



DSP

Procesmeting Persoonlijke Digitale Toegang (PDT)

Tegen racisme en discriminatie in
voetbalstadions

Auteurs: Thur Stadelmaier & Paul van Egmond

Contactgegevens

Juli, 2025

Thur Stadelmaier

tstadelmaier@dsp-groep.nl

0623863797

Paul van Egmond

pvanegmond@dsp-groep.nl

0616110884

De rechten van de foto op het voorblad zijn in handen van de KNVB.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	1
2. Onderzoeksmethode.....	4
3. Bevindingen	5
3.1 Twee frames.....	5
3.1.1 Service-frame.....	5
3.1.2 Veiligheid-frame	5
3.2 Impact keuze voor frame	5
3.2.1 Draagvlak supporters	5
3.2.2 Registratiegraad	6
3.2.3 Privacy	7
3.3 Communicatie	8
3.4 Technische hobbels	8
3.5 Effect op veiligheid.....	9
3.6 Uitkomsten supportersonderzoek	9
3.7 Overige meerwaarde BVO's	10
3.8 Doelbereik	10
4. Conclusie en aanbevelingen	11
4.1 Conclusie.....	11
4.2 Aanbevelingen.....	11
Bijlage 1: FastID.....	12

1. Inleiding

In februari 2020 lanceerden de KNVB, Eredivisie, Keuken Kampioen Divisie en de Rijksoverheid het aanvalsplan tegen racisme en discriminatie in het voetbal met de titel 'Ons voetbal is van iedereen - samen zetten we racisme en discriminatie buitenspel'¹. Dit plan bevat meer dan 20 maatregelen om racisme en discriminatie in zowel amateur- als professioneel voetbal in Nederland aan te pakken. Deze maatregelen zijn verdeeld in de pijlers 'Voorkomen', 'Signaleren' en 'Sanctioneren'. Onder de pijlers 'Voorkomen' en 'Signaleren' wordt onderzocht hoe slimme technologie kan bijdragen aan het beter registreren van discriminerende uitingen in voetbalstadions. Om dit te bevorderen, werd een Challenge georganiseerd waarin bedrijven werden uitgedaagd om innovatieve oplossingen te ontwikkelen. Een van de winnaars van deze Challenge is Siip, met hun Identity Based Access (IBA) technologie. Sinds april 2025 wordt IBA Persoonlijke Digitale Toegang genoemd, oftewel PDT. PDT koppelt de identiteit van stadionbezoekers aan toegangstickets, waardoor elke bezoeker kan worden geïdentificeerd. Dit staat in contrast met situaties waarin één persoon meerdere tickets koopt, en alleen die persoon bekend is bij de BVO.

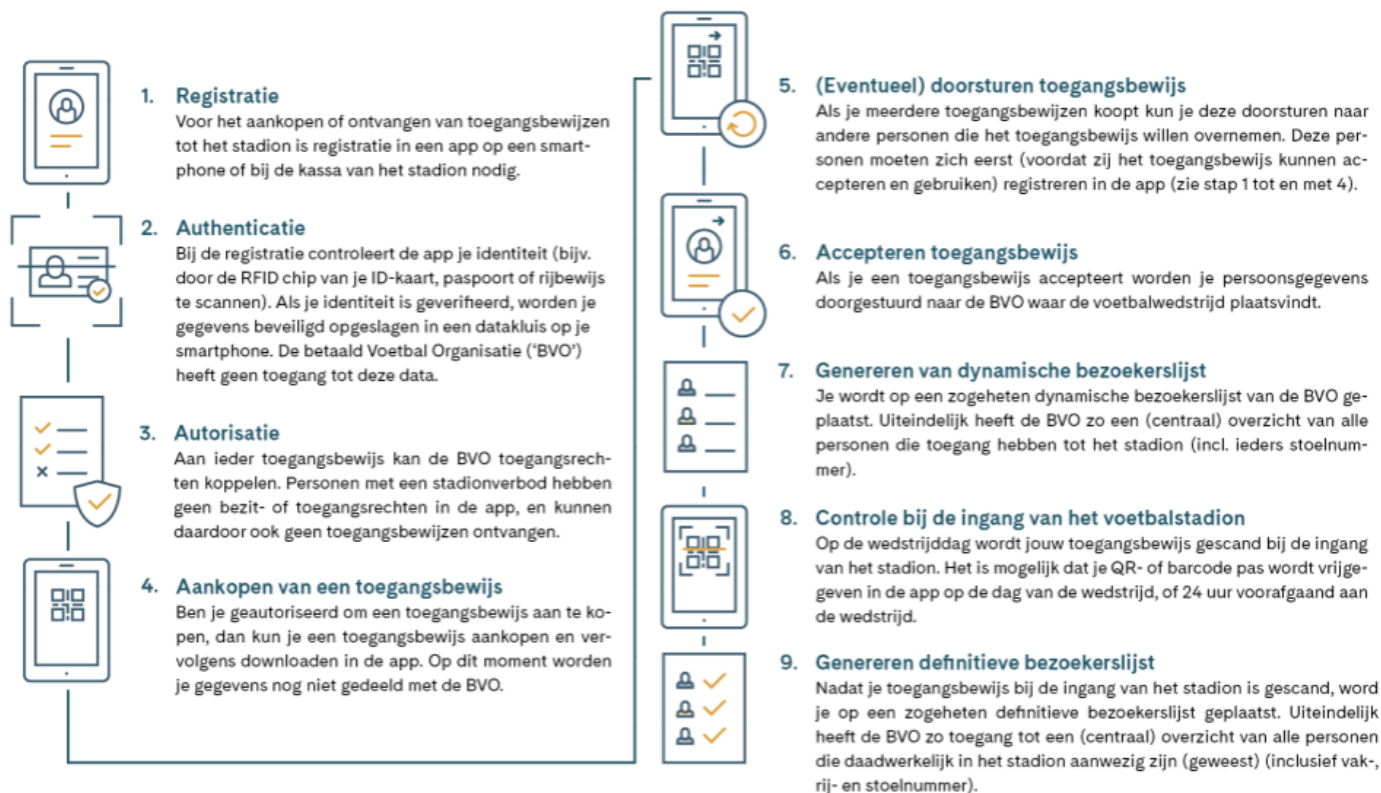
Definitie PDT

In april 2025 stelde de KNVB de volgende definitie op van PDT. Een PDT-toepassing voor BVO's betreft een digitale applicatie, of combinatie van applicaties, die:

1. op basis van het uitlezen van de RFID-, NFC-chip (of een andere techniek waarmee een gevalideerde foto kan worden gecreëerd), de identiteit van de gebruiker van de applicatie op een betrouwbare en veilige wijze valideert en decentraal opslaat (bijvoorbeeld in een datakluis) op de smartphone van de gebruiker;
2. de BVO in staat stelt om via de applicatie bezit- en toegangsrechten te verlenen aan gebruiker;
3. de gebruiker in staat stelt via de applicatie toegangsbewijzen voor voetbalwedstrijden aan te kopen, te beheren én door te sturen aan andere gebruikers;
4. (na acceptatie van het toegangsbewijs door de gebruiker) op automatische wijze een dynamische bezoekerslijst per wedstrijd genereert die voor de BVO toegankelijk is;
5. BVO's in staat stelt om bij de ingang van het voetbalstadion de geldigheid van het toegangsbewijs alsmede de identiteit van de bezoeker te kunnen controleren;
6. (na het scannen van het toegangsbewijs bij de ingang) op automatische wijze een definitieve bezoekerslijst per wedstrijd genereert op basis waarvan de BVO kan vaststellen welke personen zich daadwerkelijk in het stadion bevinden.

¹ Ons Voetbal Is Van Iedereen.

Werking Persoonlijke Digitale Toegang in het betaald voetbal

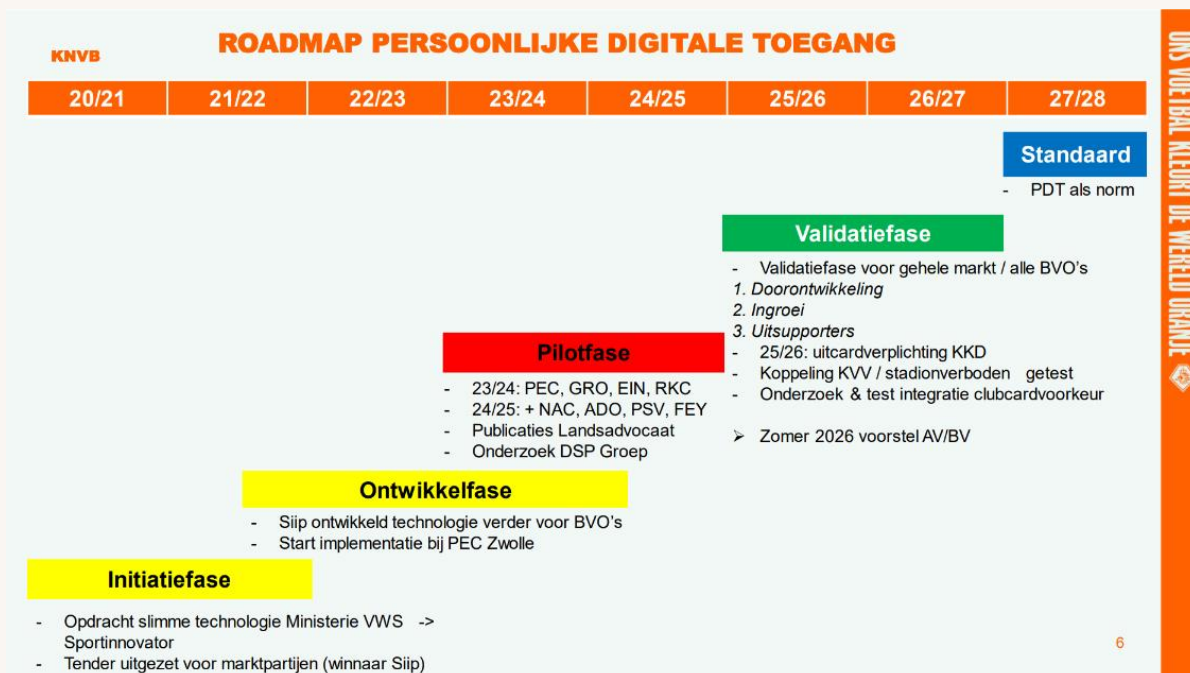


Doelen PDT

Met behulp van PDT kunnen Betaald Voetbal Organisaties (BVO's):

- 1) Supporters sneller en veiliger toegang geven tot het stadion;
- 2) Het gebruikersgemak voor supporters verhogen tijdens de aankoop en het delen van toegangskaarten;
- 3) Supporters met een stadionverbod effectiever weren;
- 4) Supporters sneller identificeren bij incidenten.

PDT biedt dus mogelijkheden op het gebied van marketing, ticketing en veiligheid. In juni 2025 hebben zeven BVO's deel uitgemaakt van de pilotfase van PDT. Het gehele proces van PDT staat in de onderstaande afbeelding.



KNVB en Sportinnovator hebben DSP-groep gevraagd om een proces- en effectevaluatie uit te voeren. In dit rapport bespreken we de resultaten van de procesmeting. Daarvoor beantwoorden we de volgende onderzoeksvragen:

- Hoe is de implementatie van PDT tot nu toe verlopen?
- Wat waren knelpunten en succesfactoren?

Leeswijzer

We starten in hoofdstuk 2 met een korte uiteenzetting van de door ons ingezette onderzoeksmethode. Vervolgens zetten we in hoofdstuk 3 de bevindingen van het onderzoek uiteen. Tot slot presenteren we in hoofdstuk 4 onze conclusies en aanbevelingen, daarbij gaan we in op de geleerde lessen zoals welke benadering een BVO het best kan gebruiken om PDT te implementeren.

2. Onderzoeksmethode

Voor de procesmeting hebben we bekeken hoe de implementatie en integratie van PDT bij de pilot-BVO's tot het moment van schrijven (juni 2025) is verlopen. Hiervoor hebben we zowel kwantitatieve als kwalitatieve data verzameld en geanalyseerd. We hebben data vanuit het jaarlijkse supportersonderzoek van de KNVB en gegevens van Siip over de registraties via PDT gebruikt voor de kwantitatieve analyse. Kwalitatieve data hebben we opgehaald met online interviews met betrokkenen van de volgende zeven BVO's² in de periode tussen februari 2025 en juni 2025:

- 1) ADO Den Haag
- 2) FC Eindhoven
- 3) FC Groningen
- 4) NAC Breda
- 5) PEC Zwolle
- 6) PSV Eindhoven
- 7) RKC Waalwijk

De betrokkenen waren medewerkers met de volgende functies:

- 1) Veiligheidscoördinatoren (4 personen)
- 2) Coördinatoren ticketing (2 personen)
- 3) Programmamanager PDT (1 persoon)
- 4) Coördinator Crowd Services (1 persoon)
- 5) Managers Marketing en Communicatie (3 personen)

We hebben twee supportersbijeenkomsten bezocht waar supporters geïnformeerd werden over de introductie van PDT. Siip was hier zelf ook bij aanwezig. Bovendien hebben we zelf ook enkele keren met Siip gesproken over de verwachtingen, uitdagingen en succesfactoren van PDT. Daarnaast hebben we met een adviseur Openbare Orde en Veiligheid van een gemeente gesproken over een verplichting ten aanzien van PDT. Ook spraken we de projectleider FastID van N.E.C. Nijmegen. N.E.C. maakt gebruik van FastID, een andere digitale toegangscontrole. In bijlage 1 geven we weer wat FastID inhoudt.

In de interviews hebben we onder andere gevraagd naar de stappen die genomen zijn bij de implementatie van PDT en succes- en faalfactoren hierbij. We zoomden verder in op het creëren van draagvlak onder de supporters en te verwachten resultaten van PDT met betrekking tot veiligheid en gebruikersgemak.

² In de roadmap op pagina 2 staat ook Feyenoord genoemd als een van de deelnemende BVO's aan de pilot. Feyenoord startte in seizoen 2024-2025 met de implementatie van PDT onder personeelsleden om zo de technische haalbaarheid en robuustheid van het systeem te testen. Omdat er (nog) geen implementatie onder supporters plaatsvond is ervoor gekozen Feyenoord niet mee te nemen in deze evaluatie.

3. Bevindingen

In dit hoofdstuk bespreken we de bevindingen uit de kwantitatieve en kwalitatieve analyse. Welke insteek hebben BVO's gebruikt, wat zijn de voordelen en knelpunten van deze benaderingen en hoe communiceer je als BVO het effectiefst over PDT? Ook kijken we naar de technische hobbels van PDT: waar zijn BVO's tegenaan gelopen als het gaat om de technische implementatie van PDT?

3.1 Twee frames

De deelnemende BVO's benutten twee verschillende frames om PDT te introduceren onder supporters: service en veiligheid.

3.1.1 Service-frame

Het service-frame benadrukt PDT als instrument waarmee gebruikers (voetbalsupporters) met meer gemak, service en toegankelijkheid het stadion binnenkomen. Zo zorgt PDT ervoor dat supporters:

- 1) met een druk op de knop hun tickets kunnen delen met anderen;
- 2) hun digitale ticket altijd bij de hand hebben;
- 3) sneller en makkelijker het stadion kunnen betreden;
- 4) sneller en makkelijker geïnformeerd kunnen worden over updates van de wedstrijden, hun club of andere relevante informatie.

Deze voordelen voor de supporters waren onderdeel van de communicatie over PDT van de BVO's die het service-frame hanteerden.

3.1.2 Veiligheid-frame

Met het veiligheid-frame geven BVO's aan dat zij met PDT de veiligheid in het voetbalstadion beter kunnen waarborgen dan voorheen. Argumenten hiervoor zijn dat mensen minder snel geneigd zijn de regels te overtreden als zij zich niet anoniem wanen, dat personen met een stadionverbod effectiever geweerd kunnen worden uit het stadion en dat - door gebruik te maken van een gastenlijst met pasfoto's - personen die de regels overtreden sneller gesignaleerd en opgespoord kunnen worden. De BVO weet door deze gastenlijst immers precies wie er in het stadion zit.

3.2 Impact keuze voor frame

Nu we weten welke twee frames BVO's gebruikten in hun communicatie over PDT, bespreken we welke invloed de frames hebben. De gesprekken met de BVO's lieten namelijk zien dat de verschillende frames verschillende gevolgen hadden voor de implementatie. Hieronder bespreken we voor een aantal thema's welke invloed het gekozen frame had.

3.2.1 Draagvlak supporters

BVO's die het veiligheid-frame gebruikten, zagen minder draagvlak voor PDT onder de supporters dan BVO's die het service-frame hanteerden. Deze laatste groep ervaarde enthousiasme en steun van hun achterban voor de implementatie van PDT, terwijl supporters van BVO's die het veiligheidsframe hanteerden veel weerstand ondervonden van supportersacties en berichten in de (sociale) media. Bij het veiligheid-frame werd de inbreuk op de privacy van supporters aangevoerd. Bij BVO's die al

beschikten over een clubapp ontstond er sneller draagvlak voor PDT. Dat kwam doordat PDT een onderdeel van de clubapp werd waardoor de verandering voor supporters relatief beperkt was:

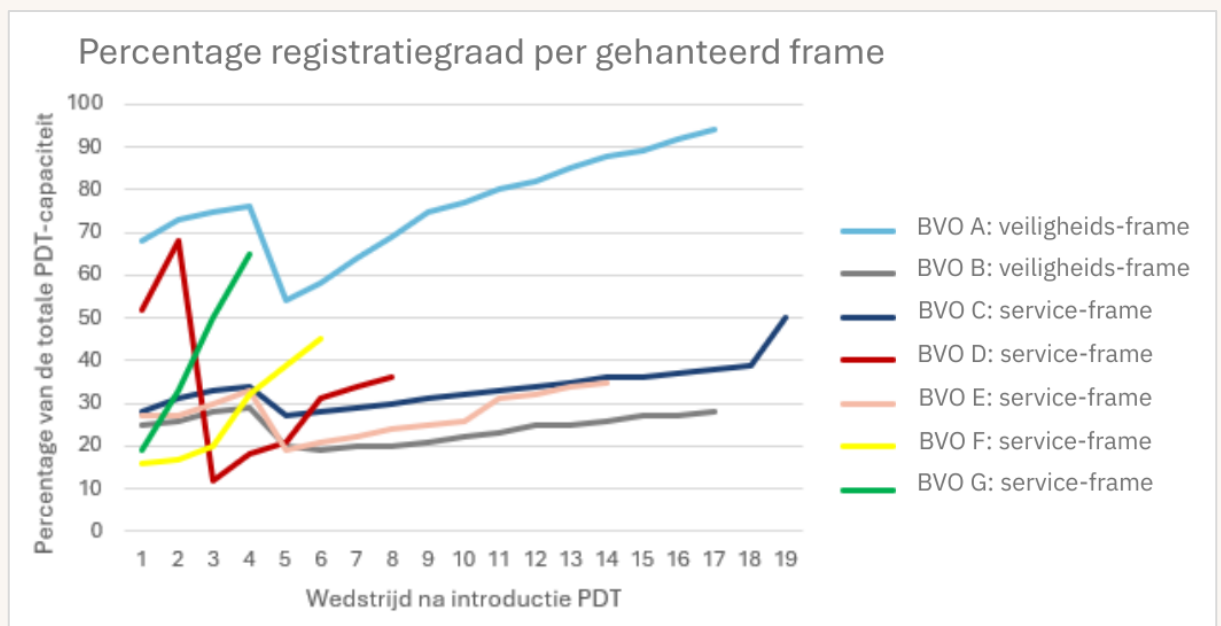
“De app is al aanwezig, PDT is daar een klein onderdeel van. De verandering is dus minder groot.”

3.2.2 Registratiegraad

De registratiegraad laat zien welk percentage van de supporters zich met zijn of haar identiteit heeft geregistreerd via PDT. Om te beginnen is het belangrijk om in het achterhoofd te houden dat het aantal personen dat de gestimuleerd werd zich te registreren via PDT niet constant was bij de deelnemende BVO's. BVO's introduceerden PDT altijd 'vak voor vak', de totale PDT-capaciteit nam dus stapsgewijs toe en dat zorgt voor schommelingen in de registratiegraad. Na de introductie van een nieuw vak daalt de registratiegraad vaak, omdat de totale PDT-capaciteit toeneemt, maar het aantal geregistreerde supporters vaak niet navenant. Er is echter niet geregistreerd wat de totale PDT-capaciteit per BVO per wedstrijd was. Daardoor is het lastig te bepalen of een schommeling in registratiegraad komt door een grotere PDT-capaciteit, of door een afname in registraties (supporters kunnen de app ook weer verwijderen waardoor hun registratie ook vervalt). Niet elke BVO begon op hetzelfde moment met het introduceren van PDT. Hierdoor heeft bijvoorbeeld één BVO in het seizoen 2024/2025 vier wedstrijden gehad waarbij supporters zich via PDT hebben kunnen registreren, en een andere BVO negentien wedstrijden. BVO's die later PDT introduceerden, hebben kunnen leren van de knelpunten en succesfactoren van de BVO's 'van het eerste uur'. Dit heeft waarschijnlijk invloed gehad op de registratiegraad van PDT bij sommige BVO's.

In grafiek 1 zien we de ontwikkeling van de registratiegraad van PDT bij de BVO's. Het gaat hier om hoe snel het percentage geregistreerde supporters toeneemt. Het gaat dus om de steilheid van de lijn en niet om de hoogte van de lijn: zo was de BVO met de hoogste lijn (veiligheid 1) al twee seizoenen bezig met de implementatie van PDT en zijn de andere BVO's pas gedurende seizoen 2024-2025 gestart met de implementatie.

Grafiek 1: Percentage PDT-geregistreerde supporters van de totale PDT-capaciteit in het stadion per club per frame



We zien voor de meeste BVO's een gestage procentuele toename van supporters die zich geregistreerd hebben. Elke BVO heeft een dip in registraties gehad, hoogstwaarschijnlijk door de introductie van nieuwe vakken. Daarnaast zien we dat geen BVO een honderd procent registratiegraad heeft bereikt. De meeste BVO's zitten nog onder de vijftig procent van de PDT-capaciteit.

Wat opvalt, is dat we bij de meeste BVO's die het service-frame hanteerden, op sommige momenten een steilere lijn zien dan de BVO's die vanuit het veiligheid-frame communiceerden. Daar waren dus grotere procentuele toenames te zien in PDT-registraties. Dit suggereert dat supporters zich sneller registreren wanneer BVO's de service van PDT benadrukten dan wanneer het op veiligheid ingestoken werd. Ook zien we bij BVO's die in minder wedstrijden gebruik hebben gemaakt van PDT – omdat ze later gestart zijn met de introductie van PDT – grotere procentuele toenames in registraties van PDT dan bij BVO's die eerder startten en in meer wedstrijden gebruik hebben gemaakt van identificatie via PDT.

Voorafgaand aan het seizoen 2024-2025 hebben alle pilot-BVO's doelen geformuleerd voor de registratiegraad van PDT. De doelen varieerden tussen 50 procent en 95 procent aan het eind van seizoen 2025-2026. Eén deelnemende BVO's heeft het beoogde percentage behaald, deze BVO had de doelstelling dat vijftig procent van de seizoenkaarthouders zich moest registreren via PDT. BVO's die dit percentage hoger hadden liggen, haalden hun doelstelling niet. Uiteindelijk wilden alle BVO's in seizoen 2024-2025 het fundament leggen voor hun digitale ticketing in seizoen 2025-2026 en dat doel is volgens alle BVO's gehaald.

3.2.3 Privacy

Privacy is een belangrijk onderwerp bij het implementeren van PDT. De gevalideerde identiteit van de bezoeker wordt decentraal opgeslagen in de applicatie op de smartphone. De BVO kan niet bij deze gegevens in de app, maar ontvangt slechts een dynamische en vervolgens definitieve bezoekerslijst met de naam, geboortedatum, vak-, rij- en stoelnummer van de bezoeker³. Deze bezoekerslijst wordt automatisch verwijderd na afloop van de wedstrijd. De BVO en Siip hebben een *Data Protection Impact Assessment* uitgevoerd, *privacy by design* én beveiligingsmaatregelen geformuleerd die de gegevens van de supporter beschermen. De gegevens op de definitieve bezoekerslijst worden niet met derden gedeeld, tenzij dit strikt noodzakelijk is om een incident af te handelen of om te voldoen aan de vordering van de politie of het OM ten behoeve van een strafrechtelijk onderzoek.⁴

Deze maatregelen ter bescherming van de privacy hebben niet voorkomen dat een aantal BVO's weerstand ervaarde onder supporters met als argument een inbreuk op hun privacy. Wanneer BVO's het veiligheid-frame gebruikten, ervaarde zij op dit onderwerp relatief veel weerstand. BVO's die het gebruikersgemak-frame gebruikten, kwamen deze weerstand niet of nauwelijks tegen. Mogelijk

³ KNVB - De inzet van Persoonlijke Digitale Toegang binnen het betaald voetbal (april 2025)

⁴ De bezoekerslijst wordt (geautomatiseerd) verwijderd binnen een redelijke termijn na afloop van de wedstrijd. Het staat de BVO vrij om een redelijke termijn te kiezen. De AVG bevat geen concrete bewaartermijn. Het verdient aanbeveling om de bewaartermijn van de bezoekerslijst even lang te bewaren als de camerabeelden, zodat incidenten effectief kunnen worden onderzocht. Voor camerabeelden geldt een gebruikelijke bewaartermijn van ten hoogste 28 dagen. Persoonsgegevens die samenhangen met een incident kunnen uiteraard langer door de BVO worden bewaard (in ieder geval tot afhandeling van het incident).

werden supporters herinnerd aan potentiële problemen met hun privacy wanneer de BVO de veiligheidsvoordelen van PDT benoemde.

“Supporters kwamen naar ons toe en zeiden: “Ik hoef toch niet mijn ID-kaart te laten zien als ik naar een potje voetbal ga?” Mensen houden er niet van om het gevoel te hebben dat ze in de gaten gehouden worden.”

3.3 Communicatie

Het frame om PDT te communiceren is het belangrijkste onderdeel van de communicatie richting supporters. Naast het frame, is op maat gemaakte communicatie belangrijk om supporters goed te bereiken. Uit de procesmeting bleek dat BVO's gerichte communicatie over PDT inzetten, bijvoorbeeld in de vorm van filmpjes waarin supporters met het clubtenue via PDT het stadion betraden. Dit soort communicatie, waarin BVO's hun 'eigen sausje' gebruikten, ervoeren zij als een effectief middel om supporters in te lichten. Alle BVO's organiseerden supportersbijeenkomsten om hen te informeren, bijvoorbeeld bij de introductie van een nieuw vak voor PDT. BVO's vonden het daarnaast belangrijk om een uitgebreide Q&A op hun website te plaatsen om supporters met vragen over PDT te kunnen helpen. Ook gaven BVO's aan dat mond-tot-mond-communicatie tussen supporters zorgde voor een grote verspreiding van informatie over PDT. Het gekozen frame van de BVO was daarvoor belangrijk, omdat het de basis vormde voor waar de supporters over praatten. Tot slot plaatsten sommige BVO's op wedstrijddagen informatietenten waar supporters terecht konden met vragen over toegang tot het stadion. Er was een grote toeloop naar deze tenten.

3.4 Technische hobbels

Tijdens onze gesprekken gaf een aantal BVO's aan dat er technische hobbels genomen moesten worden tijdens de pilot, bijvoorbeeld bij het maken van een koppeling met de ticketeer. Er zijn verschillende ticketeers actief bij de deelnemende BVO's en daarom moest geïnvesteerd worden in de juiste koppeling met PDT en dat kostte in veel gevallen tijd. Ook bleek het lastig om parkeerkaarten te koppelen aan unieke tickets. Stadionverboden kunnen op dit moment wel gekoppeld worden aan de koper van tickets, maar niet aan de bezoeker. Dat wil zeggen: een koper kan via PDT een kaart kopen en deze vervolgens delen met een persoon met een stadionverbod die vervolgens met de kaart het stadion in kan. Alle betrokken stakeholders (KNVB, Sportinnovator en Siip) werken op dit moment aan de technische voorwaarden om dit mogelijk te maken.

De ontwikkeling van de dynamische en definitieve gastenlijst⁵ vroeg om aandacht. Deze gastenlijst bleek in het begin van het seizoen 2024-2025 een aantal functionaliteiten te missen waar BVO's behoefte aan hadden. Zo was er de wens vanuit BVO's om naar specifieke supporters te kunnen zoeken in de gastenlijst middels CRM-nummer van de Ticketeer, e-mail, event en/of barcode. Hiermee moest handmatig doorzoeken dan de gastenlijst worden voorkomen. Uit een gesprek met Siip (24-06-2025) bleek dat alle zoekfuncties die de BVO's wensten, succesvol in de gastenlijst zijn geïmplementeerd⁶.

Een ander obstakel dat BVO's tegenkwamen was het helpen van supporters met vragen of problemen. Sommige vragen konden BVO's zelf niet beantwoorden, omdat ze geen toegang hadden

⁵ Na het accepteren van een toegangsbewijs wordt de persoon op een dynamische gastenlijst geplaatst, na het scannen van het toegangsbewijs wordt de persoon op een definitieve gastenlijst geplaatst.

⁶ Het zoeken via de barcode stuitte bij een aantal BVO's nog wel op moeilijkheden, dit was afhankelijk van de mogelijkheden tot integratie met de ticketeer.

tot de backoffice van PDT. Daardoor moest er veel geschakeld worden tussen BVO's en Siip, wat arbeidsintensief was, met name voor een aantal BVO's dat als eerste gestart was met de implementatie van PDT.

Tijdens de pilot is PDT verder doorontwikkeld in de verschillende contexten van de BVO's. Belangrijk daarbij is dat de samenwerking met Siip over het algemeen als positief ervaren werd. Siip ondersteunde BVO's goed in het oplossen van de problemen, kwam langs bij supportersavonden om supporters te informeren over PDT en kwam langs bij de stadions op wedstrijddagen om te observeren hoe de toegang met PDT verliep.

3.5 Effect op veiligheid

PDT is geïntroduceerd met als primair doel racisme en discriminatie in voetbalstadions tegen te gaan en de stadions veiliger te maken. Aan het eind van het seizoen 2025-2026 houden we een effectmeting en kijken we of dit doel behaald wordt. Uit deze procesmeting blijkt dat er verdeeldheid is onder BVO's over het effect van PDT op de veiligheid in voetbalstadions. Een aantal BVO's ziet PDT als noodzakelijk hulpmiddel voor het sneller identificeren van personen tijdens en na afloop van incidenten. Ook is de verwachting dat stadionverboden in de toekomst beter gehandhaafd kunnen worden. Zij geven daarnaast aan dat PDT zorgt voor positieve bezoekerservaringen, wat de kans op misdragingen van supporters vermindert.

Andere BVO's geven aan weinig invloed van PDT te verwachten op de veiligheid, omdat daders van incidenten vrijwel altijd onherkenbaar incidenten plegen en mensen die kwaad willen doen vaak een manier vinden om dit toch wel te doen. Ook ziet deze groep dat PDT verder ontwikkeld moet worden met 100 procent foto-controle bij de ingang om effect te kunnen sorteren. Die controle wordt op dit moment niet realistisch geacht gezien de korte tijd waarin een grote hoeveelheid mensen het stadion in moet.

“Er is bijna niemand die volledig herkenbaar fakkels afsteekt”

3.6 Uitkomsten supportersonderzoek

In het jaarlijkse supportersonderzoek van de KNVB zijn drie vragen gesteld over PDT.

Gemak delen digitaal ticket

Gemiddeld gaven supporters van de deelnemende BVO's een 6,3 als rapportcijfer. Het laagste cijfer (4,6) werd gegeven door supporters van een BVO met een veiligheidsframe en het hoogste cijfer (7,5) door een BVO met een service-frame.

Open staan voor gebruik digitaal ticket

Deze vraag is relevant voor supporters van BVO's die geen PDT gebruiken. Met een gemiddeld cijfer van 7 lijken deze supporters open te staan voor het gebruik van digitale tickets.

Toegangscontrole met digitaal ticket

Supporters beoordelen de toegangscontrole met een digitaal ticket met een gemiddeld cijfer van 6,5, uiteenlopend van een 4,8 (veiligheids-frame) tot een 7,6 (service-frame).

3.7 Overige meerwaarde BVO's

BVO's geven aan dat zij door het gebruik van PDT op verschillende vlakken meerwaarde ervaren:

- Er hoeven geen fysieke passen/tickets meer uitgegeven te worden;
- PDT biedt verschillende marketingmogelijkheden, zoals Man of the Match-verkiezingen, digitale toegang tot de fanshop, het uitbreiden van sponsormogelijkheden en het organiseren van loyaliteitsprogramma's;
- Met PDT kan de BVO de fanbeleving stimuleren, zoals het makkelijk kunnen delen van content met supporters.

3.8 Doelbereik

We hebben gekeken in hoeverre de vier doelen van PDT op dit moment bereikt worden. Richting het einde van seizoen 2025-2026 houden we een effectmeting omdat bij een aantal BVO's dan – naar verwachting – een heel groot deel of alle supporters het stadion binnenkomen met PDT. Tijdens de effectmeting kijken we naar het effect van het gebruik van PDT op de veiligheid in stadions. Hier lopen we de vier doelen langs.

1. Supporters sneller en veiliger toegang geven tot het stadion

Over dit doel kunnen we aan de hand van deze procesmeting geen uitspraken doen.

2. Het gebruikersgemak voor supporters verhogen tijdens de aankoop en het delen van toegangskaarten

Uit de gesprekken met de BVO's blijkt dat supporters die PDT gebruiken meer gebruikersgemak ervaren, met name tijdens het delen van toegangskaarten, uit de registratie blijkt dat dit in de praktijk ook regelmatig gebeurt.

3. Supporters met een stadionverbod effectiever weren

Personen met een stadionverbod kunnen met PDT geen kaart kopen. Op dit moment kan een persoon zonder stadionverbod nog wel een kaart kopen met PDT en deze delen met een persoon die een stadionverbod heeft. De koppeling tussen de lijst met stadionverboden en personen met wie een kaart gedeeld wordt moet nog gemaakt worden.

4. Supporters sneller identificeren bij incidenten

De meeste BVO's geven aan er vertrouwen in te hebben dat dit na implementatie van PDT met behulp van de gastenlijst sneller zal gaan.

4. Conclusie en aanbevelingen

In dit hoofdstuk bespreken we de conclusies van de procesmeting en doen we aanbevelingen voor de BVO's die PDT in seizoen 2025/2026 willen introduceren.

4.1 Conclusie

Uit de procesmeting blijkt dat BVO's die het service-frame hanteerden in hun communicatie over PDT, op meer draagvlak konden rekenen van de supporters dan BVO's die het veiligheid-frame gebruikten. Deze laatste groep gaf ook aan dat het slimmer was geweest om een andere benadering te gebruiken:

“We zijn begonnen met de verkeerde afslag, namelijk door in te steken op veiligheid.”

Elke BVO zag een stijging in registraties van PDT in de wedstrijden na de introductie. We zien een grotere stijging per wedstrijd bij een aantal BVO's dat het service-frame hanteerde dan bij de BVO's die het veiligheid-frame gebruikten. Ook zien we dat BVO's die PDT later introduceerden dan hun collega-BVO's – grotere stappen maakten in de registratiegraad. Over het algemeen waren dit de BVO's die de lessen van de eerste BVO's meenamen door het service-frame te hanteren. Uiteindelijk hebben alle BVO's in het afgelopen seizoen de basis kunnen leggen voor een hun digitale ticketing in seizoen 2025-2026.

De procesmeting laat zien dat gerichte communicatie belangrijk is om het eigen publiek te bereiken. Met gerichte, op maat gemaakte-communicatie kan een positief beeld van PDT gecreëerd worden. Dit beeld heeft vervolgens invloed op hoe supporters onderling over PDT praten. Deze mond-tot-mond-communicatie is erg belangrijk voor het ontstaan van draagvlak voor PDT onder de supporters.

Tijdens de pilot liep een aantal BVO's tegen technische hobbels aan. Dat is logisch gezien het feit dat PDT bij BVO's in verschillende contexten – zoals verschillende ticketeers of verschillende club-apps werd geïmplementeerd. Vele hobbels zijn genomen, bijvoorbeeld het implementeren van de zoekfuncties in de gastenlijst. Aan een aantal wordt nog gewerkt, zoals de sluitende koppeling met stadionverboden. De samenwerking met Siip werd door de BVO's als positief ervaren.

4.2 Aanbevelingen

We adviseren nieuwe BVO's bij de introductie van PDT in gesprek te gaan met (vertegenwoordigers van) supporters en de communicatie te richten op het gebruiksgemak dat supporters zullen ervaren, zoals het delen van tickets en de fanbeleving. Daarbij is het slim om op maat gemaakte-content te maken, zodat supporters zich direct aangesproken voelen. Het is wel belangrijk om aandacht te besteden aan veiligheid en privacy, aangezien dit een wezenlijke onderdelen zijn van PDT, vanuit ethisch oogpunt kunnen BVO's deze niet buiten beschouwing laten. Ook adviseren we nieuwe BVO's om contact te leggen met de pilot-BVO's en nauw contact met Siip te onderhouden. Door gebruik te maken van bestaande kennis en ervaring met het proces kunnen nieuwe BVO's zorgen voor een effectieve en efficiënte implementatie van PDT.

Bijlage 1: FastID

Een andere vorm van PDT wordt gebruikt door N.E.C. Nijmegen en heet FastID, hier volgt een beknopte omschrijving.

- FastID is een identiteitsverificatiesysteem dat door N.E.C. Nijmegen wordt gebruikt om de veiligheid en privacy van hun supporters te waarborgen. In plaats van persoonlijke gegevens centraal op te slaan, maakt FastID gebruik van een technologie die bekendstaat als 'self-sovereign identity'. Dit betekent dat gegevens van de gebruiker alleen op het eigen apparaat worden opgeslagen en niet toegankelijk zijn voor derden, inclusief N.E.C. en FastID zelf. Supporters die een clubcard of een seizoenkaart willen aanschaffen dienen zich via de FastID-app te identificeren. Dit proces omvat het scannen van een identiteitsdocument en het uitvoeren van een 'liveness-check' door middel van een selfie. Na succesvolle verificatie wordt een versleutelde code aangemaakt die gekoppeld is aan de digitale identiteit. Wanneer supporters zich via FastID hebben geregistreerd en deze versleutelde code hebben, hebben ze de mogelijkheid om het Goffertstadion te betreden. Daarnaast hebben supporters ook de mogelijkheid om toestemming geven om via gezichtsherkenning het stadion te betreden. Bij toegang tot het Goffertstadion wordt dan het gezicht van de kaarthouder gescand en vergeleken met de versleutelde code, waardoor iemand ook zonder fysiek toegangsbewijs het stadion kan betreden.
- Voordat N.E.C. FastID gebruikte, moesten seizoenkaarthouders een account aanmaken in Tymes4. Daarna moesten supporters een kopie van hun paspoort of ID via e-mail naar N.E.C. sturen, waarna N.E.C. registreerde dat deze persoon geïdentificeerd was. Dit proces loopt nu veel veiliger via FastID.
- Het concept werd als pilot gedraaid bij de businesstribune. Op 8 mei 2022 konden voor het eerst N.E.C.-supporters via gezichtsherkenning het Goffertstadion betreden. De pilot verliep naar wens en aan het eind van het seizoen 2024-2025 kon het gehele stadion met FastID naar binnen. In de zomer van 2024 heeft N.E.C. alle clubcardhouders en seizoenkaarthouders die niet via FastID geïdentificeerd was (en dus op de oude manier was geïdentificeerd) laten weten dat ze niet meer correct geïdentificeerd waren. Al deze personen moesten zich opnieuw identificeren via FastID. Wanneer iemand niet via FastID geïdentificeerd is, kan hij of zij geen clubcard of seizoenkaart kopen. Zij zouden nog wel via anderen aan tickets kunnen komen. De identificatie via FastID is namelijk niet direct gekoppeld aan de toegang tot het stadion (zie volgende punt).
- Een clubcardhouder of seizoenkaarthouder kan meerdere tickets kopen op zijn naam. N.E.C. heeft de mogelijkheid om deze optie uit het systeem te halen. Ze doen dit vooralsnog niet, aangezien N.E.C. niet wil dat bijvoorbeeld minderjarige supporters zich moeten identificeren. Ze willen een toegankelijke volksclub zijn. Indien de wens van de KNVB of de overheid is dat wel iedereen zich moet identificeren, kan N.E.C. dit inschakelen.
- N.E.C. ervoer bij de implementatie van FastID weinig weerstand vanuit supporters. Reden hiervoor was onder andere het 'droomseizoen' van de BVO, waarin het de bekerfinale haalde en play-offs voor Europa speelde. Maar ook de communicatie werd als succesfactor genoemd. FastID zou veiliger zijn dan de oude manier waarop persoonsgegevens opgeslagen waren: *"Vroeger lagen hier stapels met papieren van jullie, FastID is beter en veiliger. Als er nu een crimineel het stadion inbreekt, hebben ze niks."* De Algemeen Directeur van N.E.C. heeft een persoonlijke video gemaakt over FastID.
- Supporters (zowel seizoenkaarthouders als clubkaarthouders) doorlopen idealiter twee stappen in FastID. De eerste stap is dat zij zich met hun identiteit registreren in de app. De tweede stap is dat ze toestemming geven voor gezichtsherkenning. Deze tweede stap is optioneel voor supporters die met gezichtsherkenning het stadion willen betreden. Als supporters toestemming hebben gegeven voor gezichtsherkenning, hebben zij de

mogelijkheid om zowel via het ticket op hun telefoon als via gezichtsherkenning het stadion te betreden.

- Aan het eind van seizoen 2024-2025 hebben 7.700 N.E.C.-supporters zich geïdentificeerd met FastID. In het systeem wordt niet geregistreerd of deze supporters vervolgens een clubcard of een seizoenkaart hebben gekocht. 6.000 hiervan hebben toestemming aanstaan om gezichtsherkenning te gebruiken voor de toetreding tot het stadion. Ongeveer 2.000 supporters betreden het Goffertstadion ook daadwerkelijk via gezichtsherkenning.
- Mensen met een stadionverbod kunnen door FastID geen tickets voor N.E.C. kopen. Zij kunnen namelijk geen account aanmaken in Tymes4.

DSP-groep BV

Van Diemenstraat 410
1013 CR Amsterdam
+31 (0)20 625 75 37

dsp@dsp-groep.nl
KvK 33176766
www.dsp-groep.nl

Als onafhankelijk bureau ondersteunen wij ministeries, provincies en gemeenten en maatschappelijke organisaties met toegankelijke en toepasbare onderzoeksresultaten en adviezen. Wij moedigen onze medewerkers aan om te doen waar zij goed in zijn en zich hierin te blijven ontwikkelen. Waar mogelijk werken wij samen met vaste freelancers en organisaties met aanvullende expertise en kwaliteiten.

Om nieuwe perspectieven en positieve energie te bieden, leggen wij verbinding tussen de verschillende thema's waarop wij werken en bewegen wij ons voortdurend tussen verschillende werelden. Goed beleid is inclusief en neemt verschillende soorten kennis mee. Onze kracht ligt in onze gedrevenheid, betrokkenheid en een frisse, onafhankelijke blik.

Wat we doen

DSP-groep zorgt voor gedegen kennis, nieuwe perspectieven en positieve energie in complexe maatschappelijke opgaven. Wij ontwikkelen advies en beleid vanuit en voor de mensen om wie het gaat. Advies en beleid waar onze opdrachtgevers graag mee verder gaan. Advies en beleid dat werkt.

Meer weten

Neem vrijblijvend contact met ons op voor meer informatie of om een afspraak te maken. Bezoek onze website www.dsp-groep.nl voor onze projecten.