

# Erasmus Universiteit Rotterdam

Erasmus School of Economics

Bachelor scriptie [Marketing]

*De invloed van TV-Gelden op de kwaliteit van de  
Eredivisie*

Naam student: Ted Melzer

Studentnummer: 483790

Begeleider: Drs. M.J.L Van Hasselt

Tweede beoordelaar: Dr. A.T Barendregt

Datum definitieve versie: 16-11-2021

Het geschrevene in deze scriptie is de opvatting van de auteur en niet noodzakelijk die van de begeleider, tweede beoordelaar, Erasmus School of Economics of Erasmus Universiteit Rotterdam.

# Inhoudsopgave

<b>Executive summary</b>	p. 4
<b>Sectie 1: Introductie</b>	p. 7
<b>Sectie 2: Literatuurstudie</b>	p. 10
- 2.1 Context: Het exploiteren van de Eredivisie	p. 11
- 2.2.1 Hoe gaat de exploitatie in zijn werk?	P. 11
- 2.2 Algemeen theoretisch kader	p. 12
- 2.3 Sub-vragen	p. 14
- 2.3.1 Definiëren kwaliteit van een sportcompetitie	p. 14
- 2.3.2 Sub-vraag 1: Zorgen meer TV-Gelden voor meer kwaliteit?	p. 15
- Het besteden van TV-Gelden	
- Invloed TV-Gelden op competitive balance	
- 2.3.3 Sub-vraag 2: Wat is de invloed van de verdeling van TV-Gelden op kwaliteit?	p. 18
- Waarom TV-Gelden verdelen?	
- Manieren van TVGV	
- Invloed TVGV op competitive balance	
- 2.4 Samenvatting literatuurstudie en conceptueel onderzoeksmodel	p. 21
<b>Sectie 3: Methodologie</b>	p. 23
- 3.1 Kwalitatief onderzoek	p. 23
- 3.1.1 Datacollectie	p. 23
- 3.1.2 Data-analyse	p. 24
- 3.1.3 Methode	p. 25
- 3.2 Veldwerk	p. 25
- 3.3 Voorkomen Bias	p. 26
<b>Sectie 4: Uitkomsten onderzoek</b>	p. 28
- 4.1 Hypothese 1	p. 28
- 4.2 Hypothese 2	p. 31
- 4.3 Veldwerk	p. 33

<b>Sectie 5: Conclusie</b>	p. 36
- 5.1 Bevindingen literatuurstudie	p. 36
- 5.2 Bevindingen onderzoek	p. 37
- 5.3 Vergelijken belangrijkste bevindingen	p. 38
- 5.4 Antwoord centrale onderzoeksvraag	p. 38
- 5.5 Aanbevelingen aan de branche	p. 39
- 5.6 Aanbevelingen toekomstig onderzoek	p. 39
- 5.7 Beperkingen van het onderzoek	p. 40
<b>Appendices</b>	p. 41
- Bibliografie	p. 41
- Data	p. 49
- Bijlage	p. 56
- Introductie ontstaan betaald voetbal in Nederland	p. 56
- Wie exploiteert de Eredivisie	p. 56

## Executive summary

Een belangrijk gedeelte van de financiële inkomsten van voetbalclubs zijn TV-Gelden: inkomsten uit de verkoop van de uitzendrechten van de live-wedstrijden en samenvattingen van de competitie. Onderzoek naar de relatie tussen TV-Gelden en kwaliteit kan helpen het kwaliteitsniveau in de Eredivisie te laten groeien. Daarnaast kan het onderzoek van belang zijn voor de continuïteit van de competitie zelf. In Nederland zijn ongeveer 8 miljoen mensen in meer of minder mate geïnteresseerd in de Eredivisie. De afgelopen jaren zijn er verschillende initiatieven opgezet in zowel binnenlandse als buitenlandse competities, met als voornaamste reden het vergroten van de media inkomsten voor deze competities.

De centrale onderzoeksvraag in dit onderzoek luidt: *“Wat is de invloed van TV-Gelden en de manier waarop die worden gedistribueerd over de Eredivisieclubs op de kwaliteit van de Eredivisie?”*. Om antwoord te geven op de centrale onderzoeksvraag zijn er twee sub-vragen geformuleerd. De eerste sub-vraag luidt: *“Zorgen meer TV-Gelden voor meer kwaliteit?”*. De tweede sub-vraag luidt: *“Wat is de invloed van de verdeling van de TV-Gelden op kwaliteit.”*.

Met het begrip kwaliteit wordt hier specifiek *“internecompetitiespanning”* (ICS) bedoeld. Een hogere kwaliteit betekent een hogere interne spanning van een competitie, waarbij de onzekerheid over de uitslagen op wedstrijd- en competitieniveau een grote rol speelt: de zogenaamde *competitive balance* van een sportcompetitie. De *competitive balance* geeft de relatieve kwaliteit binnen een competitie weer en is tevens de graadmeter van de ICS.

Betaaldvoetbalorganisaties (BVO) gebruiken onder andere de TV-Gelden om te investeren in talent met als doel het vergroten van de kwaliteit van de ploeg. Dit doen zij door te investeren in de jeugd, in *team-value* en transfers. Een stijging van TV-Gelden zorgt op dit moment voor een groter wordende absolute inkomstenongelijkheid binnen een competitie. Hierdoor groeit de onbalans omdat de BVOs binnen de competitie niet gelijke hoeveelheden geld kunnen investeren in talent. Dit heeft weer tot gevolg dat de ICS van de competitie daalt. De TV-Gelden verdeling (TVGV) heeft als doel het verkleinen van de inkomstenongelijkheid binnen een competitie, zodat alle BVOs binnen de competitie gelijkwaardiger met elkaar kunnen concurreren. Er zijn verschillende manieren van TVGV, namelijk *performanced based-sharing*, *equal sharing* en *individual selling*. Voor *“win”*-, *profit*- en *utility*-maximaliserende BVOs geldt dat TVGV hoe dan ook een positief effect heeft op de *competitive balance* van de competitie. Op basis van de bevindingen uit de literatuurstudie zijn twee hypothesen geformuleerd. De eerste hypothese is *“Een stijging van de TV-Gelden zal de ICS doen dalen in de*

*Eredivisie.*”. De tweede hypothese is “*Ondanks het verkleinende effect van TVGV op inkomstenongelijkheid zorgt de huidige TVGV in de Eredivisie voor een negatief effect op de ICS.*”.

Voor dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van twee soorten data. Allereerst data van de kijkcijfers van de Eredivisie, van live-wedstrijden en samenvattingen, omdat kijkcijfers gebruikt kunnen worden als meetbare variabele van de kwaliteit van de Eredivisie. Daarnaast wordt er ook gebruik gemaakt van data over de hoogte en verdeling van de TV-Gelden van de Eredivisie. De dataset bestaat uit de jaren 2013 tot 2020, respectievelijk de seizoenen 2013-2014 tot en met 2019-2020. Om antwoord te geven op de eerste hypothese zijn enkelvoudige en meervoudige regressies uitgevoerd. Voor de tweede hypothese worden de data van de TV-Gelden geanalyseerd en wordt door middel van een terugkoppeling naar de literatuurstudie een antwoord geformuleerd. Daarnaast zal er ook onderzoek naar de consument zelf worden uitgevoerd, om te verifiëren of dit overeenkomt met de gevonden uitkomsten uit de data-analyse. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van een survey. De gekozen groep consumenten voor dit onderzoek zijn jongeren met een leeftijd tussen de 18 en 35, aangezien zij de hoogste *consumer lifetime value* hebben.

De uitkomsten van de meervoudige regressieanalyses laten zien dat wanneer de TV-Gelden stijgen de kijkcijfers van de samenvattingen en live-wedstrijden van de Eredivisie ook stijgen. Daarnaast is er ondanks een constante relatieve verdeling van de TV-Gelden, toch een absolute stijging van inkomstengongelijkheid binnen de competitie. Volgens de literatuur zou dit resulteren in een verlaging van de kwaliteit. Nu is er aangetoond dat de kijkcijfers en dus de kwaliteit is gestegen, wat kan worden verklaard door het positieve effect van TVGV op de ICS. Het antwoord op de centrale onderzoeksvraag is dan ook dat een verhoging van de TV-Gelden een positief effect heeft op de kwaliteit van de Eredivisie en dat de manier waarop dezen worden gedistribueerd ook een positief effect hebben op de kwaliteit van de Eredivisie. Zelfs als de absolute inkomstenongelijkheid stijgt. De uitkomsten uit het veldwerk sluiten hierbij aan, omdat er wordt bevonden dat het overgrote deel van de jongeren in dit onderzoek zijn interesse in zowel de live-wedstrijden als de samenvattingen van de Eredivisie niet is verloren.

In de literatuur wordt bevonden dat een stijging van de TV-Gelden zorgt voor een daling van de kwaliteit van de competitie. Dit onderzoek toont aan dat in de Eredivisie de TV-Gelden stijgen en tegelijkertijd de kijkcijfers, dus dat de kwaliteit is gestegen. Hiermee is de eerste hypothese verworpen. In de data is gevonden dat de absolute inkomstenongelijkheid in de Eredivisie is gestegen, wat in de literatuur een daling van de kwaliteit van de competitie inhoudt. Dit onderzoek toont aan de kwaliteit in de Eredivisie toch is gestegen, wat verklaard kan worden door de

bevindingen uit de literatuurstudie dat TVGV een positief effect heeft op de kwaliteit van een competitie. Hiermee is ook de tweede hypothese verworpen.

Een mogelijke aanbeveling voor de Eredivisie is om te onderzoeken hoe de totale pot van de TV-Gelden vergroot kan worden, bijvoorbeeld door de internationale uitzendrechten. Door dit als aparte pijler aandacht te geven zou dit een mogelijke manier zijn om de totale pot te vergroten. Toekomstig onderzoek kan kijken naar het substitutie-effect tussen live-wedstrijden en samenvattingen in de Eredivisie. Tenslotte is het ook een optie de lange termijneffecten van de groeiende inkomstenongelijkheid in de Eredivisie te onderzoeken.

## Sectie 1: Introductie

De meest extreme uitslag in de Eredivisie ooit is die van VVV-Venlo tegen AFC Ajax, 13-0, op 24 oktober 2020. Ook het oude record stond ook op naam van Ajax. Dit record is niet van een recent seizoen, maar dateert van het seizoen 1971-1972. Nu zijn dit soort extreme uitslagen vaak een uitzondering op de regel, maar toch valt er een trend te zien. In de top 50 uitzonderlijke uitslagen van de Eredivisie komen er vijf uit de afgelopen tien seizoenen, seizoen 2010-2011 tot 2020-2021 (transfermarkt.nl). In de tien seizoenen daarvoor, 1999-2000 tot 2009-2010, staan slechts drie dergelijke uitslagen in de top 50. Het overgrote deel van deze extreme uitslagen komen uit de seizoenen dicht bij het ontstaan van de Eredivisie in 1956. In zekere zin kan de grootte van de uitslag een indicatie zijn voor de ongelijkheid tussen de twee ploegen. Aangezien deze extreme uitslagen regelmatig voor zijn gekomen in de afgelopen tien seizoenen, kan dat een indicatie zijn dat ongelijkheid tussen de ploegen in de Eredivisie is toegenomen. De vraag dringt zich op of dit een negatief effect heeft op de kwaliteit van de Eredivisie.

De 13-0 uitslag op 24 oktober 2020 deed de discussie over de vergelijking tussen de Eredivisie en een 'Mickey Mouse League' weer opwaaien. Zo schreef De Groot (2020) in Het Parool dat deze uitslag kan worden gezien als de revival van de Mickey Mouse-competitie. Waar oorspronkelijk een Mickey Mouse Competitie een competitie omschrijft waar uitslagen onzeker zijn en iedereen van elkaar kan winnen, wordt in Nederland deze term gebruikt om het gemis in kwaliteit te vermelden.

Voetballiefhebbers in Nederland zien de Eredivisie als een grijze muis in het wereldvoetbal. Een verklaring voor het aanhoudende gemor over de Eredivisie en de kwaliteit daarvan, is gelegen in het feit dat bijna de helft van de Nederlandse bevolking, ongeveer 8 miljoen mensen, in meer of minder mate geïnteresseerd is in de Eredivisie (PwC, 2021). Deze groep is hier gemiddeld elf uur per week mee bezig en vormt een substantieel deel van de samenleving.

Het is daarom ook geen verrassing dat de Eredivisie, de hoogste betaald voetbalcompetitie in Nederland, aangeeft verantwoordelijk te zijn voor de aantrekkelijkheid van de competitie en die op zowel nationaal als internationaal te willen positioneren en profileren (Eredivisie (a)). Ondanks dit streven is er een indicatie van verval in kwaliteit. Kwaliteit hangt, zoals we later in bronnen zullen zien, af van de financiële situatie van de Eredivisie en haar clubs. Een belangrijk gedeelte van de financiële inkomsten van de clubs zijn de zogenaamde "TV-Gelden" die worden gegenereerd door de Eredivisie. TV-Gelden zijn inkomsten voor voetbalclubs uit de verkoop van de uitzendrechten van de live-wedstrijden en samenvattingen van de competitie. Deze TV-Gelden zijn, zoals later duidelijk

wordt, voor veel Eredivisieclubs een zo goed als zekere inkomstenbron, aangezien de meeste ploegen zich elk jaar verzekeren van kwalificatie voor deze competitie.

Om de grootte van de Eredivisie in perspectief te plaatsen er zijn momenteel 2524 fulltimebanen in de Eredivisie, waarbij de indirecte banen, onder andere personeel van beveiligingsbedrijven en cameraploegen, niet zijn meegenomen vanwege een te kort aan data (consultancy.nl). Kijkend naar de omzet van de Eredivisie was dit in het laatste jaar voor de COVID-19 pandemie ongeveer €575 miljoen (Gulikers & De Boer, 2021). Als er wordt gekeken naar de bijdrage van de Eredivisie aan het Nederlands bruto binnenlands product gaat het over €2,03 miljard. Dit is de ondergrens aangezien alleen de directe bijdrage zijn meegenomen (consultancy.nl). Onderzoek naar de relatie tussen TV-Gelden en kwaliteit kan daarom helpen de Eredivisie te laten groeien en het juk van de Mickey Mouse Competitie van zich af te schudden. De centrale onderzoeksvraag voor dit onderzoek luidt derhalve:

*“Wat is de invloed van TV-Gelden en de manier waarop die worden gedistribueerd over de Eredivisieclubs op de kwaliteit van de Eredivisie?”*

De relevantie van dit onderwerp gaat het verder dan alleen de ruim acht miljoen voetballiefhebbers in Nederland. De afgelopen jaren zijn er verschillende initiatieven opgezet in zowel binnenlandse als buitenlandse competities, zoals de BeNeLiga, de Superleague en de hervorming van de Champions League, de Europa League en de Conference League. Al deze initiatieven hebben als voornaamste doel het vergroten van de media inkomsten van de competities. TV-Gelden zijn voor de clubs de voornaamste financiële prikkel. Meer TV-Gelden zorgen dan ook voor een stabielere financiële zekerheid en deze initiatieven hiertoe worden dan ook vaak toegejuicht door de clubs zelf.

Onderzoek naar TV-Gelden in de Eredivisie kan dus van belang zijn voor de continuïteit en groei van de competitie zelf, met als belanghebbende de Eredivisie en haar clubs. Ook op het sportieve vlak is onderzoek naar TV-Gelden in de Eredivisie van relevantie aangezien de Eredivisie de aansluiting met de absolute wereldtop lijkt verloren. Het verhogen van de TV-Gelden kan helpen deze aansluiting terug te vinden.

Het eerste deel van dit onderzoek is een literatuurstudie. Die zal beginnen met de context van de exploitatie van de Eredivisie. Voordat er aan de eerste sub-vraag wordt begonnen, zal eerst begonnen worden met een algemeen theoretisch kader. Vervolgens zal het begrip kwaliteit binnen een sportcompetitie worden gedefinieerd. Daarna zal de eerste sub-vraag worden belicht of meer TV-Gelden zorgen voor meer kwaliteit. Waarna de tweede sub-vraag over de invloed van de verdeling van de TV-Gelden op de kwaliteit wordt behandeld. Na de literatuurstudie zal de



methodologie van het onderzoek van de kwantitatieve analyse en het veldwerk worden uitgewerkt. Dit wordt gevolgd door de sectie uitkomsten van het onderzoek. Er zal geëindigd worden met een conclusie en aanbevelingen, waar de centrale onderzoeksvraag wordt beantwoord.

## Sectie 2: Literatuurstudie

Er is veel geschreven over voetbalcompetities. Gedeeltelijk in de media, die onder meer schrijven over de grote zorgen die er zijn over voorstellen die de huidige structuren/concurrentieposities van nationale competities aanpassen (Eredivisie, 2019), maar ook over de financiële dominantie van Ajax als gevaar voor de Eredivisie, omdat deze op termijn de waarde van het product Eredivisie zal doen dalen (fcupdate, 2021). Daarnaast zijn er ook studies voltooid over voetbalcompetities, onder andere het effect van de gestegen winsten door de Europese voetbalcompetities op de competitieve situatie van de nationale voetbalcompetities (Pawlowski, Breuer, & Hovemann 2010), maar ook over de vraag waarom de grootste voetbalclubs in Europa een voetbalcompetitie willen starten naar Amerikaans model (Peeters, te verschijnen). Hieronder volgt nu een korte inleiding om de context te begrijpen.

Voetbalclubs concurreren met elkaar in een duidelijk zichtbare markt, een voetbalcompetitie. Dit valt in zekere zin te vergelijken met bedrijfsconcurrentie. Waar bedrijven concurreren om omzet en winsten, de graadmeter voor concurrentie, concurreren voetbalclubs voor plekken op een ranglijst. Deze ranglijst is niet alleen een indicatie van de concurrentie, maar ook bepalend voor inkomsten die de voetbalclubs ontvangen. Hoe hoger de voetbalclub in de ranglijst staat, hoe hoger de inkomsten uit bijvoorbeeld TV-Gelden, omdat die in de huidige constellatie verbonden zijn aan de uiteindelijke uitslag van de competitie. De huidige structuur van het niveau van de clubs, het aan kunnen trekken van betere spelers en de interesse van de kijkers van de competities vertaalt zich uiteindelijk in de totale pot van TV-Gelden die de competitie genereert. Deze samenhang kan er in het geval van sportcompetities voor zorgen dat de sterksten sterker worden en de zwaksten zwakker. Zo wordt er ondervonden dat de aanvankelijke sterke voetbalclubs hun dominantie endogeen kunnen vergroten wat leidt tot oligopolistische tendensen in voetbalcompetities (Vöpel, 2011). Het risico van deze ontwikkeling is dat de consument te maken gaat krijgen met lagere totale kwaliteit die wordt geproduceerd door de competitie.

Deze literatuurstudie zal kijken naar de bevindingen uit de wetenschappelijke literatuur over de invloed van TV-Gelden en de verdeling daarvan op de kwaliteit van de competitie. Er zal eerst begonnen worden met context over hoe de Eredivisie wordt geëxploiteerd, waarna zal worden begonnen aan een algemeen theoretisch kader wat betreft voetbal en onevenredige concurrentie. Vervolgens zal de term kwaliteit van een sportcompetitie worden gedefinieerd. Daarna zal begonnen worden aan de eerste sub-vraag “zorgen meer TV-Gelden voor meer kwaliteit”. Aansluitend zal de

tweede sub-vraag “wat is de invloed van de verdeling van TV-Gelden op de kwaliteit” worden beantwoord. Afsluitend zal er een samenvattingen gegeven worden van de literatuurstudie.

## 2.1: Context: Het exploiteren van de Eredivisie

### 2.1.1 Hoe gaat de exploitatie in zijn werk?

Gezamenlijk exploiteren de ECV, EMM en ESPN<sup>1</sup> de collectieve rechten van de Eredivisie. Deze worden geëxploiteerd aan de hand van de volgende pijlers (KNVB Expertise, 2020):

- Live TV: ESPN exploiteert als meerderheidsbelanghebbende van de EMM de live-wedstrijden via zijn kanalen, via de televisie en online. De televisiekanalen worden ingekocht door kabelbedrijven zoals KPN, Tele2 en T-Mobile. Vervolgens verkopen deze kabelbedrijven de kanalen door het op te nemen in hun basispakket of door het te bundelen met een add-on pakket. In andere woorden is dit de losse verkoop van een abonnement van ESPN Eredivisie (Braeken & Versteeg, 2018). Sinds 2016 hanteert de EMM commercieel distributiemodel op basis van een *Minimum guarantee*. Dit houdt in dat voor elke abonnee die is aangesloten bij het televisieplatform van de distributeurs van de ESPN-signalen een bepaald bedrag wordt afgedragen aan de EMM. De enige distributeur die zich nog aan het oude model houdt, op basis van *Revenue-sharing*, is VodafoneZiggo.
- Overige Mediarechten: om te beginnen vallen onder de overige mediarechten de samenvattingen voor het open net. Dit omdat er een Nederlandse media wet is die aangeeft dat voetbal moet worden uitgezonden op een kanaal dat beschikbaar is voor meer dan 75% van de Nederlandse huishoudens, zonder additionele kosten (Van Rompuy, 2013). De ECV geeft aan dat van 2014 tot 2022 de rechten voor het uitzenden van de eredivisiesamenvattingen gegund zijn aan de NOS. Onder de overige mediarechten vallen ook de radiorechten. Deze worden periodiek aangeboden op de markt en zijn ook tot 2022 in handen van de NOS. Als laatste vallen ook de internationale uitzendrechten onder overige mediarechten. Ondanks het streven om de aantrekkelijkheid van de competitie te positioneren op nationaal en internationaal niveau zijn de internationale uitzendrechten geen aparte pijler. Deze internationale uitzendrechten zijn momenteel in handen van het sportmarketingbureau IMG.

---

<sup>1</sup> Informatie over ontstaan en functie van deze entiteiten is te vinden in sectie 6.3: bijlage.

- Sponsoring: De EMM geeft aan dat centrale sponsoring uitermate geschikt is indien een bedrijf zich niet wil binden aan slecht één club. Een goede centrale aanpak draagt daarbij bij aan een goede financiële impuls voor de clubs.

De exploitatie van de Eredivisie gaat dus aan de hand van drie pijlers. De pijlers live-tv en overige mediarechten zijn van belang in dit onderzoek. Er zal nu worden begonnen aan een algemeen theoretisch kader.

## 2.2 *Algemeen theoretisch kader: Voetbal als casestudy*

Door de Eredivisie als casestudy te gebruiken voor onevenredige concurrentie kan het effect van het verbeteren van de concurrentie op de totale kwaliteit van de markt worden verduidelijkt. Onevenredige concurrentie gaat uit van een situatie waarbij de concurrentie tussen bedrijven binnen een markt niet gelijkmatig verdeeld is. Hierdoor is het voor de kleinere bedrijven lastiger om gelijkwaardig te kunnen concurreren met de grotere bedrijven. Volgens Banker, Khosla en Sinha (1998) houdt dit intuïtief in dat de kwaliteit van de door deze markt geproduceerde producten of services in zijn totaliteit lager liggen dan wanneer er sprake zou zijn van gelijkwaardige concurrentie binnen deze markt. Onevenredige concurrentie is problematisch. Woetzel, Madgavkar en Manyika (2018) dragen aan dat sommige opkomende economieën het beter doen dan andere opkomende economieën op de lange termijn, omdat hun economie meer competitief is. De bedrijven in deze economieën zijn competitiever, wat resulteert in een agressievere innovatie en snellere doorlooptijden voor belangrijke investeringsbeslissingen. Woetzel et al. (2018) concluderen dat het toestaan en aanmoedigen van competitie niet alleen voordelig is voor bedrijven, maar ook voor de economie in zijn geheel.

Onevenredige concurrentie is een fenomeen dat niet uitsluitend voorkomt bij sportcompetities, zoals bij de Eredivisie. Het doet zich ook voor in andere sectoren, zoals bij succesvolle internetbedrijven als Google, Facebook, en Amazon. Haucap en Heimeshoff (2014) geven aan dat deze bedrijven binnen hun 'competitie' bijna monopolisten zijn, wat aangeeft dat de concurrentie oneerlijk verdeeld is. Deze bedrijven zijn marktleiders binnen hun markten. Ook in deze markten is er sprake van een vicieuze cirkel waarbij de sterksten sterker worden en zwakkeren zwakker. Google legt bijvoorbeeld de makers van mobiele telefoons verplichtingen op indien ze Google-services, zoals Google maps, YouTube, en Google Play, willen installeren. Om deze services aan te bieden zijn de mobiele telefoonmakers verplicht ook bepaalde andere apps van Google, die Google zelf voorschrijft, van

tevoren mee te geven, ook al willen zij andere apps daarvoor gebruiken of zijn er apps die de service sneller, accurater of veiliger aanbieden (Edelman, 2015). Concurrenten worden op deze manier geweerd. En daarnaast kopen deze tech-bedrijven ook startups op, die in de toekomst de concurrentie kunnen vergroten, als strategische zet om hun dominantie te consolideren en vergroten (Glick & Ruetschlin, 2019). Dit kan worden uitgelegd door *the profit paradox* (Haegens, 2021). Dit betekent dat deze bedrijven vanwege hun technologische voorsprong meer winsten behalen, en daarnaast ook deze technologische voorsprong gebruiken om andere ondernemingen te dwarsbomen en daarmee concurrentie tegengaan, waardoor de huidige status quo onveranderd blijft.

De literatuur laat zien dat wanneer de relatieve kwaliteit van een voetbalcompetitie verslechtert, ook de interesse van de fans daalt (Szymanski, 2001), wat een daling in kwaliteit inhoudt. Relatieve kwaliteit geeft aan in welke mate concurrentie gelijkmatig is, en dus hoe competitief de competitie is. Bij een lage relatieve kwaliteit is er sprake van onevenredige concurrentie. Onevenredige concurrentie gecombineerd met de manier van het verdelen van TV-Gelden in de Eredivisie zorgen ervoor dat de sterksten alsmaar sterker worden en de zwaksten alsmaar zwakker.

Kampioenschappen worden, op enkele uitzonderingen na, uitsluitend gewonnen door dezelfde twee clubs. De subtop en middenmoot bestaan al geruime tijd uit ongeveer dezelfde ploegen. Net gepromoveerde ploegen kunnen nauwelijks een vuist maken tegen de middenmoot, laat staan de (sub)top. De Eredivisie wordt hierdoor voorspelbaar en de consument verliest zijn interesse.

Of het nu gaat om voetbalcompetities of andere marktsectoren bij onevenredige verdeling van concurrentie is de consument de dupe, omdat het de totale kwaliteit doet verminderen. In het geval van voetbalcompetities betekent het dat de spanning verdwijnt. In het geval van de grote internetbedrijven betalen consumenten te veel voor de producten of services of wordt een hogere vorm van efficiëntie tegengegaan. De oplossing: verbeter de concurrentie. Wanneer er niets wordt gedaan aan het verbeteren van de concurrentie zal de interesse afnemen, wat in het geval van voetbalcompetities de inkomsten uit TV-Gelden dalen. Als gevolg zullen de te verdelen tv-inkomsten kleiner worden, wat de kwaliteit van de competitie doet dalen. Ook in dit geval is de consument de dupe, omdat het de totale kwaliteit doet verminderen.

Er zal nu verder ingezoomd worden op de voetbalwereld door verder te gaan met de twee subvragen van de literatuurstudie.

### 2.3 Sub-vragen

Door middel van twee sub-vragen zal getracht worden antwoord te geven op de centrale onderzoeksvraag “*Wat is de invloed van TV-Gelden en de manier waarop die worden gedistribueerd over de Eredivisieclubs op de kwaliteit van de Eredivisie?*”. Allereerst zal er begonnen worden met het definiëren van het begrip kwaliteit. Hiermee wordt specifiek “internecompetitiespanning” bedoeld, vanaf nu ICS. Zoals in het volgende stuk zal worden aangetoond betekent een hogere kwaliteit een hogere interne spanning van een competitie. De eerste sub-vraag zal gaan over de vraag of meer TV-Gelden kunnen zorgen voor meer kwaliteit. De tweede sub-vraag zal gaan over de invloed van het verdelen van de TV-Gelden op de kwaliteit van een sportcompetitie. Door middel van onderzoek naar bestaande wetenschappelijke literatuur zullen de deelvragen worden ingebed in wetenschappelijke theorieën om een bredere context te geven. Waarna zal worden afgesloten met een hypothese voor beide deelvragen.

#### 2.3.1 Definiëren kwaliteit van een sportcompetitie

Neal (1964) beschrijft als een van de eersten dat de markt voor sport zich eigenaardig gedraagt in vergelijking met de klassieke theoretische modellen voor economische markten. De ideale situatie voor bedrijven is om zo dicht mogelijk bij een monopolie te komen zonder dat de mededingingsautoriteit het verbiedt. Voor sportcompetities is dit niet het geval, Neal (1964) beschrijft dit aan de hand van een voorbeeld over twee boxers. Als een van de boxers dicht bij het geval van een monopolie zou zijn, zou dezelfde boxer altijd winnen. Hierdoor zal de interesse in zijn geheel afnemen en daarmee ook de inkomsten van deze wedstrijd. Ongelijkheid is dus een groot probleem in de sport aangezien dit de inkomsten doet slinken. Dit fenomeen noemt Neal de *Louis-Schmeling paradox*, vernoemd naar de twee boxers uit de jaren 30 van de vorige eeuw. In feite houdt de paradox in dat hoe groter de ongelijkheid tussen partijen hoe zekerder de uitslag, maar hoe lager de inkomsten, en andersom. De partijen in kwestie zullen altijd een *trade-off* hebben tussen de zekerheid van inkomsten tegenover de hoogte van inkomsten. Hoe dichter de gelijkheid tussen de partijen hoe meer interesse. Dit geldt ook voort binnen sportcompetities, zoals bij voetbal. Neal (1964) verwoordt dit in de *league standing effect* waarbij het evident is dat er interesse is in het volgen van de verandering van de stand of de mogelijkheid tot een verandering in de stand. Als gevolg hiervan zouden de inkomsten van de kaartverkoop van de stadions hoger worden als de competitie dicht bij elkaar ligt en er vaak een verandering is in de competitiestand. Deze bevindingen gaan vandaag de dag nog steeds op. Humphreys en Zhou (2015) hebben opnieuw gekeken of deze twee fenomenen nu nog van belang zijn en daarvoor hebben ze de twee fenomenen in een wat makkelijkere te begrijpen definitie te weten vatten. Humphreys en Zhou (2015) omschrijven de

*louis-Schmeling paradox* als de uitkomstzekerheid op spel- of wedstrijdniveau en de *league standing effect* door de uitkomstzekerheid van de gehele competitie. Samen spelen deze fenomenen een grote rol bij de *competitive balance* van een sportcompetitie. De *competitive balance* van een competitie is de indicator van de ICS, waarbij een hogere *competitive balance* een hogere ICS inhoudt en andersom. De term *competitive balance* heeft geen unieke definitie en dat is dan ook de reden waarom er veel over wordt geschreven in de wetenschappelijke literatuur. Kringstad en Gerrard (2004) geven aan dat er vaak bij *competitive balance* wordt gesproken over de relatieve kwaliteit, in welke vorm dan ook, binnen een competitie. Het geeft dus weer in welke mate de concurrentie eerlijk verdeeld is over de competitie. Oneerlijk verdeelde concurrentie binnen competities houdt daardoor in dat de ICS ook verslechtert. Daarnaast menen Scelles, Durand, Bonnal, Goyeau en Andreff (2013) dat om de onzekerheid over de uitkomst te garanderen en zo de vraag van het publiek te genereren, *competitive balance* specifieke herverdelingsmechanismen rechtvaardigt. Want competities bestaan nu eenmaal uit teams met ongelijke middelen. Het belang van *competitive balance* wordt het best beschreven door Vrooman (2009) die aangeeft dat de natuurlijke dualiteit van een sportcompetitie impliceert dat elk team zo sterk is als zijn zwakste tegenstander, en dat het succes van de competitie afhangt van de *competitive balance* van de teams binnen de competitie.

De onzekerheid op wedstrijd- en competitieniveau spelen dus een grote rol bij de *competitive balance* van een sportcompetitie. De *competitive balance* geeft de relatieve kwaliteit binnen een competitie weer en is tevens de graadmeter van de ICS. Het volgende deel zal kijken naar de invloed van TV-Gelden op de kwaliteit ofwel ICS van een competitie.

### 2.3.2 Sub-vraag 1: Zorgen meer TV-Gelden voor meer kwaliteit?

#### *Het besteden van TV-Gelden*

Zoals Neal (1964) aangaf zijn in sportcompetities gelijkwaardige concurrenten nodig om daarmee de competitie aantrekkelijk te maken. In het geval van professionele sportbedrijven in de Eredivisie, en ook de Eerste Divisie, refereert men in Nederland aan een betaaldvoetbalorganisatie, vanaf nu BVO. Verdoes, Adriaanse en Van De Ven (2010) melden een verschil tussen BVOs en andere bedrijven en dat is dat een BVO primair op zoek is naar sportieve successen, denk aan het winnen van kampioenschappen, het winnen van landelijke bekercompetities en het behalen van de zelfgemaakte doestellingen. Sportieve successen dragen namelijk bij aan het toevoegen van waarde voor de BVO. Volgens Beiderbeck, Frevel, Krüger, Küpper en Tacke (2020) heeft dit te maken met het feit dat bijna alle belanghebbende in de wereld van het professionele voetbal, inclusief de hoofdaandeelhouders van de clubs, succes op het veld in plaats van economisch rendement zien als hoofddoel. Dima

(2015) geeft als voorbeeld dat de inkomsten bij het behalen van Europees voetbal voor ploegen met een begroting van minder dan €100 miljoen, wel 40 tot 60 procent van de originele begroting bedragen. Het streven naar de best mogelijke sportieve successen resulteren bij BVOs vaak in opportunistisch gedrag, mede aangespoord door verscheidene bijzondere karakteristieken van het betaalde voetbal zelf. Een voorbeeld is de geringe dynamiek in de bedrijfstak. Toe- en uittrekking of fusies zijn zeer beperkt. De enige recente voorbeelden zijn de faillissementen van FC Haarlem (2010), AGOVV (2013) en SC Veendam (2013). Een ander voorbeeld ligt in het feit dat betaald voetbal geen 'winstgevend' bedrijfstak is. Dit komt omdat enorme stijging in opbrengsten worden overtroffen door nog de hogere transfersommen en salarissen van spelers of door kostbare verbeteringen in de faciliteiten van de clubs (Verdoes et al., 2010). Peeters (2012) geeft aan dat BVOs investeren in spelers en salaris, omdat BVOs gezamenlijk de competitie maken en dat de kwaliteit van de competitie wordt bepaald door het investeren in talent. Over het algemeen zijn er drie manieren waarop BVOs investeren in talent.

- De eerste manier die BVOs hebben om te investeren, is investeren in jeugdtalent. Dit kan worden gedaan door het opzetten van een eigen jeugdafdeling, identificatie van jeugdtalent en door talentpromotie. Schroepfs en Lames (2017) geven aan dat dit voor zowel nationale bonden als voor BVOs van belang is, aangezien het ontwikkelen van talent cruciaal is voor succes in de toekomst.
- Een andere manier om te investeren in talent is het investeren in de *team value*, waarbij het gaat om het managen van spelers die al onder contract staan. Beiderbeck et al. (2020) menen zelfs dat dit de meest effectieve manier is om succesvol te zijn in het hedendaagse voetbal. Mede omdat deze strategie niet afhangt van de grootte van BVOs.
- Als laatste is er het investeren in nieuw talent door middel van het kopen van spelers van andere BVOs, ook wel een transfer genoemd. Het transfersysteem houdt in dat spelers gebonden zitten aan hun contract bij hun huidige werkgever, een BVO, en dat de speler gekocht kan worden bij overeenstemming van een transferprijs tussen de koper en verkoper (Hoey, Peeters & Principe, 2021). Of dat spelers zelf het contract uitkopen, wat overigens nauwelijks gebeurt. Het aanschaffen van een nieuwe speler op basis van een transfer door een BVO wordt aanschouwd als een kwaliteitsinjectie voor het algemene peil van talent van het team.

#### *Invloed TV-Gelden op competitive balance*

Wanneer TV-Gelden stijgen verhoogt het de mogelijkheid voor BVOs om meer te kunnen investeren in talent, wat op zijn beurt als doel heeft het totale niveau van de BVO te verhogen. Voor zowel de Nederlandse voetbalcompetitie als voor buitenlandse competities zijn al geruime tijd verschillende



onderzoeken gedaan naar *competitive balance* en interne spanning binnen de competities, door te kijken naar de invloed van door de competitie gerealiseerde winsten. Zo heeft Koning (1998) onderzoek gedaan naar de interne spanning in de PTT-Telecompetitie, nu Eredivisie, waaruit blijkt dat krachtverhoudingen binnen de competitie verder uit elkaar liggen dan bij een iedereen-is-evensterk-model. Hiermee is dus aangetoond dat er binnen de competitie krachtverschillen zijn. Om te kijken of dit tot stand komt door verschil in inkomsten kijkt Koning (1998) onder andere naar de invoering van shirtsponsorship, een stijging van de inkomsten voor de clubs. Er wordt geconcludeerd dat de invoering van shirtsponsorship geen duidelijk effect heeft op de verdeling van de sterkte van de teams.

Ook is er een recenter onderzoek gedaan naar de *competitive balance*, dus de ICS, binnen de twee grootste voetbalcompetities van Europa, de English Premier League (EPL) en LaLiga (Spanje). Voor beide competities geldt dat er recent, vanaf seizoen 2016-2017, nieuwe contracten voor de uitzendrechten zijn afgesloten. Carreras en Jaume (2018) vonden dat de stijging in tv gelden twee gevolgen hadden. Aan de ene kant steeg de financiële ongelijkheid in absolute getallen, aan de andere kant was er een daling in relatieve financiële ongelijkheid. Carreras en Jaume (2018) concluderen dat wanneer er wordt gekeken naar de relatie tussen absolute ongelijkheid in termen van financiële ongelijkheid en kwaliteitsverschillen tussen de clubs in de competitie, er sprake is van een negatief effect: hoe groter de financiële verschillen, hoe groter de onbalans in de competitie. In andere woorden wordt er dus gevonden dat een stijging van TV-Gelden kan leiden tot een afname in van de ICS. Als gevolg van de inkomstenstijging uit onder andere TV-Gelden bevinden zowel de grote als kleine voetbalcompetities in Europa zich in een continue spiraal van polarisatie van talent en welvaart (Vrooman, 2007). Doordat de inkomstenongelijkheid groeit, kan talent niet gelijkmatig toegeëigend worden en de concurrentie niet eerlijk verdeeld. De alsmaar hoger wordende TV-Gelden versterken het effect waarmee de meest welvarende BVOs absoluut meer verdienen, wat een gevaar voor gelijkwaardige concurrentie. De ontwikkeling van de stijgende TV-Gelden en de groter wordende absolute inkomstenongelijkheid zorgt er bij voetbalcompetities voor dat ze zich kunnen gaan bevinden in een vicieuze cirkel resulterend in oligopolistische tendensen. Uiteindelijk is de uitkomstonzekerheid daardoor in het gedrang en wanneer de *competitive balance* daalt worden uitslagen makkelijker voorspelbaar en zal het de ICS laten dalen.

### *Belangrijkste bevindingen*

Bij sportcompetities zijn gelijkwaardige tegenstanders nodig om de kwaliteit te bevorderen. De uitkomstonzekerheid bepaalt de interesse in de competitie en is van groot belang is bij de *competitive balance*, de relatieve kwaliteit en tevens graadmeter van de ICS. Hoe kleiner de verschillen in relatieve kwaliteit hoe hoger de *competitive balance* en hoe hoger de ICS. TV-Gelden

spelen hier een rol in, aangezien zij een gedeelte van de inkomsten van de BVOs vormen. Een stijging van de TV-Gelden zorgt voor een stijging van de inkomstenongelijkheid in absolute getallen, wat een daling in de ICS met zich meebrengt. Door de stijgende inkomstenongelijkheid kunnen niet alle BVOs gelijke bedragen investeren de jeugd, in de *team value* of transfers om de kwaliteit van het team te verhogen.

### 2.3.3 Sub-vraag 2: Wat is de invloed van de verdeling van TV-Gelden op kwaliteit?

#### *Waarom TV-Gelden verdelen*

De verdeling van de inkomsten die door de competitie worden gegenereerd beïnvloedt de kwaliteit en daarmee ook de *competitive balance*. Deze kan bepaald worden door de TV-Gelden verdeling, vanaf nu TVGV. Volgens Noll (2007) is de manier waarop de uitzendrechten worden aangeboden van invloed op het verbeteren van de *competitive balance*. Aan de ene kant kan worden gekozen voor individuele verkopen van de uitzendrechten, een andere manier is collectieve verkoop. Individuele verkopen resulteren in een kleinere kans voor het verbeteren van de *competitive balance* in vergelijking met collectieve verkoop. Sagala, Ostfield en Winfree (2014) geven aan dat sportcompetities de media inkomsten verdelen omdat dit een gunstig effect zou hebben op de *competitive balance* doordat het de financiële ongelijkheid verkleint. BVOs hebben verschillende inkomstenstromen: verkoop van club gerelateerde artikelen, zoals wedstrijdshirts, trainingspakken en andere club gerelateerde items; inkomsten via verkoop van wedstrijdkaarten; inkomsten van sponsors en inkomsten uit TV-Gelden via uitzendrechtencontracten. TV-Gelden zijn voor BVOs relatief zekere inkomsten, aangezien het grootste deel van de clubs in de Eredivisie zichzelf verzekerd heeft van deelname aan de Eredivisie. Daarnaast zijn TV-Gelden in één keer een groot gedeelte van de netto-inkomsten van de Eredivisieclubs. Zo is bij FC Utrecht, de nummer zes in het rijtje netto omzet per club (Gulikers & De Boer, 2021), ongeveer 26 procent van de netto-inkomsten van het seizoen 2019-2020 afkomstig uit TV-Gelden (FC Utrecht, 2020). Daarnaast neemt in Eredivisie het aantal aanwezige bezoekers af en daarmee ook het belang van de inkomsten uit stadionbezoeken tijdens wedstrijddagen (Goddard & Sloane, 2014). De reden voor een goede verdeling zelf komt voort uit het feit dat in de afgelopen decennia de inkomsten voor de uitzendrechten van de competities enorm zijn gestegen. Zoals de stijging van 3500 procent voor de TV-Gelden van de English Premier League in tien jaar tijd. Met als gevolg een groter wordende inkomstenongelijkheid tussen BVOs in de competities. Het verdelen van de TV-Gelden kan de inkomstenongelijkheid doen verkleinen waardoor de grotere en kleinere BVOs beter met elkaar kunnen concurreren.

### *Manieren van TVGV*

Een terugkomend thema door dit onderzoek is dat financiële ongelijkheid tussen BVOs invloed heeft op de *competitive balance*. Deze invloed wordt onder andere door TVGV geprobeerd tegen te gaan. Er zijn verschillende manieren om deze media-inkomsten te verdelen, die elk weer hun eigen effect hebben op de *competitive balance* van de competitie.

- Allereerst *performance-based sharing*. Dit is een meer Europese manier van het verdelen van winsten die door de competitie worden genereerd. *Performance-based sharing* houdt in dat de inkomsten van TV-Gelden worden verdeeld op basis van de prestatie van vorig(e) seizoen(en). Daarnaast betekent het ook dat de rechten collectief verhandeld worden, zodat ze onder alle BVOs verdeeld kunnen worden. Voordelen van het verdelen van TV-Gelden op basis van prestatie is dat de grotere BVOs, in de grotere markten, in de deal blijven van het collectieve aanbieden van de uitzendrechten. Zoals Blackshaw (2013) aangeeft heeft het collectief aanbieden van deze rechten een mogelijke kans op het verhogen van de solidariteit binnen de BVOs in de competitie. Nadeel is wel dat de grotere BVOs absoluut meer verdienen dan de kleinere BVOs. Om die reden is er onderzoek gedaan naar de impact van *performance-based sharing* door Palomino en Rigotti (2000). Dat onderzoek toont aan dat hoe gelijkmatiger er wordt gedeeld op basis van prestatie, hoe groter de invloed op de *competitive balance* in positieve zin, maar dat het negatief effect heeft op de wil om te winnen. *Performance-based sharing* past het best bij het Europese model waar sportief succes op nummer één staat, wat in zekere zin ten koste gaat van de *competitive balance* van de competitie.
- Een tweede manier om de inkomsten van de TV-Gelden te verdelen is op basis van *equal sharing*. Dit is doorgaans een meer Amerikaanse manier van het verdelen van inkomsten van de competitie. Zo wordt in de NFL ongeveer 70% van alle competitie inkomsten gelijk verdeeld over alle teams (Zimbalist, 2002). Maar *equal sharing* wordt bijvoorbeeld ook gebruikt door de English Premier League bij het verdelen van de internationale uitzendrechten. Deze manier van verdeling impliceert dat de inkomsten gelijk verdeeld worden over alle clubs in de competitie. Deze manier van verdeling betekent ook collectief aanbieden van de rechten door alle clubs. Voordeel van *equal sharing* is dit de meest nivellerende mate van verdeling is, wat een positief effect heeft op de *competitive balance* van de competitie. Chang en Sanders (2009) menen dat een nadeel van *equal sharing* is dat het totaal dat door de competitie wordt geïnvesteerd in talent hierdoor negatief wordt beïnvloed, omdat de teams met kleinere omzet niet al het geld investeren in talent. Hierdoor daalt het totaal aan talent en daarmee de kwaliteit. Daarnaast brengt *equal sharing* ook het collectief aanbieden van de uitzendrechten in het geding, aangezien de BVOs met een grote

markt te veel in zouden kunnen leveren en ervoor kunnen kiezen voortaan hun uitzendrechten los te verhandelen.

- De laatste manier, *individual selling*, is geen vorm van verdeling, maar wordt toch behandeld, omdat het regelmatig voorkwam. *Individual selling* houdt in dat elke BVO de uitzendrechten van zijn thuiswedstrijden zelf verhandeld. Deze manier van aanbieden van de uitzendrechten wordt vandaag de dag nauwelijks nog gedaan, mede vanwege het *bargaining-power effect* (Falconieri, Palomino & Sákovics, 2004). Waar bij collectief verhandelen de onderhandelingsmacht van het collectief groot is, valt de onderhandelingsmacht in zijn geheel weg bij individuele verkopen. Hierdoor zullen BVOs in een kleine markt bijna per definitie niet dezelfde onderhandelingsmacht hebben als hun concurrenten in de grote markten, resulterend in grote verschillen in inkomsten op basis van TV-Gelden. Volgens Falconieri et al. (2004) heeft *individual selling* alleen zin wanneer de competitie uit veel BVOs bestaat, de BVO relatief heterogeen zijn, de onderhandelingsmacht tussen de BVOs groot is en de onderhandelingsmacht van de competitie gelijkwaardig is aan die van de zwakkere BVOs en waar exogene prestatie gerelateerde inkomsten groot zijn.

#### *Invloed van TVGV op competitive balance*

De invloed van TVGV op het niveau van de *competitive balance* en daarmee op de kwaliteit, wordt in de wetenschappelijke literatuur op verschillende manieren gedeut. Een overeenkomst in bijna alle literatuur is dat de onderzoeken beginnen met het omschrijven van de *invariance proposition* van Rottenberg (1956). Dit houdt in dat de transfers van spelers geen invloed zouden hebben op de *competitive balance* en dus de ICS, alleen zouden spelers door transfers minder uitgebuit worden. Vrooman (2009) betoogt dat de *invariance proposition*, wanneer er sprake is van TVGV, geen effect heeft op de distributie van talent. Daaruit concluderen Dietl, Grossmann en Lang (2011) dat indien de *invariance proposition* geen effect heeft op de distributie van talent zoals Vrooman (2009) betoogt, dit ook geen effect heeft op de ICS. Ondanks deze bevindingen over de *invariance proposition* zijn er toch opvattingen dat TVGV helpt bij het verbeteren van de *competitive balance*. Dit heeft te maken met de manier waarop een BVO zich oriënteert. Allereerst is er een competitie waarin de BVOs “win”-maximalisatie nastreven. Vrooman (2009) stelt vast dat wanneer er sprake is van “win”-maximalisatie, er gesproken kan worden over een *sportsman-league*, omdat in dat geval alle eigenaren van BVOs ‘*sportsman*’ zijn en economische winsten inruilen voor sportief succes. Concluderend betekent dit dat BVOs het verdelen van TV-Gelden in geval van “win”-maximaliserende kan leiden tot een verbetering in ICS. Naast “win”-maximaliserende BVOs kan er ook sprake zijn van BVOs met *profit*-maximalisatie als hoofddoel. Késenne (1999) beweert dat ook wanneer een competitie *profit*-maximaliserende BVOs heeft, er sprake kan zijn van een positief

effect op de ICS van de competitie. Késenne (1999) komt tot deze conclusie van wege het feit dat in zijn berekening wel de (absolute) kwaliteit als indicator is gebruikt voor het belang van de omzet. Vrooman (2009) daarentegen is het er niet mee eens. Hij beweert dat de *invariance proposition* opgaat wanneer er sprake is van *profit*-maximalisatie onder de BVOs en er dus geen effect is op de ICS als er wordt gedeeld in TV-Gelden. Dietl et al. (2014) zijn van mening dat er nog een derde vorm van oriëntatie is: *utility*-maximalisatie. Dit houdt in dat dat er een gewogen gemiddelde wordt gebruikt tussen *profit* en *wins*. Bij sprake van *utility*-maximalisatie is *revenue sharing* een effectief instrument voor het verbeteren van de *competitive balance*. Dit wordt bewerkstelligd door het *sharpening effect*. Dit effect is van positieve invloed op de *competitive balance* omdat de marginale impact op de inkomsten van het dominante team van een verhoging van de talentinvestering door de underdog groter is dan de marginale impact op de inkomsten van de underdog door een toename van de talenteninvesteringen door het dominante team. Voor alle drie de oriëntaties zijn derhalve opvattingen te vinden die aangeven dat *revenue sharing* een positief effect kan hebben op de *competitive balance* van een competitie.

#### *Belangrijkste bevindingen*

Het verdelen van de inkomsten gegenereerd door de competitie, zorgt voor een daling van de inkomstenongelijkheid. Het doel is om de zwakkeren in de competitie te versterken zodat de concurrentie verbetert. Een daling van de inkomstenongelijkheid zorgt voor een stijging van de ICS. Het verdelen van de media inkomsten, en daarmee dus de TV-Gelden, is het meest geschikt. De drie verschillende manieren om inkomsten uit mediarechten te verdelen zijn op basis van prestatie, gelijke verdeling of door het individueel verkopen van uitzendrechten. TVGV heeft een positief effect op de *competitive balance* van een competitie, ongeacht of er sprake is van een “win”- of *profit*- of *utility*-maximaliserende BVOs.

#### 2.4 *Samenvatting literatuurstudie en conceptueel onderzoeksmodel*

Op basis van de gevonden literatuur kan er geconcludeerd worden dat de hoogte van TV-Gelden onder andere afhangen van de kwaliteit ofwel de ICS van een competitie. Dit kan weergegeven worden volgens de volgende functie:  $TV\text{-Gelden} = F(ICS)$ . De ICS hangt op haar beurt af van de volgende twee variabelen: allereerst van de absolute TV-Gelden (ATV-G). Wanneer de ATV-G stijgen zal het de absolute inkomensongelijkheid doen stijgen, waardoor de ICS daalt. Door het vergroten van de absolute inkomstenongelijkheid, vanwege het stijgen van de ATV-G, kunnen de BVOs niet allemaal evenveel in talent investeren. Hierdoor heeft de ATV-G een negatief effect op de ICS. De tweede

variabele van de ICS is de TVGV. TVGV heeft als doel het verkleinen van de inkomstenongelijkheid binnen een competitie. De literatuur laat zien dat hoe gelijkmatiger er gedeeld wordt, hoe hoger de *competitive balance* zal worden. TVGV heeft dus een positief effect op de ICS. De functie van de ICS is al volgt:  $ICS = F(ATV-G, TVGV)$ .

Op basis van de gevonden literatuur en het conceptueel onderzoeksmodel luidt de eerste hypothese: *“Een stijging van de TV-Gelden zal de ICS doen dalen in de Eredivisie.”*

Op basis van de gevonden literatuur en het conceptueel onderzoeksmodel luidt de tweede hypothese: *“Ondanks het verkleinende effect van TVGV op inkomstenongelijkheid zorgt de huidige TVGV in de Eredivisie voor een negatief effect op de ICS.”*

## Sectie 3: Methodologie

In dit onderzoek zal gekeken worden naar het effect van de TV-Gelden op de kwaliteit van de Eredivisie. In de literatuurstudie is gekeken naar wetenschappelijke theorie aangaande concurrentie in voetbalcompetities en de oligopolistische tendensen die het met zich meebrengt. Dit stuk gaat verder met het vinden van kwantitatieve en statistische gegevens over de Eredivisie. Daarna zal het veldwerk worden uitgewerkt om de bevindingen uit de literatuurstudie en de data-analyse te valideren onder jongeren.

### 3.1 Kwantitatief onderzoek

#### 3.1.1 Datacollectie

Voor dit onderzoek zijn er primair twee soorten data nodig. Allereerst data aangaande de hoeveelheid van de TV-Gelden in de Eredivisie en hoe dit verdeeld is over de BVOs in de competitie. Ten tweede data over de kwaliteit van de Eredivisie. Hierbij wordt de kwaliteit van de Eredivisie uitgedrukt in kijkcijfers. Immers bepaalt de *competitive balance* de relatieve kwaliteit ofwel de ICS binnen de competitie. Des te lager de *competitive balance*, des te minder de interesse, en andersom. Hierdoor vormen de hoeveelheid kijkers van de Eredivisie een meetbare variabele zijn van de ICS van de Eredivisie.

De data worden opgesplitst in twee vormen. Als eerste de kijkers naar de samenvattingen van de Eredivisie en als tweede de kijkers van de live-wedstrijden. Voor de data over de TV-Gelden van de Eredivisie en de verdeling daarvan is gebruik gemaakt van de data die worden vermeld op de site [www.afc-ajax.info](http://www.afc-ajax.info). Deze site heeft als doel een zo compleet mogelijk archief te zijn voor alles wat met de voetbalclub AFC Ajax te maken heeft, waaronder dus ook de inkomsten uit TV-Gelden. De reden waarom deze website uiteindelijk is gebruikt als databron, is omdat de officiële websites van de KNVB en Eredivisie niets vermelden over de hoogte van de TV-Gelden, alleen over de manier van verdeling. Voor de data betreffende de kijkcijfers van de Eredivisie is allereerst contact opgenomen met de Stichting KijkOnderzoek (SKO). De SKO meldt verantwoordelijk te zijn voor het onderzoeken van het kijkgedrag van de Nederlandse bevolking. SKO verzamelt en publiceert data over het kijkgedrag van Nederlanders, uitgesplitst naar hoeveelheid kijkers per zender. De data van het gemiddeld aantal kijkers per dag naar ESPN, de aanbieder van de live-wedstrijden, komen hiervandaan. De data van de samenvattingen, aangeboden door de NOS, zijn, na verwijzing van SKO,

los opgevraagd bij de afdeling publieksonderzoek van de Nederlandse Publieke Omroep (NPO). De SKO is een *joint industry committee*, een organisatievorm waarin alle marktpartijen wat betreft de markt voor televisieprogramma's vertegenwoordigd zijn. Deze constructie garandeert een collectieve verantwoordelijkheid, wat zorgt voor een algemeen aanvaarde, statistische 'gouden' standaard. Door deze standaard is nauwkeurige, valide, betrouwbare en relevante vaststelling van gedrag mogelijk (Stichting KijkOnderzoek, 2021). Vanwege deze organisatievorm worden de data van de SKO betrouwbaar geacht. Een van de partners van de SKO is de NPO. Aangezien de NPO helpt bij de SKO kan ervan worden uitgegaan dat de data die verstrekt is door de NPO als betrouwbaar is als die van de SKO.

### 3.1.2 Data-analyse

Aangezien sinds 2013 het nieuwe uitzendrechtencontract in werking is getreden, bestaat de dataset uit alle data tussen de jaren 2013 en 2021, respectievelijk seizoen 2013-2014 tot en met seizoen 2020-2021. Voor de data van de totale pot van TV-Gelden en de verdeling daarvan kan gekeken worden naar tabel 1 in de appendix. Hierin staan alle BVOs die mee hebben gedaan aan de Eredivisie in de betreffende tijdsperiode, de hoeveelheid inkomsten uit de TV-Gelden en het totaal aan TV-Gelden voor het betreffende seizoen. Duidelijk is te zien dat het totale bedrag van de TV-Gelden stijgt, te zien aan de stijging van 34% van seizoen 2013-2014 tot 2020-2021, zoals contractueel verplicht is in het uitzendrechtencontract. Wanneer er wordt gecorrigeerd voor de inflatie bedraagt deze stijging 21%. Ook na inflatiecorrectie zijn de inkomsten van de BVOs in absolute financiële termen gestegen.

Tabel 2 en 3 in de appendix beschrijven respectievelijk de kijkcijfers van de Eredivisiesamenvattingen van de NOS en kijkcijfers van ESPN. De getallen uit tabel 2 zijn berekend door de data van de NPO uit te drukken in gemiddeld aantal kijkers per dag. Het aantal totale kijkers is gedeeld door het aantal uitzendingen in het betreffende seizoen, voor de desbetreffende dag. Waar een duidelijke dalende trend is te zien voor de gemiddeld aantal kijkers op zaterdag en zondag, een daling van respectievelijk 26% en 35% in acht jaar, is er een stabiele trend te zien voor het gemiddeld aantal kijkers op vrijdag. Kijkend naar het gemiddelde over het weekend is er ook een dalende trend waarneembaar met een daling van 26% in acht jaar. De uitzondering is het seizoen 2018-2019 met een stijging ten opzichte van het seizoen daarvoor.

Tabel 2 maakt het mogelijk onderscheid te maken tussen het totale aantal kijkers en het gemiddelde, wat van belang is omdat niet elk jaar evenveel uitzendingen heeft op vrijdagen, zaterdagen en zondagen. Door het gemiddelde te berekenen kan er tussen de seizoenen vergeleken worden. Tabel



3 geeft aan wat het gemiddeld aantal kijkers zijn per dag voor de kanalen van ESPN, dat op drie kanalen Eredivisiewedstrijden uitzendt. Hier is een zeer duidelijk stijgende trend te zien aangaande de gemiddelde kijkers over de gehele dag, ongeveer 57% in acht jaar. Een afwijking in deze trend met een duidelijke daling in het aantal ESPN-kijkers is te zien in het jaar 2020. Veel klanten hebben als gevolg van de COVID 19 pandemie hun abonnement opgezegd (totaaltv.nl, 2020).

### 3.1.3 Methode

Om antwoord te geven op de eerste hypothese, die luidt *“Een stijging van de TV-Gelden zal de ICS doen dalen in de Eredivisie.”*, zal een statistische analyse worden uitgevoerd. Voor het doen van de statistische analyse zal gebruik gemaakt worden van het programma ‘Stata’. Op Stata is het mogelijk om regressies uit te voeren, hetgeen in dit onderzoek wordt gedaan. Om antwoord te geven op de eerste hypothese zullen er twee enkelvoudige regressies worden gedaan. De eerste regressie zal kijken naar het effect van de totale TV-Gelden op het aantal kijkers van de Eredivisie samenvattingen. De onafhankelijke variabele (x) in deze regressie zijn de TV-Gelden en de afhankelijke variabele (y) het gemiddeld aantal kijkers van de samenvattingen op het open net van de eredivisie over het weekend. De tweede regressie zal kijken naar het effect van de totale TV-Gelden op het aantal kijkers van de live-wedstrijden van de Eredivisie. Waar de onafhankelijke variabele (x) de TV-Gelden zijn, worden als de afhankelijke variabele (y) het gemiddeld aantal kijkers op een dag voor de zenders van ESPN gebruikt. Voor de regressieanalyses zullen de TV-Gelden verdisconteerd worden naar het jaar 2020, om zo inflatie als exogene factor te neutraliseren. Er is gekozen voor het jaar 2020, omdat het meest recente seizoen in deze dataset in dat jaar begint. De uitkomsten zullen vervolgens in een tabel worden weergegeven, om zodanig een antwoord te kunnen formuleren op de eerste hypothese.

Om op de tweede hypothese die luidt *“Ondanks het verkleinende effect van TVGV op inkomstenongelijkheid zorgt de huidige TVGV in de Eredivisie voor een negatief effect op de ICS.”* een antwoord te formuleren zal gebruik worden gemaakt van tabel 1 en 4 in de appendix. Tabel 1 drukt de inkomsten van de BVOs in absolute termen uit en tabel 4 de inkomsten van de BVOs in relatieve termen. Door middel van het terugkoppelen aan de gevonden informatie in de literatuurstudie zal een antwoord geformuleerd worden op de tweede hypothese.

### 3.2 Veldwerk

Naast analyses uit gevonden data zal er ook gekeken worden naar de consument zelf. Om te onderzoeken of dit overeenkomt met de uitkomsten uit de data-analyse. Dit zal gedaan worden op

basis van een survey. Er zal gebruik worden gemaakt van een survey, omdat op deze manier antwoorden van een brede groep consumenten kunnen worden verkregen. Met als doel een zo representatief mogelijke antwoorden te verkrijgen. De survey zal beginnen met het verzamelen van persoonlijke gegevens, zoals leeftijd en geslacht. Vervolgens zullen er inleidende vragen worden gesteld wat betreft het volgen van sportcompetities. Hierdoor kunnen de karakteristieken van de respondenten wat betreft interesse in en affiniteit met het volgen van sport in kaart worden gebracht en zo worden respondenten ook voorbereid op de stellingen die daarna volgen. Als laatste worden er zes stellingen met betrekking tot de interesse in de Eredivisie geformuleerd, waarop de respondenten op een schaal van 1 tot 5 aangeven in welke mate ze met de stelling het ermee eens of oneens zijn. De schaal loopt van 1= sterk mee oneens, 2= oneens, 3= niet oneens/eens, 4= eens tot 5= sterk mee eens. De volledige vragenlijst is te vinden in de appendix onder tabel 5. De survey wordt verspreid via het internet en sociale media.

De antwoorden van de survey zullen aangeven of de uitkomsten uit de data-analyse ondersteund worden door dit onderzoek onder consumenten. Hierbij zal er in het specifiek gekeken worden of de uitkomsten overeenkomen met de interesse in de Eredivisie onder jongeren. Uit onderzoek van PwC (2021), aangevraagd door de KNVB, ECV en CED (Coöperatie Eerste Divisie), blijkt dat 8,2 miljoen Nederlanders geïnteresseerd zijn in het betaald voetbal in Nederland. Ongeveer 21% van deze groep bestaat uit jongeren, wat zich vertaalt in 1,7 miljoen jongeren die geïnteresseerd zijn in de Eredivisie en live of via samenvattingen wedstrijden volgen. Met jongeren wordt de leeftijdsgroep 18 tot 35 bedoeld. De reden waarom in dit onderzoek gekeken wordt naar deze groep, is omdat zij de hoogste *customer lifetime value* (CLV) hebben. Gupta et al. (2006) beschrijft de CLV als de contante waarde van de toekomstige winsten verkregen van een klant gedurende zijn of haar relatie met een bedrijf. Het vergelijken van de bevindingen van de data-analyse en de uitkomsten uit de survey maakt het mogelijk te onderzoeken of er een overeenkomstige trend is tussen de twee uitkomsten. Hierdoor kan verklaard worden of een eventuele stijging of daling in interesse verklaard kan worden door het jongeren segment. Dit is van belang aangezien jongeren nog de meeste tijd voor zich hebben, en daarmee een mogelijke lange relatie met de Eredivisie. Het behouden en vergroten van deze groep consumenten is van belang zijn voor de toekomst van de Eredivisie.

### 3.3 Voorkomen bias

Researcher bias betekent dat de onderzoeker de uitkomsten van de analyse richting de uitkomst duwt die de onderzoeker zelf voor ogen heeft. Hiermee wordt het onderzoek beïnvloed door de

onderzoeker zelf. In dit onderzoek wordt getracht researcher bias te minimaliseren door continu kritisch te blijven observeren en af te vragen of wat er geschreven wordt wel objectief is. Daarnaast wordt er in de data-analyse gewerkt met objectieve data, geproduceerd door gerenommeerde partijen en niet verder aangepast. Op deze manier zal de uitkomst van de analyse zelf niet worden beïnvloed.

Bij het maken en versturen van een survey kan er sprake zijn van researcher bias. Ondanks dat representativiteit niet altijd 100% gewaarborgd kan worden, zal hiernaar maximaal gestreefd worden door de survey te plaatsen op plekken met een maximale diversiteit aan consumenten. Dit zorgt voor een meer representatieve steekproef. Hierdoor zal een eenzijdig respons uitgesloten worden en voorkomen worden dat de uitkomsten richting een bepaalde conclusie worden geleid. In de survey zelf wordt researcher bias getracht te voorkomen door gebruik te maken van geen gebruik te maken van leidende vragen en door stellingen met een vijf-puntenschaal.

## Sectie 4: Uitkomsten onderzoek

### 4.1 Hypothese 1

De eerste hypothese luidt “Een stijging van de TV-Gelden zal de ICS doen dalen in de Eredivisie.”.

Door middel van twee enkelvoudige regressies en twee meervoudige regressieanalyses, met gebruik van Stata, is gevonden dat een stijging van de TV-Gelden de ICS doet stijgen voor de Eredivisie.

Tabel 1: Enkel- en meervoudige-regressieresultaten van de invloed van TV-Gelden op de kijkcijfers van de Eredivisie

Variabele	Samenvattingen		Live-wedstrijden	
Constante	4105188 ***	6349454***	20460,19***	55414,1***
	(231651,7)	(286339,4)	(2006,851)	(2992,14)
TV-Gelden	0,0099035	0,0070164***	-0.0000263	0,000058***
	(0,0048846)	(0,0011131)	(0,0000426)	(0,0000116)
Live-wedstrijden	-	-109,6894***	-	-
		(13,27315)		
Samenvattingen	-	-	-	-0,0085146***
				(0,0007517)

\* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$ , \*\*\* $p < 0.001$

Tabel 1 vat de twee enkelvoudige regressies samen van het effect van een stijging in TV-Gelden op de kijkcijfers - en daarmee de ICS - van de Eredivisie door te kijken naar de samenvattingen en de live-wedstrijden. De informatie van de gehele regressie voor beide varianten is te vinden in de appendix bij tabel 6 en 7.

Bij de samenvattingen is de coëfficiënt van de TV-Gelden positief is, maar niet significant. De constante, het startpunt van de regressie en de basiswaarde wanneer de coëfficiënt nul is, is ook positief en wél significant. Wanneer de TV-Gelden stijgen, stijgt de constante dus ook. Omdat de TV-Gelden niet significant zijn en de  $r^2$  laag is, namelijk 0,1914, is het niet eenduidig dat een stijging van de TV-Gelden resulteren in meer of minder kijkers. Ook voor de live-wedstrijden is de coëfficiënt van de TV-Gelden niet significant en die van de constante wel. Een stijging van de TV-Gelden leidt in dit

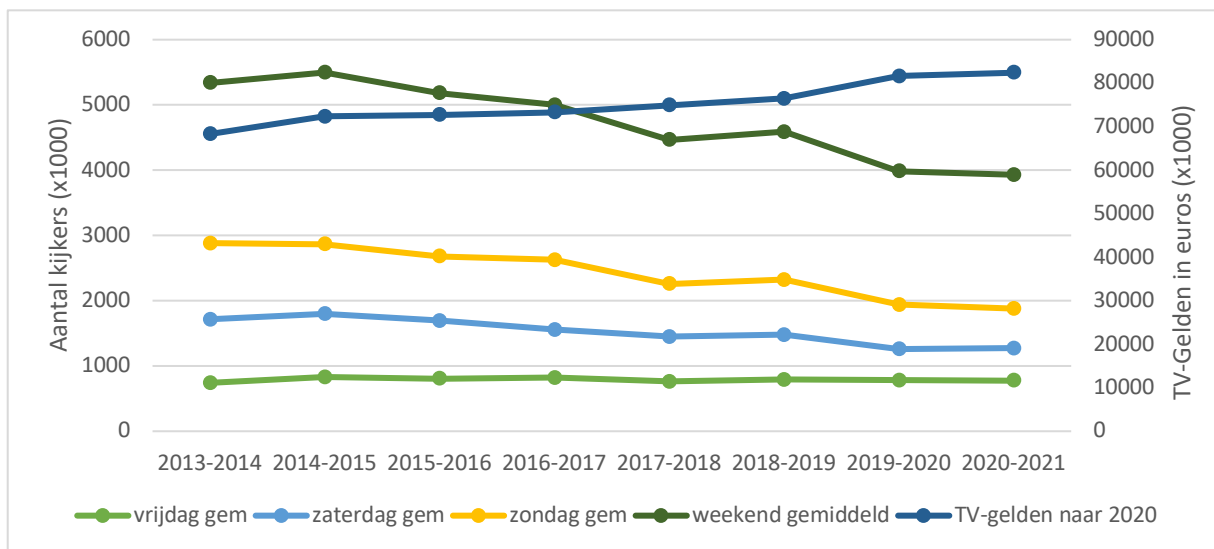
model tot een daling in de kijkcijfers van de live-wedstrijden. Wederom is er een lage  $r^2$ , namelijk 0,0211, en zijn de TV-Gelden niet significant, waardoor hier ook geldt dat het niet eenduidig is dat een stijging van de TV-Gelden resulteert in meer of minder kijkers.

De lage  $r^2$  en het ontbreken van significantie bij de coëfficiënt van de TV-Gelden bij beide modellen kan verklaard worden door andere variabelen die niet meegenomen zijn in deze regressieanalyses. Nu kunnen live-wedstrijden en samenvattingen gezien worden als substitutiegoederen, want als een consument de live-wedstrijd heeft gezien kan het kijken van de samenvatting overbodig zijn en andersom. Hierdoor kunnen de kijkcijfers van de live-wedstrijden als controle variabele gebruikt worden bij de kijkcijfers van de samenvattingen en de kijkcijfers van de samenvattingen als controle variabele gebruikt worden bij de kijkcijfers van de live-wedstrijden.

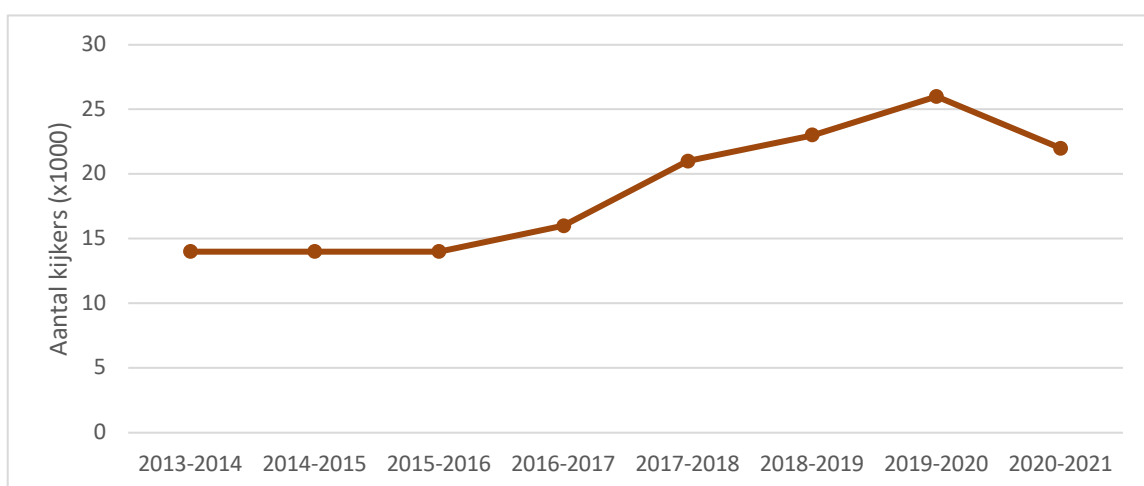
De uitkomsten van de meervoudige regressieanalyses zijn te zien in tabel 1. Kijkend naar de kijkcijfers van de samenvattingen is te zien dat alle coëfficiënten significant zijn. Het model laat zien dat de constante stijgt wanneer de TV-Gelden stijgen en dat de constante daalt wanneer de kijkcijfers van de live-wedstrijden stijgen. Dus dat meer TV-Gelden de kijkcijfers van de samenvattingen laten stijgen, maar een stijging van kijkers naar live-wedstrijden de kijkcijfers van de samenvattingen laten dalen. Door een hoge  $r^2$  van 0,9466 en de significantie van alle coëfficiënten is dit model goed verklarend. Voor het model van de live-wedstrijden geldt hetzelfde. Alle coëfficiënten zijn significant. Het model laat zien dat de constante stijgt wanneer de TV-Gelden stijgen en de constante daalt wanneer de kijkcijfers van de samenvattingen stijgen. Het model toont aan dat wanneer de TV-Gelden stijgen de kijkcijfers van de live-wedstrijden stijgen, maar dat een stijging van de kijkcijfers van de samenvattingen de kijkcijfers van de live-wedstrijden doen dalen. Door de hoge  $r^2$  van 0,9354 en de significantie van de coëfficiënten is ook dit model goed verklarend. Er zijn dus in totaal drie 'drivers' die de kijkcijfers beïnvloeden: TV-Gelden op live-wedstrijden en samenvattingen, maar ook kijkers naar live-wedstrijden op kijkers naar samenvattingen en kijkers naar samenvattingen op kijkers naar live-wedstrijden. Het uiteindelijke effect is dat een stijging van de TV-Gelden een positief effect heeft op de kijkcijfers van zowel de live-wedstrijden als de samenvattingen.

Terugkijkend naar de literatuurstudie valt te zien dat een hoge *competitive balance* een hoge ICS van de competitie met zich meebrengt, wat betekent dat de kwaliteit van de competitie hoog is. Interesse in de competitie kan onder andere uitgedrukt worden in kijkcijfers, aangezien het aannemelijk is dat men kijkt naar datgene waarin men geïnteresseerd is. In tabel 1 valt te zien dat de enkelvoudige regressieanalyses niet eenduidig antwoord geven, maar die van de meervoudige regressieanalyses wel. Daarom zal er gebruik gemaakt worden van de meervoudige regressieanalyses. Die laten zien dat een stijging in TV-Gelden een stijging in de kijkcijfers voor de

samenvattingen met zich meebrengt, wat een stijging van de ICS betekent. Grafiek 1 laat grafisch de kijkcijfers van de samenvattingen en de TV-Gelden zien. Ook laat de meervoudige regressie zien dat een stijging in de TV-Gelden een stijging in de kijkcijfers van de live-wedstrijden betekent, en dus een stijging van de ICS. Het verloop van de kijkcijfers van de live-wedstrijden is te zien in grafiek 2. De inkomsten die BVOs verdienen, waaronder TV-Gelden, worden gebruikt om de kwaliteit van hun ploeg te verbeteren. Het blijkt dat een stijging van de TV-Gelden gepaard gaat met een stijging van de kijkcijfers van de samenvattingen en de live-wedstrijden van de Eredivisie. Aan de hand van deze bevindingen concludeert deze analyse dat de hypothese “Een stijging van de TV-Gelden zal de ICS doen dalen in de Eredivisie.” niet waar is.



Grafiek 1: Verloop van kijkcijfers van de samenvattingen en TV-Gelden tussen seizoenen 2013-2014 tot 2020-2021



Grafiek 2: Verloop van gemiddelde aantal kijkers per dag van ESPN van seizoenen 2013-2014 tot 2020-2021

## 4.2 Hypothese 2

De tweede hypothese luidt “*Ondanks het verkleinende effect van TVGV op inkomstenongelijkheid zorgt de huidige TVGV in de Eredivisie voor een negatief effect op de ICS.*”. Door het vergelijken van de gevonden data met de wetenschappelijke literatuur zal gevonden worden dat de TVGV een positief effect heeft op de ICS in de Eredivisie.

Allereerst laat tabel 4 in de appendix de inkomsten van de TV-Gelden voor de BVOs in de Eredivisie in percentages zien. Deze kunnen worden gezien als de relatieve financiële inkomsten van de BVOs op basis van TV-Gelden. In deze tabel is te zien dat er nauwelijks verschillen zijn ontstaan tussen de sterksten en de zwaksten in de competitie. Zo verdient de meeste verdienende BVO, op een uitzondering na, altijd 12,95% en de minstverdienende BVO, op een uitzondering na, altijd 2,45% van de TV-Gelden pot. Wel wordt duidelijk dat de BVOs subtop en middenmoot erop vooruit zijn gegaan door de degradatie van FC Twente in seizoen 2017-2018. Dit kan worden uitgelegd door de manier van verdeling in de Eredivisie. Deze is *performanced-based*, wat inhoudt dat het totaal wordt verdeeld op basis van prestatie. In de Eredivisie werkt dat als volgt: de nummer één van de competitie krijgt achttien punten aflopend tot de nummer achttien die één punt krijgt. De tien meest recente seizoenen tellen mee. Om de meest recente seizoenen meer waarde te geven wordt het meest recente seizoen vermenigvuldigd met 10, het seizoen daarvoor met 9, tot het laatste seizoen dat vermenigvuldigd wordt met 1. Elke ploeg heeft op basis hiervan een puntentotaal bereikt en op basis van die rangschikking wordt een percentage verbonden aan de desbetreffende plek. Op basis van deze verdeling is er dus weinig verandering te zien in de percentages van de te ontvangen TV-Gelden.

In tabel 1 van de appendix is te zien, dat - wanneer men kijkt naar de absolute ongelijkheid - er sprake is van een stijging. Zo wordt het verschil in inkomsten uit de TV-Gelden tussen de BVO die het meest verdient en de BVO die het minst verdient steeds groter. Zo was het verschil in het seizoen 2013-2014 nog maar 6,4 miljoen en is dat gestegen naar 8,7 miljoen in seizoen 2020-2021. Volgens de literatuur wordt de onbalans in de competitie groter wanneer de financiële verschillen in absolute termen stijgen, wat een negatief effect heeft op de *competitive balance* en daarmee ook op de ICS. Daarnaast is er in de Eredivisie sprake van een verdeling op basis van prestatie. Ondanks dat deze data overeenkomen met de bevindingen in de wetenschappelijke literatuur is er bij de eerste hypothese gevonden dat de kijkcijfers van de live-wedstrijden, en daarmee de ICS, zijn gestegen. Dit kan verklaard worden door het positieve effect van TVGV op de ICS. Op basis van deze bevindingen is de tweede hypothese “*Ondanks het verkleinende effect van TVGV op inkomstenongelijkheid zorgt de huidige TVGV in de Eredivisie voor een negatief effect op de ICS.*”, niet waar. De huidige manier van

verdeling zorgt er niet voor dat de absolute inkomstenongelijkheid daalt. Toch zorgt deze manier van verdeling voor een competitievere competitie dan zonder verdeling, wat de ICS ten goede komt.

### *Belangrijkste bevindingen*

Om antwoord te geven op de eerste hypothese is gebruik gemaakt van een meervoudige regressieanalyse, waarbij de kijkcijfers van de samenvattingen en live-wedstrijden als controle variabele zijn gebruikt. Omdat samenvattingen en live-wedstrijden gezien kunnen worden als substitutiegoederen. Uit de analyse volgt dat een stijging van de TV-Gelden een positief effect heeft op de kijkcijfers van de samenvattingen en live-wedstrijden. Kijkcijfers zijn een aanduiding van de interesse in de Eredivisie en daarmee een graadmeter van de ICS. Ondanks een daling in de kijkcijfers per jaar van de samenvattingen en een stijging in de gemiddeld aantal kijkers naar de live-wedstrijden, geeft de regressieanalyse aan dat de ICS stijgt wanneer de TV-Gelden stijgen. Hierdoor is de eerste hypothese ontkracht.

Hoewel de manier van verdeling in de Eredivisie de inkomstenongelijkheid tussen de meestverdienende en minstverdienende BVO niet verkleint, is er toch een stijging te zien in de kijkcijfers voor de live-wedstrijden van de Eredivisie. Dit wordt verklaard door het positieve effect dat TVGV heeft op de ICS. Hierdoor is de tweede hypothese ook ontkracht.

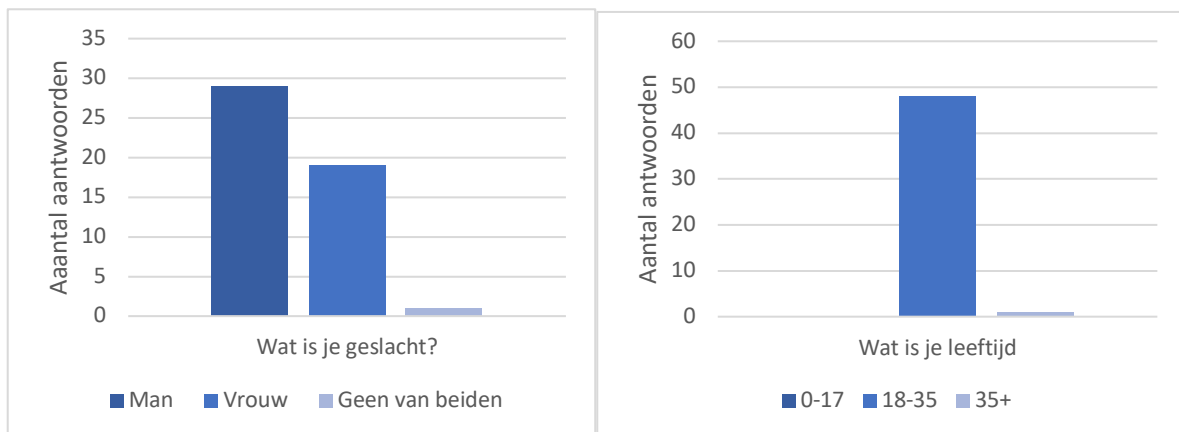
Wat is nu de relatie tussen TV-Gelden, kijkcijfers en de verdeling van deze TV-Gelden? Wat duidelijk is, is dat de kijkcijfers een van de factoren zijn voor de hoogte van de TV-Gelden. Want wanneer de ICS stijgt, stijgen ook de kijkcijfers en zal de vraag naar de uitzendrechten groter worden, wat de TV-Gelden pot zal laten stijgen. Een manier om de kijkcijfers te laten stijgen is door de TV-Gelden te laten stijgen, omdat deze financiële prikkel gebruikt zal worden door de BVOs om het algemene kwaliteitspeil van de ploeg te verhogen en daarmee het kwaliteitspeil van de competitie. Deze TV-Gelden worden via een verdeelsleutel verdeeld over de BVOs in de competitie met als doel de inkomstenongelijkheid binnen de competitie te verkleinen, zodat de stijging van de TV-Gelden een positief effect zal hebben op de ICS. Dit onderzoek laat zien dat de ICS, en daarmee de kijkcijfers-zelfs wanneer de TVGV de absolute inkomstenongelijkheid niet doet dalen - toch stijgt. Dit is het antwoord op de centrale onderzoeksvraag *“Wat is de invloed van TV-Gelden en de manier waarop die worden gedistribueerd over de Eredivisieclubs op de kwaliteit van de Eredivisie?”*. Het toont aan dat zowel een stijging van de TV-Gelden als de manier van het verdelen van deze TV-Gelden een positief effect heeft op de kwaliteit van de Eredivisie.



De volgende sectie zal kijken of de bevindingen uit het kwantitatief onderzoek rijmen met het veldwerk door te kijken naar de interesse van jongeren in de Eredivisie.

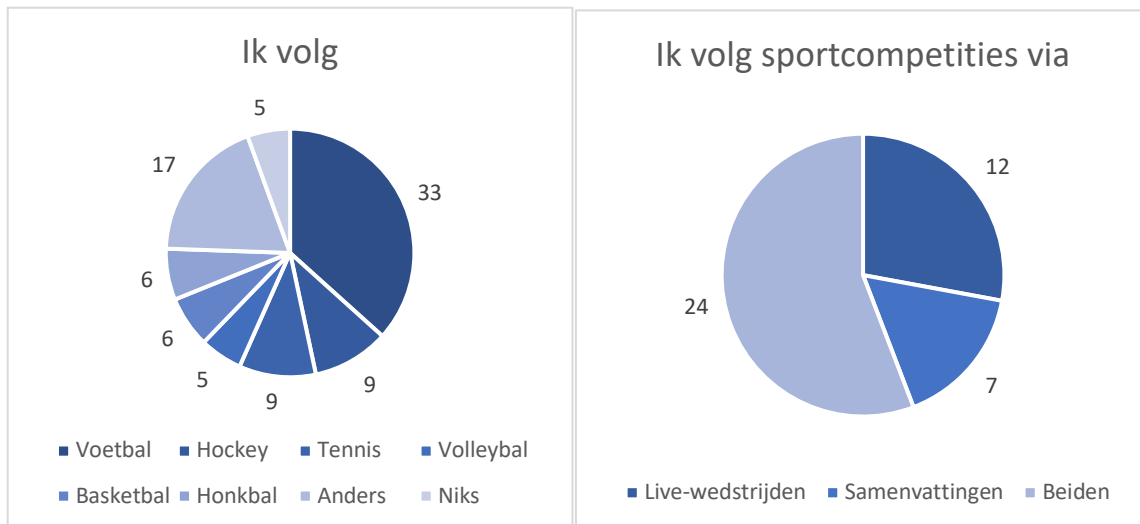
### 4.3 Veldwerk

De uitkomsten uit het veldwerk zullen laten zien of in de trend die te zien is in de data overeenkomt met de interesse van jongeren in de Eredivisie. Grafiek 3.1 en 3.2 toont een aantal demografische eigenschappen van de respondenten. Hierin is te zien dat de poule voornamelijk bestaat uit mannen en dat bijna alle respondenten zich bevinden in het jongeren segment (leeftijdscategorie 18-35). Gezien de strekking van dit onderzoek wordt er alleen gekeken op de antwoorden van de respondenten uit dit segment.



Grafiek 3.1 en 3.2: Demografische eigenschappen van de respondenten.

De types sportcompetities die respondenten volgen, zijn opgenomen in grafiek 4.1 en 4.2. Het overgrote deel geeft aan sportcompetities te volgen. Slechts vijf respondenten geven aan geen sportcompetitie te volgen. De conclusie lijkt gerechtvaardigd dat deze groep respondenten allemaal in meer of mindere mate geïnteresseerd is in het volgen van een sportcompetitie. Dit was al enigszins voorspeld door de antwoorden op de derde vraag van de survey "ik volg graag sportcompetities". Hierop antwoordde het grootste deel "eens", zie grafiek 1 in de appendix. Ook toont grafiek 4.2 dat de respondenten een lichte voorkeur hebben voor het volgen van live-wedstrijden boven samenvattingen.

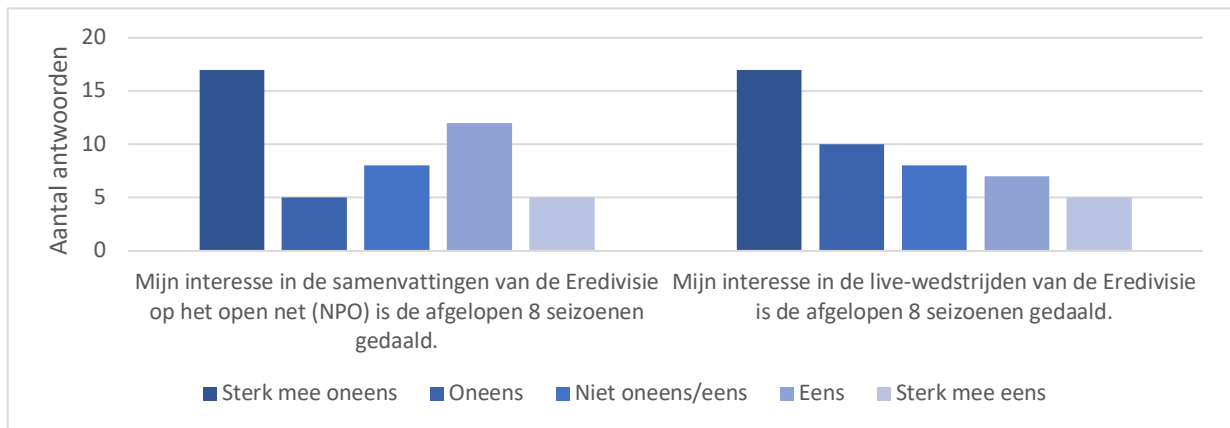


Grafiek 4.1 en 4.2: Interesse in het volgen van sportcompetities van de respondenten

In dit onderzoek is getracht een zo representatief mogelijke steekproef voor de groep jongeren te verkrijgen. Het is te zien dat de steekproef enigszins scheef verdeeld is naar mannen. Het is daarnaast ook zichtbaar dat voor bijna de gehele sample geldt dat er wordt gekeken naar sportcompetities en dat er geen uitgesproken voorkeur is tussen live-wedstrijden en samenvattingen. Grafiek 2 in de appendix geeft de antwoorden op de eerste vier stellingen weer, die betrekking hebben op de mate waarin de respondenten geïnformeerd zijn over de inkomsten en financiële achtergronden van de Eredivisie. Het grootste gedeelte geeft aan dat de interesse verder strekt dan alleen wedstrijden. Ongeveer de helft van de respondenten geeft aan bekend te zijn met de manier waarop Eredivisieclubs hun inkomsten verkrijgen. Daarentegen is een aanzienlijk kleiner deel bekend met het uitzendrechtencontract tussen ESPN en de Eredivisie en hoe dit geld wordt verdeeld over de Eredivisieclubs. Ondanks de verdere interesse in de Eredivisie is het overgrote deel van de jongeren dus niet bekend met de grootte van de TV-Gelden en hoe veel elke BVO hier bij benadering aan verdient.

Grafiek 5 geeft weer in hoeverre er in de afgelopen acht jaar onder jongeren een dalende interesse is voor de samenvattingen op het open net en de live-wedstrijden over de afgelopen acht jaar. Wat betreft de interesse van de samenvattingen is het duidelijk dat het aantal respondenten dat het oneens is met de stelling groter is dan de respondenten die het eens zijn met de stelling. Met een 95% betrouwbaarheidsinterval van [22%;50%] kan worden geconcludeerd ruim 35% van de jongeren de interesse in de samenvattingen heeft verloren. Kijkend naar de live-wedstrijden van de Eredivisie, is het zichtbaar dat het grootste deel van de jongeren de interesse in de live-wedstrijden heeft behouden. Met een 95% betrouwbaarheidsinterval van [13%;38%] kan vastgesteld worden dat

ongeveer 25% van deze groep de interesse heeft verloren in de afgelopen acht seizoenen. Veruit de meeste respondenten geven aan dat zij de interesse in de samenvattingen en live-wedstrijden niet verloren zijn. Dit komt overeen met de stijging van de kijkcijfers van live-wedstrijden en de stijging van de ICS van de Eredivisie. Het verschil in de daling in interesse tussen samenvattingen en live-wedstrijden is een indicatie voor de dalende trend van de kijkcijfers van de samenvattingen.



Grafiek 5: De interesse in samenvattingen en live-wedstrijden van de Eredivisie onder jongeren

#### Belangrijkste bevindingen

De groep respondenten is scheef verdeeld naar de mannen en vallen nagenoeg allemaal binnen het segment jongeren. Kijkend naar de eigenschappen volgen de meeste jongeren sportcompetities en is er geen overduidelijke voorkeur voor het volgen van deze sportcompetities via samenvattingen of live-wedstrijden. Het grootste gedeelte geeft aan verder geïnteresseerd te zijn dan alleen de wedstrijden. Dit vertaalt zich niet naar kennis over het uitzendrechtencontract en de verdeling hiervan over de Eredivisieclubs. In de vergelijking tussen samenvattingen of live-wedstrijden is er een grotere daling in interesse voor de samenvattingen. Toch geeft het merendeel aan niet zijn of haar interesse te zijn verloren in de samenvattingen en live-wedstrijden, wat past bij de gevonden trend van het kwantitatieve onderzoek.

## Sectie 5: Conclusie & Aanbevelingen

### 5.1 Bevindingen literatuurstudie

De onevenredig verdeelde concurrentie in de Eredivisie door het groter worden van de inkomstenongelijkheid, aangewakkerd door de stijging van TV-Gelden en de verdeling daarvan, zorgt voor een lagere totale kwaliteit die de markt voortbrengt. De consument is de dupe en kan de interesse verliezen, waardoor de Eredivisie in een vicieuze cirkel terecht kan komen van lager wordende inkomsten en steeds lager wordende interesse. De Eredivisie staat niet alleen, ook in andere markten is er sprake van onevenredige concurrentie. Zo gebruiken de marktleiders van internetbedrijven, zoals Facebook en Google, hun marktleiderschap om concurrenten te weren, en zelf marktleider te blijven. Ook hier valt de consument van een lagere totale kwaliteit van de markt ten deel. De oplossing is dan ook om de concurrentie te verbeteren, zodat de totale kwaliteit van de markt verbetert. De Eredivisie kan als casestudy gebruikt worden om het effect van het verbeteren van de concurrentie op de totale kwaliteit van de markt te verduidelijken.

De verdeling van kwaliteit van de BVOs, de mogelijkheid om spelers aan te trekken en de interesse van de kijkers van de voetbalcompetitie bepalen de totale pot van de TV-Gelden. De competities vertonen oligopolistische tendensen en de huidige structuur zorgt ervoor dat de sterksten sterker worden en de zwaksten zwakker, met als gevolg dat de kwaliteit in het gedrang komt. Deze kwaliteit wordt uitgedrukt met de term 'internecompetitiespanning' (ICS): hoe hoger de interne spanning van de competitie hoe hoger de kwaliteit. De indicator van de ICS is de *competitive balance*, wat de relatieve kwaliteit van de competitie aanduidt. Hoe hoger de *competitive balance* des te hoger de ICS.

Om te onderzoeken of meer TV-Gelden voor meer kwaliteit zorgen, wordt eerst bekeken hoe de TV-Gelden besteed worden. Een stijging in TV-Gelden betekent dat betaaldvoetbalorganisaties (BVO) meer geld besteedbaar hebben, waaronder het investeren in talent. De kwaliteit van de competitie wordt bepaald door het investeren in talent. Daarnaast is succes op het veld en niet economisch rendement het hoofddoel voor bijna alle belanghebbenden in de wereld van het professionele voetbal. Het investeren in talent wordt gedaan door te investeren in de jeugd, te investeren in *team value* en door nieuwe spelers te kopen. Onderzoek naar de invloed van TV-Gelden op de *competitive balance* laat zien dat een stijging in de TV-Gelden een stijging in de absolute inkomstenongelijkheid maar een daling in relatieve inkomstenongelijkheid met zich meebrengt. Wanneer de absolute inkomstenongelijkheid stijgt heeft dat een negatief effect op de ICS, omdat de sterksten in de

competitie meer TV-Gelden krijgen dan de zwaksten. Zo zorgt een stijging van de TV-Gelden voor een daling van de ICS.

De TV-Gelden verdeling (TVGV) hebben als doel de financiële ongelijkheid te verkleinen, zodat de ICS stijgt. De reden dat TV-Gelden het meest geschikt zijn om te verdelen is omdat zij een groot gedeelte van het netto-inkomen vertegenwoordigen van BVOs, want de inkomsten uit uitzendrechten zijn de afgelopen decenia alleen maar gestegen terwijl de inkomsten uit stadionbezoeken in de Eredivisie verder dalen. Er zijn drie manieren van TVGV: *performance-based*, *equal sharing* en *individual selling*. Ondanks dat de *invariance proposition* ervoor zorgt dat TVGV geen invloed heeft op de verdeling van talent en daardoor ook niet op de ICS, is er toch bewijs dat TVGV een positief effect kan hebben op de *competitive balance*. Dit komt door de oriëntatie van de BVOs. Zo kan een competitie bestaan uit *win-maximaliserende*, *profit-maximaliserende* en *utility-maximaliserende* BVOs. In alle drie de gevallen zal TVGV een positief effect zal hebben op de *competitive balance*.

## 5.2 Bevindingen onderzoek

Beide enkelvoudige regressieanalyses kunnen niet eenduidig verklaren dat een stijging van TV-Gelden resulteert in meer of minder kijkers. Om die reden is er verder gezocht naar andere variabelen die invloed kunnen hebben op de kijkcijfers. Nu kunnen samenvattingen en live-wedstrijden gezien worden als substitutiegoederen, waardoor ze als controlevariabele gebruikt kunnen worden. De meervoudige regressieanalyses waarin deze controlevariabelen zijn gebruikt zijn laten zien dat wanneer de TV-Gelden stijgen de kijkcijfers van zowel de samenvattingen als de live-wedstrijden van de Eredivisie stijgen. Het houdt in dat de ICS stijgt wanneer de TV-Gelden stijgen. Er is dus sprake van een positief effect op de kijkcijfers, en daarmee de kwaliteit van de Eredivisie als de TV-Gelden stijgen.

In de afgelopen acht seizoenen is er nauwelijks verandering te zien in de relatieve inkomsten van de TV-Gelden. Dit komt omdat de Eredivisie een verdeling op basis van prestatie aanhoudt als het gaat om TV-Gelden. Kijkend naar de absolute inkomstenongelijkheid in de Eredivisie is er een stijging te zien in de afgelopen acht seizoenen. Volgens de wetenschappelijke literatuur houdt dat in dat de ICS zal dalen. Ondanks dat de data overeenkomt met de wetenschappelijke literatuur is er toch aangetoond dat de kwaliteit in de Eredivisie is gestegen. Dit kan verklaard worden door het positieve effect van TVGV. Dit onderzoek laat zien dat zelfs als de inkomstenongelijkheid stijgt TVGV toch een positief effect kan hebben op kwaliteit in de Eredivisie.

De bevindingen uit de survey laten zien dat jongeren over het algemeen sportcompetities volgen en dat er geen specifieke voorkeur is voor het volgen van samenvattingen of live-wedstrijden. Ook geeft

het merendeel aan geïnteresseerd te zijn in meer dan alleen de wedstrijden van de Eredivisie, maar niet verder geïnformeerd te zijn over het uitzendrechtencontract en de verdeling daarvan. Uit de survey blijkt dat ongeveer 35% van de jongeren de interesse in de samenvattingen is verloren de afgelopen acht seizoenen en ongeveer 25% van de jongeren de interesse in de live-wedstrijden. Voor zowel samenvattingen als live-wedstrijden geldt dus dat het overgrote deel van de jongeren zijn of haar interesse niet verloren heeft. Dit ondersteunt de bevinding dat de ICS, dus de kwaliteit, van de Eredivisie is gestegen.

### 5.3 *Vergelijken belangrijkste bevindingen*

Wat niet overeenkomt zijn de bevindingen over de invloed van een stijging van de TV-Gelden op de kwaliteit van de Eredivisie. De wetenschappelijke literatuur laat zien dat BVOs de inkomsten gebruiken om te investeren in talent. Daarom zorgt een groter wordende absolute inkomstenongelijkheid, door de stijging in TV-Gelden, voor een daling van de ICS. Want de sterksten worden hierdoor sterker dan de zwaksten. De bevindingen uit dit onderzoek laten zien dat een stijging van de TV-Gelden een positief effect heeft op de ICS in de Eredivisie. Waardoor geconcludeerd kan worden dat TV-Gelden wél een positief effect hebben op de kwaliteit in de Eredivisie.

Wat gedeeltelijk overeenkomt is het effect van TVGV op de kwaliteit van de Eredivisie. De wetenschappelijke literatuur laat zien dat TVGV een positief effect heeft op de ICS. Het onderzoek zelf laat zien dat de stijging van de ICS verklaard kan worden door het positieve effect van TVGV. Dat terwijl er sprake is van een groter wordende absolute inkomstenongelijkheid. Volgens de literatuur zou dit een daling in de ICS met zich meebrengen, terwijl de analyse laat zien dat de ICS stijgt.

Wat daarnaast overeenkomt zijn de bevindingen van de data-analyse en het veldwerk. Bij de data-analyse wordt gevonden dat er een stijging is van de kwaliteit in de Eredivisie over een tijdperiode van acht seizoenen. Dit komt overeen met de bevindingen uit het veldwerk, waaruit blijkt dat het grootste deel van de jongeren de interesse in de Eredivisie niet verloren heeft.

### 5.4 *Antwoord centrale onderzoeksvraag*

Om antwoord te geven op de centrale onderzoeksvraag *“Wat is de invloed van TV-Gelden en de manier waarop die worden gedistribueerd over de Eredivisieclubs op de kwaliteit van de Eredivisie?”* is eerst onderzocht wat de invloed is van stijging van TV-Gelden op de ICS van de Eredivisie. Uit het

onderzoek blijkt dat een stijging van de TV-Gelden de ICS doet stijgen. Om deze reden is de eerste hypothese *“Een stijging van de TV-Gelden zal de ICS doen dalen, in de Eredivisie.”* verworpen. Daarna is er gekeken naar de invloed van de verdeling van de TV-Gelden op de kwaliteit van de Eredivisie. Daaruit blijkt dat TVGV een positief effect heeft op de ICS van de Eredivisie, zelfs als de absolute inkomstenongelijkheid stijgt. Vandaar dat de tweede hypothese *“Ondanks het verkleinende effect van TVGV op inkomstenongelijkheid zorgt de huidige TVGV in de Eredivisie voor een negatief effect op de ICS.”* ook verworpen kan worden.

Er kan geconcludeerd worden dat de huidige stijging van de TV-Gelden en de distributie hiervan over de Eredivisieclubs de oligopolistische tendensen in de Eredivisie blijven versterken. In plaats van dat dit leidt tot een daling van de totale kwaliteit van de Eredivisie, blijkt er sprake van een stijging in de kwaliteit sinds de TV-Gelden zijn gestegen door het uitzendrechtencontract van ESPN in 2013. Dit wordt verklaard door de positieve invloed die de TV-Gelden en de distributie daarvan hebben op de kwaliteit in de Eredivisie, waardoor de Eredivisie voor de consument aantrekkelijker is geworden.

#### 5.5 *Aanbevelingen aan de branche*

Dit onderzoek toont aan dat een vergroting van de TV-Gelden en de distributie daarvan de kwaliteit van de Eredivisie doet stijgen. Daarom is het aan te bevelen te bekijken hoe de overige media inkomsten van de Eredivisie vergroot kunnen worden. Specifiek kan er dan gekeken worden naar de internationale uitzendrechten. De Eredivisie kan de TV-Gelden pot vergroten, door de internationale uitzendrechten als aparte pijler te behandelen bij het exploiteren van de Eredivisie. Meer aandacht voor deze optie zou in de toekomst een interessante deal op kunnen leveren.

#### 5.5 *Aanbevelingen toekomstig onderzoek*

Toekomstig onderzoek zou kunnen kijken naar het substitutie-effect tussen samenvattingen op het open net en de live-wedstrijden van de Eredivisie. Hierdoor wordt het duidelijker of er voornamelijk sprake is van een verschuiving van de consumenten van de samenvattingen naar live-wedstrijden of andersom. Dit kan beter antwoord geven op de vraag of er sprake is van een stijging van het totaal aantal kijkers naar de Eredivisie of dat er alleen sprake is van verschuiving.

Verder onderzoek zou zich kunnen focussen op het effect van een meer gelijke verdeling van de TV-Gelden in de Eredivisie. Hierdoor kan het duidelijk worden welk effect een andere verdeling die de

absolute inkomensongelijkheid doet dalen heeft: mindere, gelijkblijvende, of betere kwaliteit van de Eredivisie.

Als laatste kan toekomstig onderzoek kijken naar de lange termijneffecten van de oligopolistische tendensen in de Eredivisie. Zodat beoordeeld kan worden of ook op de lange termijn de kwaliteit zal blijven stijgen of dalen onder de huidige stijging van de TV-Gelden en de distributie over de Eredivisieclubs.

### 5.6 *Beperkingen van het onderzoek*

De meeste gepubliceerde literatuur over de invloed van TV-Gelden en de verdeling daarvan op de kwaliteit in sportcompetities, gaat over sportcompetities die aanzienlijk meer omzet genereren dan de Eredivisie. Daarom kan het zijn dat de gevonden informatie niet overeenkomt met de bevindingen uit de data-analyse van de Eredivisie.

Daarnaast zijn er ook beperkingen bij de data-analyse en het veldwerk. Bij de data van de kijkcijfers van ESPN kan alleen gekeken worden naar het gemiddeld aantal kijkers per dag. De meeste wedstrijden worden op vrijdag, zaterdag en zondag bekeken, maar in de data zijn ook de andere weekdagen meegenomen. Daarnaast worden niet de gehele dag wedstrijden gespeeld. Om deze reden zijn de gegevens niet helemaal passend bij de term aantal kijkers van de live-wedstrijden. Wanneer er naar de survey onder jongeren gekeken wordt, lijken niet alle antwoorden waarheidsgetrouw ingevuld en missen de antwoorden op sommige vragen. Dit kan enerzijds duiden op onduidelijke vragen of anderzijds op gedesinteresseerde respondenten. In beide gevallen vertekent dit de uitkomsten van de survey.

Een laatste beperking, en tevens een mogelijkheid voor vervolgonderzoek, is dat het niet duidelijk is of de voorkeuren van jongeren constant blijven over tijd.



## Appendices

### Bibliografie

Banker, R. D., Khosla, I., & Sinha, K. K. (1998). Quality and Competition. *Management Science*, 44(9), 1179–1192. <http://eur.idm.oclc.org/login?url=https://www.jstor.org/stable/2634708>

Beiderbeck, D., Frevel, N., Krüger, H., Küpper, J., & Tacke, T. (2020). The value pitch: The importance of team value management. *McKinsey & Company*. Published. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/the-value-pitch-the-importance-of-team-value-management>

Blackshaw, I. (2013). Collective sale of sports television rights in the European Union: competition law aspects. *De Jure Law Journal*, 46(2), 401–402. [http://www.scielo.org.za/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2225-71602013000200003](http://www.scielo.org.za/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2225-71602013000200003)

Braeken, B. J. H., & Versteeg, X. Y. G. (2018, April). *Ontwerpbesluit marktanalyse wholesale fixed asset*. Maverick Advocaten N.V. <https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/2018-07/zienswijze-emm.pdf>

Carreras, M., & Jaume, G. (2018). TV Rights, Financial Inequality, and Competitive Balance in European Football: Evidence from the English Premier League and the Spanish LaLiga. *International Journal of Sport Finance*, 13(3), 201–224. <https://www-proquest-com.eur.idm.oclc.org/docview/2159201425?accountid=13598>

Chang, Y. M., & Sanders, S. (2009). Pool Revenue Sharing, Team Investments, and Competitive Balance in Professional Sports a Theoretical Analysis. *Journal of Sports Economics*, 10(4), 409–428. <https://doi.org/10.1177/1527002508328823>

Consultancy.nl. (2021, June 11). *Nederlands betaald voetbal levert ruim €2 miljard op*. <https://www.consultancy.nl/nieuws/34630/nederlands-betaald-voetbal-levert-ruim-2-miljard-op>

De Groot, J. (2020, oktober 31). *De KNVB als Disney met zijn eigen pretpark*. Het Parool.

<https://www.parool.nl/columns-opinie/de-knvb-als-disney-met-zijn-eigen-pretpark~bdf88b4f/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

Dietl, H. M., Grossmann, M., & Lang, M. (2011). Competitive Balance and Revenue Sharing in Sports Leagues with Utility-Maximizing Teams. *Journal of Sports Economics*, 12(3), 284–308.

<https://doi.org/10.1177/1527002511404787>

Dima, T. (2015). The Business Model of European Football Club Competitions. *Procedia Economics and Finance*, 23, 1245–1252. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00562-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00562-6)

Edelman, B. (2015). Does Google Leverage Market Power Through Tying and Bundling. *Journal of Competition Law and Economics*, 11(2), 365–400. <https://doi.org/10.1093/joclec/nhv016>

Eredivisie (a). (n.d.). *Informatie over de Eredivisie CV*. Eredivisie.nl. Geraadpleegd 17 mei, 2021, via

<https://eredivisie.nl/nl-nl/info/Over-de-Eredivisie/eredivisie-dv>

Eredivisie (b). (n.d.). *Informatie over de geschiedenis van de Eredivisie*. Eredivisie.nl. Geraadpleegd 22 mei, 2021, via <https://eredivisie.nl/info/geschiedenis>

Eredivisie. (2019, May 10). *Competities en clubs bundelen hun krachten om de toekomst van het profvoetbal te beschermen*. Eredivisie.nl. <https://eredivisie.nl/nieuws/competities-en-clubs-bundelen-hun-krachten-om-de-toekomst-van-het-profvoetbal-te-beschermen>

Falconieri, S., Palomino, F., & Sákovics, J. (2004). Collective versus Individual Sale of Television Rights in League Sports. *Journal of the European Economic Association*, 2(5), 833–862.

<https://doi.org/10.1162/1542476042782305>

FC Utrecht. (2020, October 29). *Jaarverslag over seizoen 2019–2020*. Fcutrecht.Nl.

[https://www.fcutrecht.nl/media/27615/3299970703\\_jv\\_fcutrecht50jaar\\_2019\\_def-2.pdf](https://www.fcutrecht.nl/media/27615/3299970703_jv_fcutrecht50jaar_2019_def-2.pdf)

Glick, M., & Ruetschlin, C. (2019). Big Tech Acquisitions and the Potential Competition Doctrine: The Case of Facebook. *Institute for New Economic Thinking Working Paper Series*, 1–60.

<https://doi.org/10.36687/inetwp104>

Goddard, J., & Sloane, P. (2014). *Handbook on the Economics of Professional Football*. Edward Elgar Publishing.

Gupta, S., Hanssens, D., Hardie, B., Kahn, W., Kumar, V., Lin, N., et al. (2006). Modeling Customer Lifetime Value. *Journal of Service Research*, 9(2), 139–155.

<https://doi.org/10.1177/1094670506293810>

Gulikers, J., & De Boer, W. (2021). SERC Financiële Ranglijsten Eredivisie 2021. *Sport & Economics Research Center*. Published.

<https://www.sportknowhow.nl/files/2021/SERC-FinanciëleRanglijstEredivisieEditie2021.pdf>

KNVB Expertise. (2020, June). *Handboek Introductie Betaald Voetbal*.

<https://www.knvbexpertise.nl/downloads/bestand/301/handboek-introductie-betaald-voetbal-juni-2020>

Haegens, K. (2021, July 11). *Topeconoom: ‘We hebben juist méér concurrentie nodig: twee*

*Facebooken, niet één.’* de Volkskrant. <https://www.volkskrant.nl/economie/topeconoom-we-hebben-juist-meer-concurrentie-nodig-twee-facebooken-niet-één~b8052dc6/>

Haucap, J., & Heimeshoff, U. (2014). Google, Facebook, Amazon, eBay: Is the Internet Driving Competition or Market Monopolization? *International Economics and Economic Policy*, 11,

49–61. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10368-013-0247-6#author-information>

- Hoey, S., Peeters, T., & Principe, F. (2021). The Transfer System in European Football: A Pro-Competitive No-Poaching Agreement? *International Journal of Industrial Organization*, 75, 102695. <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2020.102695>
- Humphreys, B. R., & Zhou, L. (2015). The Louis–Schmelling Paradox and the League Standing Effect Reconsidered. *Journal of Sports Economics*, 16(8), 835–852. <https://doi.org/10.1177/1527002515587260>
- Joo, J. S. (2020). Disney’s Acquisition of Fox and the Changing Media Environment in the U.S. *Journal of Convergence for Information Technology*, 10(1), 28–34. <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202011563174231.pdf>
- Kesenne, S. (2000). Revenue Sharing and Competitive Balance in Professional Team Sports. *Journal of Sports Economics*, 1(1), 56–65. <https://doi.org/10.1177/152700250000100105>
- KNVB. (n.d.). *Historie | KNVB*. knvb.nl. Geraadpleegd 22 mei, 2021, via <https://www.knvb.nl/over-ons/over-de-knvb/historie>
- Koning, R. H. (1997). De Competitie in Uitzendrechten. *Economisch Statistische Berichten*, 82, 229–233. [https://www.researchgate.net/profile/Ruud-Koning/publication/30469306\\_De\\_Competitie\\_In\\_Uitzendrechten/links/573b28e308ae9f741b2d78fb/De-Competitie-In-Uitzendrechten.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Ruud-Koning/publication/30469306_De_Competitie_In_Uitzendrechten/links/573b28e308ae9f741b2d78fb/De-Competitie-In-Uitzendrechten.pdf)
- Koning, R. H. (1998). De Mickey Mouse competitie van Europa? In K. Camfferman, M. Gelderman, C. de Haan, R. Stuu, D. van Veen-de Groot, & F. A. G. den Butter (editors), *EPRINTS-BOOK-TITLE* (blz. 68 - 73). Boom Lemma.
- Koning, R. H. (2010). Voetbal als Bedrijfstuk. *Justitiele Verkenningen*, 36(1), 28–40. <https://www-proquest-com.eur.idm.oclc.org/docview/882744911?accountid=13598>

- Kringstad, B., & Gerrard, M. (2004). The Concept of Competitive Balance and Uncertainty of Outcome. *The Economics and Management of Mega Athletic Events*, 115–130.  
[https://www.researchgate.net/profile/Harry-Solberg/publication/24131305\\_Long-term\\_Impacts\\_of\\_Major\\_Sporting\\_Events\\_-\\_Myths\\_and\\_Facts/links/00b7d537eeb66a928d000000/Long-term-Impacts-of-Major-Sporting-Events-Myths-and-Facts.pdf#page=129](https://www.researchgate.net/profile/Harry-Solberg/publication/24131305_Long-term_Impacts_of_Major_Sporting_Events_-_Myths_and_Facts/links/00b7d537eeb66a928d000000/Long-term-Impacts-of-Major-Sporting-Events-Myths-and-Facts.pdf#page=129)
- Mason, D. S. (1999). What is the Sports Product and who Buys it? The marketing of professional sports leagues. *European Journal of Marketing*, 33(3/4), 402–419.  
<https://doi.org/10.1108/03090569910253251>
- Neale, W. C. (1964). The Peculiar Economics of Professional Sports: A Contribution to the Theory of the Firm in Sporting Competition and in Market Competition. *The Quarterly Journal of Economics*, 78(1), 1–14. <https://doi.org/10.2307/1880543>
- Noll, R. G. (2007). Broadcasting and Team Sports. *Scottish Journal of Political Economy*, 54(3), 400–421. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9485.2007.00422.x>
- Palomino, F., & Rigotti, L. (2000). The Sport League’s Dilemma: Competitive Balance Versus Incentives to Win. *Tilburg University CentER for Economic Research Working Paper*, 1–34.  
<https://escholarship.org/content/qt2w3284jj/qt2w3284jj.pdf>
- Pawlowski, T., Breuer, C., & Hovemann, A. (2010). Top Clubs’ Performance and the Competitive Situation in European Domestic Football Competitions. *Journal of Sports Economics*, 11(2), 186–202. <https://doi.org/10.1177/1527002510363100>
- Peeters, T. (2012). Media Revenue Sharing as a Coordination Device in Sports Leagues. *International Journal of Industrial Organization*, 30(2), 153–163.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2011.07.004>
- Peeters, T. (te verschijnen). De Super League Toont dat Betere Regulering van het Betaald Voetbal Nodig Is. *ESB*.

PwC. (2021, maart). *De maatschappelijke impact van betaald voetbal in Nederland*.

<https://www.sportnext.nl/uploads/Onderzoeksrapport-De-maatschappelijke-impact-van-betaald-voetbal-in-Nederland.pdf>

Rottenberg, S. (1956). The baseball player's labor market. *Journal of Political Economy*, 64, 242–258.

Sagala, S., Ostfield, A., & Winfree, J. A. (2014). Revenue Sharing with Heterogeneous Investments in Sports Leagues: Share Media, Not Stadiums. *Review of Industrial Organization*, 45(1), 1–19.

<https://doi.org/10.1007/s11151-014-9423-2>

Scelles, N., Durand, C., Bonnal, L., Goyeau, D., & Andreff, W. (2013). Competitive balance versus competitive intensity before a match: is one of these two concepts more relevant in explaining attendance? The case of the French football Ligue 1 over the period 2008–2011. *Applied Economics*, 45(29), 4184–4192.

<https://doi.org/10.1080/00036846.2013.770124>

Schroepf, B., & Lames, M. (2017). Career patterns in German football youth national teams – A longitudinal study. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 13(3), 405–414.

<https://doi.org/10.1177/1747954117729368>

Stichting KijkOnderzoek. (n.d.). *Over SKO*. Geraadpleegd 28 juli, 2021, via

<https://kijkonderzoek.nl/over-sko/organisatie/over-sko>

Szymanski, S. (2001). Income Inequality, Competitive Balance and the Attractiveness of Team Sports: Some Evidence and a Natural Experiment from English Soccer. *The Economic Journal*, 111(469), 69–84. <https://doi.org/10.1111/1468-0297.00599>

totaaltv.nl. (2020, June 23). *Fox Verliest Veel Klanten bij Ziggo*. Retrieved September 9, 2021, from

<https://www.totaaltv.nl/nieuws/fox-sports-verliest-veel-klanten-bij-ziggo/>

- Transfermarkt.nl. (n.d.). *Eredivisie - Grootste overwinningen*. Transfermarkt. Geraadpleegd 17 mei, 2021, via [https://www.transfermarkt.nl/eredivisie/hoechsteSiege/wettbewerb/NL1/saison\\_id\\_von/2020/saison\\_id\\_bis/1954](https://www.transfermarkt.nl/eredivisie/hoechsteSiege/wettbewerb/NL1/saison_id_von/2020/saison_id_bis/1954)
- Van Rompuy, B. (2013). Cunning as a Fox - Dutch Competition Authority Clears Long-Term Acquisition of Dutch Football Broadcasting Rights. *European Competition Law Review*, 34(4), 223–226. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2280036](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2280036)
- Verdoes, T. L. M., Adriaanse, J. A. A., & Van De Ven, N. J. C. (2010). Naar een financieel gezond betaald voetbal. *Economisch Statistische Berichten*, 95, 246–249. <https://scholarlypublications.universiteitleiden.nl/access/item%3A2938326/view>
- Vöpel, H. (2011). Do We Really Need Financial Fair Play in European Club Football? An Economic Analysis. *CESifo DICE Report*, 9(3), 54–59. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/167048/1/ifo-dice-report-v09-y2011-i3-p54-59.pdf>
- Vrooman, J. (2007). Theory of the Beautiful Game: The Unification of European Football. *Scottish Journal of Political Economy*, 54(3), 314–354. <https://cdn.vanderbilt.edu/vu-my/wp-content/uploads/sites/2119/2019/04/14134848/Beautiful-Game.pdf>
- Vrooman, J. (2009). Theory of the Perfect Game: Competitive Balance in Monopoly Sports Leagues. *Review of Industrial Organization*, 34(1), 5–44. <https://doi.org/10.1007/s11151-009-9202-7>
- Woetzel, J., Madgavkar, A., & Manyika, J. (2018, September 21). *The best performing emerging economies emphasize competition*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/mgi/overview/in-the-news/the-best-performing-emerging-economies-emphasize-competition>

Zimbalist, A. S. (2002). Competitive Balance in Sports Leagues. *Journal of Sports Economics*, 3(2), 111–121. <https://doi.org/10.1177/152700250200300201>



## Data

Tabel 1: Verdeling van de TV-Gelden in de Eredivisie van seizoen 2013-2014 tot en met 2020-2021, in miljoenen euro's.

Team	2020-2021	2019-2020	2018-2019	2017-2018	2016-2017	2015-2016	2014-2015	2013-2014
Ajax	10,7	10,29525	9,48	9,15565	8,9355	8,806	8,6765	7,96425
PSV	9,6	9,26175	8,528339	8,23655	8,0385	7,922	7,8055	7,16475
Feyenoord	8,6	8,22825	7,576679	7,31745	7,1415	7,038	6,0635	5,56575
Az	7,5	7,19475	6,625019	6,39835	6,2445	5,44	5,36	4,92
Vitesse	6,6	6,36	5,856370	4,91365	3,3465	3,298	2,7135	2,49075
FC Utrecht	5,7	5,52525	5,087722	4,1713	2,7945	2,754	3,2495	2,98275
FC Groningen	4,9	4,6905	3,550425	3,42895	4,7955	4,012	3,953	3,6285
Sc Heerenveen	4	3,85575	4,319073	2,86335	4,071	4,726	4,6565	4,27425
Heracles Almelo	3,3	3,21975	2,708571	2,6159	2,553	2,51	2,3115	1,845
ADO Den Haag	3	2,9415	2,964788	2,43915	2,3805	2,346	2,144	1,722
Pec Zwolle	2,8	2,544	2,52556	2,2624	2,208	1,904	2,01	1,56825
Willem II	2,6	2,385	2,342548	1,8382	1,794	1,768	1,876	0
FC Twente	2,5	2,74275	0	5,656	5,52	6,154	6,9345	6,36525
VVV-Venlo	2,3	2,226	1,90332	1,73215	0	0	0	0
Fortuna Sittard	2,1	1,94775	1,830116	0	0	0	0	0
FC Emmen	2,1	1,9875	1,793513	0	0	0	0	0
Sparta Rotterdam	2,1	2,02725	0	1,7675	1,6905	0	0	0
RKC Waalwijk	2	2,067	0	0	0	0	0	1,599
Excelsior	0	0	2,196139	1,80285	1,7595	1,7	1,675	0
NAC Breda	0	0	2,04973	1,9796	0	0	2,479	2,12175
De Graafschap	0	0	1,866718	0	0	1,666	0	0

Roda JC	0	0	0	2,121	1,932	2,176	0	2,2755
NEC	0	0	0	0	2,07	2,04	0	1,968
Go Ahead								
Eagles	0	0	0	0	1,725	0	1,7085	1,522125
SC Cambuur	0	0	0	0	0	1,734	1,742	1,522125
FC Dordrecht	0	0	0	0	0	0	1,6415	0
<b>Totaal</b>	<b>82,4</b>	<b>79,5</b>	<b>73,20463</b>	<b>70,7</b>	<b>69</b>	<b>68</b>	<b>67</b>	<b>61,5</b>

Tabel 2: Kijkcijfers Eredivisiesamenvattingen van de NOS (x1000)

Seizoen	Vrijdag totaal	Zaterdag totaal	Zondag totaal	Vrijdag gemiddelde	Zaterdag gemiddelde	Zondag gemiddelde	Weekend gemiddelde
2013-2014	17798	54912	92242,5	741,583333	1716	2882,57813	5340,16146
2014-2015	19119	55759	94604	831,26087	1798,67742	2866,78788	5496,72617
2015-2016	19356	50811	85778	806,5	1693,7	2680,5625	5180,7625
2016-2017	21294	48265	86618	819	1556,93548	2624,78788	5000,72336
2017-2018	16742	42025	69981,5	761	1449,13793	2257,46774	4467,60567
2018-2019	19007	44328	71907,5	791,9583	1477,6	2319,59677	4589,15507
2019-2020	17245	32733	48530	783,8636	1258,96154	1941,2	3984,02514
2020-2021	14009	36905	54500,5	778,2778	1272,58621	1879,32759	3930,19159

Tabel 3: Gemiddelde kijkcijfers per dag voor ESPN (x1000)

Jaar	ESPN 1	ESPN 2	ESPN 3	Totaal
2013	14	-	-	14
2014	12	2	0	14
2015	12	2	-	14
2016	14	2	-	16
2017	17	3	1	21
2018	19	3	1	23
2019	18	7	1	26
2020	15	6	1	22

Tabel 4: Percentage van de TV-Gelden voor elke BVO in de Eredivisie

Team	2020-2021	2019-2020	2018-2019	2017-2018	2016-2017	2015-2016	2014-2015	2013-2014
Ajax	12,99%	12,95%	12,95%	12,95%	12,95%	12,95%	12,95%	12,95%
PSV	11,65%	11,65%	11,65%	11,65%	11,65%	11,65%	11,65%	11,65%
Feyenoord	10,44%	10,35%	10,35%	10,35%	10,35%	10,35%	9,05%	9,05%
Az	9,10%	9,05%	9,05%	9,05%	9,05%	8,00%	8,00%	8,00%
Vitesse	8,01%	8,00%	8,00%	6,95%	4,85%	4,85%	4,05%	4,05%
FC Utrecht	6,92%	6,95%	6,95%	5,90%	4,05%	4,05%	4,85%	4,85%
FC Groningen	5,95%	5,90%	4,85%	4,85%	6,95%	5,90%	5,90%	5,90%
Sc								
Heerenveen	4,85%	4,85%	5,90%	4,05%	5,90%	6,95%	6,95%	6,95%
Heracles								
Almelo	4,00%	4,05%	3,70%	3,70%	3,70%	3,70%	3,45%	3,00%
ADO Den								
Haag	3,64%	3,70%	4,05%	3,45%	3,45%	3,45%	3,20%	2,80%
Pec Zwolle	3,40%	3,20%	3,45%	3,20%	3,20%	2,80%	3,00%	2,55%
Willem II	3,16%	3,00%	3,20%	2,60%	2,60%	2,60%	2,80%	0,00%
FC Twente	3,03%	3,45%	0,00%	8,00%	8,00%	9,05%	10,35%	10,35%
VVV-Venlo	2,79%	2,80%	2,60%	2,45%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Fortuna								
Sittard	2,55%	2,45%	2,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
FC Emmen	2,55%	2,50%	2,45%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Sparta								
Rotterdam	2,55%	2,55%	0,00%	2,50%	2,45%	0,00%	0,00%	0,00%
RKC Waalwijk	2,43%	2,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,60%
Excelsior	0,00%	0,00%	3,00%	2,55%	2,55%	2,50%	2,50%	0,00%
NAC Breda	0,00%	0,00%	2,80%	2,80%	0,00%	0,00%	3,70%	3,45%
De								
Graafschap	0,00%	0,00%	2,55%	0,00%	0,00%	2,45%	0,00%	0,00%
Roda JC	0,00%	0,00%	0,00%	3,00%	2,80%	3,20%	0,00%	3,70%
NEC	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,00%	3,00%	0,00%	3,20%
Go Ahead								
Eagles	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,50%	0,00%	2,55%	2,48%
SC Cambuur	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,55%	2,60%	2,48%

Tabel 5: Vragen in de survey

<p>Vraag 1: Wat is je geslacht?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Man</li> <li>- Vrouw</li> <li>- Anders</li> </ul>
<p>Vraag 2: Wat is je leeftijd?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 0-17</li> <li>- 18-35</li> <li>- 35+</li> </ul>
<p>Vraag 3: Ik volg graag sportcompetities</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eens</li> <li>- Oneens</li> </ul>
<p>Vraag 4: Ik volg</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Niks</li> <li>- Voetbal</li> <li>- Hockey</li> <li>- Tennis</li> <li>- Volleybal</li> <li>- Basketbal</li> <li>- Honkbal</li> <li>- Anders</li> </ul>
<p>Vraag 5: Ik volg sportcompetities via</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Live-wedstrijden</li> <li>- Samenvattingen</li> <li>- Anders</li> </ul>
<p>Vraag 6: Ik volg sporten alleen als mijn favoriete ploeg/speler/land speelt?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eens</li> <li>- Oneens</li> </ul>
<p>Hier komen zo meteen een aantal stellingen te staan over het volgen van de Eredivisie. Antwoorden doe je door aan te geven in welke mate je het eens of oneens bent met de stelling,</p>

op een schaal van 1 tot 5. De schaal is als volgt: 1= Sterk mee oneens, 2= oneens, 3= niet oneens/eens, 4= eens, 5= sterk mee eens.
Stelling 1: Ik ben geïnteresseerd in meer dan alleen de wedstrijden van een sportcompetitie.
Stelling 2: Ik ben bekend hoe de Eredivisieclubs inkomsten verkrijgen.
Stelling 3: Ik ben bekend met het uitzendrechtencontract tussen ESPN (voorheen Fox) en de Eredivisie.
Stelling 4: Ik ben bekend hoe het geld uit het uitzendrechtencontract wordt verdeeld over de Eredivisieclubs.
Stelling 5: Mijn interesse in de samenvattingen van de Eredivisie op het open net (NPO) is de afgelopen 8 seizoenen gedaald.
Stelling 6: Mijn interesse in de live-wedstrijden van de Eredivisie is de afgelopen 8 seizoenen gedaald.

*Tabel 6: enkelvoudige regressieanalyse van het effect van TV-Gelden op het aantal kijkers van de Eredivisie samenvattingen (x1000)*

Weekend gemiddelde	Robuuste coëfficiënt	Standaard error	t	P> t	95% confidence interval	
TV-Gelden	-.0000263	.0000426	-0.62	0.559	-.0001305	.0000779
Constante	20460.19	2006.851	10.20	0.000	15549.6	25370.78

N = 8, R<sup>2</sup> = 0,1914

Tabel 7: enkelvoudige regressieanalyse van het effect van TV-Gelden op het aantal kijkers van de life-wedstrijden van de Eredivisie (x1000)

ESPN gemiddelde	Robuste coefficient	Standaard error	t	P> t	95% confidence interval	
TV-Gelden	.0099035	.0048846	2.03	0.089	-.0020487	.0218556
Constante	4105188	231651.7	17.72	0.000	3538356	4672019

$$N = 8, R^2 = 0,0211$$

Tabel 8: Meervoudige regressieanalyse van het effect van TV-Gelden op het aantal kijkers van de samenvattingen van de Eredivisie

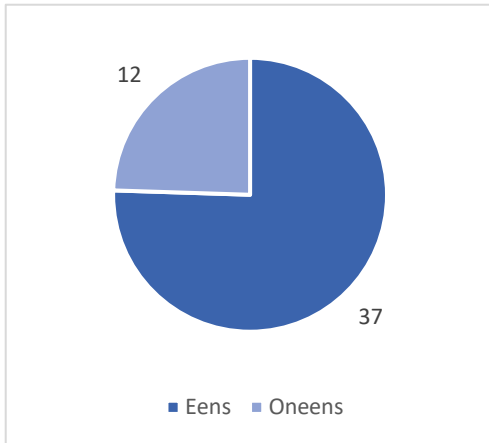
Weekend gemiddelde	Robuuste coëfficiënt	Standaard error	t	P> t	95% confidence interval	
TV-Gelden	0,0070164	0,0011131	6,30	0,001	0,0041551	0,0098776
Live-wedstrijden	-109,6894	13,27315	-8,26	0,000	-143,8091	-75,56969
Constante	6349454	286339,4	22,17	0,000	5613395	7085513

$$N = 8, R^2 = 0,9466$$

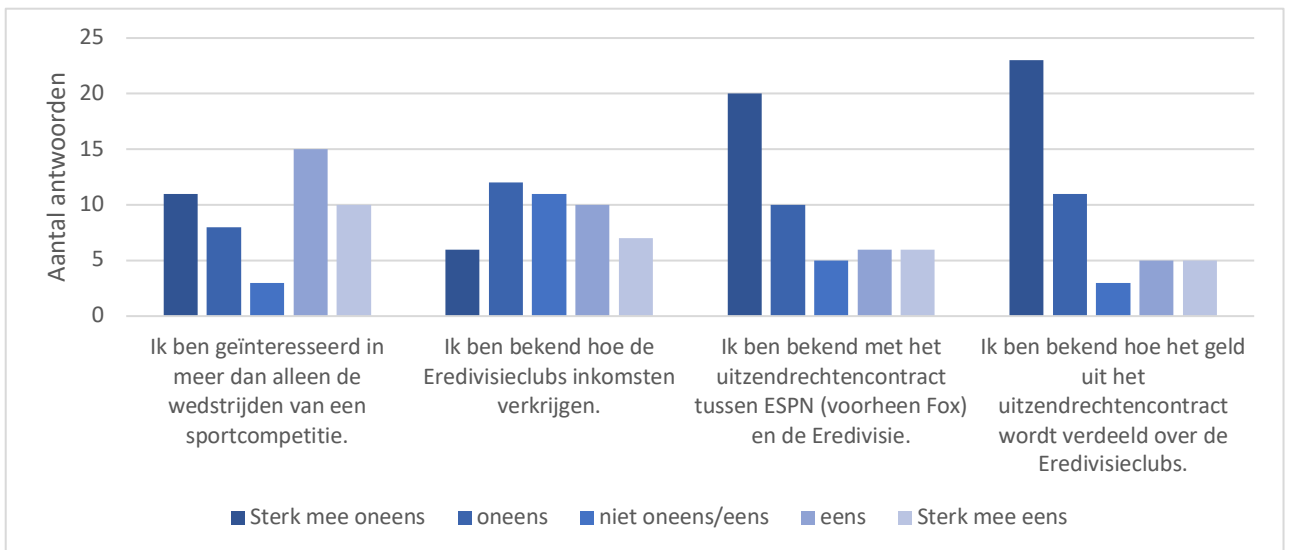
Tabel 9: Meervoudige regressieanalyse van het effect van TV-Gelden op het aantal kijkers van de live-wedstrijden van de Eredivisie

ESPN gemiddelde	Robuuste coëfficiënt	Standaard error	t	P> t	95% confidence interval	
TV-Gelden	0,000058	0,0000116	5,02	0,004	0,0000283	0,0000877
Samenvattingen	-0,0085146	0,0007517	-11,33	0,000	-0,010447	-0,0065822
Constante	55414,1	2992,14	18,52	0,000	47722,56	63105,64

$$N = 8, R^2 = 0,9354$$



Grafiek 1: Of de respondenten graag sportcompetities volgen



Grafiek 2: In welke mate de respondenten geïnteresseerd zijn in meer dan alleen wedstrijden van de Eredivisie, wat betreft financiën.

## Bijlage

### 6.3.1 *Ontstaan betaald voetbal in Nederland*

Toen in 1954 de KNVB samenging met de Nederlandse Beroeps Voetbal Bond (NBVB) was het ontstaan van betaald voetbal in Nederland een feit (knvb.nl). Sinds 1956 spelen de 18 beste clubs verenigd in één landelijke competitie, genaamd de Eredivisie (eredivisie (b)). In die tijd was het nog niet gebruikelijk om wedstrijden te volgen op televisie, mede omdat de televisie nog niet zijn intrede had gedaan in elke woonkamer in Nederland. Met de opmars van de televisie werd het ook mogelijk om op die manier wedstrijden te bekijken. Zowel samenvattingen als hele wedstrijden. Tot midden jaren tachtig van de vorige eeuw was er precies één aanbieder van uitzendrechten, de KNVB, en één vragers van uitzendrechten, de NOS (Koning, 1997). Alle uitzendrechten van de Eredivisie, de Eerste Divisie en het Nederlands elftal werden door de KNVB als collectief aangeboden. Met de opkomst van de commerciële televisie veranderde de situatie wat betreft de uitzendrechten van de Eredivisie. Er waren nu meerdere vragers terwijl de hoeveelheid aanbieders hetzelfde bleef. Dit had dan ook als gevolg dat de prijs van de uitzendrechten elk jaar hoger werd. Dit wordt beschreven door Mason (1999) die aangeeft dat sportcompetities niet alleen onderling concurreren voor een plek in de programmering van de zenders, maar met de gehele entertainmentindustrie. Deze extra vorm van competitie is zichtbaar in het verloop van de hoeveelheid TV-Gelden.

### 6.3.2 *Wie exploiteert de Eredivisie?*

De exploitatie van de Eredivisie wordt gerealiseerd door twee entiteiten. Als eerste de eigenaar van de competitie de Eredivisie CV, vanaf nu ECV. In 1997 verenigden de achttien Eredivisieclubs zich in één entiteit, de ECV. De ECV behartigt de belangen van de Eredivisieclubs op zowel nationaal als internationaal niveau (Eredivisie.nl(a)). De missie van de ECV is dan ook als volgt (KNVB Expertise, 2020):

*“Wij zijn de Eredivisie, dé voetbalorganisatie verantwoordelijk voor de (verdere) ontwikkeling van de professionele bedrijfstak op het hoogste niveau in Nederland, op zowel commercieel, organisatorisch en strategisch vlak. Met als doel om optimale sportieve prestaties te kunnen leveren.”*

In feite is de ECV de eigenaar van de competitie, waarbij de voetbalclubs de vennoten zijn. Dit resulteert in een aantal activiteiten en verantwoordelijkheden. Naast het behartigen van de belangen van de achttien Eredivisieclubs is ook het bevorderen van de onderlinge relaties tussen de andere koepelorganisaties een verantwoordelijkheid. Voor dit onderzoek is de verantwoordelijkheid



voor het commercieel exploiteren van de Eredivisie het meest van belang. Hiermee wordt onder andere bedoeld het verkopen van de uitzendrechten van de Eredivisie.

De tweede entiteit is de Eredivisie Media en Marketing, vanaf nu EMM. Om de exploitatie van de live-rechten gemakkelijker te maken werd in 2008 door de clubs unaniem besloten om een nieuwe weg in te slaan (KNVB Expertise, 2020). Er zou een eigen voetbalkanaal worden opgezet, genaamd Eredivisie Live. Met samenwerking van tv-producent Endemol kwam de EMM als nieuwe entiteit tot stand. In eerste instantie bestond deze joint venture uit de ECV (80%) en Endemol (20%). Door de jaren heen zou ook de KNVB een minderheidsbelang nemen in de EMM. De EMM houdt zich bezig met het exploiteren van alle commerciële eredivisie-rechten. Dit betreft zowel media, merchandising als sponsoring.

Ondanks het initiatief en de doelstellingen van de EMM daalden de opbrengsten van de exploitatie van de competitie na haar ontstaan. De hoofdoorzaak voor de daling in waarde van de competitie is dat Nederlanders gewend waren aan gratis voetbal kijken op de televisie (Koning, 2010). De live wedstrijden waren dan niet gratis te bekijken de samenvattingen wel. Dit was niet houdbaar voor de Eredivisie en haar clubs voor de lange termijn. In 2012 kwam hier verandering in. Het mediabedrijf Fox International Channels Inc. (Fox) haalde een meerderheidsbelang in de EMM van 51%. Fox betaalde in 2012 €1,02 miljard om voor een periode van twaalf jaar, seizoen 2013-2014 tot 2024-2025, de rechten van de Eredivisie te verkrijgen. Met als gevolg dat vanaf de ingang van seizoen 2013-2014 de Eredivisie €60 miljoen per jaar zou krijgen voor de rechten van de Eredivisie oplopend tot €100 miljoen in het laatste jaar van het contract (Van Rompuy, 2013). Niet alleen zorgde dit voor een financieel betere situatie van de Eredivisie in de toekomst. Ook kocht Fox de schuld ter waarde van ongeveer €60 miljoen over die de Eredivisie had opgespaard, tussen 2008 en 2012, met het mislukken van het eigen voetbalkanaal.

Alhoewel Fox een meerderheidsbelang in de EMM behaalde in 2012, is Fox vandaag de dag met zijn sportzenders niet meer op de Nederlandse televisie te zien. Dit heeft te maken met de overname door Disney van 21st Century Fox in maart 2019 (Joo, 2020). Dit heeft niet alleen gevolgen voor Hollywood en zijn kaskrakers, het raakte ook Nederland. De zenders van Fox heten vanaf 2021 ESPN. ESPN is een van de grote sportzenders in de Verenigde Staten, waar Disney de eigenaar van is. Voor de exploitatie van de Eredivisie is dit niet van belang, behalve dat er nu niet meer wordt gerefereerd naar Fox maar naar ESPN, wanneer het gaat over de eigenaar van de live-uitzendrechten van de Eredivisie.