

Uitgebreide terugkoppeling naar aanleiding van enquête onder seizoenkaarthouders

Naar aanleiding van de feedback tijdens de eerste drie thuiswedstrijden van Sparta is er een enquête verstuurd aan de 2328 seizoenkaarthouders op de Denis Neville.

De enquête is door 546 respondenten volledig ingevuld. Dat is een totale response van 25%.

De vragen gingen over de volgende categorieën;

- Eten en drinken
- Personeel
- Service
- Uitstraling
- Statiegeld

Waarom is de enquête uitgezet?

De eerste drie thuiswedstrijden van dit seizoen hebben wij geconstateerd dat het bij de verkooppunten niet soepel verliep zoals we mogen verwachten. Er was onbegrip voor de gemaakte keuzes (zie onder), het functioneren van personeel en de kwaliteit van de kroketten. Niet alleen de supporters maakten hier melding van, ook wij maakten die constatering. Begin van het voetbalseizoen 2022/2023 werd al snel duidelijk dat het stadion voller zat dan het eerste seizoen van Via Sparta Events en de genomen maatregelen niet voldoende zou zijn. Mensen willen er na periodes van corona weer op uit, er ligt echt gras in het stadion en Sparta speelt fantastisch. Dat "succes" maakt dat de capaciteit van de horecavoorzieningen al snel te krap bleek te zijn. De aanpassingen zijn wel gecommuniceerd voor aanvang van het huidige seizoen met supporters maar hadden wij, achteraf gezien veel meer tijd moeten nemen in die communicatie om zaken uit te leggen en keuzes te onderbouwen.

De vragen en antwoorden

Wij hebben de onderstaande vragen voorgelegd in de enquête en vermelden hierbij de meest gegeven antwoorden:

- Hoe tevreden bent u over de catering bij Sparta? Meest ingevulde score: 6
- Wat vindt u van de uitstraling van de cateringpunten? Meest ingevulde score: 6
- Wat vindt u van het algemeen assortiment van de cateringpunten? Meest ingevulde score: 6
- Hoe beoordeelt u het drankenassortiment van de cateringpunten? Meest ingevulde score: 7
- Wat vindt u van het foodassortiment van de cateringpunten? Meest ingevulde score: 6
- Hoe beoordeelt u de hoeveelheid cateringlocaties? Meest ingevulde score: 6
- Hoe beoordeelt u de vriendelijkheid van het personeel in de catering? Meest ingevulde score: 7
- Hoe beoordeelt u de snelheid van het personeel in de cateringpunten? Meest ingevulde score: 7
- Hoe vaak per wedstrijd koopt u iets bij de cateringpunten Meest ingevuld: 2x
- Om de snelheid bij de cateringpunten te verhogen is er gekozen om aparte rijen te creëren voor de food en dranken. Ervaart u dit als positief? Meest ingevuld: Nee
- Stel dat wij het drankenaanbod in een cateringpunt zouden verkleinen door producten uit het assortiment te halen, waardoor er sneller gewerkt kan worden, zou u dit dan een goed idee vinden? Meest ingevuld: Nee
- Stel dat wij het foodaanbod in een cateringpunt zouden veranderen door producten uit het assortiment te halen en deze door andere producten te vervangen, zodat de kwaliteit omhoog gaat, zou u dit dan een goed idee vinden? Meest ingevuld: Ja
- Zou u door middel van omroepberichten, pushmeldingen of smsjes geïnformeerd willen worden wanneer de catering van Sparta kampt met technische mankementen, zoals een kapotte frituurpan of koelcel, waardoor wij de kwaliteit niet meer kunnen waarborgen? Meest ingevuld: Nee
- Bent u geïnteresseerd in een kijkje achter de schermen om te zien hoe onze keukens eruitzien, hoe een cateringunit er van binnen uitziet waardoor u een betere kijk heeft op onze capaciteit en middelen? Meest ingevuld: Nee

Open vragen

We hebben tevens een aantal open vragen aan u gesteld. Deze gingen onder andere over statiegeld op single use plastic, kwaliteit van het eten en drinken en personeel. Hieruit kunnen wij het volgende samenvatten:

- **Statiegeld**
De voorkeur wordt overwegend gegeven aan een statiegeldmunt. Daarbij zijn de meningen verdeeld over het bedrag dat aan statiegeld wordt gerekend. Een kleine groep opteert om te kiezen voor een statiegeld beker met een Sparta look-and-feel die ze als verzamelobject mee naar huis kunnen nemen.
- **Personeel**
Het personeel wordt overwegend als vriendelijk ervaren. De kundigheid en daarmee de snelheid van het personeel wordt als minder positief ervaren. Enkele suggesties die worden gegeven om de snelheid te verbeteren bij de cateringpunten zijn; meer voorschikken, hogere lonen en meer training.
- **Assortiment**
Het aanbod van het cateringassortiment wordt als goed ervaren echter geeft men aan aanvullende formaten van bier en frisdranken te wensen. Een kleine groep om gezonder en vegetarisch aanbod.

Beweegreden gedane aanpassingen

Op basis van de ervaringen van de tweede helft van seizoen 2021/2022 zijn er een aantal wijzigingen doorgevoerd om met name de wachtrijen te verkorten. De gedane aanpassingen zijn als volgt:

- **Andere formaten bier (0.4L i.p.v. 0.25L en 0.5L)**
Snelheid bij de verkooppunten verhogen. Doordat de vraag niet meer gesteld hoeft te worden of iemand groot of klein bier wil hebben. Daarnaast kan er sneller getapt worden omdat er nog maar één maat getapt hoeft te worden.
- **Dranken en food gesplitst qua verkooppunten**
Om de snelheid te verhogen bij de verkooppunten. Het kopen van een drankje kost gemiddeld 30-45 seconden. Het kopen van een broodje kost al snel 1,5 minuut per broodje. Door die twee items vanuit andere cateringpunten aan te bieden, staan bezoekers die enkel een drankje(s) willen kopen, niet onnodig lang in de rij omdat de bezoekers voor hun ook broodjes willen kopen en zij hierop moeten wachten.
- **Digitale prijslijst**
De prijslijsten bij de verkooppunten zijn gedigitaliseerd en hangen nu buiten het verkooppunt i.p.v. in het verkooppunt. Hierdoor worden er al in de wachtrij keuzes gemaakt met betrekking tot de aankoop en niet pas aan de verkoopbalie.
- **Assortiment uitgebreid**
Bacardi-cola en gin-tonic toegevoegd, grotere zakken M&M's etc. We merken dat hier gretig gebruik van wordt gemaakt.

Daarnaast zijn er voor de start van het nieuwe noodgedwongen aanpassingen gedaan;

- **Prijsverhoging**
De grondstoffen van producten die gebruikt worden door fabrikanten zijn verhoogd. Deze verhogingen zijn doorbelast aan ons. Gezien de combinatie van oplopende kosten voor producten (gemiddeld 11%), maar ook voor personeel (12%) zijn wij genooddaakt geweest om deze prijsverhoging te verrekenen. In de prijsstijging zijn niet alle prijsverschillen berekend. Prijzen voor energie, frituurolie en grondstoffen die zijn verhoogd waardoor onze inkoopkosten verhoogd zijn. Uit benchmark onderzoek blijkt tevens dat onze prijzen laag zijn vergeleken met andere voetbalstadions. In vergelijking met andere stadions maar ook met de stijgende prijzen om ons heen hadden veel verkoopprijzen nog hoger moeten liggen. Dit hebben we niet gedaan om het verschil met vorig seizoen niet groter te maken. In werkelijkheid hadden we vorige winterstop prijzen moeten verhogen.
- **Personeel**
Door corona zijn veel vaste inhuurkrachten (overheersend studenten) andere werkzaamheden gaan zoeken. Tevens is er een natuurlijk verloop op de arbeidsmarkt, waarbij medewerkers met meer ervaring, de medewerkers met minder ervaring dingen kunnen leren. Door corona is er een groot deel van dat natuurlijke verloop weggevallen en hebben we te maken met een nieuwe generatie van jongeren. Deze nieuwe generatie stelt andere eisen aan werk waaronder flexibiliteit in plaats, dag en tijdstip. Doordat de vraag in diverse

branches dusdanig hoog is, en waar mogelijk werkgevers op deze eisen inspelen, men de bijbanen voor het uitzoeken heeft.

Wat merken we van de gedane aanpassingen

In onze kassa systemen is zichtbaar dat de zogeheten omloopsnelheid vele malen hoger ligt. Bij een piek staat een bezoeker normaliter maximaal 5 minuten in de rij i.p.v. soms meer dan 10 minuten als het voorgaande seizoen. Dit meten we ook fysiek bij de verkooppunten door de wachttijd van één bezoeker te volgen/timen. Daarnaast zien we dat de er door meer individuele bezoekers een aankoop wordt gedaan, mede doordat het eten en drinken gesplitst wordt.

Wat als we andere keuzes hadden gemaakt

Op basis van de eerste drie wedstrijden hebben ook wij intern geëvalueerd waarbij wij ook enkele dilemma's hebben besproken waar we u graag in mee willen nemen;

- Als we geen kroket hadden geserveerd omdat we de kwaliteit niet altijd goed genoeg kunnen waarborgen, was er dan begrip geweest? Dan was er enkel keus geweest tussen bal en worst.
Nu wisselde de kwaliteit met enkele klachten tot gevolg.
Enerzijds komt de wisselende kwaliteit door te kort aan getraind personeel (keuken/bediening). Anderzijds door problemen die we gehad hebben met onze leverancier en de capaciteit van de beschikbare frituurunits.
- Is het na de rust acceptabel om "nee" te verkopen omdat items op zijn?
Alles wat we maken maar niet wordt verkocht, kost ook geld. Hier houden we nu in mindere mate rekening mee omdat we geen willen verkopen. Anderzijds willen we ook niet met reeds bereide producten blijven zitten wat allemaal de afvalbak in gaat. Daar zijn kosten aan verbonden en past ook niet bij een duurzaam milieu.

Wat gaan we aanpassen in de winterstop en de rest van het seizoen

- Foodpunt Denis Neville; een extra en groot verkooppunt voor food.
Er wordt momenteel hard gewerkt aan de verbouwing van de verkooppunten onder de Denis Neville tribune. De reeds bestaande units krijgen aan de binnenzijde een facelift en er wordt een compleet nieuwe foodunit gebouwd.
- Uitgebreider food assortiment (pilot in nieuw foodpunt Denis Neville)
Wanneer de verbouwing van het nieuwe verkooppunt gereed is gaan we in de loop van het eerste kwartaal 2023 onder de Denis Neville-tribune een pilot draaien met een ander foodassortiment. Momenteel zijn we andere producten aan het testen waaronder een Sparta burger. Het doel van een ander foodaanbod is dat we snacks uit de frituur minder willen verkopen door kwalitatief andere fooditems toe te voegen en daardoor de kwaliteit van de bestaande frituuritems te verhogen.
- Formaten dranken
De kleine maat 0,25L frisdrank komt terug. Dit is dan de enige maat die er voor frisdranken gevoerd wordt. De 0,4L beker voor bier blijft de standaard, maar op verzoek schenken we ook de oude kleinere maat 0,25L. Deze staat niet standaard voorgeschonken, maar tappen we op verzoek bij verkoop, dit kan dus langer duren.
- Gekoelde dranken
Er is geïnvesteerd in extra koelkasten in de verkooppunten zodat er meer dranken ter plekke gekoeld kunnen worden.
- Extra kassa's
Er zijn extra kassa's aangeschaft zodat het personeel bij de verkooppunten niet meer hoeft te hoofdrekken en er sneller afgerekend kan worden.
- Tankbier en raptap's
Wij hebben de uitdrukkelijke wens om het gehele stadion aan te kunnen sluiten op de tankbier installaties. Tankbier installaties zijn nodig om zogeheten, op maat gemaakte, raptaps te installeren. Hiermee kunnen meerdere biertjes tegelijk getapt worden. De gesprekken met de brouwerij en aannemer lopen. Het gaat om een aanzienlijke investering. Het streven is om dit in de zomerstop aan te laten leggen, mits we partijen vinden die mee willen delen in deze investering.

Waar kunnen we geen aanpassingen op doen:

- **Personeel meer trainen en betalen**
Het brengt enorme uitdagingen met zich mee om getraind personeel te krijgen dat zich ook nog eens verbonden voelt met Sparta voor ongeveer 20 dagen per jaar. Per wedstrijddag zijn er gemiddeld 150 uitzendkrachten in het stadion die wij inhuren bij een alom bekend en gerenommeerd horeca-uitzendbureau. De betaling van deze medewerkers is marktconform anders zou men dergelijke aantallen niet kunnen uitlenen. Echter gezien het volume ontkomen we er niet aan dat er personeelwisselingen plaatsvinden. Derhalve zetten we maximaal in om op belangrijke posities vaste gezichten te hebben staan die wel een grote betrokkenheid hebben bij de club. Deze betrokkenheid proberen wij te vergroten door op een andere manier te belonen door ze een presentje te geven na de laatste wedstrijd voor de winterstop, een borreltje na afloop van de wedstrijd te organiseren, leuke werksfeer te creëren.
- **Prijzen**
Door de hoge kosten door veel personeel (service) en onze stijgende inkoopkosten is het onmogelijk de prijzen naar beneden bij te stellen. In een glas bier is niet alleen de prijs van het bier zelf berekend, maar ook de plastic beker, de kosten voor de aansluiting, elektriciteit en de hoogste kostenpost; personeel.
- **Meer voorschenken**
We kunnen tot beperkte hoogte dranken voorschenken. Dat heeft met verschillende factoren te maken; dranken worden warm, slaan dood of verliezen prik. Tevens hebben we in de verkooppunten maar beperkte ruimte om alle voorgeschonken dranken uit te stellen. Per verkooppunt worden er ongeveer 1.000 dranken in de rust verkocht.
- **Altijd overal genoeg eten en drinken hebben**
Soms is even iets op. In het stadion komt alles uit de keuken van het Kasteel en legt het een hele route af voordat het op het verkooppunt aan komt. Waar wij wel invloed op hebben is h oe de medewerker communiceert; de opmerking ‘het is op’ is een andere boodschap dan ‘‘ik heb over 5 minuten weer verse kroketten, die worden nu uit de keuken gehaald’’.

Tot slot

Via deze uitgebreide terugkoppeling hopen wij dat de supporters merken dat wij het belangrijk vinden dat de publiekscatering gewaardeerd wordt. U mag er van uitgaan dat iedereen van Via Sparta Events zijn best doet om u te voorzien. U kunt ons ook helpen in de snelheid bij de verkooppunten door uw bestelling direct door te geven en uw pin-pas of telefoon gereed te hebben om af te rekenen. Daar valt nog meer tijdswinst te behalen.

Mochten er zaken zijn die niet goed gaan zijn wij altijd bereikbaar via info@viaspartaevents.nl om u van een reactie te voorzien.

Dank voor uw aandacht en begrip.

Wij wensen alle Spartanen een hele mooie tweede seizoenshelft toe!

Via Sparta Events & Sparta Rotterdam