 en 34 het meest bekend waren met Sport050 (72%).

Tabel 2: Percentage respondenten dat bekend is met Sport050 (ja, ken ik goed + ja, wel eens van gehoord) naar leeftijd

	2022 (n=2.210)	2024 (n=2.409)
18 – 34 jaar	72%	69%
35 – 49 jaar	68%	76%
50 – 64 jaar	52%	62%
65 – 74 jaar	43%	52%
75+	28%	36%

Bekendheid nieuwe respondenten

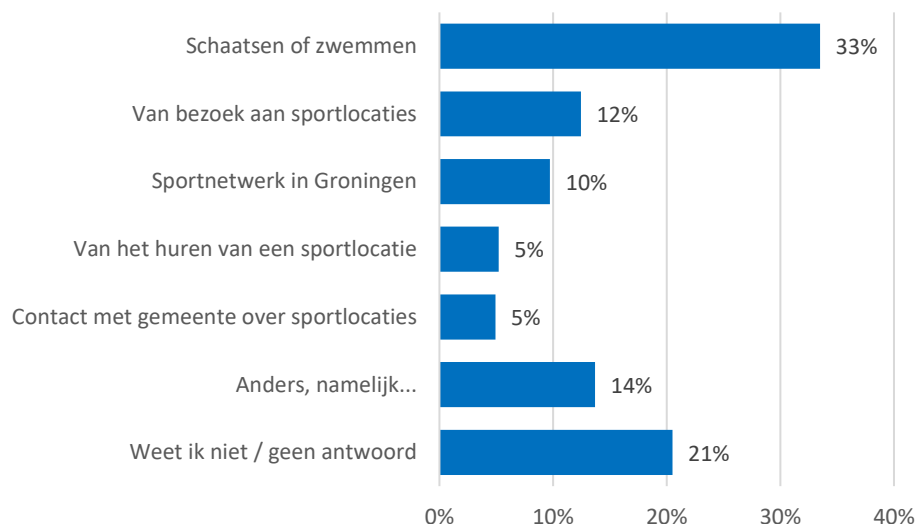
Omdat in 2022 al eens eerder onderzoek gedaan naar de merkbekendheid van Sport050, is het mogelijk dat de merkbekendheid van Sport050 simpelweg is toegenomen doordat de respondenten al eerder een vragenlijst invulden over Sport050. Om een wat zuiverder beeld te krijgen van de bekendheid van Sport050, wordt er bij sommige vragen onderscheid gemaakt tussen respondenten die ten tijde van het onderzoek in 2022 lid waren van het panel, en respondenten die na dit onderzoek lid werden. Van de respondenten die ten tijde van het eerste onderzoek lid waren weten we uiteraard niet of zij de vragenlijst over Sport050 ingevuld hebben. Van de tweede groep weten we echter wel dat zij de vragenlijst nog niet eerder ingevuld hebben. In deze groep zitten 479 respondenten. We vergeleken de bekendheid van Sport050 tussen beide groepen.

Wanneer we kijken naar de bekendheid van Sport050 onder de nieuwe groep panelleden, valt op dat zij iets *beter* bekend zijn met Sport050 (66%) dan respondenten die de vragenlijst in 2022 mogelijk al ingevuld hebben (59%). Een mogelijke verklaring hiervoor is dat nieuwere panelleden gemiddeld jonger (38 jaar) zijn dan de respondenten die al langer panellid waren (60 jaar). Aangezien jongeren vaker bekend zijn met Sport050 (zie Tabel 2), is het waarschijnlijk dat de nieuwere panelleden ook vaker bekend zijn met Sport050.

Vervolgens is er een aantal vragen gesteld aan respondenten die Sport050 kennen. Dit zijn ongeveer 2.400 respondenten.

We vroegen de respondenten waar ze Sport050 voornamelijk van kennen (zie Figuur 5). Hieruit blijkt dat een derde van de respondenten Sport050 voornamelijk kent van het schaatsen of zwemmen. Een kleiner aandeel kent Sport050 van een bezoek aan sportlocaties (12%) of als het sportnetwerk van Groningen (10%). Verder valt op dat ongeveer een vijfde van de respondenten niet weet waar ze Sport050 voornamelijk van kennen. Bij de 'anders, namelijk' categorie wordt voornamelijk aangegeven dat respondenten medewerkers van Sport050 kennen, er wel eens van gehoord hebben (via (sociale) media) of kinderen hebben die sporten bij Sport050.

Figuur 5: Waar kent u Sport050 voornamelijk van? (n=2.395)



Logo Sport050

Van de respondenten die Sport050 kennen ($n=2.390$), geeft 71% aan ook het logo van Sport050 te kennen (Figuur 6). Dit is een toename ten opzichte van vorig jaar, waar 63% van de respondenten het logo kende. Ook hierbij valt op dat de jongere respondenten vaker bekend zijn met het logo dan de oudere respondenten (zie Tabel 3).

Figuur 6: Logo van Sport050



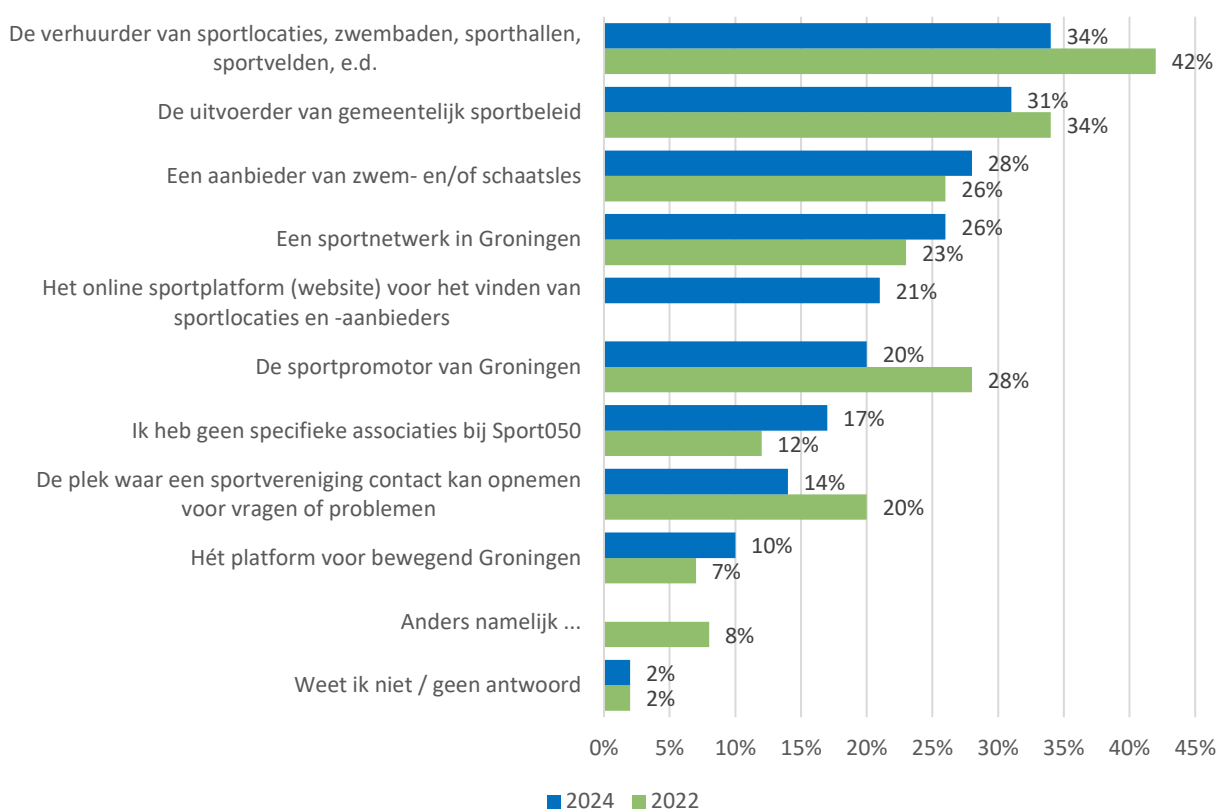
Tabel 3: Kent u dit logo? Naar leeftijd (n=2.282)

	Ja	Nee
18 – 37 jaar	86%	14%
35 – 49 jaar	87%	13%
50 – 64 jaar	70%	30%
65 – 74 jaar	58%	42%
75+	60%	40%
Totaal	71%	29%

3.3 Associaties

We vroegen aan de respondenten die bekend zijn met Sport050 welke associaties zij hebben bij het merk Sport050. Hierbij hebben wij de respondenten een aantal opties voorgelegd. De resultaten hiervan zijn te zien in Figuur 7. Een derde van de respondenten (34%) geeft aan dat Sport050 voor hen de plek is waar ze informatie over sporten in de gemeente Groningen kunnen vinden. Ook in 2019 is deze optie ook het vaakst gekozen, zij het nog iets vaker (42%). Vervolgens associeert men Sport050 vooral met 'De verhuurder van sportlocaties, zwembaden, sporthallen, sportvelden en dergelijke' (31%) en 'De uitvoerder van gemeentelijk sportbeleid' (28%). Van de respondenten ziet 10% Sport050 als de plek waar een sportvereniging contact kan opnemen voor vragen of problemen. Onder 'anders, namelijk' geven de respondenten onder andere aan Sport050 te kennen van verschillende sporten in gemeente Groningen of als plek waar je kan zwemmen en schaatsen.

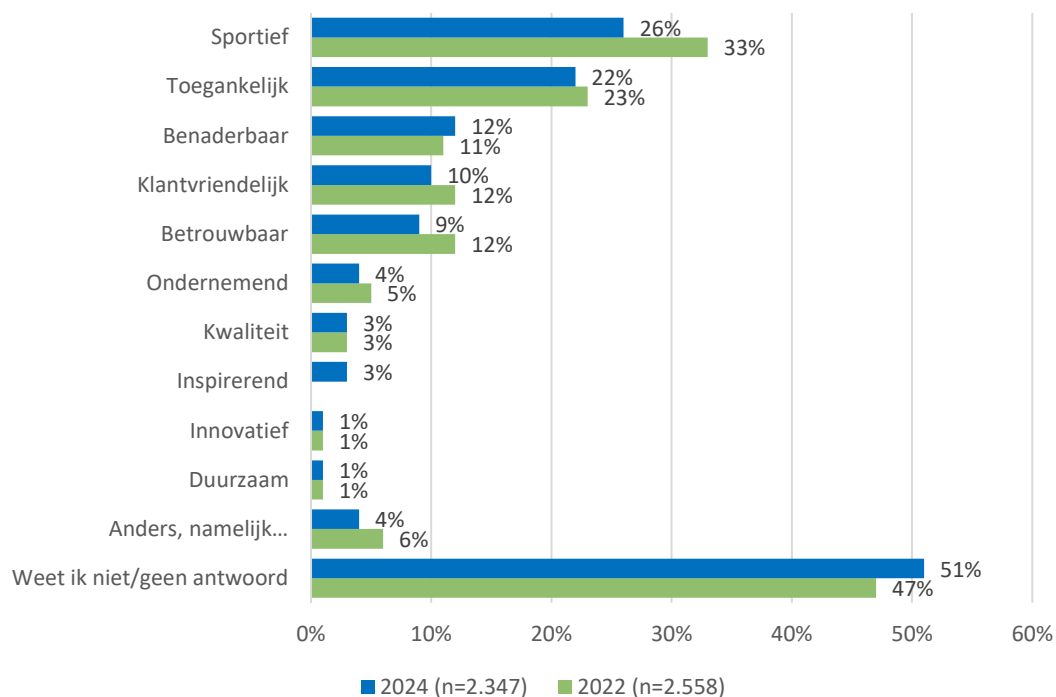
Figuur 7: Welke associaties heeft u bij het merk Sport050?*



*Meerdere antwoorden mogelijk, waardoor de percentages optellen tot meer dan 100%.

Verder vroegen we aan de respondenten om de volgende zin af te maken: 'Sport050 is als organisatie voor mij...'. Vervolgens konden de respondenten uit een aantal antwoordopties kiezen (Figuur 8). Dezelfde vraag stelden we ook in 2022, in het onderzoek van 2024 voegden we de antwoordoptie *inspirerend toe*. Uit de figuur blijkt dat de respondenten Sport050 voornamelijk sportief (26%) en toegankelijk (22%) vinden. In 2022 zijn vergelijkbare antwoorden gegeven. Antwoordmogelijkheden die het minst zijn gekozen zijn innovatief (1%) en duurzaam (1%). Wat verder opvalt is dat ongeveer de helft van de respondenten (51%) geen antwoord weet te geven op de vraag, wat in 2022 ook het geval was (47%). Onder 'anders, namelijk' noemen de respondenten voornamelijk kenmerken die zij negatief vonden aan Sport050, zoals bureaucratisch, moeilijk te bereiken en onduidelijk.

Figuur 8: Sport050 is voor mij...*



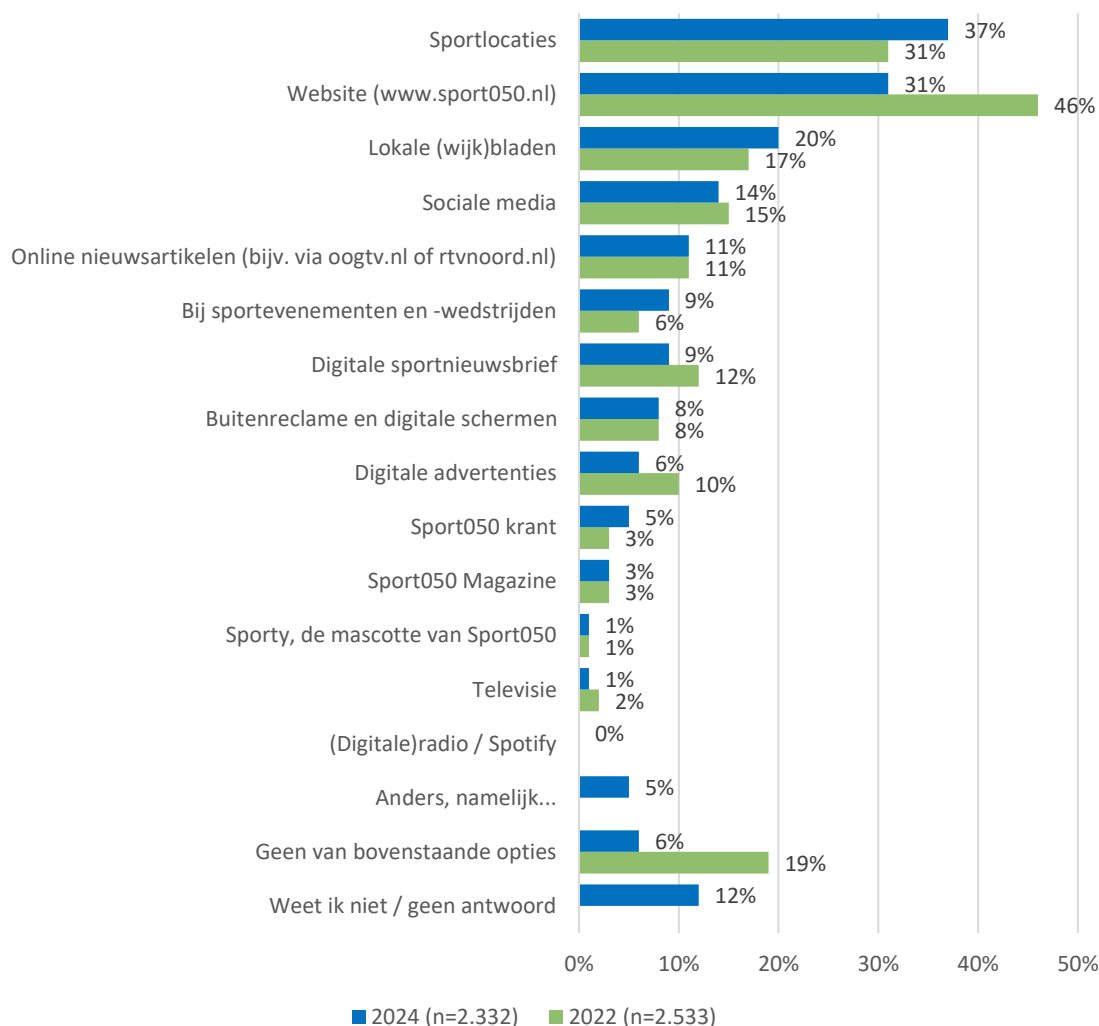
*Meerdere antwoorden mogelijk (maximaal 3), waardoor de percentages optellen tot meer dan 100%.

3.4 Media

Om in kaart te brengen waar de respondenten Sport050 zoal tegenkomen, vroegen we aan hen 'Waar komt u Sport050 tegen?' (zie Figuur 9). Het grootste deel van de respondenten komt Sport050 tegen in sportlocaties, zoals zwembaden, sportvelden en gymzalen (37%). In 2022 kwamen de respondenten Sport050 voornamelijk tegen op de website (46%), wat dit jaar op de tweede plek staat (31%). Zowel in 2024 als in 2022 komen respondenten Sport050 het minst (<5%) tegen in het Sport050 magazine, de Sport050 krant, de televisie en via Sporty, de mascotte van Sport050.

Wanneer onderscheid wordt gemaakt in leeftijd valt voornamelijk op dat respondenten tot 50 jaar Sport050 vaker op de website tegenkomen dan oudere leeftijdscategorieën (43%, 65-74 jaar 22%; 75+ 14%). Oudere respondenten komen Sport050 juist weer vaker tegen in lokale (wijk)bladen (75+ 29%; 18-34 jaar 14%).

Figuur 9: Waar bent u het merk Sport050 tegengekomen?

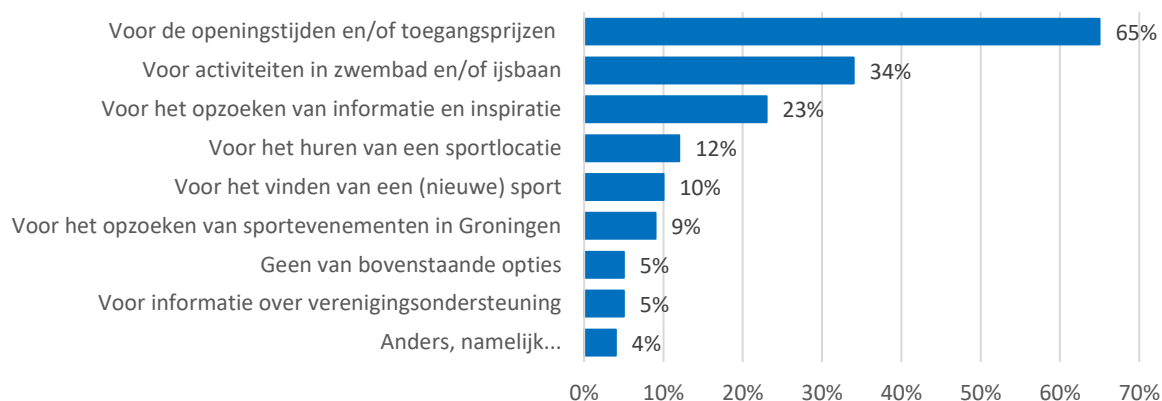


*Meerdere antwoorden mogelijk, waardoor de percentages optellen tot meer dan 100%.

Website

We vroegen respondenten die Sport050 op de website zijn tegengekomen waarvoor ze de website bezoeken. De antwoorden hierop zijn te zien in Figuur 10. Het grootste deel van de respondenten geeft aan de website te bezoeken voor de openingstijden/toegangsprijzen van het zwembad of de ijsbaan (65%). Daarop volgen 'voor activiteiten in het zwembad of de ijsbaan' (34%) en 'voor het opzoeken van informatie en inspiratie' (23%). De 4% respondenten die kozen voor de optie 'anders, namelijk' gaven aan de website te bezoeken uit nieuwsgierigheid, om kaartjes of abonnementen te kopen of voor werkgerelateerde zaken.

Figuur 10: Waarvoor bezoekt u de website (www.sport050.nl)? (n=732)



*Meerdere antwoorden mogelijk, waardoor de percentages optellen tot meer dan 100%.

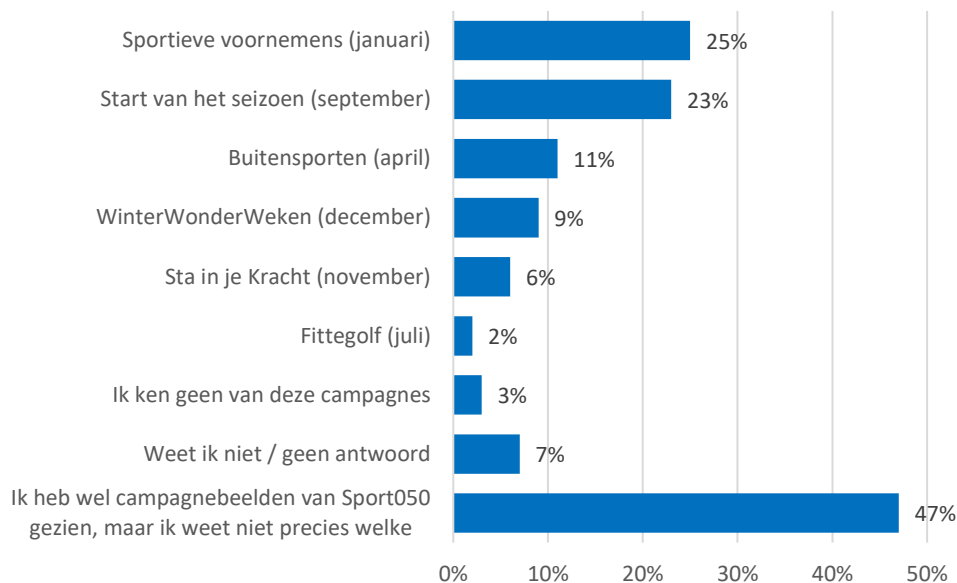
3.5 Campagnes

Tot slot stelden we de panelleden een aantal vragen over campagnes van Sport050 (Figuur 11). Deze vragen stelden we aan alle respondenten, dus ook de leden die eerder aangaven Sport050 niet te kennen. De vragen gingen over het al dan niet zien van een campagne van Sport050, en zo ja, welke campagne. Hieruit blijkt dat 15% van de respondenten in het afgelopen jaar wel eens een campagne heeft gezien, nog eens 15% weet het niet. Vervolgens lieten we een lijst zien met verschillende campagnes aan de respondenten die een campagne hebben gezien. Hierbij konden ze aangeven welke campagnes ze in het afgelopen jaar hebben gezien. Deze resultaten worden getoond in Figuur 12. In deze figuur is te zien dat een kwart van de respondenten de campagne sportieve voornemens in januari heeft gezien. Nog eens bijna een kwart heeft de campagne start van het seizoen in september gezien. Ongeveer de helft (47%) geeft daarentegen aan dat ze wel campagnebeelden hebben gezien, maar dat ze niet meer zeker weten welke.

Figuur 11: De Sta in je Kracht campagne van Sport050



Figuur 12: Welke campagnes heeft u gezien? (n=604)



*Meerdere antwoorden mogelijk, waardoor de percentages optellen tot meer dan 100%.

Vervolgens stelden we aan de respondenten de vraag of de campagnes hen motiveert om meer te gaan sporten en bewegen. Hieruit blijkt dat 20% van de respondenten door de campagnes gemotiveerd raakt om meer te sporten en bewegen. Daarentegen geeft 58% aan dat zij zich niet gemotiveerd voelen door de campagnes. Aan deze 58% hebben wij gevraagd waarom dit het geval is. Hier gaven zij voornamelijk aan dat zij zelf al veel sporten en bewegen, en daar geen campagne voor nodig hebben. Anderen gaven aan er geen tijd of zin voor te hebben, niet mobiel te zijn of dat de reclames niet motiverend werken.

Ik van nature al regelmatig (5-8 in de week) sport en daarvoor geen externe aanmoediging nodig heb.

Ik wel weet dat sporten gezond is en ik daar geen reclame voor nodig heb. Ik ga er niet meer van sporten, omdat dat vooral een kwestie is van discipline is.



Colofon

Sport050 Merkbekendheid 2024

Auteurs

Mirthe Fokkema

Inge de Vries

Maand van uitgave

April 2024

Opdrachtgever

Sport050 Gemeente Groningen

Fotografie

Golazo

Uitgave

Onderzoek, Informatie en Statistiek Groningen

Online publicaties OIS Groningen

<https://publicaties.oisgroningen.nl/>

Contactgegevens

T: (050) 367 56 30

E: info@oisgroningen.nl

I: www.oisgroningen.nl