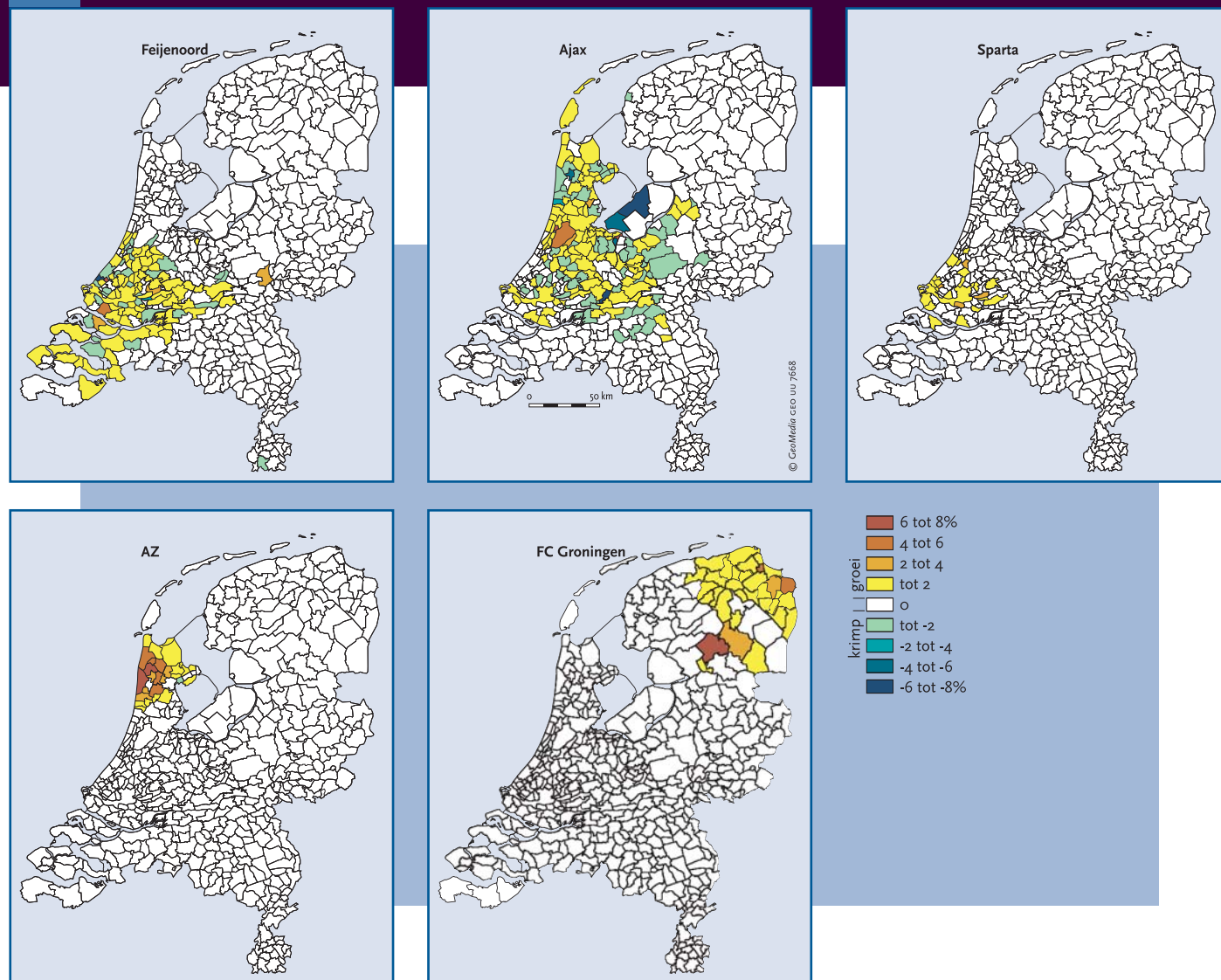


Figuur 3: Ontwikkeling marktgebieden Eredivisieclubs (2003-2007)



marktaandeel ingeleverd; het heeft invloed verloren aan AZ Alkmaar (bijvoorbeeld in Heiloo, Schagen, Langedijk, Bergen, Wieringen) en FC Utrecht (in Driebergen Rijnsburg, Veenendaal, Scherpenzeel). Feyenoord heeft marktaandeel verloren in de gemeenten rondom Rotterdam (Cromstrijen, Schiedam, Spijkenisse, Albrandswaard en Oud Beijerland). Daar heeft vooral Sparta een sterkere positie verworven.

Onderzoek van de Utrechtse studenten Jeffrey Hakkesteegt en Steven van Santen heeft aangetoond dat er ook in de regio Haaglanden veel is veranderd: ADO Den Haag is door de bouw van een nieuw stadion buiten de stad minder afhankelijk geworden van Den Haag en heeft in gemeenten als Pijnacker-Nootdorp en Zoetermeer fors aan aantrekkingskracht gewonnen.

Nieuw stadion

In Groningen leidde de bouw van stadion Euroborg tot een vergroting van het marktgebied (onder meer in het Drentse Borger-Odoorn en in Kollumerland en Veendam) en een verdieping in verderaf gelegen ge-

meenten als Assen, Midden Drenthe en Grootegast. De ex-gedeputeerden Marc Calon en Henk Bleker van de provincie Groningen concluderen dan ook spijtig: 'We hadden de Euroborg naar 35.000 toeschouwers moeten uitbreiden; met een beetje politieke wil was dat haalbaar geweest'.

Directeur Hans Nijland van FC Groningen ziet ondanks het gebrek aan capaciteit nog veel groeimogelijkheden in Zuidwest-Drenthe en in de regio Hogeveen. In het *Dagblad van het Noorden* legt hij uit: 'Om dat te realiseren beleggen wij in Drenthe ook clinics en forum-avonden. Op dit moment kunnen wij weliswaar niet meer seizoenkaarthouders bergen, maar wij willen het liefst ook zo veel mogelijk

mensen op de wachtlijst. Ook om als argument te kunnen gebruiken voor de uitbreiding van ons stadion. Je wilt je verzorgingsgebied zo maximaal mogelijk kunnen bedienen.'

De Duitse econoom Arne Feddersen geeft Nijland gelijk. Feddersen heeft het over het *novelty effect* van nieuwe voetbalstadions: als het oude stadion steeds voor minstens 90% is uitverkocht, valt er een aanzienlijke stijging van het toeschouwer-gemiddelde te verwachten in het nieuwe stadion. In Nederland zou dat gelden voor de stadions van NAC (Breda), VVV (Venlo) en De Graafschap (Doetinchem).

FC Twente zag het marktgebied de afgelopen jaren iets slinken (onder meer vanwege de toegenomen invloed van Heracles Almelo in Hengelo, Rijssen, Tubbergen en Twente-rand). Daar staat tegenover dat de club uit het bestaande marktgebied meer toeschouwers haalde. Door de stadionuitbreiding van FC Twente en het succes van Heracles Almelo is het oostelijke deel van Overijssel het gebied met de relatief hoogste voetbalconsumptie van Nederland geworden.

Zo blijken beide groeistrategieën – groei door vergroting van het marktgebied en groei

door meer bezoekers binnen het eigen marktgebied – resultaat te kunnen opleveren (figuur 3).

WK 2018/2022

Na de moderniseringsslag in de jaren negentig en de uitbreidingen in het eerste decennium na de millenniumwisseling willen veel clubs nu grotere en betere stadions bouwen. In sommige gebieden heeft dit geleid tot uitbreiding c.q. inkrimping van de invloedsfeer. Clubs in gebieden met een beperkt aantal bezoekers op 100.000 inwoners (ADO Den Haag, Ajax) en clubs in een gebied zonder concurrerende voetbalclub (FC Groningen, Heerenveen) hebben de beste vooruitzichten om te groeien na een uitbreiding van het stadion.

De KNVB wil Nederland samen met de KBVB (de Belgische Voetbalbond) kandidaat stellen voor de organisatie van het WK voetbal in 2018 of 2022. Daarvoor zullen vijf of zes nieuwe stadions in Nederland nodig zijn met een minimale capaciteit van 40.000 toeschouwers. Naast de nieuwe geplande Kuip in Rotterdam (80.000 toeschouwers) en de uitgebreide Amsterdam Arena (uitbouw naar 65.000) hebben Heerenveen, Alkmaar, Utrecht, Enschede en Eindhoven ambities om hun bestaande stadions te vergroten en op WK-niveau te brengen. Uitbreiding bij de Icarus AZ Alkmaar lijkt niet opportuun na de teloorgang van hoofdsponsor DSB Bank. De nieuwe uitbreidingsgolf zal bepalend zijn voor de toekomstige ruimtelijke verhoudingen binnen het Nederlandse betaalde voetbal. •

Bronnen:

- Dejonghe, T. 2001. *Het lokaliseringsvraagstuk van het topvoetbal in België*. Dissertatie Universiteit van Gent, Gent.
- Dejonghe T. & S. van Hoof 2006. Over slapende reuzen en wakkere dwergen. *Geografie*, mei 2006.
- Dejonghe, T., S. van Hoof & T. Kemmeren 2006. *Voetballen in de kleine ruimte*. Arko, Nieuwegein.
- 'FC Groningen trapt op de rem.' *Dagblad van het Noorden*, 31 juli 2009.
- Feddersen A., W. Maennig & M. Borchering 2006. The novelty effect of new soccer stadia: The case of Germany. *International Journal of Sport Finance*, 1: 174-188.
- Hakkesteegt, J. & S. van Santen 2009. *Zal het Forepark-stadion de slapende reus ADO Den Haag doen ontwaken?* Masterthesis Economische Geografie, Universiteit Utrecht.



Henk van Houtum

column

Gemoedelijke rebellie

Nog even en we maken weer de jaarlijkse omkering van waarden mee in zuidelijk Nederland. Net voor de gemeenteraadsverkiezingen wordt de dagelijkse machtsorde in tal van gemeenten theatraal en spottend voor een paar dagen omver geworpen. En worden de vaste maatschappelijke kaders, de lokale machtspolitieke spelletjes en de eigen burgerlijke identiteiten met een vette knipoog gerelativeerd. De gekozen Prins Carnaval zwaait voor even de denkbeeldige scepter over menige stad in het Zuiden. De stadsleutel van de burgemeester wordt symbolisch overgedragen en de stadsnaam verandert, van Roosendaal tot Nijmegen, in Tullepetatonestad en Knotsenburg. Het volk neemt voor een paar dagen het heft in eigen handen. Een gemoedelijke rebellie tegen de politieke macht en heersende maatschappelijke orde.

Ondanks eeuwenlange natievorming en nationale integratie ligt de geografische carnavalsgrens in Nederland nog steeds bij de grote rivieren. Natuurlijk, niet iedereen in het Zuiden doet mee. Een deel mijdt het carnaval, trekt zich terug in vakantiehuisen in de bossen of gaat erop uit naar de sneeuw (al is dat deze winter niet echt nodig). Voor degenen die meedoen is de omkering van de sociale orde een feest. Dat manifesteert zich het meest in de verkleedpartij waarin de stoute verleiding, stoere overdrijving en/of het heimelijke verlangen een grote rol lijken te spelen.

Met carnaval wordt ieder zijn eigen fantasie. De stad verandert in een uitvergroot toneelstuk, waarin iedereen verkleed meespeelt. Deze maskerade zou je met filosoof Guy Debord de 'Society of the Spectacle' kunnen noemen, waarin het woord spektakel zowel duidt op het schouwspel, als op de gecreëerde illusie. Mensen worden wat *persona* letterlijk ooit betekende, namelijk een masker, een komische representatie van het zelf tegenover anderen.

De carnavalexte verenigt, verblijdt en erotiseert. Voor velen voelt het collectieve carnavaleske masker als een bevrijding. Dwaasheid werkt als een fantasie die de pijn van het alledaagse verzacht, schreef Erasmus al in zijn werk over de lof der zotheid. Het verlangen (voor even) een ander te zijn is een positieve kracht, het is een sociale assemblage die mensen ongeacht afkomst of stand met elkaar verbinden kan. Voor even ben je geen in-dividu, een ondeelbare mens, maar word je een inherent deelbare en sociaal verbonden mens. Met carnaval viert het verenigingsleven dan ook hoogtij. Maar het gevoel van leegte na de onvermijdelijke ontmaskering en ontnuchtering zal dit jaar harder aankomen dan ooit. Want het zal nog niet voorbij zijn of het gaat ongetwijfeld al weer over de lokaal politieke mantra's van hangjongeren, straatcoaches, economische groei, integratie en assimilatie rondom de gemeenteraadsverkiezingen van 3 maart. De dwaasheid van de dagelijkse orde. Zo beschouwd is het jammer dat de carnavaleske gemoedelijke rebellie maar drie dagen duurt. •