

# Croquetten Enquête

*Onderzoek naar de catering in het ADO Den Haag Stadion*



**Uitgevoerd door de gezamenlijke fansites van ADO Den Haag:**  
*Adofans.nl, Clubachterdeduinen.nl, Northside.nl, Harrysvakkied.nl,*  
*Haguecityfirm.nl en Groengeelhart.nl*

Oktober 2009

## Inhoud

Voorwoord .....	3
Samenvatting .....	4
Inleiding .....	6
Onderzoeksopzet .....	7
1. Assortiment .....	9
2. Voorraad .....	10
3. Kwaliteit.....	11
4. Service.....	12
5. Gescheiden verkoop .....	13
6. Openingstijden.....	14
7. Gastvrijheid .....	15
8. Prijs-kwaliteitverhouding .....	16
9. Bier.....	17
10. Mate van gebruik .....	18
11. Wens tot vaker gebruik.....	19
12. Overige opmerkingen .....	20
Conclusie .....	21

**Croquetten Enquête - De gezamenlijke fansites van ADO Den Haag:**

*Adofans.nl, Clubachterdeduinen.nl, Northside.nl, Harrysvakkied.nl,*

*Haguecityfirm.nl en Groengeelhart.nl.*

## Voorwoord

Geachte directie van ADO Den Haag,

In juli 2007 verruilde ADO Den Haag haar vertrouwde Zuiderparkstadion voor het ADO Den Haag Stadion in het Forepark. Nadat de aanloopproblemen waren verholpen en iedereen zijn plekkie gevonden had, druppelden langzaam maar zeker toch klachten binnen over de catering. Zowel de club als de cateraar, maar ook de verschillende fansites ontvingen miltjes en brieven waarin geklaagd werd over de eet- en drinkvoorzieningen. Ondanks het feit dat de club dit seizoen al enkele wijzigingen heeft doorgevoerd, bleven de klachten binnenkomen.

Dit was voor de verschillende fansites een reden om de krachten te bundelen en een gezamenlijke enquête te houden onder hun bezoekers. Het doel van deze enquête was om inzicht te krijgen in de mate en de aard van de klachten. Daarnaast wilde men graag weten wat de wensen waren.

Het resultaat is dit 20 pagina's tellende rapport. Het rapport bevat naast de resultaten van het onderzoek ook een aantal aanbevelingen en verbeterpunten. Het is dan ook bedoeld als een handvat voor de club om ook op dit aspect van de club stapjes te kunnen maken en een hoger niveau te bereiken.

De fansites hopen hiermee een positieve bijdrage te hebben geleverd aan de verdere professionalisering van onze club ADO Den Haag.

## Samenvatting

Er is een enquête uitgevoerd die antwoord moet geven op de vraag wat supporters van ADO Den Haag vinden van de kwaliteit van de catering voor de 'normale vakken'. Fans werden gevraagd om de catering op elf onderwerpen met een rapportcijfer te beoordelen. Dit heeft geleid tot de volgende resultaten:

**De keuze in het aanbod van eet- en drinkwaren is voldoende:**



**Er is altijd van alles voldoende voorradig:**



**De kwaliteit van de aangeboden eet- en drinkwaren is voldoende.**



**De catering levert een goede service. Je wordt snel geholpen bij de verkooppunten.**



**Dat drank en eten, gescheiden van elkaar, bij aparte punten wordt verkocht is een goed idee.**



**Openings- en sluitingstijden van de verkooppunten zijn goed.**



Door de kwaliteit van de catering voel je je echt te gast bij ADO Den Haag.



Bij de cateraar van ADO Den Haag krijg je waar voor je geld.



Ik zou wel eens een biertje lusten tijdens een wedstrijd.



Ik eet vaak in het stadion tijdens thuiswedstrijden i.p.v. thuis of ergens anders.



Ik zou vaker in het stadion willen eten tijdens thuiswedstrijden i.p.v. thuis of ergens anders.



De enquête is uitgezet op de grote fansites van ADO Den Haag en is door 1.540 supporters, verdeeld over het gehele stadion, ingevuld.

Verderop in het document wordt gedetailleerd ingegaan op de resultaten.

## Inleiding

Wat is een wedstrijdje ADO Den Haag zonder een broodje warme worst? Als je tijdens de thuiswedstrijden van de residentieclub iets wilt eten of drinken, ben je aangewezen op één van de verschillende loketten van de catering in het stadion.

Als je als club wilt groeien, moeten fans zich welkom en gastvrij behandeld voelen. De kwaliteit van de catering is hierbij van groot belang, supporters nemen immers graag een hapje en een drankje tijdens de wedstrijden.

In voorgaande jaren, en zeker de afgelopen tijd, zijn er verschillende geluiden te horen over de voorzieningen voor eten en drinken in het stadion. Vanwege deze geluiden hebben de gezamenlijke fansites van ADO Den Haag besloten om een onderzoek uit te voeren naar de kwaliteit van de catering. Het betreft hier de catering onder de 'normale vakken'. De catering op de eretribune is niet meegenomen in dit onderzoek.

De vraag die hierbij beantwoord moet worden is: Wat vinden de supporters van de kwaliteit van de catering in het ADO Den Haag Stadion?

In dit rapport worden de resultaten van het onderzoek, de "Croquetten Enquête", gepresenteerd. De enquête bestaat uit elf gesloten vragen over verschillende onderwerpen omtrent de catering. Supporters beoordeelden elk onderwerp met een rapportcijfer tussen de één en de tien. Daarnaast was er een open vraag, waar de respondenten hun opmerkingen over de eet- en drinkvoorzieningen kwijt konden.

Elk onderwerp wordt in dit rapport in een apart hoofdstuk gepresenteerd. Naast het gemiddelde rapportcijfer wordt ook een samenvatting gegeven van de opmerkingen uit de open vraag die betrekking op het onderwerp heeft.

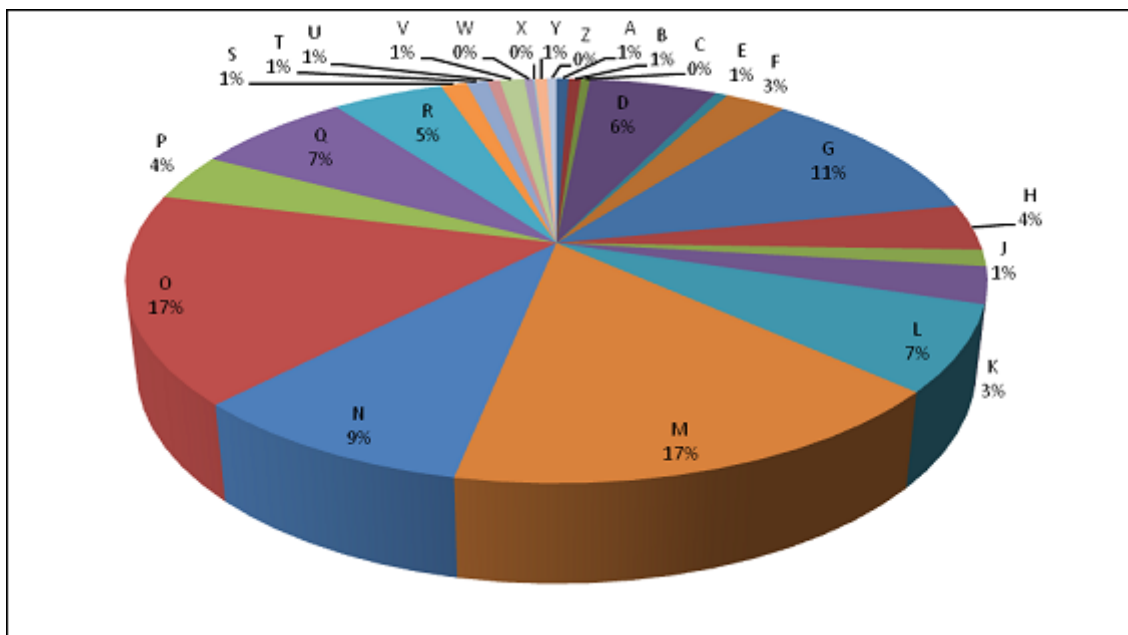
## Onderzoeksopzet

Om antwoord te krijgen op de vraag wat de supporters van ADO Den Haag van de catering vinden, is een enquête uitgevoerd. Deze vragenlijst is uitgezet bij de verschillende grote fansites van ADO Den Haag: Adofans.nl, Clubachterdeduinen.nl, Northside.nl, Harrysvakkied.nl, Haguecityfirm.nl en Groengeelhart.nl. Deze sites worden door supporters uit alle geledingen bezocht.

In totaal hebben 1.540 supporters de enquête ingevuld. De resultaten van dit onderzoek zijn dus representatief voor *de* ADO Den Haag-supporter. Om een dergelijke enquête als representatief te krijgen, zijn er marketingtechnische formules: Voor een representatieve schattingsinterval en nauwkeurigheid van 3% en een betrouwbaarheid van 95,4% zijn voor een dergelijke enquête 1.112 respondenten vereist. Dit aantal wordt ruimschoots bereikt.

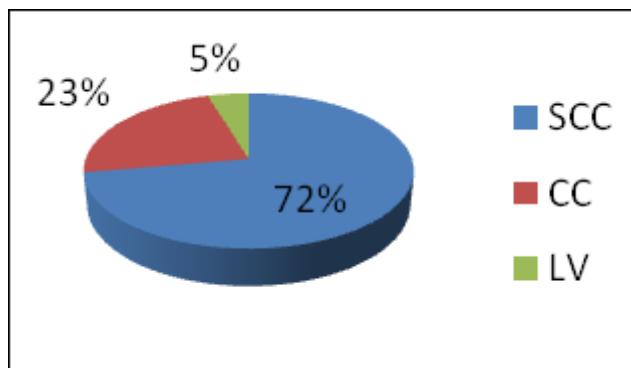
Als we kijken naar vakindeling, wel of geen seizoenskaart, leeftijdscategorie en geslacht, dan zijn alle supportersgroepen vertegenwoordigd.

**De respondenten zijn als volgt per vak in te delen:**

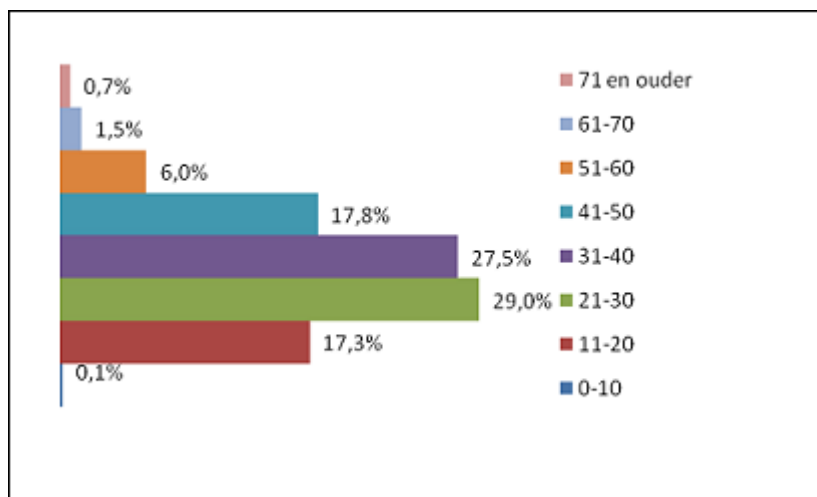


**Croquetten Enquête - De gezamenlijke fansites van ADO Den Haag:**  
*Adofans.nl, Clubachterdeduinen.nl, Northside.nl, Harrysvakkied.nl, Haguecityfirm.nl en Groengeelhart.nl.*

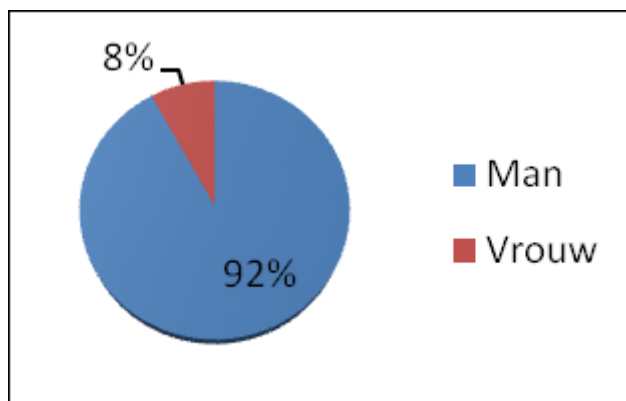
De respondenten zijn als volgt in te delen per Seizoen Club Card-houder, Club Card-houder of Losse Verkoop:



Het percentage respondenten is als volgt in te delen op leeftijd:



Het percentage respondenten is als volgt in te delen naar geslacht:



Dat de enquête voor het overgrote deel door mannen is ingevuld, is niet vreemd, omdat de wedstrijden van ADO Den Haag ook voor het overgrote deel door mannen worden bezocht.

Verrassend daarentegen is het grote aantal dames dat ADO bezoekt/respondeert op de enquête.

Croquetten Enquête - De gezamenlijke fansites van ADO Den Haag:

*Adofans.nl, Clubachterdeduinen.nl, Northside.nl, Harrysvakkied.nl, Haguecityfirm.nl en Groengeelhart.nl.*



## 1. Assortiment

De eerste vraag die aan de supporters is gesteld betreft het assortiment van de catering in het ADO Den Haag Stadion:

**De keuze in het aanbod van eet- en drinkwaren is voldoende.**

De respondenten beoordelen de catering op dit vlak met:



### Opmerkingen over dit onderwerp:

Veel respondenten doen suggesties om het aanbod te vergroten. Patat, broodjes bal, kaas en ham, meer warme snacks en zelfs een broodje zalm worden genoemd als uitbreiding voor het assortiment. Vooral wordt een broodje bal door veel supporters op de menukaart gemist.

Een supporter doet een suggestie met betrekking tot het kidsvak: **“Verkoop producten die op kinderen zijn gericht zoals pakjes Wicky en/of Fristi, snoepzakjes etc. Dit is allemaal lang houdbaar en dus prima groot in te kopen.”** Een andere fan merkt op dat er voor de doelgroep vegetariërs geen snacks zijn, als je geen zoetigheid wilt.

Een respondent denkt dat het een goede idee is om de producten meer aan ADO Den Haag te relateren: **“Misschien een hamburger en die dan ‘ADO-burger’ noemen.”**

## 2. Voorraad

De tweede vraag die aan de supporters is gesteld betreft de voorraad van de producten:

**Er is altijd van alles voldoende voorradig.**

De respondenten beoordelen de catering op dit vlak met:



### Opmerkingen over dit onderwerp:

Uit de opmerkingen blijkt dat vooral de koffie en thee vroegtijdig op zijn: **“Ik ben meestal vroeg in het stadion aanwezig. De koffie is dan nog niet klaar en de broodjes komen net uit de vriezer en zijn dan vaak te koud om te eten.”** Een andere respondent beaamt dit: **“Het komt niet zelden voor dat ik, een uur voor aanvang van de wedstrijd, het verhaal te horen krijg dat er nog geen koffie is of dat deze op is. Ik vind dit echt niet kunnen.”** Naast het feit dat de koffie en thee (vooral voor de wedstrijd) vaak op is, komt het ook voor dat er geen suiker of melk is.

### 3. Kwaliteit

De derde vraag die aan de supporters is gesteld betreft de kwaliteit van het eten en drinken:

**De kwaliteit van de aangeboden eet- en drinkwaren is voldoende.**

De respondenten beoordelen de catering op dit vlak met:



#### Opmerkingen over dit onderwerp:

Er zijn veel negatieve reacties over de kwaliteit van het eten en drinken. Deze reacties richten zich vooral op de temperatuur van de producten. Een respondent vat dat samen als: **“Het eten is koud en de frisdrank is warm.”** Veel supporters schrijven eenzelfde soort reactie, waarbij vragen gesteld worden aangaande de wettelijke minimum temperatuur bij verkoop van kroket of frikadel.

Over de koffie is ook niemand te spreken: **“Lauw of slap.”**

Over de frisdrank wordt het volgende gezegd: **“Frisdrank uit flessen is vreselijk amateuristisch. Dit gaat ten koste van de smaak, hoeveelheid, snelheid en service. Investeer in een frisdrankmachine.”** Ook missen sommige respondenten de prik in de cola.

Eén respondent ziet wel een lichtpuntje: **“De kwaliteit is iets beter dan pakweg een jaar geleden.”** Een ander denkt er heel anders over: **“Rob Geus (Smaakpolitie, red.) wordt er niet vrolijk van.”**

## 4. Service

De vierde vraag die aan de supporters is gesteld betreft de service bij de catering:

**De catering levert een goede service. Je wordt snel geholpen bij de verkooppunten.**

De respondenten beoordelen de catering op dit vlak met:



### Opmerkingen over dit onderwerp:

Over de service zijn de reacties ook vooral negatief: **“Lange wachtrijen, te weinig personeel, het is te makkelijk om voor te dringen en er is geen enkele aankleding.”** Vooral in de rust is het een gekkenhuis volgens velen. **“In de rust neem ik niet eens meer de moeite voor een broodje of een kopje koffie.”** Eén iemand denkt hier een oplossing voor te hebben: **“Als men vlak voor de rust nou eens ging beginnen met het inschenken van frisdranken, zodat die klaarstaan zodra de klanten komen, zou behoorlijk schelen.”** Helaas resulteert dit in verlies van kracht van de priklimonade.

Een respondent doet een suggestie om de service te vergroten en de wachtrijen te verkleinen: **“Waarom niet net zoals bij American Football een verkoper de tribune opsturen met een rugzak? Dat scheelt wachtrijen bij de loketten.”** Veel andere supporters zouden het een goed idee vinden als er meer verkooppunten worden gecreëerd. Daarnaast moet er met meer personeel gewerkt worden en zouden er geleidehekken moeten zijn voor de loketten om voordringen te voorkomen.

Naast de negatieve reacties is er ook begrip: **“Toch ben ik van mening dat de cateraar zijn best doet.”** De mening over het personeel verschilt van vriendelijk tot ongemotiveerd.

## 5. Gescheiden verkoop

De vijfde vraag die aan de supporters is gesteld betreft het feit dat eten en drinken gescheiden van elkaar worden verkocht:

**Dat drank en eten, gescheiden van elkaar, bij aparte punten wordt verkocht is een goed idee.**

De respondenten beoordelen de catering op dit vlak met:



### Opmerkingen over dit onderwerp:

De meeste respondenten vinden het onbegrijpelijk dat het eten en drinken sinds dit seizoen gescheiden worden verkocht. De supporters moeten nu dubbel in de rij staan en vinden het daarom een slecht idee en erg onlogisch: **“Het is heel erg irritant dat je in de rij moet staan voor het eten en daarna ook nog voor het drinken.”** Als het aan de Haagse supporters ligt, wordt dit zo snel mogelijk weer teruggedraaid.

## 6. Openingstijden

De zesde vraag die aan de supporters is gesteld betreft de openingstijden van de loketten:

**Openings- en sluitingstijden van de verkooppunten zijn goed.**

De respondenten beoordelen de catering op dit vlak met:



**Opmerkingen over dit onderwerp:**

**“Regelmatig zijn de verkooppunten tijdens de wedstrijd dicht.”** Ook na afloop wil men graag nog iets eten of drinken, maar dat kan niet: **“Na de wedstrijd zijn ze vaak al gesloten. Ze mogen van mij best wat langer openblijven.”** Dit zou bovendien de files na afloop van de wedstrijd kunnen verkorten, meent iemand. Nu heb je te weinig reden om nog even te blijven.

## 7. Gastvrijheid

De zevende vraag die aan de supporters is gesteld betreft de relatie van de catering met de gastvrijheid van ADO Den Haag:

**Door de kwaliteit van de catering voel je je echt te gast bij ADO Den Haag.**

De respondenten beoordelen de catering op dit vlak met:



### Opmerkingen over dit onderwerp:

Veel fans vinden dat de catering niet bijdraagt aan een gastvrije ontvangst bij ADO Den Haag. Eén van de supporters is teleurgesteld over het nieuwe stadion, de slechte catering is volgens hem een van de redenen dat supporters wegblijven.

In vergelijking met andere clubs komt ADO Den Haag er volgens velen slecht vanaf: **“Ik ben in veel voetbalstadions geweest. Nergens voel ik me zo ongewenst als bij mijn eigen club. Vergeleken met het Zuiderpark gaat het vooruit, echter de kwaliteit, service, wachttijden e.d. zijn nog steeds ruim onvoldoende.”**

Andere fans vinden het verschil tussen de ‘normale’ supporters en businessclubleden te groot: **“Waarom worden er wel gastvrouwen gevraagd voor de businessclub en niet voor de tribunes waar de ‘gewone’ mensen zitten?”**

Eén iemand hecht naar eigen zeggen erg veel belang aan een lekkere hap tijdens de wedstrijd: **“De catering is een van de redenen waarom ik dit seizoen nog niet ben geweest.”**

## 8. Prijs-kwaliteitverhouding

De achtste vraag die aan de supporters is gesteld betreft de prijs-kwaliteitverhouding van de catering:

**Bij de cateraar van ADO Den Haag krijg je waar voor je geld.**

De respondenten beoordelen de catering op dit vlak met:



### Opmerkingen over dit onderwerp:

Net zoals het gemiddelde cijfer, zijn de reacties zeer negatief. Men vindt vooral de warme snacks en de frisdranken te duur. Een voorbeeld: **“De kroketten zijn te duur! Twee euro? Kom op zeg! Ook de cola kost twee euro, daar heb je in de supermarkt een hele fles voor.”** Men vindt de koffie over het algemeen wel goed van prijs. Maar zoals gezegd, velen vinden de kwaliteit van het bakkie troost tegenvallen.

Een fan raadt de catering aan om producten in combinatie te verkopen, bijvoorbeeld een drankje en een snack voor een bepaalde prijs.

Alhoewel de meesten niet blij zijn met de prijzen, is één respondent het hier niet mee eens: **“De catering oogt erg amateuristisch, maar het voordeel is dat de prijzen laag zijn.”** Een andere fan is bang dat de prijzen gaan stijgen als de cateraar alle suggesties uit dit onderzoek opvolgt.



## 9. Bier

De negende vraag die aan de supporters is gesteld betreft een alcoholische versnapering in het ADO Den Haag Stadion:

**Ik zou wel eens een biertje lusten tijdens een wedstrijd.**

De respondenten beoordelen dit met:



### Opmerkingen over dit onderwerp:

Bijna alle respondenten zijn hierover eensgezind. Er is een grote behoefte aan een (zwak)alcoholisch drankje en men snapt niet waarom er geen bier wordt verkocht. **“We zijn volgens mij de enige club in Nederland waar je geen bier kunt krijgen.”**

Een andere respondent: **“Waarom mag er geen alcohol worden gedronken tijdens de wedstrijd? We hebben ondertussen wel bewezen dat we ons goed gedragen. Sinds we in dit stadion zitten, zijn er geen toestanden meer geweest!”**

Ook hier wordt de vergelijking met de hoofdtribune gemaakt: **“Een biertje tijdens de wedstrijd zou ideaal zijn en niet alleen maar in de skyboxen.”** Een andere respondent ziet een relatie met de nog niet helemaal gevulde tribunes: **“Toeschouwersaantallen blijven naar mijn mening achter, omdat je voor de wedstrijd geen biertje kan drinken.”**

Alhoewel de meesten liever ‘echt’ bier willen, doen bepaalde fans de suggestie om dan maar zogenaamd evenementenbier (lager alcoholpercentage) te schenken.

## 10. Mate van gebruik

De tiende vraag die aan de supporters is gesteld betreft de mate waarop de supporters de catering gebruiken:

**Ik eet vaak in het stadion tijdens thuiswedstrijden i.p.v. thuis of ergens anders.**

De respondenten beoordelen de catering op dit vlak met:



### Opmerkingen over dit onderwerp:

Eén respondent reageert als volgt: **“Voor mensen die van buiten de stad komen, is er helemaal niks. Buiten kan je wachten tot Henk Patat opengaat, maar er moet toch gewoon iets zijn waar je naar binnen kan lopen om even te zitten en wat normaal te eten? (denk aan een La Place o.i.d.)”**

Waarom zou je op tijd komen als er voor aanvang helemaal niks te doen is, behalve hangen aan een statafel met een kop koffie...?

Croquetten Enquête - De gezamenlijke fansites van ADO Den Haag:

*Adofans.nl, Clubachterdeduinen.nl, Northside.nl, Harrysvakkied.nl,*

*Haguecityfirm.nl en Groengeelhart.nl.*

## 11. Wens tot vaker gebruik

De elfde vraag die aan de supporters is gesteld betreft het feit of supporters vaker van de catering gebruik willen maken:

**Ik zou vaker in het stadion willen eten tijdens thuiswedstrijden in plaats van thuis of ergens anders.**

De respondenten beoordelen de catering op dit vlak met:



### Opmerkingen over dit onderwerp:

Uit het overgrote merendeel van de opmerkingen blijkt dat men graag iets wil eten of drinken tijdens de wedstrijd, maar men is niet tevreden over de catering. Veel respondenten laten de catering om die reden links liggen.

Ook zijn er fans die aangeven graag te willen avondeten in het stadion. Ze missen hier de faciliteiten voor.

## 12. Overige opmerkingen

Opvallend is dat veel respondenten FC Twente, Vitesse en FC Utrecht noemen als voorbeelden van clubs met een geslaagde catering. Volgens velen zou ADO Den Haag hier een voorbeeld aan moeten nemen.

Er worden ook opmerkingen gemaakt over de hygiëne. Die is volgens velen niet al te best. Ook klagen fans over de stinkende (frituur)lucht rondom de loketten.

Niet iedereen is volledig negatief; een respondent heeft maar één ding op te merken: **“Ga zo door!”**

Ideeën zoals dat men in het stadion een maaltijd zou kunnen nuttigen of een (al dan niet alcoholarm) pilsje kan nuttigen, worden als zeer positief ervaren door de supporters.

## Conclusie

De huidige catering is niet op het niveau dat men van een professionele organisatie mag verwachten anno 2009.

Aan het kwaliteitscriterium (een 6 of hoger op een schaal van 1-10) wordt in geen enkel geval voldaan in de enquête.

Reeds een jaar geleden is beterschap beloofd door de cateraar. Zelfs op minimale punten is nog geen verbetering zichtbaar. Een aantal wijzigingen in de catering, zoals gescheiden loketten voor etenswaar en drankwaar, resulteren in een negatief effect op wachtrijen en leveren irritatie op. Terwijl de klachten over andere genoemde zaken steeds krachtiger worden. Met de huidige kwaliteit van catering blijkt ADO niet waar te maken dat men gastvrij is voor haar thuis- en bezoekende supporters en wordt de kans op hoge inkomsten vanuit de catering door de club niet op waarde ingeschat, terwijl de bezoeker ontevreden het stadion verlaat en eventueel zelfs kiest om geen gebruik van de catering meer te maken.

### Aanbevelingen voor de korte termijn:

1. Afschaffing van de aparte uitgiftepunten voor drank en eten.  
Termijn: voor de wedstrijd tegen PSV.
2. Verkoop van (evenementen)bier.  
Termijn: voor de wedstrijd tegen PSV.
3. Tijdige bevoorrading uitgiftepunten.  
Termijn: per direct.
4. Bankjes voor ouderen/sfeer.  
Termijn: na de winterstop.

### Aanbevelingen voor de lange termijn:

1. Een algehele herziening van het cateringbeleid, kwalitatief beter en klantvriendelijker.
2. Inspannings- en kwaliteitsverplichting voor de cateraar.
3. Een controleerbaar systeem, een controlemechanisme richting cateraar.
4. Harde afspraken vanuit de club en haar supporters met de cateraar.
5. Inspanning van ADO om zich als een waardig gastheer voor de eigen en bezoekende supporters te gedragen.
6. 'Voeling' houden als cateraar en als club met de supporters.
7. Invoering van het elektronisch betaalsysteem.
8. Tot slot verzoeken de supporters (vertegenwoordigd in deze fansite enquête) serieus genomen te worden en wordt het op prijs gesteld om gezamenlijk een oplossing voor de schrijnende catering te vinden.

**“ADO: ZET IN UW KRACHTEN!”**

Croquetten Enquête - De gezamenlijke fansites van ADO Den Haag:

*Adofans.nl, Clubachterdeduinen.nl, Northside.nl, Harrysvakkied.nl, Haguecityfirm.nl en Groengeelhart.nl.*