

RETOURADRES postbus 184 | 2501 CD Den Haag

Aan mevrouw drs E.I. Schippers
Minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
Postbus 20350
2500 EJ Den Haag

10 mei 2017 | Aanbieding analyserapport 'Nederland op de kaart'

Geachte mevrouw Schippers,

Met gepaste trots bieden wij u namens de Nederlandse Sportraad (NLsportraad) ons analyserapport 'Nederland op de kaart' aan.

Dit rapport is het resultaat van een uitgebreide analyse van de organisatie van 25 grote sportevenementen in Nederland. De organisatoren van deze sportevenementen zijn zeer open geweest over hun evenementen en hebben ons van waardevolle informatie voorzien. Daarnaast hebben partijen als gemeenten, sportbonden, media en wetenschappers bijgedragen aan de totstandkoming van het rapport. Wat de raad betreft is op deze manier een gedegen beeld ontstaan over de kansen en belemmeringen voor grote sportevenementen in Nederland.

Wij hopen dat de resultaten en conclusies uit onze analyse nu al van nut kunnen zijn voor beleid en praktijk. De resultaten van de analyse vormen de basis voor de adviezen die raad zal uitbrengen om de organisatie van grote sportevenementen verder te versterken. De raad zal in de loop van dit en volgend jaar adviseren over:

- de beleving, de economische en maatschappelijke impact van grote sportevenementen;
- de governance, financiering en kennisdeling bij grote sportevenementen;
- de evenementenkalender en het beleidskader van VWS;
- (desgevraagd) subsidieaanvragen van toekomstige grote sportevenementen.

Met vriendelijke groet,

namens de Nederlandse Sportraad,

Michael van Praag,
voorzitter

Mariëtte van der Voet,
secretaris

DATUM

10 MEI 2017

KENMERK

1133524-163773

ADRES

Postbus 184
2501 CD Den Haag

TELEFOON

+31 70 340 72 73

E-MAIL

secretariaat@NLsportraad.nl

WEBSITE

www.nederlandse-sportraad.nl

Nederland op de kaart

Analyse van 25 grote
sportevenementen
in Nederland



Nederland op de kaart

Analyse van 25 grote
sportevenementen
in Nederland

Voorwoord

Bij de oprichting van de Nederlandse Sportraad (NLsportraad) vroeg minister Schippers ons om advies te geven over de balans, het rendement, de impact en de samenwerking rond grote sportevenementen. Om gegronde adviezen te kunnen geven, heeft de NLsportraad eerst een analyse gemaakt van een aantal van deze grote sportevenementen. Het resultaat daarvan vindt u bijgaand.

Wat mij het meest is opgevallen - naast het grote enthousiasme - is de hoge mate van professionaliteit bij de organisatie van evenementen. Aan organiserend vermogen ontbreekt het ons niet in Nederland. Nederland kan inmiddels bogen op een prachtig track record van evenementen die zich mondiaal onderscheiden door het vernieuwende karakter, het hoge gehalte aan entertainment en de goede inbedding in de lokale omgeving. Evenementen zijn toegankelijk en worden gewaardeerd door een groot publiek.

Uiteraard signaleert de NLsportraad daarnaast nog een aantal vraagstukken die het waard zijn om verder uit te werken, en waarover de NLsportraad (later dit jaar) zal adviseren. Evenementenorganisatoren worstelen soms met hun businesscase, sportbonden hebben te maken met een weerbarstige internationale context, het beleid van overheden is niet altijd congruent, de inzet van bedrijven wisselt sterk en media-aandacht is van tevoren lang niet altijd zeker. Evenementen zijn soms nog teveel alleen een lokale aangelegenheid en er is reden om te geloven dat de impact van evenementen kan worden verbeterd.

In onze zoektocht naar de ingrediënten voor gezonde en betekenisvolle evenementen hebben we gesproken met de organisatoren van 25 grote sportevenementen en een aantal partners van deze evenementen. Ook hebben we bijeenkomsten bijgewoond, eigen sessies georganiseerd, rapporten gelezen en evenementen bezocht. Overal hebben mensen hun expertise en ervaring open en eerlijk met ons gedeeld. Graag wil ik hen daarvoor bedanken, want zonder dat was deze analyse niet tot stand gekomen.

Michael van Praag
voorzitter Nederlandse Sportraad

Meer informatie over de Nederlandse Sportraad vindt u op www.nederlandse-sportraad.nl.



Inhoud

Voorwoord	5
Samenvatting	9
1 Aanleiding	13
1.1 Vraag van de minister van VWS	13
1.2 Nederlandse Sportraad	15
1.3 Werkprogramma 2017	15
2 Werkwijze	17
2.1 Steekproef	17
2.2 Gesprekken, factsheets en rapporten	19
2.3 Evenementenbezoeken en bijeenkomsten	19
2.4 Vaststelling van dit rapport	21
3 Bevindingen	23
3.1 Vooraf	23
3.2 Context	23
3.3 Bereik en beleving	27
3.4 Organisatie	31
3.5 Strategie	33
3.6 Proces	37
3.7 Businesscase	39
3.8 Impact	45
3.9 Randvoorwaarden	51
3.10 Samenwerking en kennisdeling	55
3.11 Kennisontwikkeling	57
4 Lessen	59
5 Wensen	63
5.1 Sport Toekomst Verkenningen	63
5.2 Wensen uit de praktijk	64
6 Conclusies	67
6.1 Waarde en impact van sportevenementen	67
6.2 Organisatie en proces	68
6.3 Business case en financiering	69
6.4 Overheidsbeleid	70
Verantwoording	73
Bijlage 1 Overzicht door VWS gesubsidieerde grote sportevenementen	77
Bijlage 2 Overzicht van hallmark sportevenementen	78
Bijlage 3 Overzicht van onderzoek naar evenementen	80



Samenvatting

Aanleiding

Medio 2016 is de Nederlandse Sportraad (NLsportraad) opgericht. De NLsportraad geeft gevraagd en ongevraagd adviezen over sport en sportgerelateerde vraagstukken aan het kabinet en het parlement. De eerste vraag die de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) aan de NLsportraad heeft gesteld, is hoe de financiële balans, het rendement en de impact van grote sportevenementen kunnen worden verbeterd. Om deze vraag te kunnen beantwoorden, heeft de NLsportraad in de periode november 2016-maart 2017 een verkennende analyse uitgevoerd van 25 grote sportevenementen.

Selectie

De 25 grote sportevenementen zijn geselecteerd op basis van diversiteit in onder andere tak van sport, regio en type accommodatie. Het belangrijkste onderscheid bij de selectie was dat twaalf van de evenementen wel, en dertien geen subsidie van het ministerie van VWS hebben ontvangen. Dit onderscheid valt globaal samen met de tweedeling in incidentele sportevenementen (EK's, WK's) en jaarlijks terugkerende hallmark evenementen.

Alle 25 grote sportevenementen zijn langs dezelfde meetlat gelegd waarbij het bereik, de organisatie, de strategie, het proces, de businesscase en de economische en maatschappelijke impact onder de loep zijn genomen. Daarnaast zijn de randvoorwaarden geïnventariseerd en is de onderlinge samenwerking en kennisdeling in kaart gebracht.

Werkwijze

De NLsportraad heeft de analyse uitgevoerd in interactie met de praktijk. Er zijn gesprekken gevoerd met evenementenorganisatoren en er zijn aanvullende gesprekken geweest met stakeholders en experts. Daarnaast is nadere informatie over de evenementen verkregen van de organisatoren zelf en uit evaluatierapporten. Aan de hand van de gesprekken en de informatie is per evenement een factsheet opgesteld die voor reactie bij de evenementenorganisatoren is teruggelegd. Tenslotte heeft de NLsportraad twee sessies georganiseerd met evenementenorganisatoren samen (december 2016 en maart 2017) waar de conceptanalyse is besproken, lessen uit het verleden zijn gedeeld en wensen voor de toekomst zijn geformuleerd.

Conclusies

De diversiteit onder de 25 grote sportevenementen is groot. Toch meent de NLsportraad een aantal conclusies te kunnen trekken:

- de waarde van sportevenementen voor de samenleving is groot, en dat geldt ook voor de economische impact. Voor de maatschappelijke impact is meer aandacht nodig;
- de organisatie van sportevenementen is professioneel. Niet altijd is sprake van een samenwerkingsverband in de driehoek van overheid, sport en bedrijven;
- de businesscase van verreweg de meeste sportevenementen is sluitend en de financiële balans gezond; de bijdragen van consumenten, overheden en bedrijven aan sportevenementen variëren enorm;

FOTO 2 // Marianne Vos tijdens het WK Wielrennen op de weg in Zuid-Limburg (2012)

- een aantal evenementenorganisatoren en stakeholders heeft sterke ambities; het ontbreekt echter aan een gezamenlijke agenda, een integraal beleidskader en intensieve samenwerking om de ambities vleugels te geven;
- de randvoorwaarden voor de organisatie van grote sportevenementen zijn niet optimaal; er is veel regeldruk en het fiscaal klimaat is niet gunstig voor de 'in kind' en 'in cash' bijdragen van burgers en organisaties.

Hieronder worden de conclusies kort toegelicht.

Waarde en impact

Grote sportevenementen hebben 'van zichzelf' waarde voor de samenleving. Er is een duidelijke markt voor grote sportevenementen afgaand op het bereik via de (sociale) media en het bezoek en de deelname aan de evenementen. De tevredenheid van bezoekers is hoog (8,2 gemiddeld) en waar gemeten is de lokale bevolking overwegend trots.

Niet ieder evenement scoort even hoog, maar de economische impact van grote sportevenementen is positief over de gehele linie gemeten. Bij veertien sportevenementen waarvan de economische impact op vergelijkbare wijze is gemeten, bedraagt de opgetelde economische impact € 100 miljoen. Dat is nog exclusief de mediawaarde, die bij de onderzochte evenementen niet of niet eenduidig is beschreven. De mogelijke economische effecten op de langere termijn zijn in geen enkel geval gemeten.

Minder duidelijkheid is er ook over de maatschappelijke impact. Er worden vele relevante maatschappelijke thema's benoemd in relatie tot grote sportevenementen, maar (langdurige) effecten worden niet nagestreefd, gemeten of zijn niet aangetoond. Om maatschappelijke effecten te bewerkstelligen zijn 'side events' waarschijnlijk niet voldoende, maar zijn langer lopende programma's nodig of zelfs een overkoepelend programma dat de verschillende evenementen bindt. De meetmethodes van de impact van evenementen zijn voor verbetering vatbaar. Slechts bij één evenement is een MKBA (maatschappelijke kosten-baten analyse) uitgevoerd waaruit bleek dat de (geëconomiseerde) maatschappelijke impact vele malen hoger was dan de economische impact alleen. Onderzoek wordt al snel complex of te duur genoemd.

Organisatie en proces

De organisatie van de 25 grote sportevenementen wordt lang niet altijd opgezet vanuit een vooraf gesmeed, sterk samenwerkingsverband in de driehoek van sport, bedrijfsleven en overheid. Deze samenwerking is volgens de NLsportraad nodig om de opbrengst op alle fronten veilig te stellen. De geringe bemoeienis van overheden en sportbonden met hallmark evenementen leidt tot gemiste kansen voor de economische en maatschappelijke impact. Bij sommige (hallmark) evenementen werkt de evenementenorganisator 'stand alone' of in samenwerking met één hoofdsponsor.

Voor de uitvoering bestaan (heel) verschillende organisatievormen; dat laat onverlet dat de uitvoering in alle gevallen wordt gekenmerkt door een hoge mate van professionaliteit. Het proces bij grote sportevenementen - van haalbaarheid en bid tot en met evaluatie en nazorg - wordt niet bij alle evenementen grondig doorlopen. Haalbaarheidsonderzoek en externe evaluaties worden vooral uitgevoerd bij evenementen waarmee (aanzienlijke) publieke financiering is gemoeid.

Van belang voor het binnenhalen van grote sportevenementen is uiteraard de internationale context. Voor een succesvol bid is soms een lange aanlooptijd nodig waarin goede internationale relaties worden opgebouwd. Evenementenorganisatoren en experts melden dat Nederland internationaal bekend staat om de vernieuwing en het entertainment bij grote sportevenementen, en om de professionele en zuinige wijze van organiseren.

Businesscase en financiering

Vier van de onderzochte 25 sportevenementen hebben verlies geleden. De overige draaien een gezonde businesscase. Van hallmark evenementen kan worden geleerd dat ticketing, inschrijfgelden en hospitality een solide basis kunnen leggen onder de businesscase. Over het algemeen is de begroting van hallmark evenementen lager dan van incidentele evenementen en daarmee beter beheersbaar.

De mate waarin de evenementen worden gesubsidieerd, varieert enorm. De dertien hallmark evenementen ontvangen gemiddeld minder dan 5% subsidie. De twaalf incidentele sportevenementen zijn alle subsidieafhankelijk (gemiddeld 43%), maar de mate waarin verschilt. Er zijn weinig aanknopingspunten gevonden voor de hoogte van de bijdragen van overheden en bedrijven en voor de verhouding tussen publieke en private financiering.

Inkomsten en uitgaven zijn deels onzeker: afhankelijk van het weer, de komst en prestaties van topsporters en de belangstelling van de media. In geval van subsidiëring kan echter niet met onvoorziene posten worden gewerkt. Het is überhaupt de vraag of subsidie het meest geschikte instrument is om evenementen te financieren. De NLsportraad vindt andere financieringsinstrumenten waaronder een evenementenfonds het onderzoeken waard.

Overheidsbeleid

De regeldruk bij grote sportevenementen wordt ervaren als hoog, iets wat wordt bevestigd in de recente sectorscan evenementen en festivals van Actal. Er zijn oplossingen mogelijk zonder aan de noodzakelijke eisen af te doen, bijvoorbeeld in de vorm van een modelvergunning. Een oplossing die wordt ondersteund door Actal. In zijn sectorscan geeft Actal aan dat een modelvergunning kan leiden tot een structurele verlaging van de regeldruk.

Ook het fiscale regime is niet gunstig voor de 'in kind' inzet van vrijwilligers en werknemers en de 'in cash' bijdragen van private partners of sponsoring door overheden. Kennisontwikkeling, kennisdeling en samenwerking bij grote sportevenementen verdienen een impuls. Er is behoefte aan een integraal beleidskader van de rijksoverheid waarbij aansluiting wordt gezocht met andere beleidsterreinen. De praktijk heeft een ondernemende overheid nodig die samen met de branche, andere overheden, bedrijven en media het voortouw neemt bij het ontwikkelen van een strategische evenementenkalender voor de BV Nederland.

Advisering

Op basis van de analyse gaat de NLsportraad in 2017 adviseren over:

- de economische en maatschappelijke impact en de beleving van grote sportevenementen;
- de governance, financiering en kennisdeling bij grote sportevenementen;
- de evenementenkalender en het beleidskader;
- (desgevraagd) subsidieaanvragen van toekomstige grote sportevenementen.

Om ook de adviezen van de NLsportraad een steviger fundament te geven beveelt de NLsportraad aan om daarnaast:

- een review te (laten) maken van de verschillende evaluatiestudies naar de economische impact van grote sportevenementen;
- een verklarend onderzoek op te zetten naar de intrinsieke waarde en maatschappelijke betekenis van grote sportevenementen;
- structureel gegevens, studies en ervaringen te laten verzamelen voor de gehele sportevenementenbranche en te bezien in welke gevallen het verzamelen van big data van toegevoegde waarde kan zijn;
- een internationale benchmark uit te voeren naar de concurrentiepositie van Nederland in de internationale evenementenmarkt.

01

Aanleiding

1.1 Vraag van de minister van VWS

Eind 2015 heeft de minister van VWS in een brief aan de Tweede Kamer aangekondigd het rendement van grote sportevenementen te willen verbeteren door verdergaande professionalisering.¹ De minister stelde vragen bij de balans tussen publieke en private financiering van sportevenementen, de maatschappelijke en economische impact, de wijze waarop kennis en ervaring wordt gedeeld en de strategische evenementenkalender op de langere termijn. In dezelfde brief kondigde de minister aan een adviescollege voor sport op te richten om te adviseren over deze (en andere) vragen.

FOTO 3 // Jacco Eltingh in actie tijdens de AFAS tennis classics in Apeldoorn (2016)



¹ https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/brieven_regering/detail?id=2015Z22143&did=2015D44977



1.2 Nederlandse Sportraad

Op grond van de Kaderwet adviescolleges is medio 2016 de NLsportraad opgericht. De NLsportraad heeft tot taak het kabinet en het parlement gevraagd en ongevraagd te adviseren over sport en sportgerelateerde vraagstukken. De NLsportraad beziet sport in al zijn verscheidenheid, van bewegen tot topsport en van deelname tot beleving. Ook raakvlakken met andere beleidsterreinen en randvoorwaarden die het sporten (on)mogelijk maken behoren tot de scope van de raad. Op verzoek van de minister van VWS buigt de NLsportraad zich in 2017 over grote sportevenementen.

1.3 Werkprogramma 2017

In het werkprogramma 2017 heeft de NLsportraad de vragen van de minister van VWS over grote sportevenementen vertaald in een aantal adviestrajecten. De NLsportraad gaat adviseren over:

- de economische en maatschappelijke impact en de beleving van grote sportevenementen;
- de governance, financiering en kennisdeling bij grote sportevenementen;
- de evenementenkalender en het beleidskader;
- (desgevraagd) subsidieaanvragen van toekomstige grote sportevenementen.

Voorafgaand aan deze adviezen wil de NLsportraad zich goed oriënteren op grote sportevenementen. Hiertoe is de voorliggende, verkennende analyse uitgevoerd. Doel van dit rapport is de bevindingen en inzichten van de NLsportraad met kabinet, parlement en de praktijk te delen.

Branche sportevenementen

De sportevenementenbranche is groot, en groeiende. Alleen al op het gebied van wandelen, toerfietsen en hardlopen vinden in Nederland circa 7000 evenementen plaats per jaar. Breedtesportevenementen trekken veel sporters die lang niet altijd lid zijn van een sportclub, en leveren volgens experts een substantiële, eigen bijdrage aan de sportdeelname. Experts melden daarnaast dat het aantal breedtesportevenementen en het aantal deelnemers groeit. Het brancherapport *Sportevenementen in Nederland* (2014) meldt 600 sportevenementen met meer dan 5000 bezoeken.²

Op de nationale sportevenementenkalender kunnen (inter)nationale topsport- en breedtesportevenementen worden aangemeld.³ Per jaar zijn dit er enkele tientallen. Evenementen met de meeste importantie worden - volgens een transparante en onafhankelijke procedure - aangemerkt als 'topevenementen'.⁴ Hiervan vinden slechts enkele per jaar plaats in Nederland.

Al deze evenementen samen brengen jaarlijks miljoenen mensen op de been: zowel deelnemers als bezoekers.

FOTO 4 // De start van de Tour de France in Utrecht (2015)

² <https://www.kennisbanksportenbewegen.nl/?file=3983&m=1423820468&action=file.download>

³ <http://www.sportevenementenkalender.nl/>

⁴ <http://www.sportevenementenkalender.nl/evenementen/top-evenementen>

02

Werkwijze

2.1 Steekproef

De NLsportraad heeft ten behoeve van de analyse een selecte steekproef genomen van in totaal 25 toonaangevende, (inter)nationale sportevenementen in Nederland uit de afgelopen kabinetsperiode. Er is gelet op diversiteit in takken van sport en regio's en op kenmerken van evenementen - voor zover van tevoren bekend - waaronder de aantallen bezoekers en deelnemers, de hoogte van de begroting, het partnership rond het evenement en het feit of het evenement in de openbare ruimte of in een accommodatie plaatsvindt. Gelet op de vraag van de minister van VWS naar de verhouding tussen publieke en private financiering is in de steekproef specifiek gelet op de verdeling tussen grote sportevenementen die *wel* en die *geen* subsidie ontvangen van het ministerie van VWS.⁵ Dit laatste leidt tot een evenredige verdeling in incidentele en terugkerende evenementen.⁶

FOTO 5 // Een vol Olympisch Stadion tijdens het EK Atletiek in Amsterdam (2016)



⁵ Daarbij kon van tevoren niet worden uitgesloten dat sommige evenementen weliswaar geen VWS-subsidie ontvangen, maar wel subsidie van provincies en gemeenten.

⁶ Jaarlijks terugkerende evenementen zijn van VWS-subsidie uitgesloten.

TABEL 1 // Selectie grote sportevenementen

Wel VWS-subsidie	Jaartal	Geen VWS-subsidie	Jaartal
EK Hockey	2017	EK Schaatsen Allround en Sprint	2017
EK Atletiek	2016	Pitstop Volvo Ocean Race	2015
Start Giro d'Italia	2016	TT Assen	jaarlijks
EK Korfbal	2016	Jumping Amsterdam	jaarlijks
WK Beachvolleybal	2015	AFAS Tennis Classics	jaarlijks t/m '16
Start Tour de France	2015	Dam tot Damloop	jaarlijks
WK Paracycling	2015	Amstel Gold Race	jaarlijks
WK Roeien	2014	ABN AMRO World Tennis Tournament	jaarlijks
WK BMX	2014	Indoor Brabant	jaarlijks
IPC EK Zwemmen	2014	Kwalificatiewedstrijden/ Oefeninterlands voetbal	jaarlijks
European Olympic Youth Festival (EYOF)	2013	Nijmeegse Vierdaagse	jaarlijks
WK Wielrennen op de weg	2012	KLM Open	jaarlijks
		Tata Steel Chess	jaarlijks

Bij de grote sportevenementen met VWS-subsidie (bijlage 1) is vooral ingezoomd op de zogenaamde topevenementen. Bij grote sportevenementen zonder VWS- of zelfs zonder overheidssubsidie is een selecte steekproef getrokken uit de groslijst die eerder is opgenomen in het werkprogramma 2017⁷ (bijlage 2).

Definitie sportevenementen in literatuur

Bij de definitie van sportevenementen volgt de NLsportraad de categorisering die internationaal bruikbaar is en onder andere in het rapport *Integrity & Sport Events* van het Mulier Instituut is opgenomen.⁸ De categorieën zijn:

1. mega sportevenementen (Olympische Spelen, WK Voetbal, WK Atletiek);
2. grote sportevenementen (andere WK's en EK's);
3. hallmark sportevenementen (Wimbledon, GP Monaco);
4. lokale sportevenementen (NK's e.d.).

In de analyse heeft de NLsportraad zich gericht op (incidentele) grote sportevenementen en (jaarlijks terugkerende) hallmark sportevenementen, inclusief paralympische sporten.

⁷ <https://www.nederlandse-sportraad.nl/werkprogramma/documenten/jaarplannen/2016/11/14/werkprogramma-2017-nederlandse-sportraad>

⁸ http://www.mulierinstituut.nl/publicaties/publicaties-mulier-instituut/publicatie-detail/?publication_id=17383

2.2 Gesprekken, factsheets en rapporten

Met de organisatoren van de grote sportevenementen uit de steekproef heeft de NLsportraad één op één gesprekken gevoerd. Er is bewust gekozen voor gesprekken met de *organisatoren* van grote sportevenementen: degenen die verantwoordelijk zijn voor de businesscase van het evenement, die de plannen uitwerken, de begroting maken en die verantwoording afleggen aan bestuurders en/of financiers.

Aanvullend is gesproken met experts - onderzoekers, marketeers - en met partners en financiers van het evenement. Een lijst met geïnterviewde personen is opgenomen in de verantwoording van het rapport.

Op basis van de gesprekken, evaluatierapporten en aanvullende informatie heeft de NLsportraad factsheets opgesteld die voor reactie naar de betrokken organisatoren zijn toegestuurd.⁹

Oogmerk was de evenementen op een aantal parameters goed te kunnen vergelijken:

- bereik: bezoekers en deelnemers, televisiekijkers en volgers;
- organisatie: initiatiefnemers en partners, projectorganisatie, aantal professionals, aantal vrijwilligers;
- strategie: doelen, doelgroep, marketing/communicatie;
- proces: haalbaarheidsfase, bidfase, organisatie, nazorg;
- businesscase: inkomsten en uitgaven, publieke en private gelden;
- impact: economische en maatschappelijke impact;
- randvoorwaarden: veiligheid, infrastructuur, duurzaamheid, vergunning en garanties;
- samenwerking en kennisdeling.

De geaggregeerde uitkomsten van de factsheets vormen de basis van dit rapport. Vanwege de bedrijfsgevoeligheid van een deel van de informatie zijn de factsheets niet openbaar.

2.3 Evenementenbezoeken en bijeenkomsten

De NLsportraad wil analyses en adviezen maken in interactie met beleid, wetenschap en praktijk. De NLsportraad wil adviezen leveren die strategisch zijn, gefundeerd en praktisch. Voor deze analyse is de dialoog gezocht in individuele gesprekken maar ook in bijeenkomsten. Met evenementenorganisatoren heeft de NLsportraad in 2016/2017 twee sessies georganiseerd: op 7 december in Rotterdam en op 15 maart in Den Haag.

Daarnaast heeft de NLsportraad gesprekken gevoerd met onder andere NOC*NSF, het netwerk Kracht van Sportevenementen, de Commissie Evenementen en de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP).

Ook heeft de NLsportraad een aantal grote sportevenementen bezocht: in 2016 de start van de Giro d'Italia, het EK Atletiek, het EK Korfbal, de AFAS Tennis Classics en in 2017 het EK Schaatsen, Jumping Amsterdam, het Tata Steel Chess Tournament, het ABN AMRO World Tennis Tournament en het WK Shorttrack. Ook de overige evenementen van de topevenementenkalender 2017 worden nog aangedaan: het EK Vrouwenvoetbal, het EK Hockey en de Grand Final Triathlon.

⁹ In het kader van deze analyse is geen uitputtende literatuurstudie naar grote sportevenementen gedaan. Wel zijn alle rapporten over de onderzochte evenementen in de analyse betrokken. Een literatuurlijst is opgenomen in de verantwoording.



Met de evenementenbezoeken worden de verzamelde feiten en cijfers verder 'ingekleurd' en heeft de Nederlandse Sportraad een beeld gekregen van de diversiteit en kwaliteit van (de organisatie van) grote sportevenementen.

2.4 Vaststelling van dit rapport

Presentaties van de eerste bevindingen van het rapport zijn gedeeld in de sessie met een aantal evenementenorganisatoren op 7 december 2016 in Rotterdam en met NOC*NSF, het netwerk Kracht van Sportevenementen en de Commissie Evenementen.

Het eerste concept (hoofdstukken 1 t/m 3) van dit rapport is voorgelegd aan alle geraadpleegde evenementenorganisatoren, aan experts en stakeholders en besproken in de sessie met evenementenorganisatoren van 15 maart 2017 in Den Haag.

Het tweede concept (hoofdstukken 1 t/m 5) is voor peer review gedeeld met een aantal betrokken praktijkdeskundigen en experts.¹⁰

Vervolgens is het eindconcept inclusief de conclusies (hoofdstuk 6) besproken in de informele raadsvergadering van 7 april 2017 en vastgesteld via een hierop volgende schriftelijke ronde.

De NLsportraad is alle partijen zeer erkentelijk voor het delen van informatie, het leveren van bijdragen en het toetsen van de bevindingen aan hun expertise en ervaring.

FOTO 7 // Indoor Brabant in de Brabanthallen in Den Bosch



FOTO 6 // Pitstop Volvo Ocean Race in Den Haag (2015)

¹⁰ In de verantwoording zijn de namen opgenomen van de geraadpleegde personen.

03

Bevindingen

3.1 Vooraf

De diversiteit onder de 25 grote sportevenementen die de NLsportraad heeft geanalyseerd is groot. Ieder evenement is een casus op zich. Bereik, partnership, strategie, proces, businesscase en impact verschillen in aanzienlijke mate van elkaar.

Sommige evenementen kennen een lange historie en keren jaarlijks terug; andere zijn incidenteel opgezet en kennen geen voorloper of opvolger. Sommige evenementen zijn ingebed in een langjarige strategie van een bedrijf, gemeente en/of sportbond; andere hebben een eigenstandig bestaan opgebouwd en zijn van zichzelf. Sommige evenementen bouwen een businesscase op hospitality en ticketing; van andere evenementen bestaat de begroting voor een groot deel uit sponsoring en subsidies. Er zijn grote verschillen tussen evenementen die plaatsvinden in een afgesloten accommodatie en evenementen die zich afspelen in de openbare ruimte. Er zijn evenementen met meer en minder bezoekers, meer en minder media-aandacht. Er zijn evenementen waaraan alleen topsporters deelnemen en er zijn evenementen die ook (of vooral) breedtesporters aan zich binden.

De NLsportraad is zich ervan bewust dat er in de voorliggende analyse 'appels met peren' worden vergeleken, maar is tegelijkertijd van mening dat er veel lering kan worden getrokken uit de vergelijking tussen de diverse evenementen. Evenementenorganisatoren zien zich uiteindelijk toch gesteld voor dezelfde vragen: hoe krijg ik de tribunes vol, hoe krijg ik mijn evenement uitgezonden op televisie, hoe krijg ik de begroting rond, hoe organiseer ik een evenement dat blijvend in het geheugen gegrift staat? De aanpak is verschillend maar de gewenste resultaten zijn dezelfde. Ook zijn er opvallende overeenkomsten op basis waarvan trends waarneembaar zijn en algemene conclusies kunnen worden getrokken.

3.2 Context

3.2.1 Internationale context

De internationale context is bijzonder belangrijk voor het organiseren van grote sportevenementen. Evenementenorganisatoren geven aan dat de concurrentie voor het binnenhalen van (licenties voor) grote sportevenementen op de internationale markt toeneemt. Concurrentie was er al in de Westerse wereld (Europa, Noord-Amerika en Australië); groeiend is de concurrentie uit de voormalige Sovjetstaten, Azië, het Midden-Oosten en in mindere mate Zuid-Amerika.

Internationale sportfederaties en internationale commerciële sportorganisaties bepalen aan wie zij een evenement gunnen. Internationale sportfederaties wijzen EK's en WK's toe aan nationale sportbonden; bij commerciële evenementen (wielrennen, motorsport, paardensport, tennis, golf) verloopt de procedure anders en kunnen ook andere organisaties dan sportbonden een evenement binnenhalen. Overeenkomstig is dat internationale organisaties de voorwaarden stellen en de procedure bepalen. Voor sommige sporten zijn de eisen voortdurend aan verandering onderhevig. De voorwaarden van de internationale sportorganisaties bepalen de speelruimte van de lokale evenementenorganisator. Hoe meer eigen sponsor- en mediacontracten de internationale sportorganisatie zelf afsluit, des te kleiner de speelruimte op lokaal niveau wordt. Het is vaak een 'take it or leave it' voor de evenementenorganisator. Soms lukt het om tijdens de onderhandelingsfase rond een bid de eisen bij te sturen.

Integriteit bij grote sportevenementen

Tijdens het EU-voorzitterschap van Nederland (eerste helft 2016) zijn door de EU-lidstaten conclusies aangenomen om de integriteit, transparantie en good governance bij internationale sportevenementen te bevorderen.¹¹ In veel Westerse landen is onder de bevolking scepsis en argwaan ontstaan tegenover internationale spelers (IOC, FIFA), resulterend in het afbreken van bidprocedures door ontbrekend draagvlak bij de lokale bevolking. Inspelend op de onvrede rond de organisatie van de laatste Olympische Zomer- en Winterspelen heeft het Internationaal Olympisch Comité (IOC) de *Olympische Agenda 2020* uitgebracht.¹² Deze hervormingsagenda brengt mogelijk ook een aantal internationale sportfederaties in beweging. Dat biedt nieuwe kansen voor kleine landen en landen die niet met de geldbuidel kunnen of willen zwaaien, maar wel - zoals Nederland - in staat zijn op efficiënte en vernieuwende wijze evenementen te organiseren.

FOTO 8 // Nederlandse tandemwielrenners in actie op het WK Paracycling in Apeldoorn (2015)



¹¹ <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9644-2016-INIT/en/pdf>

¹² <https://www.olympic.org/olympic-agenda-2020>

3.2.2 Nationale context: sportbeleid

Naast de internationale context is ook de nationale context belangrijk.

Hoewel alle stakeholders (overheden, bedrijven, sportbonden, media) bij grote sportevenementen autonoom zijn in hun beleid, heeft de nationale context zeker zijn doorwerking. Dat geldt om te beginnen voor het sportevenementenbeleid van het ministerie van VWS en de gestelde subsidievoorwaarden. Maar ook het beleid en de regelgeving op andere beleidsterreinen bevordert of beperkt de organisatie van grote sportevenementen. Vrijwel ieder beleidsterrein heeft wel een raakvlak met sportevenementen: diplomatie en overheid, handel en toerisme, kennis en innovatie, media en cultuur, infrastructuur en wonen, onderwijs en integratie, gezondheid en welzijn, milieu en water, participatie en werkgelegenheid, financiering en fiscus, veiligheid en defensie. Beleid en regelgeving bepalen de randvoorwaarden, leveren knelpunten op of creëren kansen. Het voert te ver om het beleid op al deze terreinen te beschrijven. Waar relevant worden in de analyse de kansen en knelpunten benoemd.

Beleidskader sportevenementen VWS

Op basis van het Beleidskader grote sportevenementen van het ministerie van VWS (hierna: beleidskader VWS) kan VWS-subsidie worden verstrekt aan vier categorieën evenementen:

- aansprekende internationale sportevenementen in de buitencategorie;
- aansprekende internationale sportevenementen;
- aanloopevenementen;
- overige topsportevenementen.¹³

Met de internationale sportevenementen in de buitencategorie worden dezelfde evenementen bedoeld als de mega-evenementen uit de literatuur.¹⁴ Over het doen van bids voor deze evenementen is eerst overleg nodig met de Tweede Kamer. Bij evenementen onder 2 t/m 4 blijkt het in praktijk vaak te gaan om EK's, WK's en andere incidentele 'grote' sportevenementen. Jaarlijks terugkerende (hallmark) evenementen, NK's en regionale evenementen zijn van VWS-subsidie uitgesloten.

VWS-subsidie is de afgelopen jaren vooral verstrekt aan de categorie 'aansprekende internationale sportevenementen'. De zogenaamde topevenementenkalender is voor VWS leidend in de definitie van wat een *aansprekend* internationaal evenement is.¹⁵ Deze kalender van topevenementen wordt vastgesteld door het netwerk Kracht van Sportevenementen na toetsing door de Commissie Evenementen in een open procedure.¹⁶ Het beleidskader van VWS voorziet verder nog in de subsidiëring van 'aanloopevenementen' (bijvoorbeeld een Europees Jeugd Kampioenschap vooruitlopend op een Europees Kampioenschap) en 'overige topsportevenementen', die de topevenementenkalender niet hebben gehaald maar toch door VWS van betekenis worden geacht.

¹³ <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/publicaties/2015/03/17/beleidskader-sportevenementen>

¹⁴ VWS noemt in het beleidskader de Olympische en Paralympische Spelen, Europese Olympische Spelen, Jeugd Olympische Spelen en het eindtoernooi EK en WK Voetbal. Volgens evenementenorganisatoren horen in dit rijtje nog meer evenementen thuis waaronder de WK Atletiek, de WK Zwemmen, de Wereldruiterspelen, de European Championships en de Grand Prix Formule 1 races.

¹⁵ Zie voor de kalender <http://www.sportevenementenkalender.nl/evenementen/top-evenementen>

¹⁶ Zie voor de procedure van indienen <https://www.nocnsf.nl/evenementen>. Het netwerk Kracht van Sportevenementen bestaat (voorjaar 2017) uit de gemeenten Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht en Eindhoven, de provincies Gelderland en Noord-Brabant, NOC*NSF en het ministerie van VWS.

De meeste van de door de NLsportraad geselecteerde sportevenementen met VWS-subsidie (paragraaf 2.1) staan op de topevenementenkalender; het EK Korfbal, WK Paracycling en IPC EK Zwemmen zijn gesubsidieerd in de categorie ‘overige topsportevenementen’.

Evenementen in de buitencategorie

Mega-evenementen ofwel evenementen uit de ‘buitencategorie’ zijn sinds Euro 2000 niet meer in Nederland georganiseerd. Onder invloed van het Olympisch Plan 2028 zijn nog wel bids gedaan voor het WK Voetbal 2018, de Youth Olympic Games 2018 en de Europese Spelen 2019. De eerste twee bids zijn in competitie verloren en het bid voor de Europese Spelen is door NOC*NSF verworven maar na overleg met verantwoordelijke overheden weer teruggegeven.¹⁷ De stichting Youth Olympic Games Rotterdam heeft een nieuw bid voor 2023 in voorbereiding.

3.2.3 Nationale context: mediabeleid

Bepalend voor grote sportevenementen in Nederland is ook het mediabeleid van het ministerie van OCW. Op basis van dit beleid worden de wettelijke en budgettaire kaders voor de omroepen bepaald. Ten aanzien van grote sportevenementen hebben omroepen veel vrijheid. Van een aantal grote sportevenementen, opgenomen in een bijlage bij het mediabesluit, is uitzending voorbehouden aan het open net.

Evenementenlijst

De bijlage bij het mediabesluit, de zogenaamde evenementenlijst, geeft een lijst met evenementen die van aanzienlijk belang voor Nederland zijn. Dit houdt in dat deze evenementen uitgezonden moeten worden op het open net. Daarmee wordt bedoeld dat de uitzending te volgen moet zijn op een van de zenders uit het basispakket. Een garantie voor de evenementen op de lijst biedt dit niet: omroepen zijn niet verplicht om evenementen op de evenementenlijst uit te zenden. Hieronder een opsomming van de evenementen uit de categorie ‘sport’:

1. Voetbal (heren):
 - a. Wereldkampioenschap en Europees kampioenschap: het gehele eindtoernooi;
 - b. alle interlands van het Nederlands elftal;
 - c. Champions League en Europa League: de wedstrijden van Nederlandse clubs en de finales ongeacht Nederlandse deelname;
 - d. Super Cup en World Cup: indien een Nederlandse club deelneemt;
 - e. nationale bekerwedstrijden: de halve finales en de finale.
2. Schaatsen (dames en heren):
 - a. Wereldkampioenschap en Europees kampioenschap: allround, sprint en afstanden;
 - b. Elfstedentocht.
3. Tennis (dames en heren):
 - a. Wimbledon en Roland Garros: de finales enkelspel.

¹⁷ Het proces rond de Europese Spelen is geëvalueerd door de commissie Depla: <https://www.nocnsf.nl/reactie-nocnsf-op-neem-de-tijd-als-je-haast-hebt>.

De meeste grote sportevenementen worden uitgezonden via het open net en in de meeste gevallen wordt de journalistieke verslaggeving verzorgd door de Nederlandse Omroep Stichting (NOS). De NOS en andere omroepen bepalen zelf welke sportevenementen worden uitgezonden. Ook kan de omroep zelfstandig bepalen om al dan niet te betalen voor uitzendrechten en (een deel van) de productiekosten. De NOS hanteert een aantal criteria om te bepalen welke sportevenementen worden geproduceerd en/of uitgezonden: populariteit en impact van de sport en het evenement, topsportgehalte, deelname van Nederlandse topsporters en journalistieke waarde. Sportevenementen die in Nederland plaatsvinden krijgen significant meer aandacht dan dezelfde sportevenementen in het buitenland.

De NOS heeft jaarlijks één en hetzelfde budget voor uitzendrechten en producties van sportevenementen. De uitputting van het budget is mede afhankelijk van hoeveel evenementen er in dat jaar worden georganiseerd. De NOS signaleert dat het aantal grote (sport)evenementen in Nederland toeneemt. De budgettaire kaders vereisen keuzes, zeker in de even jaren (Olympische Winter- of Zomerspelen, EK of WK Voetbal).

Casus: EK Vrouwenvoetbal

Een voorbeeld van hoe de NOS omgaat met sportevenementen is het EK Vrouwenvoetbal dat in de zomer van 2017 in Nederland wordt gehouden. De populariteit van vrouwenvoetbal is de laatste jaren enorm toegenomen. Daarom is de NOS producent van het toernooi. Komende zomer zullen dertien wedstrijden live en integraal op tv worden uitgezonden, waaronder uiteraard de wedstrijden van het Nederlands vrouwenelftal. Alle 31 wedstrijden zijn via het online themakanaal te volgen.

3.3 Bereik en beleving

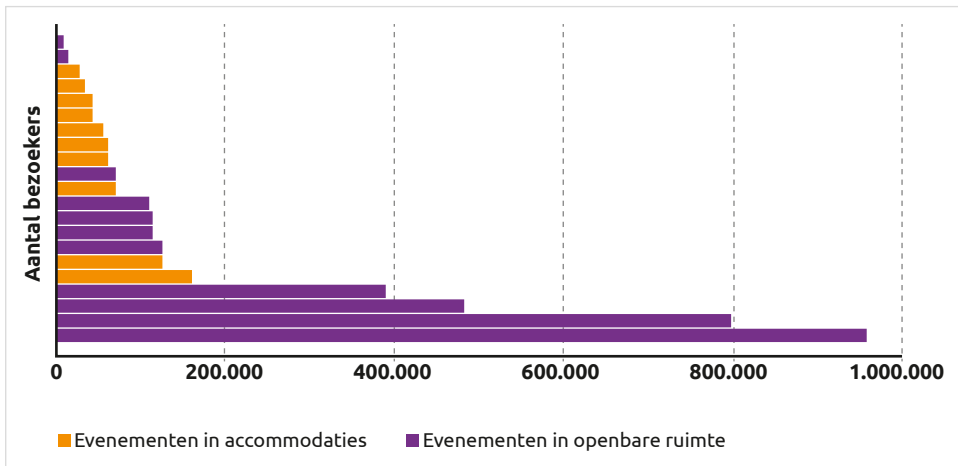
3.3.1 Bezoekers en deelnemers

Geen evenement kan bestaan zonder publieke belangstelling. De 25 bestudeerde grote sportevenementen scoren over het algemeen goed bij de 'klant'. De belangstelling voor de sportevenementen is groot. Van de evenementen in de openbare ruimte zijn de exacte bezoekersaantallen moeilijk vast te stellen, maar deze lopen in de honderdduizenden. Maar ook een aantal geaccommodeerde sportevenementen scoort meer dan honderdduizend bezoekers: EK Atletiek, ABN AMRO Tennistoernooi, TT Assen en WK Beachvolleybal. De finaledagen van de meeste meerdaagse sportevenementen uit de analyse zijn uitverkocht.

Bij evenementen in de openbare ruimte is het bezoek gratis. Evenementenorganisatoren van geaccommodeerde evenementen geven aan de ticketprijzen vaak bewust laag te houden om de sport toegankelijk te houden en de stadions vol te krijgen; zij achten dit belangrijk voor de beleving en sfeer, voor de markt- en mediawaarde van het evenement en voor het bereiken van specifieke doelgroepen voor wie het evenement inspiratie kan bieden.

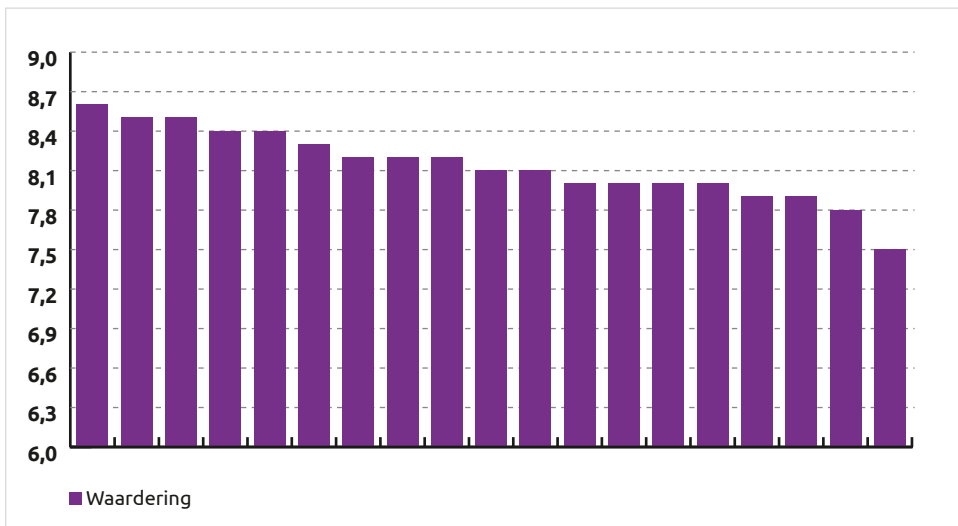
Onder de 25 cases zijn ook evenementen met veel minder bezoekers. De beperkte belangstelling voor de evenementen van de paralympische sporten valt op. Het bereik is vele malen groter waar de paralympische nummers 'inclusief' worden georganiseerd, zoals het geval is bij het ABN AMRO World Tennis Tournament en het EK Atletiek.

FIGUUR 1 // Aantallen bezoekers bij evenementen in openbare ruimte en accommodaties.



Evenementen bereiken niet alleen veel bezoekers, maar deze bezoekers zijn ook tevreden. Uit de evaluaties van 18 van de 25 grote sportevenementen blijkt dat het gemiddelde cijfer van bezoekers voor het evenement een 8,2 is. Waar gemeten, is een grote meerderheid van de inwoners trots op het feit dat een sportevenement in hun stad of regio plaatsvindt en vindt gemiddeld driekwart het sportevenement goed voor het imago van de stad. Een kanttekening: de (on)tevredenheid van de bewoners uit de directe omgeving – in verband met mogelijke overlast – is bij de 25 onderzochte evenementen nauwelijks uitgevraagd.

FIGUUR 2 // Tevredenheid bezoekers bij 18 van de 25 grote sportevenementen. Bij de overige evenementen wordt de tevredenheid niet of anders gemeten.



Een aantal van de grote sportevenementen uit de analyse kent niet alleen bezoekers, maar ook of juist (betalende) deelnemers. Bij de Dam tot Damloop en de Nijmeegse Vierdaagse staan deelnemers uit de breedtesport centraal; bij de Amstel Gold Race, Jumping Amsterdam, WK BMX en het Tata Steel Chess Tournament zijn topsport en breedtesport verweven. Bij onder andere de Dam tot Damloop, de Nijmeegse Vierdaagse, de Amstel Gold Race en het EK Atletiek kunnen bedrijventeams worden aangemeld voor deelname. De aantallen amateursporters die hiermee worden bereikt zijn aanzienlijk en een mogelijk effect op de sportdeelname is plausibel (maar nog niet goed onderzocht). Maar bovenal zorgt de inschrijving van deelnemers voor

inkomsten voor het evenement, bij bijvoorbeeld de Amstel Gold Race dekt dit een groot deel van de begroting.

Ook om andere redenen worden breedtesport side events georganiseerd. In Utrecht hebben wielerverenigingen bijvoorbeeld voorafgaand aan de start van de Tour een (gratis) toertocht georganiseerd voor 14.000 deelnemers als 'test event'.

Bij de meeste gesubsidieerde sportevenementen maken breedtesporters wel onderdeel uit van het evenement, maar betalen zij niet zelf voor hun deelname. Dat geldt bijvoorbeeld voor de scholieren die hun eigen finale speelden op het EK Korfbal, de clinics die aan scholen en verenigingen zijn gegeven in het kader van het WK Beachvolleybal, de Wielereperience voorafgaand aan de Tour de France voor scholieren in het primair onderwijs of het scholierentoernooi verbonden aan het ABN AMRO Tennistoernooi. Dikwijls wordt dit type deelname als 'side event' (mede) gefinancierd door de gemeente of door het ministerie van VWS.

Profiel bezoekers en kijkers

Eén op de vijf Nederlanders bezoekt maandelijks of vaker een sportevenement of een sportwedstrijd (topsport en breedtesport). De categorie onder 20 jaar én de categorie 35-55 jaar zijn oververtegenwoordigd; dit kan duiden op het bezoeken van evenementen en wedstrijden in familieverband. Mannen zijn meer vertegenwoordigd dan vrouwen, en mensen met een middelbare opleiding meer dan mensen met een lage of een hoge opleiding. Het gaat hier om een gemiddeld 'sportfan' profiel van Nederlanders boven de 12 jaar. Waar bezoekersprofielen van de 25 sportevenementen zijn onderzocht, levert dit een iets afwijkend beeld op. De gemiddelde leeftijd en de vertegenwoordiging naar sekse zijn overeenkomstig, maar het zijn met name mensen met een hoge opleiding (HBO/WO) die de geselecteerde grote sportevenementen bezoeken.

Van de Nederlanders volgt 57% sport wekelijks of vaker via de media (tv, radio, dagbladen, tijdschriften, internet): mannen (71%) beduidend vaker dan vrouwen (42%) en 55plussers (ca 68%) meer dan jongere leeftijdsgroepen. Mensen met een lage opleiding (67%) zijn trouwere volgers van sport dan mensen met een middelbare (61%) of een hoge (56%) opleiding. Het tv-publiek verouderd. Jongeren maken meer gebruik van nieuwe media.¹⁸

FOTO 9 // Ahoy Rotterdam tijdens het WK BMX (2014)



¹⁸ <https://www.volksgezondheidenzorg.info/sport/kernindicatoren/wedstrijden-en-evenementen#node-sportfan-bezoek>

3.3.2 Kijkers en volgers

Voor de evenementenorganisatoren zijn niet alleen de bezoekersaantallen van belang, maar ook de aantallen fans die het sportevenement volgen via traditionele of nieuwe media. Bekend is dat sportuitzendingen - met name voetbal, wielrennen en schaatsen - televisieomroepen een groot marktaandeel bezorgen. De Stichting Kijkonderzoek werkt niet voor niets met een Jaar top-100 mét en zónder sport.¹⁹ Uitzendingen rond grote, internationale sportevenementen hebben bovendien een veel groter bereik dan de Nederlandse markt alleen. Zo is het WK Wielrennen wereldwijd gezien door 176 miljoen mensen, het EK Atletiek door 142 miljoen en de Giro d'Italia door 72 miljoen. Ook de hallmark evenementen scoren goed: 290 miljoen kijkers wereldwijd voor TT Assen, 80 miljoen voor de KLM Open en 47 miljoen voor Indoor Brabant.

In Nederland worden finales van evenementen zoals het WK Beachvolleybal, het EK Korfbal en de proloog van de Tour de France via de NOS gezien door meer dan een miljoen Nederlandse kijkers. Niet alleen de NOS, maar bijvoorbeeld ook Eurosport (TT Assen), SBS6 (oefeninterlands) en Ziggo Sport (KLM Open, ABN AMRO Tennistoernooi) verspreiden de beelden.

De ontsluiting van grote sportevenementen via televisie vraagt een studie op zich. Dit is een ingewikkeld samenspel van rechten en marktwaarde. Bij sportevenementen met een grote marktwaarde liggen de (internationale) *uitzendrechten* vaak bij de internationale sportfederatie of licentiehouder en in een enkel geval (golf, tennis) bij de spelersorganisatie. De internationale sportorganisaties kiezen zelf een mediapartner. Soms worden de rechten voor de Nederlandse markt bij het evenement zelf neergelegd.

De *productiekosten* komen in een enkel geval voor rekening van de internationale organisatie, maar slaan vaak (verplicht) neer bij de evenementenorganisator. In dat geval is er sprake van een (grote) kostenpost, die evenementenorganisatoren noopt tot onderhandelen met de omroepen over het delen van de productiekosten.

De uitzendrechten liggen zelden bij de evenementenorganisatie zelf. Uitzendrechten zijn slechts bij drie van de 25 evenementen een *inkomstenbron* gebleken voor de evenementenorganisator (Amstel Gold Race, EK Schaatsen en kwalificatiewedstrijden/oefeninterlands voetbal).

Host broadcasting fonds

Voor evenementenorganisatoren zijn de productiekosten vaak aanzienlijk, zonder dat ze daar iets aan kunnen terugverdienen. Dit is geconstateerd door NOC*NSF dat in de periode 2012-2016 sportbonden de gelegenheid gaf te kunnen putten uit het Host Broadcasting Fonds om hun (verwachte) productiekosten (deels) te vergoeden. Onder andere het WK Beachvolleybal, het EK Roeien, het WK BMX en als laatste het EK Atletiek hebben van dit fonds gebruik gemaakt. Het Host Broadcasting Fonds is met ingang van 2017 afgeschaft als gevolg van prioriteitsstelling binnen de begroting van NOC*NSF.

Sportevenementen met een geringere marktwaarde - zoals evenementen met een kleine achterban, evenementen zonder echte toppers of evenementen voor gehandicaptensport - hebben grote moeite om zich (letterlijk) in de kijker te spelen. Zij zijn afhankelijk van de (journalistieke) belangstelling van de omroepen en de 'gaten' in de programmering.

Evenementenorganisatoren hechten een toenemend belang aan de inzet van (eigen) media. De Volvo Ocean Race is via andere media dan televisie gevolgd door 185 miljoen mensen wereldwijd. De Nijmeegse Vierdaagse en de start van de Tour de France hebben rond het evenement

¹⁹ <https://kijkonderzoek.nl/kijkcijfers>

meer dan 3 miljoen views op Facebook en de TT Assen zelfs 11,7 miljoen. De schaakpartijen van het Tata Steel Chess Tournament worden wereldwijd live via de eigen website gevolgd door 100.000 unieke bezoekers. De wedstrijden van het EK Korfbal waren *live stream* te volgen. Er ontstaan steeds meer manieren waarop fans 'hun' sportevenement kunnen volgen en de mediawaarde van grote sportevenementen wordt daarmee ook steeds meer afhankelijk van een multimediale inzet rond een evenement. Voorlopig worden nieuwe media vooral gebruikt voor een groter bereik; een verdienmodel is de NLsportraad nog niet tegengekomen.

Topsporters en sportevenementen

Topsportevenementen bieden een podium aan talenten en topsporters. Zonder hun prestaties zouden geen 'aansprekende' evenementen kunnen worden georganiseerd. Bij de meeste EK's en WK's is de deelname van topsporters als vanzelf verzekerd. Bij de onderzochte hallmark evenementen is het soms hard werken om, ieder jaar weer, de beste topsporters en teams naar het evenement te halen. Naast de punten die verdiend kunnen worden voor de ranglijst, worden aan de topsporters dikwijls startgelden, prijzengelden en goede voorzieningen in het vooruitzicht gesteld. Met oog op het binnenhalen en begeleiden van topsporters wordt een 'toernooirecteur' aangesteld die ook vaak ex-topsporter is zoals Richard Krajicek bij het ABN AMRO Tennistoernooi en Leo van Vliet bij de Amstel Gold Race. Hoewel de rol van topsporters van evident belang is voor evenementen, heeft de NLsportraad deze niet meegenomen in de analyse. Ook in de evaluaties van grote sportevenementen is over de rol, betekenis of perceptie van de topsporters bij grote sportevenementen niet veel te vinden.

3.4 Organisatie

3.4.1 Initiatiefnemers en partners

Het initiatief voor het binnenhalen en organiseren van een evenement kan uit verschillende kokers komen. We noteren bij de geanalyseerde sportevenementen dat het initiatief afkomstig is van sportbonden, oud-topsporters, provincies en gemeenten, bedrijven, commerciële (evenementen)bureaus en eigenaren van grote sportaccommodaties. De gesproken evenementenorganisatoren benadrukken dat het binnenhalen van grote sportevenementen zelden een louter economische afweging is. Het belang van sport en de maatschappelijke rol die sport speelt, is vaak een minstens zo belangrijke reden.

Bij grote sportevenementen zoekt de initiatiefnemer al snel naar partnership. Een gemiddeld sportevenement staat in de driehoek van sport, overheid en bedrijfsleven.

De rollen van deze partijen in de driehoek verschillen van evenement tot evenement. Een sportbond kan zelf organisator zijn, alleen voor het binnenhalen van het evenement worden ingeschakeld of zelfs buitenspel staan. Een bedrijf kan eigenaar zijn van een evenement, (hoofd)sponsor zijn of alleen hospitality afnemen. Een gemeente of provincie kan initiatiefnemer en trekker zijn, subsidie beschikbaar stellen, zich gedragen als sponsor, facilitator en/of alleen een vergunning verlenen. Alle partijen zijn autonoom in hun beleid. Er zijn geen wetten, regels of andere kaders die voorschrijven welke taken partijen moeten of mogen oppakken rond sportevenementen.

3.4.2 Projectorganisatie

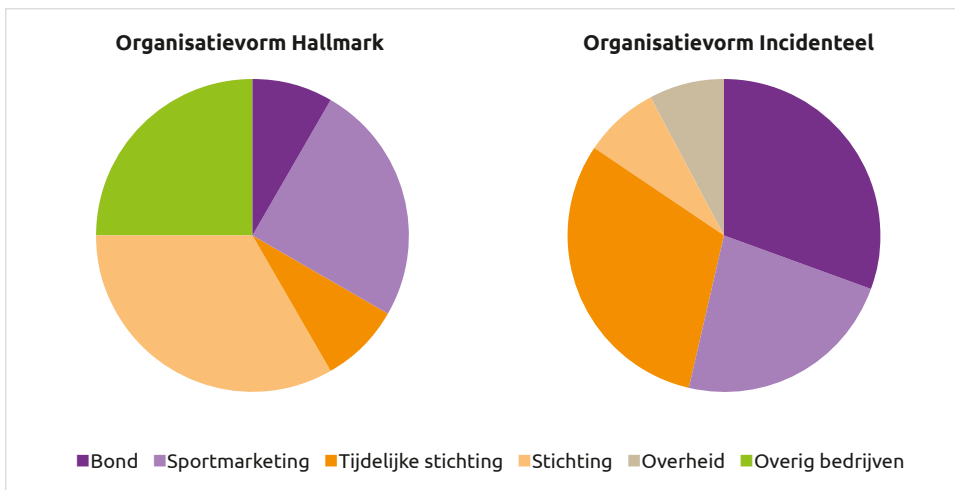
Om het partnership te ondersteunen, snelle besluitvorming mogelijk te maken, financieringsstromen samen te laten komen en het risico beheersbaar te maken van grote sportevenementen, richten partners vaak samen een (tijdelijke) stichting op. Stichtingen komen we tegen bij

FOTO 10 // Renners in actie tijdens de Dam tot Damloop (2016)



tien van de 25 grote sportevenementen. Bij vijf van de geanalyseerde incidentele evenementen houdt een sportbond de eindverantwoordelijkheid in huis. In toenemende mate wordt voor de uitvoering een commerciële organisatie (sportmarketingbureau) ingehuurd. Het komt ook voor dat deze uitvoerende commerciële partij risicodragend is.

FIGUUR 3 // Organisatievorm (risicodragende partij) van 25 evenementen verdeeld naar incidentele en hallmark sportevenementen.



De projectorganisatie bestaat vaak uit een kleine professionele kern met een flexibele schil van tijdelijke projectmedewerkers, stagiaires en studenten. Daarnaast worden taken uitbesteed aan onderaannemers, zoals de catering, beveiliging, techniek (licht, geluid) en schoonmaak. Scheidsrechters, juryleden en andere officials worden toegewezen door de internationale sportfederatie of betrokken van de nationale sportbond of plaatselijke sportverenigingen. Voor de lichte taken (hospitality, begeleiding, vervoer topsporters) worden uitzendkrachten, studenten en

vrijwilligers ingezet. Ook kinderen spelen wel eens een rol, zoals de ballenjongens en -meisjes bij tennisevenementen. Over de inzet van mensen met een arbeidsbeperking zijn tegenstrijdige signalen opgevangen.²⁰ Voor incidentele sportevenementen wordt vaak een nieuwe projectorganisatie opgetuigd. Bij hallmark evenementen en bij sportbonden die zelf evenementen organiseren blijft de professionele kern in tact. Hetzelfde geldt voor gemeentelijke afdelingen of diensten die side events organiseren.

Vrijwel alle grote sportevenementen maken gebruik van vrijwilligers; er zijn veel 'handen' en 'ogen en oren' nodig. Het aantal vrijwilligers werkzaam bij grote sportevenementen varieert van 20 bij het Tata Steel Chess Tournament tot meer dan 2000 bij het EYOF. De meeste evenementenorganisatoren vinden de vrijwilligers 'goud waard'. En terwijl grote vrijwilligerstekorten worden gemeld bij sportverenigingen, heeft vrijwel geen van de evenementenorganisatoren een probleem bij de werving of inzet van vrijwilligers. Wel worden kanttekeningen geplaatst bij de inzet van buitenlandse vrijwilligers (arbeidsintensief) en de veiligheid.²¹ Het vrijwilligersmanagement wordt professioneel uitgevoerd; bij de Tour is dit bijvoorbeeld gebeurd door in natura sponsoring van Randstad.

Bij de grote sportevenementen in commerciële accommodaties wordt geen of veel minder gebruik gemaakt van vrijwilligers (voetbalstadions, Ahoy, Brabanthallen). Overweging is dat meer eisen kunnen worden gesteld aan professionele krachten dan aan vrijwilligers en dat er een duidelijk contract ligt onder de relatie tussen opdrachtgever en opdrachtnemer of werkgever en werknemer.

3.5 Strategie

3.5.1 Gezamenlijk belang

De gekozen vormen van partnership en projectorganisatie hebben vaak alles te maken met de achterliggende visie en strategie van partijen: voor hun sport, hun bedrijf of voor de samenleving. Wat de partijen bindt, is hun enthousiasme voor het evenement en hun liefde voor de sport, hun ambitie om een succesvol evenement neer te zetten, de mogelijkheden om een groot publiek te bereiken en de kans om Nederland op de kaart te zetten. Alle partners zijn volstrekt autonoom in het beleid dat zij voeren. Experts wijzen erop dat hierin ook een gevaar schuilt: ambities, beleid en financiering hangen nu teveel af van de persoonlijke inzet en interesse. De waarden van sportevenementen worden wel of niet onderkend afhankelijk van of iemand een 'believer' is of een 'non believer'. De gedeelde passie voor sport is een groot goed, maar het is daarnaast wenselijk om de economische en maatschappelijke waarden van sportevenementen rationeel af te wegen en, onafhankelijk van persoonlijke voorkeuren, een structurele plaats te geven in beleid en strategie.

3.5.2 Sportbonden

Als sportbonden een duidelijke visie hebben ontwikkeld op grote sportevenementen, nemen zij het voortouw en houden zij dikwijls de eindverantwoordelijkheid bij de organisatie. Zo heeft de KNHB (hockey) een uitgesproken visie op het organiseren van grote sportevenementen: minstens

²⁰ In het ene geval wordt het evenement gebruikt als een middel om mensen met een arbeidsbeperking te laten participeren (AFAS Tennis Classics), in het andere geval wordt dat onmogelijk gemaakt (Tour). De Staatssecretaris van SZW heeft onlangs onderkend dat vrijwilligerswerk waardevol is voor de samenleving en voor uitkeringsgerechtigden, en heeft de vergoeding die vrijwilligers met een bijstandsuitkering mogen ontvangen uniform gemaakt met overige vrijwilligers: <https://www.rijksoverheid.nl/ministeries/ministerie-van-sociale-zaken-en-werkgelegenheid/documenten/kamerstukken/2017/03/10/kamerbrief-vrijwilligersvergoeding>

²¹ In tegenstelling tot sportverenigingen vragen evenementenorganisatoren vrijwilligers nog niet om een Verklaring Omtrent Gedrag (VOG).

eens in de twee jaar om zowel de topsporters, de leden en vrijwilligers als de sponsors een platform te bieden. De KNKV (korfbal) noemt zich een 'evenementenbond' bij uitstek met de jaarlijkse organisatie van zowel breedtesport- als topsportevenementen en wil via internationale evenementen de sport promoten. Ook de andere gesproken sportbonden (KNZB, KNVB, KNSB, NeVoBo, KNLTB en KNWU) hechten aan professioneel georganiseerde sportevenementen. Er is echter een trend dat sportbonden de uitvoerende werkzaamheden - en in toenemende mate ook de financiële risico's daarbij - uitbesteden aan een commerciële organisatie. Het risico dat een sportbond loopt bij een groot sportevenement overstijgt (soms in veelvoud) de jaarbegroting. Dit is een zorgelijke ontwikkeling. Sporten die in de ogen van bureaus niet goed te vermarkten zijn en niet in aanmerking komen voor subsidies van overheden, worden hiervan mogelijk de dupe.

Het gaat de sportbonden om het platform voor talenten en topsporters, om de promotie en ontwikkeling van de sport, de return on investment voor sponsors, om het bereiken van de eigen achterban en nieuwe doelgroepen, om het entertainen van de sportfans en een breder publiek en om het binden en belonen van vrijwilligers. Veel sportbonden willen graag de hele 'sportfamilie' bereiken, van jong tot oud, en hebben extra aandacht voor de jeugd.

De sportbonden zijn vooral betrokken bij de incidentele grote sportevenementen (EK's, WK's, Worldcups). Tussen hallmark evenementen en de betreffende sportbonden is de relatie meestal niet sterk; een gemiste kans volgens de gesproken sportbonden en ook wel volgens de evenementenorganisatoren. Het contact blijft beperkt tot technische zaken (afvaardiging van spelers of officials; puntensysteem). Bij de Volvo Ocean Race en bij het ABN AMRO Tennistoernooi worden de bonden inmiddels door de evenementenorganisator nauwer betrokken.

3.5.3 Overheden

De betrokkenheid van provincies en gemeenten hangt samen met het sportbeleid maar vooral ook het economisch beleid dat zij voeren. Overheden erkennen de betekenis van sportevenementen voor de (top)sport zelf, maar zetten evenementen daarnaast in als city marketing en regiopromotie. Binnenlands en buitenlands toerisme, handel en het aantrekken van (buitenlandse) bedrijven zijn dan de economische doelen. Soms leidt dit tot gerichte keuzes, zoals de voorkeur van de gemeente Den Haag voor water- en beachsporten vanuit het toeristisch profiel 'Stad aan Zee'. Een ander voorbeeld geldt het economisch beleid van de provincie Gelderland,

FOTO 11 // De wegwedstrijd voor meisjes tijdens het EYOF (2013)



waarin sport als thema is opgenomen en nadien doorvertaald in het *Gelders Sportakkoord*.²² Op rijksniveau is de aansluiting tussen het sportbeleid en economisch beleid veel minder zichtbaar, hoewel (de aftrap van) het Frans-Nederlands handelsjaar rond de Tour de France een mooi voorbeeld is van hoe het kan. Over het algemeen vinden evenementenorganisatoren dat de rijksoverheid onvoldoende in de volle breedte deelneemt aan evenementen, en er zo ook niet het volle pond uithaalt. Bij de rijksoverheid wordt verkokering gesignaleerd.

Een ander motief voor overheden om deel te nemen in grote sportevenementen betreft de maatschappelijke waarde: de betekenis die het evenement heeft en kan hebben voor de (lokale) samenleving. Het is dikwijls de overheid die zorgt dat de evenementen ook sociaal innoveren en een grote spin off kennen. Zij hameren op de aansluiting van scholen, de betrokkenheid van sportverenigingen, de integratie van gehandicaptensport, de samenwerking met culturele instellingen. Bij de 25 onderzochte sportevenementen komen projecten op het gebied van gezondheid, duurzaamheid, cohesie of werkgelegenheid minder vaak voor. Het beleidskader van het ministerie van VWS is erop gericht de maatschappelijke spin off van sportevenementen te vergroten door middel van 'side events'. Deze worden niet zelden uitgevoerd door gemeenten. De aandacht en financiering van overheden gaat voornamelijk uit naar incidentele sportevenementen. De bemoeienis van overheden met hallmark evenementen is minder groot en beperkt zich soms tot het verlenen van een vergunning of tot sponsorship (overheidsfinanciering met een duidelijke tegenprestatie). Toch kan ook de samenwerking tussen overheden en hallmark evenementen vruchten afwerpen. Twee voorbeelden: de aansluiting van Rotterdamse scholen, wijken en verenigingen op het ABN AMRO Tennistoernooi en de Ladies Edition van de Amstel Gold Race, die in 2017 door tussenkomst van de provincie Limburg voor het eerst sinds jaren weer wordt georganiseerd.

3.5.4 Bedrijven

Grote bedrijven - eigenaren en naamgevende hoofdsponsors - gebruiken grote sportevenementen in hun marketingstrategie. Relatiemarketing (zakelijke markt en vaste klanten), brand exposure (mediawaarde), activering (consumentenmarkt) en personeel- en organisatiebeleid zijn volgens evenementenorganisatoren en marketeers de belangrijkste motieven van de betrokkenheid van grote bedrijven (KLM, ABN AMRO, Heineken, Volvo, AFAS, Rabobank, KPN). In het geval van Tata Steel is het schaaktoernooi opgezet als een vorm van maatschappelijk verantwoord ondernemen: 'supporting the local community'.²³

Een sportevenement leent zich uitstekend om alle aspecten van een marketingstrategie te combineren, zeker als een bedrijf naamsponsor is en medeorganisator van het evenement. Zaken doen en sport gaan goed samen.

Naamgevende bedrijven zijn vooral verbonden aan de hallmark evenementen. Vaak is de relatie tussen een bedrijf en het sportevenement langdurig zoals bij Tata Steel en het schaaktoernooi (79 jaar), Heineken en de Amstel Gold Race (51 jaar), ABN AMRO en het tennistoernooi (44 jaar) of KLM en het golftoernooi (24 jaar).²⁴ Deze langdurige relatie leidt tot verregaande professionalisering van de (marketing van) sportevenementen waarmee zowel de doelen van het evenement als van de sponsors worden geoptimaliseerd.

De incidentele grote sportevenementen lijken minder mogelijkheden te bieden aan bedrijven voor exposure en relatiemarketing. De speelruimte wordt kleiner als internationale sportorganisaties hoofdsponsors meenemen die het toernooi domineren (EK Atletiek, Giro); dit beperkt de slagkracht van de lokale evenementenorganisator. Behalve bij de Rabo EuroHockey Championships 2017 en het Transavia WK Beachvolleybal 2015 zijn er geen voorbeelden waarbij een Nederlandse

²² https://www.gelderland.nl/bestanden/Afbeeldingen/Gelderland/01Cultuur-sport-en-vrije-tijd/170206_Gelders%20Sportakkoordpdf.pdf

²³ <http://www.tatasteelchess.com/about/history>

²⁴ Tata Steel en Heineken zijn in feite eigenaar van het evenement.

FOTO 12 // ABN AMRO World Tennis Tournament in Ahoy Rotterdam (2016)



hoofdsponsor naamgever is van een incidenteel groot sportevenement. Wel leveren sponsors hun naam aan side events zoals de Achmea High Five Challenge bij het EYOF, de Brooks 10K Champions Run bij het EK Atletiek en de DroomParken Giro Gelderland Toertocht. De zichtbaarheid van sponsors bij incidentele sportevenementen is minder groot en soms zelfs afwezig. In het geval van de Tour de France is een netwerk van 30 bedrijven belangeloos ingestapt uit liefde voor de sport en vanwege hun wortels in en betrokkenheid bij de stad en de regio. Bij city marketing zijn uiteindelijk ook bedrijven gebaat.

3.5.5 Mediapartners

Een speciale bedrijfstak, die door de NLsportraad (nog) niet uit en te na is onderzocht, betreft de mediapartners van grote sportevenementen. Dikwijls gaat het hier om een win-winsituatie die met gesloten beurzen wordt geregeld: de mediapartner trekt extra kijkers, luisteraars of lezers door middel van het sportevenement, en voor het sportevenement neemt de mediawaarde toe.

3.5.6 Sportmarketingbureaus en evenementenorganisatoren

In opkomst zijn commerciële bureaus die in opdracht of voor eigen rekening grote sportevenementen organiseren.²⁵ De toegevoegde waarde van deze bureaus wordt door vrijwel alle partijen onderkend, in de eerste plaats vanwege de professionele organisatie van evenementen, maar vooral op het gebied van het *vernieuwen* en *vermarkten* van het evenement. Entertainment, binding en activering van publiek staat voor deze bureaus centraal. Vaak verrichten zij taken op het gebied van marketing, sponsoring en hospitality. Ook voeren zij activiteiten uit gericht op het vergroten van de maatschappelijke impact. De bureaus zijn zowel bij grote incidentele evenementen als bij hallmark evenementen betrokken. Zij ambiëren een mooi cv van toonaangevende sportevenementen en nemen hun kennis en expertise mee naar volgende evenementen.

Voor de evenementenorganisatoren zelf is het sportevenement geen middel, maar een doel. Zij richten hun aandacht vol op het succes van het evenement in al zijn facetten. Een professionele organisatie tot in het kleinste detail, de goede relatie met partners, de veiligheid rond het evenement, de toegankelijkheid en de tevredenheid van het (terugkerende) publiek en uiteraard het draaien van een gezonde businesscase zijn hun drijfveren. Evenementenorganisatoren en sportmarketingbureaus verbinden ook maatschappelijke doelen aan hun handelen, zoals het bevorderen van een actieve leefstijl.

²⁵ In het kader van deze analyse zijn gesproken: TIG Sports, the PEPrcompany, The Organizing Connection, Triple Double, Eltingh Haarhuis Tennis Events, Sportyv, Ilsway, SR Sport Consult, BenS management/consultancy, BMC.

3.6 Proces

Van bid tot evaluatie

In het proces van incidentele grote sportevenementen worden de volgende fasen doorlopen: haalbaarheidsonderzoek, bidprocedure, voorbereiding, organisatie en nazorg van het evenement. Bij nazorg horen (op korte termijn) de verantwoording en evaluatie van het evenement en (op langere termijn) het bepalen van de legacy.

Bij de terugkerende hallmark evenementen ligt de nadruk op de voorbereiding en organisatie van het evenement. Een meerjarige licentie maakt dat de fasen van haalbaarheid en bid kunnen worden overgeslagen. De nazorg is vaak minder uitgebreid.

3.6.1 Haalbaarheid en bid

Onder de 25 geselecteerde evenementen zijn alleen haalbaarheidsstudies uitgevoerd bij een aantal incidentele grote sportevenementen, meestal op aandringen van de (lokale) overheid: EK Atletiek, start Giro d'Italia, start Tour de France, WK BMX en EYOF. De Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP) heeft richtlijnen ontwikkeld voor het maken van een *prognose* voor de economische impact.

Een draagvlakmeting onder de lokale bevolking, voorafgaand aan het evenement, is voor zover bekend alleen gedaan bij het WK Wielrennen op de weg en de start van de Tour de France. Bij het WK Wielrennen stond tweederde, en bij de Tour 80% van de lokale bevolking positief tegenover het binnenhalen van het evenement.²⁶

Met bidprocedures hebben meer evenementen te maken.

Het doen van een bid is voor evenementenorganisatoren van incidentele grote sportevenementen geen gesneden koek. Meestal is de concurrentie in de bidfase groot. Soms moet meermalen een bid worden gedaan voordat het evenement wordt binnengehaald (start Tour in Utrecht,

FOTO 13 // AFAS Tennis Classics in Omnisport Apeldoorn



²⁶ Deze meting is gedaan vlak voor het uitkomen van het WADA-rapport over doping in het wielrennen. In een peiling na de Tour, via de bewonersmonitor van de gemeente Utrecht, stond (nog steeds) 80% van de bevolking positief tegenover het organiseren van een vergelijkbaar evenement.

WK Beachvolleybal, WK Roeien, WK BMX) en moet Nederland zich eerst bewijzen met goed georganiseerde aanloopevenementen zoals Worldcups. De bidprocedures van internationale sportfederaties zijn (semi)openbaar; bij commerciële internationale sportorganisaties (Tour, Giro, Volvo Ocean Race) wordt onderhandeld achter de schermen.

Evenementenorganisatoren noemen relatiemanagement minstens zo belangrijk als een goed inhoudelijk bid. De bids van Nederlandse evenementen zijn vaak vernieuwend en dat spreekt internationale organisaties aan. Voor het relatiemanagement - niet per se een Nederlandse competentie volgens sommige evenementenorganisatoren - wordt de rol van Nederlandse internationale bestuurders en van ambassadeurs (vaak ex-topsporters) van doorslaggevend belang geacht. Denk aan Ellen van Langen bij het EK Atletiek, Henk-Jan Zwolle bij het WK Roeien en het duo Jan Jansen/Joop Zoetemelk bij de start van de Tour de France.

De hallmark evenementen hebben in de regel een doorlopende of meerjarige licentie (Amstel Gold Race, TT Assen, Jumping Amsterdam, ABN AMRO Tennistoernooi, KLM Open, Indoor Brabant, Tata Steel Chess). Een (permanent) goede relatie met de internationale organisatie is voor hen minstens zo belangrijk als voor de incidentele grote sportevenementen. Licenties worden bij een goede organisatie van het evenement en het voldoen aan de eisen (prijzengeld, kwaliteit van de accommodatie) verlengd; in een enkel geval moet opnieuw een bid worden gedaan (Jumping Amsterdam).

Een aantal evenementen heeft om uiteenlopende redenen niet met een bidprocedure te maken: de Nijmeegse Vierdaagse en de Dam tot Damloop (breedtesport), de AFAS Tennis Classics (buiten de competitie), het WK Paracycling (gevraagd) en de voetbalinterlands (reguliere competitie of verplichting voor oefeninterlands).

3.6.2 Voorbereiding en organisatie

De organisatie van een evenement vraagt de nodige voorbereidingstijd. Bij grote incidentele sportevenementen start de voorbereiding vaak jaren van tevoren. Evenementenorganisatoren geven aan dat die tijd nodig is om het concept verder uit te denken, side events te ontwikkelen en vooral om een stevig partnership te vormen tussen initiatiefnemers en financiers, en de uitvoerende organisatie op te zetten. De start van de Giro d'Italia kende bijvoorbeeld (te) weinig voorbereidingstijd. De organisatie en de betrokken overheden noemen dit als belangrijkste reden waarom het bedrijfsleven onvoldoende is aangehaakt. De organisatie van de start van de Tour de France noemt de lange aanlooptijd (die was ontstaan door de afwijzing van het eerste bid) juist als succesfactor.

FOTO 14 // Het WK Roeien in Amsterdam (2014)



Bepalend bij aanvang is het kiezen van een passende projectorganisatie en overlegstructuur en het indelen van het evenement in clusters of projecten. Cruciaal is ook dat van tevoren een duidelijke rol- en taakverdeling is afgesproken. Strak management is noodzakelijk om de complexe processen te beheersen waarbij tientallen, honderden of zelfs duizenden tijdelijke werknemers en vrijwilligers bij betrokken zijn. Ook de projectbegroting is een uitdaging, omdat rekening moet worden gehouden met een aantal onzekere factoren zoals de inkomsten uit ticketing.

Het organiserend vermogen van evenementenorganisatoren in Nederland wordt alom geprezen. Het organiseren van evenementen is een vak in opkomst; het aantal bedrijven en de werkgelegenheid in de evenementensector is groeiende. Er wordt een product geleverd waar de evenementenorganisatoren trots op zijn en waar financiers en klanten tevreden over zijn.

3.6.3 Nazorg en verantwoording

Alle gesproken evenementenorganisatoren evalueren hun evenement na afloop. Bij hallmark evenementen blijft het vaak bij een interne evaluatie, ter bespreking met de eigen organisatie en de hoofdsponsor. De incidentele grote evenementen worden extern geëvalueerd. Dit heeft alles te maken met de inzet van overheidsmiddelen en de verantwoording die hierover moet worden afgelegd. In toenemende mate geschiedt de verantwoording publiek (start Tour, EK Atletiek, start Giro). Ook impactstudies, vrijwel alle uitgevoerd conform de WESP-richtlijnen, worden bij de 25 sportevenementen vaak in opdracht van overheden uitgevoerd.

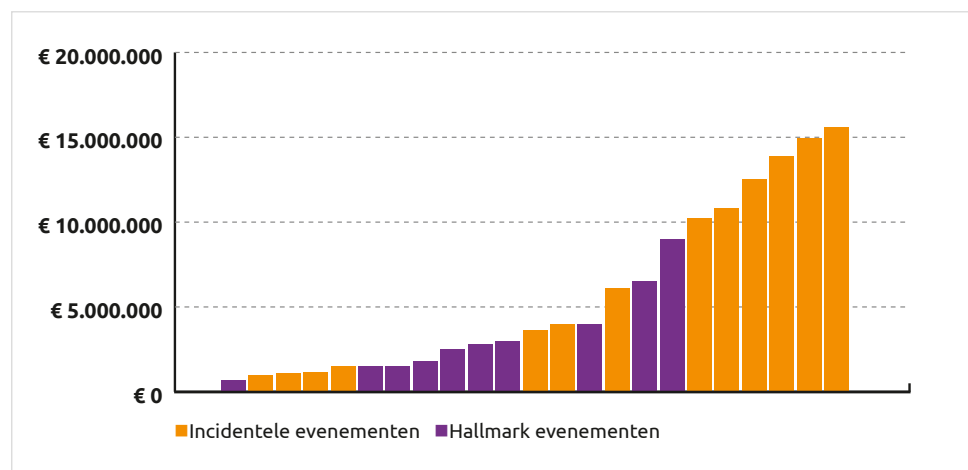
3.7 Businesscase

3.7.1 Begroting

De begrotingen van de sportevenementen uit de steekproef lopen uiteen van minder dan € 1 miljoen tot € 15 miljoen. Uitschieters boven de € 10 miljoen zijn het WK Beachvolleybal, het EYOF, het WK Wielrennen op de weg, de start van de Giro d'Italia, de start van de Tour de France en het EK Atletiek. De hallmark evenementen hebben op twee na een begroting onder de € 4 miljoen.

Een deel van de kosten voor evenementen blijft in de evenementenbegroting buiten beschouwing. Dit betreft de dienstverlening van gemeenten - politie-inzet, openbare werken, afvalreiniging - en vaak ook de kosten voor renovatie en aanpassing van de accommodatie.

FIGUUR 4 // Vergelijking van de begrotingen van incidentele grote sportevenementen en van hallmark evenementen.



Evenementenorganisatoren melden dat Nederland de evenementen zuinig begroot in vergelijking met het buitenland. Zo werd het EK Atletiek 2016 in Nederland voor € 15 miljoen euro georganiseerd, terwijl het twee jaar eerder in Zurich € 28 miljoen euro kostte. Hetzelfde geldt voor de start Tour de France (€ 15 miljoen in 2015) die een jaar eerder in Yorkshire nog £ 33 miljoen kostte. Maar ook bij hallmark evenementen is dit terug te zien. TT Assen werkt met een begroting van € 3 miljoen euro terwijl de begroting van de vergelijkbare Grand Prix van Qatar € 15 miljoen is. Deze efficiënte wijze van organiseren is volgens sommigen het gevolg van de relatief kleine markt in Nederland, en volgens anderen ook wel van de Nederlandse (calvinistische) cultuur en strenge regels bij het uitgeven van publieke middelen. De efficiënte organisatie van evenementen is in Nederland een must. Voor internationale federaties die graag zien dat landen 'uitpakken' met een evenement, is dit niet per se een pluspunt.

Evenementenorganisatoren van zowel incidentele sportevenementen als van hallmark evenementen geven aan dat internationale concurrentie toeneemt. De budgetten van concurrerende evenementen groeien harder dan in Nederland. Met name evenementen in het Midden-Oosten en Azië werken met aanzienlijk hogere sponsorinkomsten en niet zelden ook met inkomsten van overheden.

3.7.2 Inkomsten

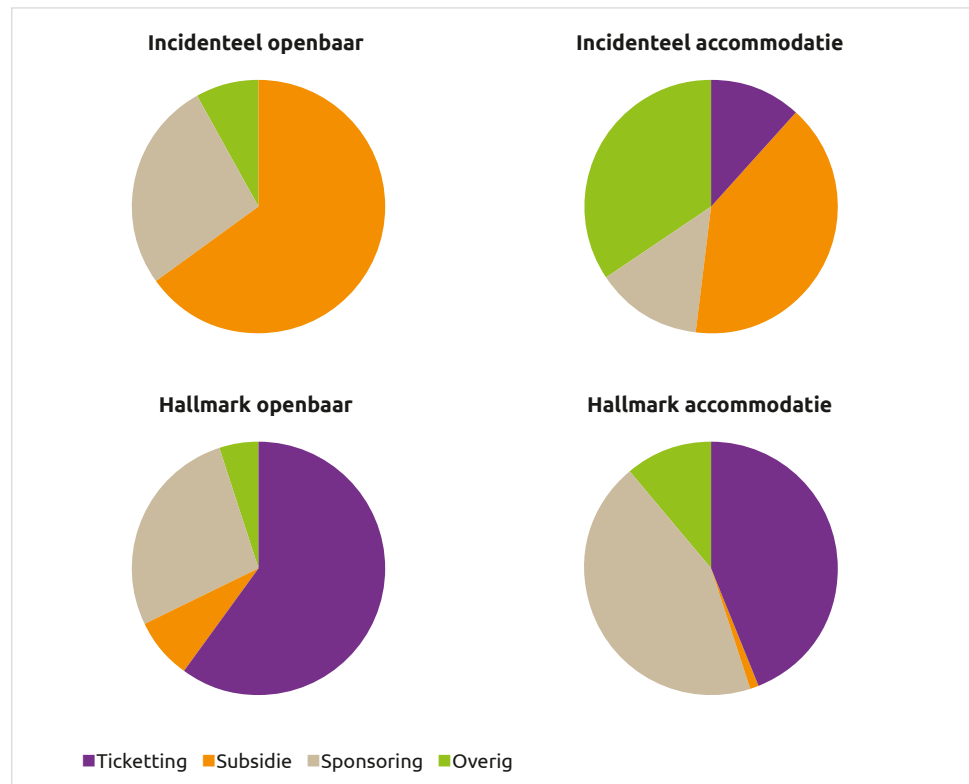
De inkomsten op de evenementenbegrotingen bestaan globaal uit inkomsten van bezoekers en deelnemers, bijdragen van het bedrijfsleven en subsidies van overheden. In een enkel geval zijn er nog andere inkomsten: mediarechten, een (kleine) bijdrage van de internationale organisatie (IPC bij IPC Zwemmen, EOC bij EYOF, European Athletics bij EK Atletiek) of van een fonds (Fonds Gehandicaptensport).

Qua inkomsten zijn er grote verschillen tussen incidentele sportevenementen en hallmark evenementen en tussen evenementen in accommodaties en in de openbare ruimte. Het aandeel subsidie in hallmark evenementen is verwaarloosbaar maar bij incidentele evenementen groot. Bijdragen van het bedrijfsleven zijn bij hallmark evenementen hoger dan bij incidentele evenementen. Ticketing voor bezoekers is bij evenementen in de openbare ruimte niet aan de orde; wel kan de inschrijving van deelnemers veel opleveren.

FOTO 15 // Het gouden Nederlandse team op het EK korfbal in Dordrecht (2016)



FIGUUR 5 // Aandeel inkomsten van 25 evenementen onderverdeeld naar ticketing, sponsoring, subsidie en overig. Onder overige inkomsten wordt verstaan het bedrag van de begroting minus die hier genoemde inkomstenbronnen. Daarbij kan gedacht worden aan bijdragen in de vorm van barthers of van de internationale bond.



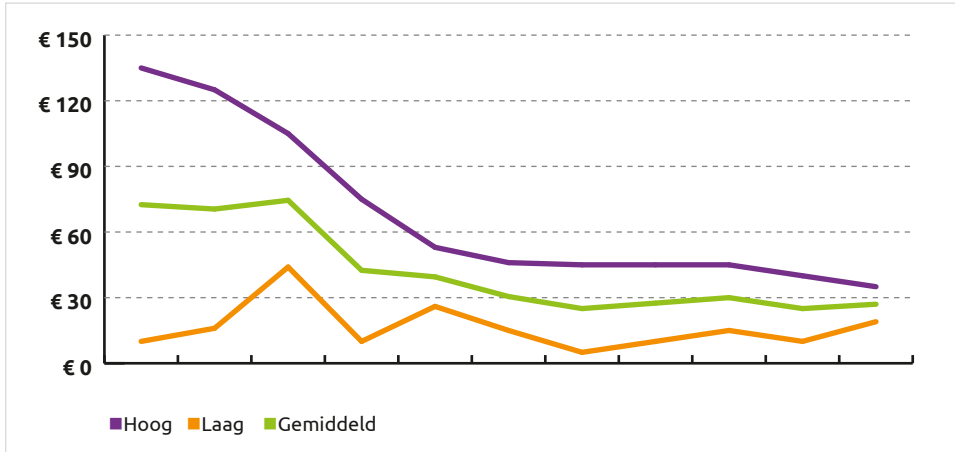
Bezoekers en deelnemers

Tickets van bezoekers en inschrijving van deelnemers vormen in het algemeen de basis voor de financiering van evenementen. Bij de geselecteerde grote sportevenementen varieert het aandeel van de ticketing enorm: van 0% (evenementen in de openbare ruimte) tot 100% (TT Assen). Met oog op volle tribunes en maximale deelname houden de evenementenorganisatoren de prijzen bewust laag (gemiddeld € 10 à € 45). Het EK Atletiek heeft als enige evenement vooraf een benchmark laten uitvoeren naar de prijsstelling. Flexibele ticketprijzen (een variabele prijs bepaald door vraag en aanbod) is bij geen van de evenementen een serieuze optie geweest. De hallmark evenementen halen gemiddeld een groter aandeel van hun begroting uit ticketing dan de incidentele evenementen. Bij de wandel-, loop- en fietsevenementen van de hallmark evenementen komt een aanzienlijk deel van de inkomsten uit de startbewijzen van deelnemers.

De bestedingen van bezoekers (eten en drinken, gadgets) kunnen ook een flinke bijdrage leveren aan de begroting. Echter deze komen meestal niet op de evenementenbegroting terug, maar in de berekening van de economische impact. Slechts in enkele gevallen komen de consumptieve bestedingen toe aan de evenementenorganisator (Ahoy als licentiehouders van het tennistoernooi) of kan eigen catering worden ingekocht waarop commissie kan worden geheven (EK Korfbal, AFAS Tennis Classics).

Soms strijken bij een sportevenement grote aantallen atleten neer, inclusief hun eigen staf (wielerevenementen, EYOF, EK Atletiek, IPC EK Zwemmen) en familie en vrienden. Het neerstrijken van een dergelijk 'circus' kan gunstig uitpakken voor de horecavoorzieningen in de regio. Soms spelen evenementenorganisatoren een bemiddelende rol bij de reservering van hotels en kan (iets) worden verdiend aan de doorverkoop (EK Korfbal, IPC Zwemmen, WK Roeien).

FIGUUR 6 // Hoogste en laagste ticketprijs bij 11 evenementen in accommodaties, inclusief gemiddelde.



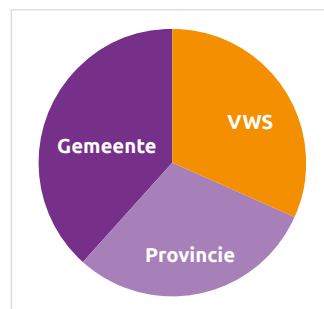
Bedrijfsleven

De bijdrage van het bedrijfsleven is zeer divers. Traditionele bijdragen zijn sponsoring in cash, sponsoring in kind, barterdeals, afname van stands, afname van hospitality (VIP-arrangementen, bijeenkomsten voor relaties en personeel) en inschrijving van bedrijventeams. Bij de paardensport- en tennisevenementen zijn hospitality en stands de belangrijkste inkomstenbron. Deze evenementen worden bij uitstek gebruikt voor relatiemarketing. Daarnaast is een trend waarneembaar waarbij bedrijven zich niet zozeer als sponsor opstellen voor een plek op de boarding, maar als partner op zoek gaan naar activatie van de consumentenmarkt. Bij de incidentele grote sportevenementen wordt met wisselend succes sponsoring geworven. Sponsoring maakt 0 tot 40% uit van de begroting. De sponsormogelijkheden worden beperkt door eenzijdig opgelegde marketing agreements van internationale sportorganisaties. Hallmark evenementen scoren gemiddeld beter op sponsoring, maar geven aan ook te maken te hebben met een veranderend landschap. Het lukt echter vrijwel alle hallmark evenementen om, met de nodige inzet, meerjarige sponsorcontracten af te sluiten.

Overheden

Subsidies van overheden (gemeenten, provincies, rijksoverheid) worden direct en indirect gegeven. Indirecte financiering vindt plaats door inzet van fte's en via de accommodatie (verlagen of kwijtschelden van de huur; renovatie of aanpassingen aan de accommodatie; beschikbaar stellen van het parkoers). Niet alle indirect gefinancierde bijdragen zijn zichtbaar op de evenementenbegroting. Buiten de evenementenbegroting om financieren overheden naast accommodaties ook veiligheidsmaatregelen, afvalreiniging, maatschappelijke projecten of bijvoorbeeld economische missies gerelateerd aan het evenement. Voor geen van de 25 geanalyseerde evenementen is EU-subsidie binnengehaald. Voor het EYOF is dat wel geprobeerd, maar niet gelukt.

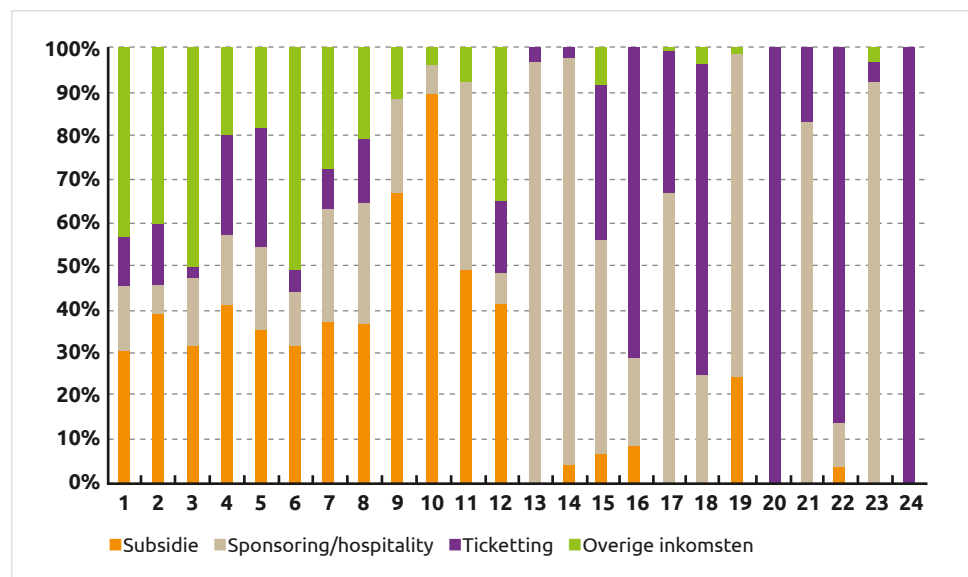
Directe subsidies van overheden zijn beschikbaar op basis van beleidskaders en hieraan verbonden voorwaarden. Deze overheidsbijdragen komen terug op de evenementenbegroting en worden openbaar verantwoord. Ook hier zien we een enorme verscheidenheid. Bij de 25 geanalyseerde sportevenementen loopt de overheidsbijdrage aan de evenementenbegroting uiteen van 0% bij een aantal hallmark evenementen tot ruim 90% bij de Giro d'Italia. Hallmark evenementen ontvangen gemiddeld veel minder subsidie (< 5%) dan incidentele evenementen (43%). In het beleidskader van het ministerie van VWS zijn jaarlijks terugkerende evenementen zelfs uitgesloten, zowel van het hoofdevenement als van side events.



FIGUUR 7 // Totaal aandeel subsidie als onderdeel van de evenementenbegroting bij 17 van de 25 grote sportevenementen, naar type overheid.

De *hoogte* van de subsidie kan niet altijd worden herleid of verklaard uit de beleidskaders. De rijksoverheid ziet subsidie bij voorkeur als een 'sluitstuk' van de begroting. Een aantal evenementenorganisatoren geeft aan dat de overheidsbijdrage juist nodig is als inzet om méér geld te maken in partnership met het bedrijfsleven.

FIGUUR 8 // Inkomsten evenementen uitgesplitst naar subsidie, sponsoring, ticketting en overig. Onder overige inkomsten wordt verstaan het bedrag van de begroting minus die hier genoemde inkomstenbronnen. Daarbij kan gedacht worden aan bijdragen in de vorm van barters of van de internationale bond.



3.7.3 Uitgaven

Bij de evenementen zijn er uitgaven voor:

- de licentie/fee voor de internationale sportorganisatie;
- start- en prijzengelden voor topsporters;
- huisvesting en voorzieningen voor en vervoer van topsporters;
- de projectorganisatie;
- vergoedingen voor officials en vrijwilligers;
- aanpassingen aan en aankleding van de accommodatie en het parkoers;
- voorzieningen voor deelnemers en bezoekers;
- voorzieningen voor sponsors;
- communicatie en marketing;
- mediaproducties;
- side events.

Een aantal evenementenorganisatoren spreekt zijn zorgen uit over de toenemende bedragen die de internationale sportfederaties vragen om een evenement te kunnen binnenhalen en de steeds hogere eisen die de kosten opdrijven (capaciteit stadions, hotels, vervoer, voorzieningen). Voor de sporten die in Nederland relatief klein zijn maar mondiaal groot, kunnen om die reden geen bids worden gedaan (badminton, handbal). Bij hallmark evenementen stijgen de kosten voor start- en prijzengelden van topsporters. De stijging heeft in beide gevallen volgens de organisatoren te maken met de toenemende concurrentie op de internationale markt. Mediaproducties zijn een andere onzekere kostenpost voor evenementenorganisatoren. De overige uitgaven hebben evenementenorganisatoren beter in de hand.



AMSTERDAM 2016
EUROPEAN ATHLETICS CHAMPIONSHIPS

AMSTERDAM 2016
EUROPEAN ATHLETICS CHAMPIONSHIPS

AMSTERDAM 2016
EUROPEAN ATHLETICS CHAMPIONSHIPS

Over de uitgaven aan side events oordelen evenementenorganisatoren verschillend. De noodzaak voor het organiseren van side events in verband met het politieke draagvlak en soms ook de sponsorvoorwaarden wordt onderkend. Sommige organisatoren zijn van mening dat side events (teveel) afleiden van de hoofdzaak: het organiseren van een goed sportevenement. In dat geval worden side events beleefd als een 'uitgavenpost'. Andere organisatoren zien een kans om de sport te promoten en nieuwe doelgroepen te interesseren. Organisatoren die er zo tegenaan kijken, geven het evenement én de side events een plek in hun langetermijnstrategie en beschouwen de side events als een investering voor de langere termijn.

3.7.4 Balans winst en verlies

In de brief van het ministerie van VWS aan de Tweede Kamer staat dat de door VWS-gesubsidieerde grote sportevenementen in meer dan de helft van de gevallen afsluiten met verlies.²⁷ Van de gesubsidieerde sportevenementen uit de selectie hebben vier van de grootste sportevenementen de boeken moeten sluiten met verlies: het WK Wielrennen in 2012, het EYOF in 2013, de start van de Tour de France in 2015 en de start van de Giro d'Italia in 2016. In het geval van het EK Atletiek is winst geboekt en teruggegeven. In de overige gevallen hebben de grote sportevenementen (vrijwel) quitte gespeeld. Een aantal evenementenorganisatoren geeft aan dat het opvoeren van (een verwaarloosbaar) verlies voorkomt dat subsidie eventueel moet worden teruggegeven.

Evenementenorganisatoren geven aan dat het met name bij incidentele evenementen moeilijk is om alles tevoren te kunnen overzien. Resultaten zijn mede afhankelijk van externe factoren: het weer, de media-aandacht, de aan- of afwezigheid en de prestaties van topsporters. Het is lastig de begroting tevoren sluitend op te stellen. In de subsidieaanvraag aan het ministerie van VWS zit echter geen flexibiliteit; zo wordt een post 'onvoorzien' niet geaccepteerd.

De winst bij het EK Atletiek komt terug bij de rijksoverheid, die hiervoor voorwaarden heeft gesteld passend bij het beleid dat subsidie een 'sluitstuk' moet zijn op de begroting. Het verlies op de exploitatie is bij het WK Wielrennen op de weg, de Tour en de Giro terecht gekomen bij de lokale overheid - provincies en gemeenten - en in het geval van EYOF ook bij NOC*NSF.

De organisatoren van geselecteerde hallmark evenementen houden de boeken deels gesloten, maar vermelden allen dat zij quitte spelen, winst maken (bij een onderneming) of reserves opbouwen (bij een stichting). In slechte jaren kunnen zij dan gebruik maken van de opgebouwde reserves. Zo heeft de Nijmeegse Vierdaagse haar reserves ingezet bij de afgelasting vanwege de hitte in 2006. De winst van commerciële organisatoren wordt naar eigen zeggen geïnvesteerd in volgende evenementen. De businesscase van hallmark evenementen is solide; immers, het evenement moet er volgend jaar weer staan.

3.8 Impact

3.8.1 Economische impact

Een belangrijke reden - met name voor overheden - om een evenement te willen financieren betreft de (mogelijke) economische impact van een evenement voor de stad, regio of provincie. Het monitoren en evalueren van het evenement is verplicht gesteld in de subsidievoorwaarden van het ministerie van VWS, waarbij de WESP-richtlijnen leidend zijn.²⁸ In praktijk worden vooral evaluaties gedaan naar de economische impact.

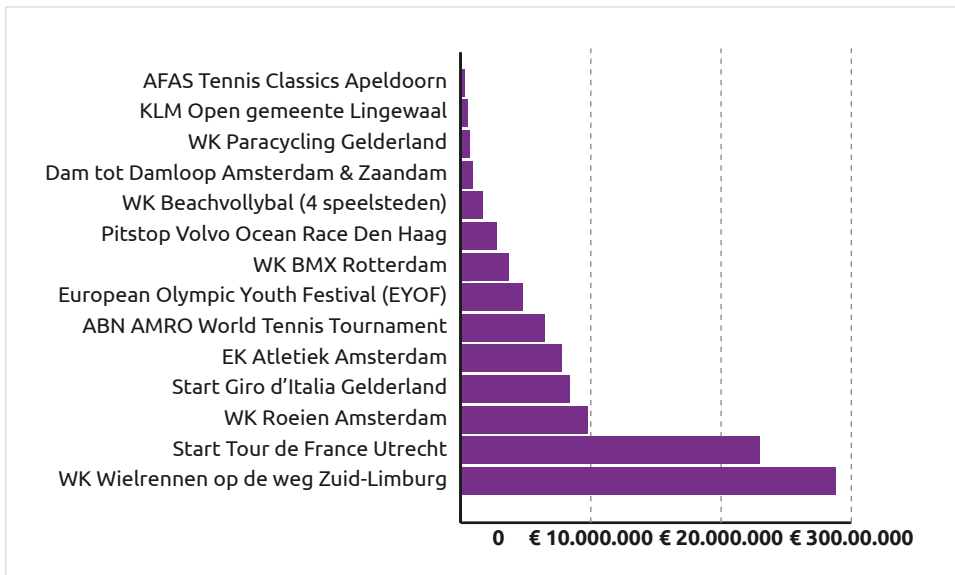
FOTO 16 // De openingsceremonie van het EK Atletiek in Amsterdam (2016)

²⁷ https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/brieven_regering/detail?id=2015Z22143&did=2015D44977

²⁸ www.evenementenevaluatie.nl en www.modelaanpakevenementen.nl

Een economische impactstudie meet tot hoeveel extra bestedingen een sportevenement heeft geleid in een regio. De economische impact verwijst doorgaans naar de directe bestedingen van de bezoekers, de deelnemers en begeleiders, de rechthouder, de vrijwilligers, de pers en de organisatie die dankzij het evenement in een bepaalde regio zijn gedaan. Bij een dergelijk onderzoek wordt per doelgroep onderscheid gemaakt tussen het aandeel dat additioneel is en het aandeel dat niet-additioneel is. Het additionele deel van de doelgroep zou niet in de regio zijn besteed als het evenement daar niet georganiseerd zou zijn. De economische impact van een evenement wordt beïnvloed door de grootte van de regio die bij het onderzoek centraal staat. Tevens wordt er geen crowding out verrekend (evenementenbezoekers verdringen lokale inwoners en/of andere toeristen).²⁹

FIGUUR 9 // Uitkomsten economische impact studies volgens WESP-richtlijnen (Hogeschool Arnhem Nijmegen)



De economische impact valt bij de 25 geanalyseerde evenementen in alle gevallen positief uit maar varieert enorm: van € 359.000 voor de AFAS Tennis Classics tot € 28,8 miljoen voor het WK Wielrennen op de weg. Van de hallmark evenementen, waarmee de overheidsbemoediening soms gering is, wordt de economische impact lang niet altijd gemeten of op andere wijze dan via de WESP-richtlijnen. Echter ook daar is de economische impact ook aanzienlijk. De economische impact van de Nijmeegse Vierdaagse inclusief de feesten loopt op tot € 40 miljoen en de economische impact van het TT Circuit Assen is (gedurende het gehele jaar) € 100 miljoen.

Als het om de economische impact van sportevenementen gaat, profiteert vooral de horeca. De evenementen in de openbare ruimte springen er in positieve zin uit. Dit is niet bevreemdend gelet op de bestedingen van bezoekers in de regio: eten en drinken, overnachtingen, merchandise. Bij evenementen in de openbare ruimte komen deze bestedingen ten goede aan de horecaondernemers in de omgeving. In een afgesloten accommodatie komen bestedingen ook of vooral ten goede aan de organisatie zelf of aan de ingehuurde cateraar. Slechts in een enkel geval weet de organisator of de lokale overheid van de economische impact iets terug te winnen. In Rotterdam gebeurt dit via de toeristen- of logiesbelasting, waarvan afdracht wordt gedaan aan een evenementenfonds. Bij de start van de Tour de France heeft de gemeente Utrecht betaalde vergunningen uitgegeven aan horecaondernemers voor de 'Tourpleinen'.

²⁹ <https://www.allesoversport.nl/artikel/economische-impact-sportevenementen-niet-alle-bestedingen-tellen-mee>

Inherent aan de methode wordt de economische impact van grote sportevenementen in de regel *kleiner* naarmate het effect in een *grotere* regio wordt gemeten. Het is dus bepalend waar het onderzoek de 'stolp' op zet: de stad, de regio, de provincie of het land. Voor een investerende provincie lijkt de methode in het nadeel uit te werken. Op landelijke schaal is de economische impact van grote sportevenementen verwaarloosbaar, tenzij dit gepaard gaat met buitenlands toerisme of grote bestedingen vanuit de internationale organisatie. Dit is bijvoorbeeld het geval geweest bij de Europa League Finale 2013 tussen Benfica en Chelsea in de Amsterdam Arena. Bij de 25 geselecteerde evenementen is economische impact op landelijk niveau niet aan de orde.³⁰

De economische effecten op de langere termijn worden bij de 25 grote sportevenementen in kwestie niet gemeten. De stad of regio wil zich met een groot sportevenement 'op de kaart' zetten in verband met het binnenlands en buitenlands toerisme, het vestigingsklimaat en de handel. Zonder onderzoek is het onduidelijk of het evenement in kwestie hieraan heeft bijgedragen. Experts geven aan dat onderzoek hiernaar een complexe en kostbare zaak is. Er zijn internationaal geen overtuigende onderzoeksresultaten voor economische effecten op de langere termijn beschikbaar.

Mediawaarde

Voor overheden die hun stad of regio op de kaart willen zetten, maar ook voor bedrijven die een evenement sponsoren omwille van hun zichtbaarheid, is het van groot belang te weten wat de mediawaarde is van een evenement. De mediawaarde van het evenement dan wel van de stad of regio wordt lang niet altijd gemeten, en vaak gebeurt dit op verschillende manieren: verschillende periodes, uitingen, bronnen, trefwoorden; de WESP-richtlijn voor de promotionele waarde van grote sportevenementen is bij de 25 grote sportevenementen niet gebruikt. Waar gemeten blijkt de mediawaarde groot te zijn: WK Wielrennen € 22 miljoen voor radio, televisie en print; Giro € 34,1 miljoen voor televisie, print en online, en Tour € 33 miljoen voor alleen al print en online.

3.8.2 Maatschappelijke impact

Vrijwel alle evenementenorganisatoren, stakeholders en experts betogen dat de waarde van grote sportevenementen niet (alleen) kan worden uitgedrukt in euro's. Een groot sportevenement is om te beginnen een belangrijk podium voor topsporters en een groot feest voor recreatieve sporters, bezoekers en kijkers. Bij het meten van impact van een evenement zijn dan allereerst maatstaven belangrijk voor het bereik, de beleving, tevredenheid en trots van het publiek.

Een aantal partijen geeft aan dat te gemakkelijk over de 'intrinsieke' maatschappelijke waarde van sportevenementen wordt heen gestapt. Deze partijen zien voldoende legitimatie in het feit dat er vele sportfans en -deelnemers zijn. De hallmark evenementen tonen aan dat er een markt is voor grote sportevenementen.

Voor overheidsgefinancierde sportevenementen lijkt de legitimatie ingewikkelder. De inzet van publieke middelen wordt gerelateerd aan (soms een scala aan) maatschappelijke doelen. Naast economische doelen worden wisselend doelen nagestreefd op het terrein van talent, (breedte) sport en bewegen, participatie en cohesie, cultuur en educatie, vitaliteit en gezondheid, milieu, handel en innovatie. Voor een aantal van deze thema's zijn WESP-richtlijnen en een handreiking ontwikkeld.³¹ De subsidiemogelijkheden van het ministerie van VWS voor 'side events' zijn aan

³⁰ Het meest zichtbaar is dit bij het WK Beachvolleybal. De impact voor de deelnemende steden is respectievelijk € 57.600 (Apeldoorn), € 177.000 (Den Haag), € 439.000 (Rotterdam) en € 1.068.000 (Amsterdam – waar de meeste bestedingen van de organisatie plaatsvonden). De economische impact op landelijk niveau is € 45.000.

³¹ www.evenementenevaluatie.nl en www.modelaanpakevenementen.nl

deze maatschappelijke thema's verbonden.³² In praktijk nemen gemeenten en/of sportbonden bij de organisatie van side events het voortouw.

De meeste gesubsidieerde grote sportevenementen richten hun pijlen 'top down' op de jeugd en het onderwijs (o.a. EK Atletiek, EK Korfbal, Volvo Ocean Race) en op aangepaste sporten. Ook organiseren evenementenorganisatoren culturele activiteiten gekoppeld aan het evenement: bijvoorbeeld de concerten bij de Volvo Ocean Race.

VWS heeft voorwaarden opgenomen voor het 'waar mogelijk' integreren van aangepaste sporten en het bevorderen van de toegankelijkheid van het evenement voor mensen met een beperking.

Integratie van gehandicapten- en vrouwensport

Bij het EK Atletiek zijn voor het eerst paralympische nummers opgenomen, aan de Tour en EYOF zijn events voor aangepaste sporten vooraf gegaan en tijdens het EK Hockey wordt gelijktijdig het EK aangepast hockey gehouden. De gesproken evenementenorganisatoren tonen zich groot voorstander van het inclusief organiseren van para-events, maar geven aan dat dit soms botst met de regels van internationale organisaties. Overigens is bij een aantal sporten ook nog steeds een onderscheid tussen topsportevenementen voor mannen en vrouwen. In negen van de 25 geanalyseerde evenementen acteren louter mannelijke topsporters. Het inclusief organiseren van mannen- en vrouwennummers wordt gezien als bevorderlijk voor de ontwikkeling van de vrouwensport.

In het geval van de Tour de France is een omvangrijk *activatie*programma opgezet met vier pijlers: sport, cultuur, onderwijs en economie. Meer dan 250 'bottom up' projecten van sportverenigingen, culturele instellingen, onderwijsinstellingen en ondernemingen is een podium geboden om zich te presenteren. Projecten zijn eigenstandig uitgevoerd of voor maximaal 50% gefinancierd. Deze 'bottom up' aanpak heeft navolging gekregen bij de Giro d'Italia. Niet de evenementenorganisator, maar partijen in het veld zorgen samen voor de maatschappelijke spin off.

Ook bij de hallmark evenementen is sprake van 'maatschappelijk verantwoord ondernemen'. Het initiatief komt dan van de evenementenorganisator zelf of van de sponsor. Op aangeven van ABN AMRO is het wheelchair tennis sinds 2009 geïntegreerd in het tennistoernooi gebaseerd op het 'fair share' principe van het Fonds Gehandicaptensport. Bij de Nijmeegse Vierdaagse zijn sinds 2007 deelnemers in een rolstoel welkom. De Vierdaagse kan door deelnemers worden aangegrepen als sponsorloop voor eigen of bestaande goede doelen. De Dam tot Damloop richt zich (zonder tussenkomst van de overheid) op duurzaamheid. Het Tata Steel Chess Tournament is opgezet ter ondersteuning van de regio. Culturele activiteiten (vooral muziek) zijn bij hallmark evenementen gangbaar, als onderdeel van het entertainment voor het publiek.

Samenwerking tussen overheden en hallmark evenementen om de maatschappelijke spin off te bevorderen, is zeldzaam. Voorbeelden zijn de Ladies Edition in 2017 bij de Amstel Gold Race, gesubsidieerd door de provincie Limburg en de schoolprojecten die de gemeente Rotterdam organiseert bij het ABN AMRO Tennistoernooi.

Het komt voor dat een maatschappelijk doel 'vanzelf' wordt bereikt zonder dat een evenementenorganisator hier heel bewust mee omgaat. Op zoek naar een stevige businesscase is de Amstel Gold Race sinds 2003 uitgebreid met een toertocht voor 15.000 recreanten. Plausibel (maar niet onderzocht) is dat dit een positieve invloed heeft op de sportbeoefening van wielerveders; zij zullen flink moeten trainen om het parkoers te kunnen afleggen.

³² <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/publicaties/2015/03/17/beleidskader-sportevenementen>

Bij de evenementen in onze steekproef is de maatschappelijke impact, voor zover mogelijk, gemeten bij het EK Atletiek, de Giro d'Italia, het WK Beachvolleybal, de Tour de France en het EYOF. Evenementenorganisatoren en onderzoekers geven aan dat het meten van de maatschappelijke waarde van het evenement of van de side events een complexe zaak is. Geraadpleegde experts vrezen dat de verschillende separate onderzoeken waarschijnlijk niet heel veel evidentie gaan brengen over de maatschappelijke waarde van grote sportevenementen. Liever zien zij dat de krachten gebundeld worden voor een omvattend, verklarend onderzoek naar de maatschappelijke betekenis van grote sportevenementen.

Impact op de sport

Gesproken sportbonden noemen de grote sportevenementen belangrijk voor hun sport om verschillende redenen. Over het algemeen hopen zij dat meer mensen kennismaken met de sport en dat er meer mensen gaan sporten en lid worden van een sportvereniging. Er wordt vanuit gegaan dat evenementen 'inspirerend' werken. Hiernaar is echter onder de 25 geselecteerde sportevenementen nauwelijks onderzoek gedaan. Bij de start van de Tour de France is gevraagd of mensen geïnspireerd zijn geraakt om te gaan fietsen. Van de ondervraagde personen gaf 24% aan geïnspireerd te zijn en 18% enigszins.

De KNKV (korfbal) en KNHB (hockey) grijpen het evenement ook aan om de sport internationaal te promoten en ontwikkelen. Nederland speelt bij deze sporten een voortrekkerrol. Bij het binnenhalen van het EK Hockey 2017 was dit 'ontwikkelingswerk' in Europa van doorslaggevend belang.

3.8.2 Kanttekeningen bij de impactmeetmethodes

Onderzoekers uit de WESP zelf zijn de eerste om de impactmeetmethodes kritisch tegen het licht te houden. Voordelen van de WESP-richtlijnen zijn dat ze gemakkelijk uitvoerbaar en betaalbaar zijn. Ook is het positief dat de impact van grote sportevenementen zich door het hanteren van één en dezelfde meetmethode goed laat vergelijken. Experts en stakeholders geven aan dat de WESP-richtlijnen hebben geleid tot meer focus op economische en maatschappelijke impact bij de planvorming en uitvoering van evenementen.

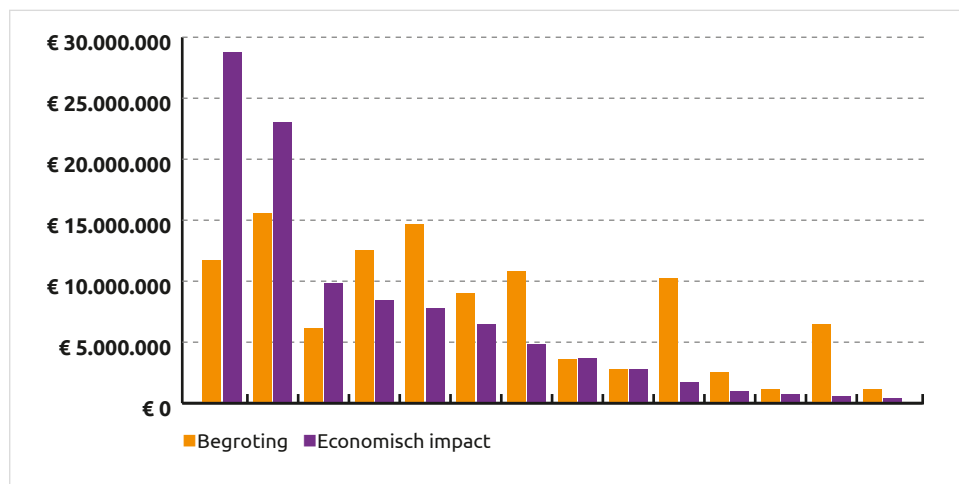


FOTO 17 // De finish van de Amstel Gold race (2016)

De WESP-methodes voorzien niet in een werkelijke (maatschappelijke) kosten-batenanalyse, die op andere beleidsterreinen met overheidsuitgaven gehanteerd wordt.³³

De neiging in de praktijk is om de begroting van een evenement als 'kosten' en de economische impact als 'baten' te interpreteren. Bestuurders leggen dit in het voordeel van het evenement uit - ('het WK Wielrennen leed verlies maar het evenement heeft de grootste economische impact ooit gemeten') - en media in het nadeel: 'de Giro kostte meer dan hij opleverde' - dat laatste zou dan overigens bij een meerderheid van de geselecteerde evenementen het geval zijn als de begroting van de economische impact wordt afgetrokken.

FIGUUR 10 // Begroting en economische impact (gemeten volgens WESP-richtlijnen) op basis van 14 van de 25 grote sportevenementen.



Ook evenementenorganisatoren geven aan moeite te hebben met een aantal uitgangspunten bij de WESP-methode, bijvoorbeeld als de eigen inwoners de voornaamste doelgroep waren (hun bestedingen worden niet meegerekend) of als producten of diensten niet in de regio verkrijgbaar zijn (waarmee bestedingen noodgedwongen buiten de regio worden gedaan en van de impact worden afgetrokken). Evenementen draaien soms ook om de hospitality en de business deals die uit het netwerken en relatiemanagement voortkomt; deze impact wordt sowieso niet gemeten. Heel belangrijk in praktijk is ook de mediawaarde van een sportevenement, zowel voor overheden die hun stad of regio op de kaart willen zetten als voor bedrijven die hun return on investment willen terugzien. Kanttekening hierbij is dat de mediawaarde nog onvoldoende en niet uniform wordt gemeten.

Als het gaat om de maatschappelijke impact laten evenementenorganisatoren en experts verschillende geluiden horen. Enerzijds wordt aangegeven dat de maatschappelijke waarde op zichzelf moet worden beschouwd en gemeten; anderzijds zijn er voorstanders van het economiseren van de maatschappelijke waarde. Dit vraagt een investering in maatschappelijke kosten-batenanalyses (MKBA's) bij grote sportevenementen. De Dam tot Damloop is uit de 25 geselecteerde evenementen het enige evenement dat een maatschappelijke kosten-batenanalyse heeft laten uitvoeren. De economische waarde van de Dam tot Damloop wordt in deze studie becijferd op € 980.000, terwijl de maatschappelijke waarde uitkomt op € 3,3 miljoen.³⁴ Evenementenorganisatoren en experts geven aan dat de uitvoering van MKBA's kostbaar is en wel in verhouding moet staan tot het budget voor het evenement.

³³ Zie voor de leidraad voor toepassing van MKBA's: <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2013/12/06/kabinetsbrief-en-algemene-mkba-leidraad>

³⁴ http://www.damloop.nl/files/2014/11/2014-10-deNooij_Horsselenberg_Damtotdamloop-CAREM-HvA.pdf

3.9 Randvoorwaarden

3.9.1 Accommodaties en infrastructuur

Een belangrijke randvoorwaarde voor het houden van evenementen is de infrastructuur. Provincies en gemeenten spelen een belangrijke rol bij de bouw, renovatie of aanpassing van (tijdelijke) accommodaties en bij het beschikbaar maken, aanpassen en schoonmaken van het parkoers voor evenementen in de openbare ruimte. Dit zijn investeringen die soms wel, maar meestal niet terug te vinden zijn op de evenementenbegroting. Slechts in enkele gevallen (Ahoy, RAI, Brabanthallen, voetbalstadions) worden de accommodaties commercieel geëxploiteerd. In dat geval komen de accommodatiekosten wel voor rekening van het evenement.

Het voor handen hebben van een aantal topaccommodaties (voor schaatsen, zwemmen, baanwielrennen, atletiek, motorsport) is volgens evenementenorganisatoren doorslaggevend bij het binnenhalen van evenementen. In de zwemsport is dit het meest zichtbaar; pas sinds het bestaan van het Pieter van den Hoogenband zwemstadion worden grote zwemevenementen naar Nederland gehaald. Daarnaast is een omslag zichtbaar waarbij niet langer in (on)mogelijkheden van accommodaties wordt gedacht. Accommodaties worden aangepast (Olympisch stadion voor schaatsen, Omnisport voor tennis, Spoorwegmuseum voor schaken) en er worden tijdelijke accommodaties ingericht als 'blikvangers' (WK Beachvolleybal in vier steden; Museumplein bij het EK Atletiek). Dit levert aantrekkelijke beelden op die de hele wereld overgaan.

De huisvesting van topsporters is een vraagstuk bij evenementen met veel deelnemers (EYOF). De organisatoren van paralympische evenementen vragen aandacht voor de benodigde aanpassingen en voorzieningen voor mensen met een beperking, niet alleen in de sportaccommodatie maar ook bijvoorbeeld in de hotels.

3.9.2 Duurzaamheid en gezondheid

In de analyse zijn de randvoorwaarden die aan sportevenementen worden meegegeven niet uitputtend bevraagd.

Eisen op het gebied van duurzaamheid worden door de meeste overheden standaard gesteld aan evenementen. Dat er kansen zijn om sport en duurzaamheid te verbinden, bewijst bijvoorbeeld het TT Circuit Assen dat het op één na grootste zonnepanelenpark van Nederland heeft. Ook de organisatie van het EK Atletiek heeft bewust een aantal maatregelen getroffen waaronder het stimuleren van bezoek met het openbaar vervoer en elektrisch vervoer van topsporters en begeleiders.

Voor de topsporters is bij evenementen sportmedische zorg voor handen; in het geval van een risicosport als BMX zelfs in groten getale (traumazorg). De Nijmeegse Vierdaagse en Dam tot Damloop hebben veel aandacht voor blessurepreventie en -zorg bij de deelnemers en werken beide samen met vrijwilligers van het Rode Kruis. Kennis over sportmedische zorg bij evenementen is voor handen met instrument 'Voorzorg Advies' dat is ontwikkeld door de Vereniging Sportgeneeskunde.³⁵

Ook sport en gezondheid lenen zich bij uitstek voor een gezamenlijke aanpak bij grote sportevenementen. Buiten 25 geanalyseerde evenementen is het WK Hockey 2014 hiervan een mooi voorbeeld (aandacht voor gezonde voeding). De gemeenten Amsterdam en Rotterdam hebben tijdens het WK Shorttrack 2017 (eveneens buiten de analyse) een manifest gepresenteerd om geen reclame voor ongezonde voeding meer te maken bij jeugdevenementen.

³⁵ <https://www.allesoversport.nl/artikel/hoe-organiseer-je-medische-hulp-en-ehbo-bij-sportevenementen/>

3.9.3 Veiligheid en mobiliteit

De eisen op het gebied van veiligheid en mobiliteit worden volgens de evenementenorganisatoren de laatste jaren strenger. Niet alleen de evenementenorganisatoren van grote sportevenementen, maar ook de organisatoren van de vele duizenden breedtesportevenementen hebben hiermee te maken. Bij evenementen met een lang parkoers in de openbare ruimte is de besluitvorming complex omdat een evenement dan te maken heeft met meerdere overheden en veiligheidsregio's.

Evenementenorganisatoren investeren in veiligheidsmaatregelen door eigen bewaking, beveiliging en verkeersregelaars in te zetten. De veiligheid en openbare orde binnen en buiten de accommodaties komt steeds meer voor rekening van de evenementenorganisatoren zelf. Zowel bij de Nijmeegse Vierdaagse als de Giro werd alleen politiebegeleiding ingezet bij de belangrijkste kruispunten. Ook voor evenementen op een vaste locatie zijn de investeringen in veiligheid toegenomen.

Veiligheid speelt ook een rol bij de inzet van vrijwilligers. Vaak zijn de vrijwilligers 'bekend' bij de sportbond en sportverenigingen, of van eerdere versies van het evenement. Vrijwilligers worden niet gescreeud. Een Verklaring Omtrent Gedrag, gemeengoed bij sportverenigingen, wordt door geen van de evenementenorganisatoren gevraagd. Kwetsbaar is ook de situatie bij de inzet van buitenlandse vrijwilligers.

Een enkele evenementenorganisator rapporteert problemen met de verkeersstromen en parkeerbehoefte rond de grote sportevenementen. TT Assen en (mogelijk) EK Hockey ondervinden problemen.

3.9.4 Fiscus en regelgeving

Diensten van algemeen economisch belang

Op dit moment bepaalt het beleidskader sportevenementen van het ministerie van VWS dat ieder evenement dat subsidie ontvangt, wordt aangemerkt als dienst van algemeen economisch belang (DAEB). Binnen het kader van de Mededingingswet van de EU kunnen decentrale overheden (rijksoverheid, provincies en gemeenten), een DAEB aanwijzen en financieren. DAEB's zijn diensten op het grensvlak tussen overheid en markt, die zonder overheidsfinanciering niet



FOTO 18 // Jumping
Amsterdam in de RAI
(2016)

tot stand zouden komen (een bekend voorbeeld zijn de buslijnen naar afgelegen gebieden). Kwesties van concurrentievervalsing en staatssteun worden hiermee voorkomen.

Afgaand op de praktijk en het vigerende beleid blijkt dat het aanwijzen van sportevenementen als DAEB discutabel is. Uit de analyse naar 25 grote sportevenementen komt immers naar voren dat er verschillende sportevenementen zijn die zonder - of met zeer minimale - subsidies worden georganiseerd. Ook de hoogte van subsidiebedragen van verschillende overheden aan grote sportevenementen lijkt willekeurig (van 0% tot 90%). Overheden gedragen zich per evenement verschillend: zij subsidiëren, sponsoren (met een duidelijke tegenprestatie) of investeren (bijv. in de accommodatie, met oog op de langere termijn) – of zij financieren juist niet. Eén commercieel bureau geeft aan oneerlijke concurrentie te ondervinden van overheidsgefinancierde projectbureaus en stichtingen voor sportevenementen. Tenslotte geven meerdere evenementenorganisatoren aan oneerlijke concurrentie te ondervinden uit het buitenland, waar de staatssteun vaak veel groter is. Binnen de Europese Unie zijn nog geen gevallen bekend waarbij dit bij de Europese Commissie is aangekaart.

Tegelijkertijd zeggen alle evenementenorganisatoren en experts dat bepaalde sportevenementen het zonder overheidssteun nooit zouden redden. Dat betreft in ieder geval de echt grote sportevenementen, en daarnaast juist de evenementen van kleine sporten en die voor gehandicaptensport (marktfalen).

Er wordt door overheden weinig expliciet gemaakt waarom zij welke sportevenementen met welk instrument financieren, en in welke verhouding de overheidsbijdrage zou moeten staan tot die van andere partijen.

Fiscale maatregelen

In de analyse van 25 grote sportevenementen zijn verschillende knelpunten genoemd ten gevolge van het huidige fiscale beleid. In het algemeen wordt geconcludeerd dat het fiscale klimaat voor sport en sportevenementen niet optimaal is. Voorbeelden die dit illustreren:

- het onkostenforfait voor vrijwilligers: € 1500 per jaar met een maximum van € 150 per maand. Het maximumbedrag per maand gaat uit van een reguliere spreiding van vrijwilligerswerk over het jaar. In het geval van grote sportevenementen werken vrijwilligers vaak in korte tijd veel uren;
- kleding, eten en drinken voor vrijwilligers wordt door de belastingdienst soms niet en soms wel gezien als 'loon in natura';
- het is niet altijd mogelijk vrijwilligers met een uitkering in te zetten en deze een vergoeding te geven;
- de inschrijving van bedrijven met bedrijventeams wordt ontmoedigd door de beperkingen van de Werkkostenregeling (WKR). Ook dit wordt gezien als loon;
- er wordt btw geheven over sponsorbedragen, en ook over subsidies waarbij een tegenprestatie wordt verwacht;
- in het algemeen wordt sport (met uitzondering van gehandicaptensport) niet gezien als een goed doel (Algemeen Nut Beogende Instelling). Dit is niet stimulerend voor giften van burgers of bedrijven.

Regeldruk

Evenementenorganisatoren - van zowel grote als kleine evenementen, in het hele land - ervaren in toenemende mate regeldruk.

Door evenementenorganisatoren wordt aangegeven dat het verkrijgen van een vergunning voor een groot sportevenement een moeizaam traject is dat veel energie kost - met tot nog toe wel altijd een goede afloop. De organisatie van de start van de Tour is drie jaar van tevoren al in gesprek gegaan met de betrokken overheden. De Giro had in verband met het parkoers van 400 kilometer te maken met 23 gemeenten, vijf veiligheidsregio's, de nationale politie en de Nationale Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid.

In het geval van incidentele sportevenementen komt de vergunning soms wel erg ‘last minute’ beschikbaar, maar er is meestal vertrouwen bij de evenementenorganisatoren in de goede afloop, al was het maar omdat de gemeente deelneemt in het evenement (WK Roeien, WK Beachvolleybal). Bij de hallmark evenementen is de vergunningverlening meer ‘ingesleten’, wordt deze soms meerjarig afgegeven of valt het evenement onder de vergunning van de accommodatie (RAI, Ahoy). Maar ook daar worden problemen ervaren, bijvoorbeeld bij de TT Assen en de jaarlijks terugkerende verkeerschaos bij aankomst en vertrek.

In de vergunning worden verschillende aspecten behandeld. Primaire aandacht is er voor veiligheid en mobiliteit. Daarnaast worden ook wel voorwaarden opgenomen voor milieu en gezondheid. Aan al deze aspecten moet de evenementenorganisator proberen te voldoen. Er bestaat niet zoiets als een modelvergunning. Wel is in publiek-private samenwerking de ‘Evenementassistent’ ontwikkeld die gemeenten en evenementenorganisatoren kan helpen bij het opstellen van een vergunning.³⁶ Deze Evenementassistent is echter niet meer in zwang. Actal concludeert in haar recente sectorscan evenementen en festivals eveneens dat organisatoren last hebben van complexe, administratieve procedures en onduidelijke, soms overbodige eisen. Hierdoor dreigen evenementen en de vrijwilligers te verdrinken in eisen en procedures. Actal doet verschillende aanbevelingen waaronder het opstellen van modelvergunningen en gezamenlijke afstemmingsoverleggen tussen alle betrokken partijen.³⁷

Naast regeldruk zijn er soms ook financiële lasten voor evenementenorganisatoren. In een enkel geval moet de gemeente leges worden betaald (EK Hockey aan gemeente Amstelveen), wordt precariobelasting geheven (gemeente Zaanstad bij de Dam tot Damloop) of wordt er huur van de grond berekend (gemeente Nijmegen bij de Nijmeegse Vierdaagse).

3.9.5 Integriteit

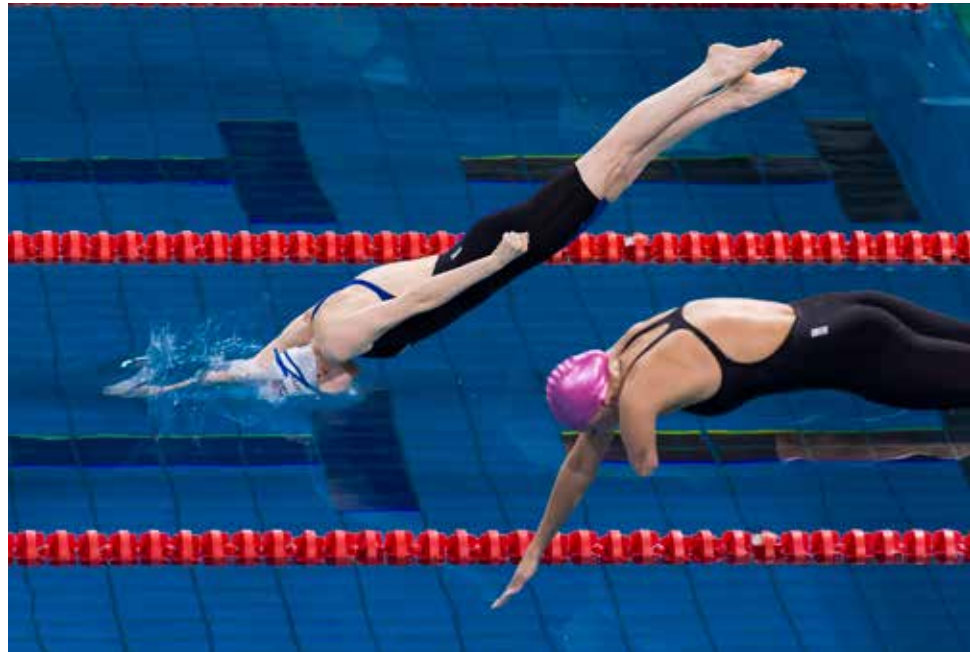
Aparte aandacht verdienen de randvoorwaarden die worden ingegeven door integriteitsvraagstukken. Dit speelt bij de overheid, maar ook in de sport en in het bedrijfsleven. Tijdens het EU-voorzitterschap van Nederland heeft de raad van sportministers EU-conclusies aangenomen over integriteit, transparantie en good governance bij grote sportevenementen.³⁸ De integriteit betreft het handelen van de overheid zelf, maar ook van (inter)nationale sportorganisaties en andere partners. De conclusies kunnen onder andere worden geïmplementeerd via de subsidievoorwaarden van overheden. Met andere woorden: als er vermoedens zijn dat het proces van grote sportevenementen niet integer en transparant verloopt, zou de overheid zich kunnen terug trekken. In het beleidskader van het ministerie van VWS zijn de conclusies nog niet doorvertaald laat staan dat de conclusies bij andere organisaties zijn geïmplementeerd. Evenementenorganisatoren, marketeers en bedrijven geven aan dat ‘integriteit’ ook in toemende mate een vraagstuk wordt voor de bijdragen van het bedrijfsleven. Organisatoren van hallmark evenementen geven aan dat de hospitality rond evenementen in de loop van de jaren soberder is geworden, en dat meer moeite moet worden gedaan om bedrijven naar het evenement toe te krijgen. Voor overheidsgerelateerde sectoren zoals de zorgsector, verzekeringen en banken gelden geschreven en ongeschreven regels op het gebied van integriteit (‘compliance’). Maar ook andere (grote) bedrijven zien zich hiermee geconfronteerd. Opvattingen over integriteit bemoeilijken soms ook een gelijkwaardig partnership rond grote sportevenementen. Evenementenorganisatoren zijn beducht dat de opvattingen over integriteit zodanig doorslaan dat dit (bestaande) businesscases in negatieve zin gaat beïnvloeden.

³⁶ <http://www.evenementassistent.nl/>

³⁷ <http://www.actal.nl/wp-content/uploads/006-Eindrapport-DEF-17.A1600009058.D5-Sectorscan-evenementen-en-festivals.pdf>

³⁸ <http://www.consilium.europa.eu/nl/press/press-releases/2016/05/31-eycs-conclusions-major-sport-events/>. In opdracht van het ministerie van VWS heeft het Mulier Instituut voor de EU-lidstaten een rapport uitgebracht over integriteit bij grote sportevenementen: <https://www.kennisbanksportenbewegen.nl/?file=6382&m=1459949012&action=file.download>

FOTO 19 // IPC EK Zwemmen in het Pieter van den Hoogenband stadion in Eindhoven (2014)



3.9.6 Sponsorvoorwaarden

Sponsorvoorwaarden zijn in deze analyse niet onderzocht. Net als de randvoorwaarden van overheden zijn deze uiteraard wel van belang. In het algemeen geldt dat bedrijven niet graag geconfronteerd worden met risico's op imagoschade, zoals gebleken is bij dopingincidenten in de sport. Bij sportevenementen zal dit minder spelen dan bij sponsoring van topsporters zelf. In hierna volgende adviestrajecten staat de NLsportraad uitgebreid stil bij de rol van het bedrijfsleven.

3.10 Samenwerking en kennisdeling

Landelijk zijn verschillende initiatieven genomen om evenementenorganisatoren te ondersteunen. Deze initiatieven zijn ingezet door Olympisch Vuur en later voortgezet door het netwerk Kracht van Sportevenementen.³⁹ Relevante instrumenten zijn de (top)evenementenkalender en de onderliggende criteria en procedure, de modelaanpak voor de bidfase en organisatie van evenementen, de WESP-richtlijnen voor de evaluatie van evenementen, het overleg Topevenementen voor organisatoren van grote, incidentele sportevenementen en het breed toegankelijke platform voor evenementenmanagers. Ook binnen het netwerk Kracht van Sportevenementen zelf is sprake van samenwerking en kennisdeling, onder andere op het gebied van 'side events' en in de gezamenlijke Holland promotie in het buitenland.⁴⁰ Betrokkenen geven aan dat instrumenten toe zijn aan doorontwikkeling, maar dat hiervoor geen middelen beschikbaar zijn.

³⁹ Dit netwerk wordt anno 2017 gevormd door VWS, NOC*NSF, gemeenten Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht en Eindhoven en provincies Gelderland en Noord-Brabant. Het NBTC is agendalid. Over de periode van het Olympisch Plan 2028 en de stichting Olympisch Vuur is meer te lezen via <http://www.legacy2028.nl/magazine.html>

⁴⁰ Deze promotie vindt bijvoorbeeld plaats tijdens het SportAccord (<http://www.sportaccord.com/>) en de conferentie Smart Cities (<http://10times.com/smart-cities-and-sport>).

De incidentele, gesubsidieerde sportevenementen zijn goed op de platforms aangesloten en maken in voorkomende gevallen gebruik van de betreffende instrumenten; de hallmark evenementen zijn hieraan minder vaak gekoppeld (deels zelfgekozen vanwege de concurrentiegevoelige informatie). Van de instrumenten wordt de WESP-evaluatie voor economische impact het meest gebruikt. Er zijn inmiddels meer dan 100 WESP-studies uitgevoerd in opdracht van verschillende evenementenorganisatoren en overheden. De modelaanpak wordt wel gebruikt als 'checklist' en heeft volgens kenners ook of vooral een waarde voor de vele andere sportevenementen die worden georganiseerd.

Tussen de organisatoren van incidentele grote sportevenementen wordt (praktijk)kennis uitgewisseld en overgedragen, maar als het aankomt op de organisatie staat iedere organisator er toch alleen voor. Organisatoren geven aan de diepgang in de kennisdeling en samenwerking te missen. De samenwerking tussen organisatoren en partners rond evenementen is vrijblijvend; deze leidt bijvoorbeeld niet tot detacheringen of een gezamenlijke rode draad, bijvoorbeeld met doorlopende projecten die mensen in beweging brengen. Gemeenten en sportbonden die vaker dan eens betrokken zijn bij grote sportevenementen bouwen wel zelf steeds meer ervaring op; sportbonden vooral bij de wedstrijdorganisatie en gemeenten met name in de uitvoering van side events. De continuïteit in de organisatie van main events lijkt vooral te zitten in de expertise en ervaring van de betrokken commerciële bureaus.

Hallmark evenementen kennen geen onderling netwerk. Er is sporadisch contact met andere evenementenorganisatoren. De continuïteit is geborgd in de eigen professionele organisatie. Evaluaties vinden plaats ten behoeve van het bestuur en/of de belangrijkste financiers en worden intern gehouden. Sporadisch wordt daarnaast, in opdracht van de gemeente, een keer een WESP-evaluatie uitgevoerd.

FOTO 20 // Tata Steel Chess toernooi in Wijk aan Zee (2016)



Hallmark evenementen zijn niet aangesloten op de netwerken en platforms van incidentele sportevenementen en de kruisbestuiving tussen incidentele sportevenementen en hallmark evenementen is praktisch afwezig.

3.11 Kennisontwikkeling

In de WESP participeert een groot aantal hogescholen, universiteiten, instituten en bureaus. Zij hebben samen de richtlijnen ontwikkeld voor het uitvoeren van prognoses en impactstudies en passen deze in opdracht van evenementenorganisatoren en overheden toe. In alle gevallen gaat het om toegepast (opdracht)onderzoek, waarbij de opdrachtgevers in het ene geval meer ruimte geven voor het doen van onderzoek dan in het andere geval. Een metastudie naar de resultaten van de - inmiddels meer dan 100 - WESP-studies is bij het ontbreken van een overkoepelende opdrachtgever of een leidend kennisinstituut (nog) niet uitgevoerd.

Er is weinig financiering beschikbaar om de kennisontwikkeling een volgende impuls te geven. Er vindt behoorlijk wat wetenschappelijk onderzoek naar sport plaats, maar juist niet op het terrein van sportevenementen. In het Onderzoeksprogramma Sport 2013-2016 dat wordt uitgevoerd door De Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek, ZonMw en Stichting voor de Technische Wetenschappen is de financiering ingezet op de pijlers Presteren (topsport), Meedoen (sportdeelname) en Bewegen (vitaliteit).⁴¹ Er is geen geld beschikbaar gesteld voor de vierde en vijfde pijler, economie en ruimte, die juist voor sportevenementen kadergevend zijn. In hoeverre hierin verandering komt in de volgende onderzoeksperiode is (nog) niet duidelijk. In de Nationale Kennisagenda Sport en Bewegen 'Van traplopen tot podium', de basis voor het nieuwe onderzoeksprogramma, wordt het thema sportevenementen zijdelings genoemd in de paragraaf over 'De waarde(n) van sport'.⁴²

Bij de kennisinstellingen wordt nauwelijks eigenstandig onderzoek uitgevoerd naar sportevenementen. Er zijn op dit moment geen leerstoelen of lectoraten met een opdracht op het gebied van sportevenementen. Verklarend of fundamenteel onderzoek naar sportevenementen vindt in Nederland niet plaats. Ook zijn er geen internationale platforms over grote sportevenementen, waarmee onduidelijk is of onderzoekers voldoende zicht hebben op relevante buitenlandse kennis en publicaties.

Er worden rond grote sportevenementen niet structureel gegevens verzameld. Het Sociaal Cultureel Planbureau bevroegt in de tweejaarlijkse Vrijtijdsomnibus het 'sportfan'-gedrag van de bevolking (bezoeken en volgen van sport). Het Mulier Instituut heeft een beperkt budget beschikbaar als het gaat om het verzamelen van metagegevens over sportevenementen. Mogelijk biedt de verzameling van big data kansen voor grote sportevenementen. Dit past in het initiatief voor de Sport Data Valley van het Topteam Sport.⁴³ In 2014 heeft het Mulier Instituut een brancherapport uitgebracht over sportevenementen.⁴⁴ Tijdens het EU-voorzitterschap van Nederland in de eerste helft van 2016 heeft het Mulier Instituut in internationaal verband twee relevante publicaties uitgegeven over sportevenementen: één over integriteit bij grote sportevenementen en één over de (mogelijke) maatschappelijke impact.⁴⁵

⁴¹ <http://sportonderzoek.com>

⁴² <https://www.allesoversport.nl/artikel/kennisagenda-sport-en-bewegen/>

⁴³ <https://www.sportinnovator.nl/finder/index>

⁴⁴ <https://www.kennisbanksportenbewegen.nl/?file=3983&m=1423820468&action=file.download>

⁴⁵ <http://www.mulierinstituut.nl/actueel/nieuws/samenleving-hecht-aan-integriteit-bij-organisatie-sportevenementen/> en <http://www.mulierinstituut.nl/actueel/nieuws/sportevenementen-kansrijk-maatschappij/>

04

Lessen

Evenementenorganisatoren hebben in gesprekken en in de sessies van 7 december 2016 en 15 maart 2017 de bevindingen van de analyse besproken en hun lessen uit het verleden (succes- en faalfactoren) ingebracht. Ook uit de aanvullende gesprekken met stakeholders en experts zijn lessen getrokken. De hieronder beschreven lessen zijn breed gedragen. Waar dat niet het geval is, wordt dit expliciet aangegeven.

Concept

Over het algemeen is men het erover eens dat het succes van een topevenement mede wordt bepaald door cross-overs met andere terreinen: breedtesport, cultuur, onderwijs, city marketing, handelsmissies. Mede ingegeven door de subsidievoorwaarden van VWS worden hiervoor side events ingezet. Sommige evenementenorganisatoren plaatsen een kanttekening: side events leiden hen teveel af van het hoofdevenement en kunnen ook een zeker risico inhouden. Ook is de efficiency en effectiviteit van de side events nog onvoldoende bewezen.

Een succesfactor voor de beleving van het evenement is het verlengen van een evenement met programma's ('100 dagen van de Tour'). De opmaat kan al voor veel economische en maatschappelijke impact en mediawaarde zorgen. Een 'side event' (verkeerde term volgens sommigen – impliceert dat het 'erbij hangt') heeft zelden een structureel effect, daarvoor zijn langer lopende programma's nodig.

Bijzondere en (voor toeristen) herkenbare locaties (WK Beachvolleybal, EK Atletiek) worden ook genoemd als succesfactor bij het concept van evenementen.

Proces

Evenementenorganisatoren geven aan dat het belangrijk is vol te houden bij het doen van een bid. Vaak lukt dit niet de eerste keer. Relatiemanagement (lobby) en een onderscheidend concept zijn belangrijk, waarin de vernieuwende aspecten en de maatschappelijke spin off een accent krijgen. Ervaringsdeskundigen bevelen aan een assertieve houding richting de internationale organisatie aan te nemen, resulterend in duidelijke zakelijke afspraken. Ex-topsporters inzetten als ambassadeur is ook een succesfactor.

Ten behoeve van de organisatie van het evenement is een lange aanlooptijd nodig. Een relevant partnership, een goed doordacht strategisch plan, een overkoepelend thema en een marketingplan worden genoemd als noodzakelijke voorwaarden waaraan ruim van tevoren al moet zijn voldaan.

FOTO 21 // WK Hockey in Den Haag (2014)



Organisatie

Nederland kan goed organiseren: zowel 'strak' aan de voorkant als flexibel tijdens het proces. De samenwerking tussen -relevante- partners is volgens een meerderheid dé cruciale factor voor het succes van een evenement. Een aanbeveling is om tevoren de mogelijke stakeholders in kaart te brengen. Partnership is bij voorkeur opgebouwd uit sportorganisaties, overheden en bedrijven. Bij succesvolle evenementen zijn de partners vroegtijdig bij elkaar gehaald en blijven zij in alle fasen nauw betrokken ('samen uit, samen thuis').

Rolverdeling vertalen in een heldere organisatiestructuur is volgens allen een 'must'. Een andere les is de projectorganisatie zo lang mogelijk bij elkaar te houden.

De rechtsvorm van de organisatie is minder van belang, hoewel met name sportbonden aangeven dat zij het risico liever (en soms noodgedwongen) overdragen aan een stichting. Betrokkenheid van partners in het project is een voorwaarde, maar tegelijkertijd moet de projectorganisatie van een groot sportevenement zo 'lean & mean' mogelijk zijn om snel te kunnen handelen en besluiten.

Evenementenorganisatoren zijn niet eensgezind over het zelf opbouwen dan wel het inhuren van expertise. Wel zijn zij het erover eens dat het evenement professioneel georganiseerd moet worden. Grote sportbonden die vaak evenementen organiseren, vinden het de moeite waard om expertise in huis op te bouwen en zijn voorzichtig met inhuur. Andere organisatoren hebben als uitgangspunt zoveel mogelijk gebruik te maken van reeds beschikbare expertise en betogen dat ieder moet doen waar hij goed in is ('core business'). Zo zijn sportbonden er in die opinie vooral voor de wedstrijdorganisatie; entertainment kan beter worden uitbesteed. Het hoofdevenement en de side events worden in voorkomende gevallen door verschillende organisaties georganiseerd.

Ook over de inzet van vrijwilligers bestaan verschillende meningen. De meeste evenementenorganisatoren noemen vrijwilligers onmisbaar, maar een aantal evenementenorganisatoren werkt liever zoveel mogelijk met professionele krachten. Vrijwilligers uit het buitenland zijn volgens sommigen een risicofactor, ook vanwege de veiligheid.

Begroting

Een goede haalbaarheidsstudie vooraf voorkomt veel ellende achteraf.

Inkomsten zijn vaak afhankelijk van externe omstandigheden en moeten niet te positief worden begroot. Dat geldt in het bijzonder voor ticketing. Beter kan eerst worden uitgegaan van inkomsten die vooraf zeker kunnen worden gesteld, zoals sponsoring en subsidie. Uitzendtijd is dan weer belangrijk in verband met sponsoring. Hoe eerder hierover duidelijkheid is, hoe beter – maar voor met name kleinere sporten is die duidelijkheid er vaak pas op het laatste moment. Sommige evenementenorganisatoren zetten de begroting van side events liever apart van het main event.

Lage ticketprijzen in verband met volle stadions zien evenementenorganisatoren als een noodzakelijk kwaad (maar daarmee wel als een succesfactor). Het algemene gevoel is dat Nederlanders niet gewend zijn om veel aan sport uit te geven. Dat begint bij de sportvereniging en de sportschool maar werkt ook door naar sportevenementen. Voor andere vormen van vrijetijdsbesteding gelden blijkbaar andere normen (concerten, musicals, festivals, attractieparken). Over de prijselasticiteit tasten zowel evenementenorganisatoren als experts voorlopig in het duister. Bij met name incidentele sportevenementen is het vaststellen van de ticketprijzen lastig.

Een succesfactor is gaande het organiseren van het evenement goede controle op inkomsten en uitgaven houden. En nog een tip is vooraf duidelijkheid te creëren over het fiscale regime in overleg met de belastingdienst.

Impact

Impactstudies worden door evenementenorganisatoren weinig genoemd als succes- of faalfactoren. Voor overheden zijn deze studies wel belangrijk. Alle partijen zijn van mening dat onderzoek naar economische en maatschappelijke impact, inclusief de mediawaarde, lastig is. Uitgebreid onderzoek wordt bovendien -naar verhouding tot het evenement- al snel (te) duur genoemd.

Samenwerking landelijk

Bouwen op eerdere ervaringen en het meenemen van expertise – van evenement naar evenement – wordt benoemd als succesfactor. Tegelijkertijd geven evenementenorganisatoren aan dat dit nog te weinig gebeurt.

FOTO 22 // De finish van de eerste etappe van de Giro d'Italia in Nijmegen (2016)



05

Wensen

5.1 Sport Toekomst Verkenningen

In opdracht van het ministerie van VWS ontwikkelen het RIVM en het SCP samen de Sport Toekomst Verkenningen. Het eerste tussenproduct van deze Sport Toekomst Verkenningen, de trendscenarió's, is gereed. Van 20 kernindicatoren – zoals beweeggedrag, sportdeelname, topsportprestaties, sportaccommodaties – hebben RIVM en SCP geprobeerd om de ontwikkelingen tot 2030 te voorspellen. Ook voor het bezoeken en volgen van sportevenementen en sportwedstrijden is de toekomst verkend. Op basis van een aantal relevante ontwikkelingen (economisch, technologisch, sociaal-cultureel, politiek) voorspellen de instituten dat zowel het bezoek aan (commerciële) evenementen als het volgen van sport via de media zal toenemen.⁴⁶

In de discussie met evenementenorganisatoren tijdens een sessie op 15 maart 2017 blijkt dat een groot deel van de ontwikkelingen in de praktijk wordt herkend.

- Evenementenorganisatoren sluiten zich aan bij de voorspelling van RIVM en SCP dat zowel het bezoeken als het volgen van sportevenementen via media zal toenemen. Zij geven aan dat het bezoeken en volgen van sport in Nederland relatief laag is. In Engeland wordt veel meer sport op tv gekeken en in een land als Portugal (met minder inwoners) is er een markt voor twee sportdagbladen. Dit heeft ook te maken met de (onder)waardering voor sport in de Nederlandse samenleving.
- Sportevenementen ontwikkelen zich van 'sportwedstrijd' naar 'totaalbeleving'. Beleving wordt steeds belangrijker in de maatschappij. Evenementenorganisatoren herkennen dit. Concepten van grote sportevenementen worden hierop steeds meer aangepast. Belangrijk is ook dat mensen zich kunnen identificeren met topsporters of deelnemers aan evenementen ('de jongste/oudste deelnemer van de Vierdaagse'). De combinatie van topsport en breedtesport heeft de toekomst.
- De commercialisering van de sport zet door. Het is de vraag hoe de mediarechten zich ontwikkelen en of er voor het volgen van sport via mediakanalen vaker betaald moet worden. De evenementenorganisatoren hebben hier weinig invloed op.
- Nieuwe technologie, met name (sociale) media, zorgen voor een 'hype' rond sportevenementen en maken dat sportevenementen steeds beter kunnen worden gevolgd (personalized sport); echter dit leidt tegelijkertijd tot fragmentatie in het bezoeken en volgen van sport. Dat heeft mogelijk gevolgen voor de gemeenschappelijke beleving. De fragmentatie lijkt te passen bij de individualisering van de maatschappij. De evenementenorganisatoren geven aan dat het bezoeken en volgen van sportevenementen juist leidt tot binding: samen op de tribune zitten,

⁴⁶ Voor meer informatie: <https://www.volksgezondheidenzorg.info/sport/toekomstverkenning/trendscenarió>

afspraken om samen sport te volgen. Opvallend is dat tickets vaak groepsgewijs worden verkocht (families, bedrijven). De behoefte om samen iets te beleven, is volgens evenementenorganisatoren blijvend.

- Een massale toeloop naar sportevenementen heeft ook een keerzijde: overlast, verkeersstromen, veiligheidsissues, politie-inzet. Ook is er een toenemende bewustwording in de samenleving van de kosten van grote sportevenementen. Dit kan leiden tot een verminderend draagvlak bij de bevolking en een grotere druk op de vergunningverlening. Evenementenorganisatoren signaleren dat er hier en daar al een punt van verzadiging wordt bereikt (Amsterdam, Rotterdam, Zuid-Limburg) en dat het aanbod van breedtesportevenementen harder groeit dan de vraag. Er zijn al regio's/steden die een halt toeroepen aan het aantal of de grootte van evenementen.

5.2 Wensen uit de praktijk

Evenementenorganisatoren hebben in gesprekken en in de sessies van 7 december 2016 en 15 maart 2017 hun wensen voor de toekomst neergelegd. Daarnaast zijn in de aanvullende gesprekken met stakeholders en experts aanbevelingen voor de toekomst gedaan. De hieronder beschreven wensen zijn breed gedragen. Waar dat niet het geval is, wordt dit expliciet aangegeven.

Gezamenlijke ambities en kalender

Evenementenorganisatoren geven aan de aanstekelijke ambities uit de periode van het Olympisch Plan 2028 te missen. Het ontbreken van 'de stip op de horizon' wordt meermalen genoemd. De toevoer van de echt grote sportevenementen op de kalender lijkt op te drogen. Een strategische kalender, door stakeholders samen opgesteld, helpt om blijvend grote, inspirerende sportevenementen binnen te halen en te organiseren. Alle partijen geven aan dat een regierol van de rijksoverheid (rijksbreed) nodig is om te komen tot een langetermijnstrategie met sport, overheden en bedrijfsleven. Er is behoefte aan een ondernemende overheid.

Beleidskader, subsidie en regels

Afgeleid van de strategische kalender en de regierol van de rijksoverheid is volgens evenementenorganisatoren ook een nieuw - interdepartementaal - beleidskader nodig. Evenementenorganisatoren zien graag dat de subsidie van de rijksoverheid zich baseert op subsidiecriteria 'op hoofdlijnen' (bijvoorbeeld bereik en impact) en flexibeler kan worden toegepast; afhankelijk van de marktwaarde en mogelijkheden van een evenement. Alle partijen dringen erop aan dat de rijksoverheid subsidie niet ziet als een sluitpost maar als een investering in scherp geformuleerde overheidsdoelen.

Het budget zal niet onuitputtelijk zijn en daarom zal het onvermijdelijk zijn om keuzes te maken. Echter de ratio achter de keuzes moet transparant kunnen worden gemaakt, ook gelet op juridische toetsing (DAEB). Een aantal evenementenorganisatoren geeft aan dat de focus op evenementen uit de georganiseerde sport en topsport te beperkt is. Waarom niet investeren in hallmark evenementen als deze ook maatschappelijke spin off genereren? Waarom geen evenementen rond populaire sporten zoals e-sports, darts of vechtsporten stimuleren; of alternatieve evenementen met een groot bereik zoals de Senior Games, de Universiade, de Military World Games, de Company Sport Games, de Special Olympics, de Sport for All Games of de Police Fire Games? En moet de overheid nu juist in grote sportevenementen investeren die toch al een marktwaarde hebben, of juist in kleine sportevenementen waar marktfalen optreedt? Een suggestie is samen met het ministerie van OCW te bezien welke sportevenementen kunnen worden gezien als immaterieel cultureel erfgoed en welke thuis horen in het Mediabesluit. Idealiter raken de - integrale - beleidskaders van rijksoverheid en andere overheden beter op

elkaar afgestemd. Ook richting andere overheden is behoefte aan meer duidelijkheid over de legitimatie en hoogte van de subsidie.

Tenslotte vragen alle partijen aandacht voor het verminderen van de regeldruk. Een modelvergunning voor sportevenementen en duidelijke richtlijnen voor de uitvoering van fiscale regels zouden zeer behulpzaam zijn. Voorwaarden op het gebied van mobiliteit en veiligheid zijn belangrijk, maar organisatoren willen ervoor waken dat sportevenementen politie-evenementen worden.

Beleving en draagvlak

Evenementenorganisatoren geven aan bij toekomstige sportevenementen de beleving centraal te willen stellen. Sportieve prestaties zullen meer en meer worden ondersteund en omlijst met entertainment. Het WK Shorttrack in Rotterdam (Ahoj, maart 2017), met dj's aan de ijsbaan, live commentaar bij de wedstrijden en concerten na afloop, is daarvan een goed voorbeeld. Organisatoren geven aan meer multi-sportevenementen te willen organiseren en evenementen dicht bij het publiek te willen brengen op bijzondere locaties. Niet alleen de top-10 sporten, maar ook bijvoorbeeld denksporten, darts en nieuwe sporten verdienen aandacht. Evenementenorganisatoren en stakeholders willen ernaar streven om (structurele) programma's te verbinden aan sportevenementen gericht op sportdeelname, beweging en aangepast sportaanbod. Organisatoren willen de betrokkenheid van omwonenden vergroten, en daarmee hopelijk ook het draagvlak voor grote sportevenementen. Ongewis acht men de ontwikkelingen op het gebied van media(beleid).

Organisatie en proces

Er is veel vertrouwen in het organiserend vermogen in Nederland. Voor de evenementenorganisatoren is het wel de vraag hoe de invloed op internationale sportorganisaties kan worden vergroot. Als de Olympische Agenda 2020 van het IOC meer en meer wordt overgenomen door internationale sportfederaties, dan gaat het niet alleen meer om het grote geld. Dat zou in het voordeel van kleine landen zoals Nederland kunnen uitpakken. Evenementenorganisatoren gaan graag de uitdaging aan om te laten zien dat evenementen goed kunnen worden georganiseerd voor een relatief bescheiden budget.

Evenementenfonds

De wens om een evenementenfonds in te richten als nieuw financieringsinstrument wordt breed gedeeld. In een ideale wereld is dit een evenementenfonds waarin publieke en private middelen samen komen en van waaruit de strategische evenementenkalender voor de komende jaren wordt gefinancierd. De rijksoverheid en typisch Hollandse bedrijven nemen hierin bij voorkeur het voortouw. Revenuen uit evenementen kunnen weer in het fonds worden teruggestort. In een smalle variant zou het kunnen gaan om een waarborgfonds van waaruit de noodzakelijke garanties kunnen worden gegeven.

Evenementenfonds bestaan al in een aantal gemeenten (Rotterdam, Den Haag). In Rotterdam is het evenementenfonds gerelateerd aan de logiesbelasting. In Den Haag wordt de winst uit evenementen teruggestort in een revolverend fonds.

Onderzoek en ontwikkeling

Om meer grip te krijgen op de businesscase van grote sportevenementen, vragen evenementenorganisatoren of het mogelijk is (verschillende) verdienmodellen te ontwikkelen. Daarvoor is meer inzicht nodig, o.a. in de prijselasticiteit van evenementen.

Daarnaast is de praktijk het erover eens dat er (baanbrekend) evenementoverstijgend onderzoek moet worden gedaan naar de economische en maatschappelijke waarde van grote sportevenementen. Vraag is ook hoe deze waarden het best kunnen worden nagestreefd en gemeten. Tenslotte wordt een internationale benchmark aanbevolen, waarmee Nederland de spiegel krijgt voorgehouden (doen we het echt zo goed en efficiënt als we denken?) en de concurrentiepositie van Nederland beter in beeld komt.

06

Conclusies

6.1 Waarde en impact van sportevenementen

Intrinsieke waarde

De intrinsieke waarde van sportevenementen is groot. Deze conclusie trekt de NLsportraad afgaand op het bezoek, de deelname en het bereik van sportevenementen via (sociale) media. De tevredenheid van deelnemers en bezoekers is hoog. Waar gemeten is de (lokale) bevolking overwegend trots. Er is een duidelijke markt voor sportevenementen en de evenementenbranche is groeiende. De NLsportraad ziet dat sportevenementen zich doorontwikkelen als 'entertainment' en daarmee een concurrerende bestemming worden in de vrijetijdsbesteding van de mensen. *De NLsportraad gaat met de Raad van Cultuur bezien of verrassende combinaties van sport en cultuur de beleving van sportevenementen nog verdergaand kunnen versterken.*

Economische impact

Positief acht de NLsportraad de economische impact van de geanalyseerde sportevenementen over de gehele linie. Dit betreft de economische impact op de korte termijn, direct gerelateerd aan het evenement. De mediawaarde (RTV, print, nieuwe media) is hierin over het algemeen niet goed beschreven. Effecten op de langere termijn (toerisme, handel) als gevolg van het evenement worden zelden nagestreefd en niet gemeten. *De NLsportraad gaat in het adviestraject over economische impact met onderzoekers en marketeers uitzoeken in hoeverre de mediawaarde en langetermijneffecten kunnen worden meegenomen.*

Maatschappelijke impact

Alle evenementenorganisatoren en experts noemen de grote maatschappelijke waarde van sportevenementen. Waar de economische impact min of meer 'vanzelf' lijkt te ontstaan ten gevolge van het evenement, concludeert de NLsportraad dat dit niet zo is voor de maatschappelijke impact. Daar moeten organisatoren hard voor werken. Bij weinig sportevenementen worden maatschappelijke doelen van tevoren expliciet en concreet gemaakt en achteraf gemeten. Side events zijn heel geschikt om de sport te promoten, specifieke doelgroepen met sport te laten kennismaken of het sportevenement als platform te gebruiken voor bepaalde thema's. Maar voor een langdurig effect van het evenement op bijvoorbeeld het beweeggedrag of de sportdeelname van de bevolking is expliciete focus, een lange aanlooptijd en zelfs samenwerking tussen evenementenorganisatoren nodig. In feite spreken we dan niet over side events maar over programma's. *De NLsportraad gaat in het adviestraject over maatschappelijke impact bezien welke maatschappelijke doelen zich het best lenen voor toepassing op grote sportevenementen en hoe (doorlopende) programma's en sportevenementen op elkaar kunnen worden aangesloten. Extra aandacht geeft de NLsportraad daarbij aan de aansluiting van topsport- en breedtesportevenementen.*

FOTO 23 // KLM Open op golfbaan 'The Dutch' in Cuijk (2016)



Meten van waarden

De meetmethodes van de economische en maatschappelijke impact zijn toe aan doorontwikkeling. *De NLsportraad wil met stakeholders en experts bezien of het wenselijk en mogelijk is voor de economische en maatschappelijke impact samen een MKBA 'light' te ontwikkelen.*

6.2 Organisatie en proces

Partnership

Het is van doorslaggevend belang om aan het begin van het traject - liefst jaren voor het geplande evenement plaatsvindt - een sterk samenwerkingsverband te smeden en een goede match te maken van de strategieën en belangen van de samenwerkende partijen. De NLsportraad is er voorstander van dat dit gebeurt in de driehoek sport, overheid en bedrijfsleven. De organisatie wordt hiermee minder kwetsbaar en bovendien kan op die manier het volle pond worden gehaald uit de impact op de sport, de economie en de samenleving. Dit geldt niet alleen voor incidentele sportevenementen; ook de impact van hallmark evenementen kan in samenwerking met sportbonden en gemeenten verder worden vergroot door middel van side events en programma's. *De NLsportraad buigt zich in een volgend adviestraject over de governance en samenwerking rond grote sportevenementen.*

Organisatie

De NLsportraad ziet dat grote sportevenementen vaak worden georganiseerd in een mooie combinatie van professionele expertise en inzet van vrijwilligers. Bij incidentele grote sportevenementen waarvoor een tijdelijke stichting of projectbureau wordt opgericht, is (te) vaak sprake van 'het wiel opnieuw uitvinden'. Terugkerende evenementen worden geleid door doorgewinterde professionele organisaties. In toenemende mate worden sportmarketingbureaus ingehuurd om evenementen te organiseren. In een aantal gevallen nemen zij de opdracht aan inclusief het financiële risico. De toenemende expertise ziet de NLsportraad als een positieve ontwikkeling die de potentie heeft uit te groeien tot een Nederlands exportproduct. *In de modelaanpak voor*

sportevenementen worden veel organisatorische aspecten beschreven. De NLsportraad zal deze toetsen aan de eigen bevindingen en adviseren over doorontwikkeling en gebruik.

Proces

Voor het proces bij de totstandkoming van sportevenementen is de internationale context zeer belangrijk. Evenementenorganisatoren investeren in vernieuwende concepten en relatiemanagement met internationale sportorganisaties. Maar bij het binnenhalen van evenementen moet ook de nationale en lokale context niet worden vergeten inclusief het draagvlak bij de bevolking. Externe evaluaties worden bij grote sportevenementen altijd gedaan. *Aanvullend gaat de NLsportraad bekijken bij welk type evenementen (vooraf) een haalbaarheidsonderzoek zou moeten worden gedaan inclusief een prognose van de impact en een draagvlakmeting. Ook gaat de NLsportraad adviseren over de wijze van verantwoording voor, gaande en na afloop van het evenement.*

6.3 Business case en financiering

Winst en verlies

Een van de redenen waarom de NLsportraad is gevraagd om over grote sportevenementen te adviseren, is omdat de helft van de door het ministerie van VWS gesubsidieerde grote sportevenementen zou afsluiten met verlies. Deze conclusie is in de analyse van de NLsportraad niet bevestigd: de overgrote meerderheid van de geanalyseerde sportevenementen draait geen verlies. Extra aandacht voor de financiële balans lijkt niet nodig.

Businesscase

De businesscase van grote sportevenementen varieert enorm, en dat geldt ook voor de mate van subsidiëring. De hallmark evenementen uit de selectie ontvangen gemiddeld nog geen 5% subsidie. Bij de onderzochte incidentele grote sportevenementen is dit 43%. Qua businesscase kunnen incidentele sportevenementen nog veel kunnen leren van de hallmark evenementen. De hallmark evenementen houden de begroting over het algemeen lager en beter beheersbaar. In de businesscase hebben zij een solide basis van ticketting (bezoekers en deelnemers), hospitality en/of sponsoring door een grote, naamgevende sponsor. Bij incidentele sportevenementen zijn ticketting en hospitality nog marginale inkomstenbronnen. Voor het binnenhalen van partners uit het bedrijfsleven wordt over het algemeen te weinig tijd uitgetrokken. Bij vrijwel alle evenementen – incidenteel en hallmark - mist de NLsportraad partners uit de branches die het meest van de evenementen profiteren: horeca, handel, toeleveranciers en technologie. *De NLsportraad wil de rol van het bedrijfsleven in een volgend adviestraject verder verkennen.*

Financiering

De financiering van sportevenementen is zeer divers. Zowel de uitgaven van overheden als van bedrijven liggen onder de loep. Een vraagpunt is de prijselasticiteit. Hoeveel méér zijn burgers, maar ook bedrijven, bereid voor sportevenementen te betalen?

In de grote diversiteit van (de financiering van) evenementen heeft de NLsportraad weinig aanknopingspunten gevonden voor een redelijke (of: de ideale) verhouding tussen private en publieke middelen. Overheden treden op bij marktfalen, maar hoeveel rek zit er nog in de markt? Welke evenementen kunnen echt niet bestaan zonder overheidssteun en wat legitimeert dan (de hoogte van) die overheidssteun? En is subsidie in alle gevallen wel het beste instrument? De NLsportraad wil de mogelijkheden bezien van een investeringsfonds voor evenementen of een waarborgfonds van waaruit garanties kunnen worden gegeven. Ook zijn er voorstanders om het host broadcasting fonds nieuw leven in te blazen voor de ongewisse uitgaven aan mediaproducties. *De NLsportraad gaat in een vervolgstap adviseren over financiering en mogelijke financieringsinstrumenten voor sportevenementen.*

FOTO 24 // Een oranje Arena tijdens een interland van het Nederlands elftal (2016)



6.4 Overheidsbeleid

Kalender

De NLsportraad ziet meerwaarde in de strategische evenementenkalender aan de hand waarvan partners hun gedeelde ambities proberen te realiseren. De NLsportraad beveelt aan het netwerk rond de kalender open te stellen voor meer partijen met ambities. Naast overheden en sportbonden is het belangrijk ook partners uit het bedrijfsleven en de media (NOS) te betrekken. De kalender speelt vervolgens bij voorkeur een belangrijke rol in de beleidskaders en het handelen van al deze partijen. Coördinatie van de rijksoverheid is gewenst om tot nieuw partnership te komen. *De NLsportraad wil graag verkennen welke partners zich kunnen vinden in gezamenlijke ambities voor een strategische evenementenkalender.*

Beleidskader

De NLsportraad adviseert uiteraard ook over het beleidskader dat wordt gehanteerd door het ministerie van VWS. *De NLsportraad gaat bezien op welke wijze andere beleidsterreinen beter kunnen worden aangesloten, zodat uiteindelijk sprake is van een rijksbreed beleidskader. Ook kijkt de NLsportraad in welke mate afstemming van het beleidskader van het rijk mogelijk is met de beleidskaders van provincies en gemeenten.*

Voor financiële ondersteuning van overheden aan grote sportevenementen is een duidelijke legitimatie nodig. Legitimatie kan worden gezocht in marktfalen, maar ook in de realisering van de eigen beleidsdoelen. De juridische kaders van de Europese Unie (mededinging) zijn daarbij randvoorwaardelijk. *De NLsportraad gaat bezien welke evenementen om welke reden in aanmerking komen voor subsidie.*

Regeldruk

De rijksoverheid en andere overheden spelen een belangrijke rol in de facilitering van evenementen. De regeldruk bij topsport- en breedtesportevenementen wordt ervaren als hoog. De NLsportraad concludeert dat regeldruk kan worden weggenomen om de organisatie van sportevenementen te verbeteren. Oplossingen kunnen bijvoorbeeld gevonden worden in een 'single information, single audit'-constructie voor de verantwoording aan verschillende overheden, en in een modelvergunning van de VNG. Iets wat wordt bevestigd in de recente sectorscan evenementen en festivals van Actal. In deze scan geeft Actal aan dat een modelvergunning kan leiden tot een structurele verlaging van de regeldruk.

Fiscaal regime

Ook het fiscale regime is niet bevorderlijk voor de organisatie van sportevenementen. Juist de private investeringen zoals sponsoring, giften, de inzet van vrijwilligers bij en de deelname van werknemers aan sportevenementen worden erdoor belemmerd. *De NLsportraad verkent op welke wijze deze knelpunten onder de aandacht kunnen worden gebracht.*

Samenwerking, kennisontwikkeling en kennisdeling

De evenementenbranche kan verregaand profiteren van facilitering op het gebied van samenwerking, kennisontwikkeling en kennisdeling. De NLsportraad concludeert dat de basis daarvoor al is gelegd door een aantal partijen uit de sector in het netwerk Kracht van sportevenementen. Sommige instrumenten zijn toe aan doorontwikkeling of verdienen het (op een andere manier) nieuw leven te worden ingeblazen (modelaanpak, WESP-richtlijnen, Evenementassistent, hostbroadcastingfonds). Investerings van de rijksoverheid in verdergaande samenwerking en kruisbestuiving tussen grote sportevenementen acht de NLsportraad zeer rendabele investeringen.

Ook kennisontwikkeling en kennisdeling kunnen de kwaliteit van sportevenementen een belangrijke impuls geven. Om ook de adviezen van de NLsportraad een steviger fundament te geven, beveelt de NLsportraad aan zo spoedig mogelijk:

- een review te laten maken van de (vele) studies die zijn gedaan naar de economische betekenis van sportevenementen – wat is hieruit de rode draad?;
- een verklarend onderzoek te laten opzetten naar de maatschappelijke betekenis van sportevenementen. Dit onderzoek komt in de plaats van eventuele separate studies naar de maatschappelijke impact per evenement;
- structureel gegevens, studies en ervaringen te laten verzamelen over grote sportevenementen en de meerwaarde na te gaan van het verzamelen van big data;
- een internationale benchmark te laten uitvoeren naar de concurrentiepositie van Nederland in de mondiale markt: de gewonnen en verloren bids en de reputatie bij internationale federaties en andere landen. De eisen van internationale federaties en de invloed van Nederland op deze eisen zijn een belangrijk onderdeel van deze benchmark.



Verantwoording

De Nederlandse Sportraad is de volgende personen zeer erkentelijk voor het delen van informatie, voor de aangeleverde foto's en voor hun bijdragen aan dit rapport.

Evenementenorganisatoren

EK Hockey 2017 | Joost Vettorato en Erik Gerritsen (KNHB)
EK Schaatsen 2017 | Jeroen Kraaij en Olivier Smit (KNSB)
EK Korfbal 2016 | Kees Rodenburg, Rob Verleg en Henry van Meerten (KNKV)
EK Atletiek 2016 | Rien van Haperen (Stichting EK Atletiek Amsterdam '16) en Yvonne Tamminga (SportyV)
Giro d'Italia 2016 | Henk Niessen (provincie Gelderland) en Simone Richardson (SR Sport Consult)
WK Beachvolleybal 2015 | Michel Everaert (NeVoBo)
Tour de France 2015 | Martijn van Hulsteijn (BMC)
Volvo Ocean Race 2015 | Ilse Jansen (Ilsway Event & projectmanagement)
WK BMX 2014 en WK Paracycling 2015 | Eric Kersten (The Organizing Connection)
WK Roeien 2014 | Gerritjan Eggenkamp
IPC EK Zwemmen 2014 | Paul van den Heuvel (KNZB)
European Youth Olympic Festival 2013 | Henny Smorenborg (BenS Management & Consultancy)
WK Wielrennen op de weg 2012 | Jos Rempelberg en Paul Orbons (provincie Limburg)
ABN AMRO world tennistoernooi | Jolanda Jansen (Ahoy)
AFAS Tennis Classics | Jacco Eltingh en Simone Vosman (Eltingh Haarhuis Tennis & Events)
Amstel Gold Race | Roy Packbier (Stichting Amstel Gold Race/The PEPr Company)
Dam tot Damloop | Jan Willem Mijderwijk en Jacques Loomans (Le Champion)
Indoor Brabant | Marcel Hunze en Jos Kasperski (Indoor Brabant)
Jumping Amsterdam | Irene Wolfs en Annemarike van Putten-Bunschoten (Jumping Amsterdam)
KLM Open | Niels Markensteijn, Norbert Chevalier en Paul Steens (TIG Sports)
Tata Steel Chess Toernooi | Jeroen van den Berg
TT Assen | Peter Oosterbaan, Bert Jansen en Peter Schorer (TT Circuit Assen)
Vierdaagse | Johan Willemstein, Bram Brinkman en Wim Velings (Stichting DE 4DAAGSE)
Voetbal kwalificatiewedstrijden en oefeninterlands | Bart van Soest (KNVB)

Peer review

Willem de Boer, *Hogeschool Arnhem-Nijmegen*
 Paul Hover, *Mulier Instituut*
 Martijn van Hulsteijn, *BMC*
 Marco Kooiman, *bureau MDJ*
 Niels Markensteijn, *TIG Sports*
 Peter Jan Mol, *Kenniscentrum Sport*
 Yvonne Tamminga, *SportyV*
 Ton Wetselaar, *gemeente Utrecht*

Interviews en bijdragen

Michiel Aulbers, *ATPI*
 Sigrid van Aken, *Goede doelen loterijen*
 Marije Baart de la Faille-Deutekom, *Hogeschool van Amsterdam*
 Martin Bartel, *Apollo media*

FOTO 25 // Vierdaagse van Nijmegen (2016)

Jeroen Bartels, *secretaris Raad voor Cultuur*
 Martijn Berghman, *More2Win*
 Guus van Berkel, *KNLTB*
 Helen van Berkel, *ATPI*
 Bartel Berkhout, *Nyenrode University*
 Henk van Beusekom, *KNWU*
 Ernst Boekhorst, *ABN AMRO*
 Michiel Boer, *gemeente Rotterdam*
 Koen Breedveld, *Mulier Instituut*
 Carlijn Buis, *Topteam Sport*
 Frans Cornelis, *Professor of Practice in Marketing & Communications Universiteit Maastricht*
 Heleen Crielaard, *Rabobank*
 Wouter van Daal, *Olympische Vonken*
 Tim van Dooren, *More2Win*
 Harry van Dorenmalen, *voorzitter Topteam Sport*
 Han Haitsma, *ministerie van VWS*
 Jeroen van Hest, *ATPI*
 Diederick Huijbers, *Apollo Media*
 Jan de Jong, *NOS*
 Loek Jorritsma
 Ineke Kalkman, *Kenniscentrum Sport*
 Marjolein Kampschreur, *KNVB*
 Marcel Kieviet, *Actal*
 Harm Kreulen, *KLM*
 Sybrecht Lensink, *NOC*NSF*
 Tatiana van Lier, *Goede doelen loterijen*
 Wendeline van Lier, *gemeente Rotterdam*
 Martien Louwers, *NOC*NSF*
 Vincent Luyendijk, *KNWU*
 Patricia Mars, *gemeente Amsterdam*
 Michiel de Nooij, *Economisch Onderzoek en Advies*
 Paulien Officier, *Actal*
 Egbert Oldenboom, *Meerwaarde*
 Bob van Oosterhout, *TripleDouble*
 Cees Oudshoorn, *stichting Sport en Zaken*
 Ine Pulles, *Sociaal en Cultureel Planbureau*
 Helmie Ramakers, *ministerie van VWS*
 Roel Roelfzema, *stichting Sport en Zaken*
 Amanda van Rij, *ministerie van OCW*
 Jelle Schoemaker, *Hogeschool Arnhem-Nijmegen*
 Mijke Sluis, *secretaris Topteam Sport*
 Thijs Tuik, *ministerie van OCW*
 Peter van Veen, *stichting Youth Olympic Games*
 Frans van de Ven, *gemeente Den Haag*
 Cees Vervoorn, *Hogeschool van Amsterdam*
 Jan Vlasblom, *voorzitter Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP)*
 Robert van der Zwan, *ministerie van OCW*
 Bart Zijlstra, *ministerie van VWS*
 Rudy van Zijp, *secretaris Actal*

Leden van de Commissie Evenementen

Leden van het netwerk Kracht van Sportevenementen

Literatuurlijst

Baart de la Faille-Deutekom, M. en P. Verhoogt (2015). *2014 World Rowing Championships, Economic impact, visitor and volunteer satisfaction*. Amsterdam: Hogeschool van Amsterdam, InHolland, Sport2B

Berkel, D. van, E. Lagendijk (2016). *Evaluatie maatschappelijke spin-off Join Volleybal. WK Beachvolleybal en EK Dames Volleybal*. Amsterdam: DSP Groep.

Boer, W. de (2016). *WK Beachvolleybal 2015 in Apeldoorn. Bezoekersprofielen en economische impact*. Hogeschool van Arnhem en Nijmegen.

Boer, W. de (2012). *AFAS Tennis Classics 2011 Evaluatie economische impact en bezoekersprofiel*. Hogeschool van Arnhem en Nijmegen.

Bottenburg, M. van e.a. (2015). *Evaluatie Le Grand Départ Utrecht 2015*. Utrecht: Universiteit Utrecht e.a.

Clipit media-analyse (2016): *Dam tot Damloop 2016*.

Eindrapportage Grand Départ Tour de France. Utrecht 2015 (overview).

Eurovision (2016). *Cycling Amstel Gold Race 2013-2016. Amstel Gold Race Broadcast and Audience Report*.

Herpen, N. van, D. Asselman, C. van Meer (2015) *Evaluatie van het WK Beachvolleybal Economische impact, tevredenheid van de bezoekers en de beleving van de inwoners van Den Haag*. Den Haag: de Haagse Hogeschool.

Herpen, N. van, D. Asselman, J. van Spanje (2015). *Evaluatie van het Volvo Ocean Race Festival. Een kwantitatief onderzoek naar de economische impact van het Volvo Ocean Race Festival 2015 in Den Haag*. Den Haag: de Haagse Hogeschool.

Heuvel, M. van (2015). *2014 IPC Swimming European Championships. Economic impact*. Tilburg: Fontys.

Hover, P., *EK Atletiek Amsterdam 2016, Organisatie en Impact, Key Findings*. Amsterdam 2016 European Athletics Championships.

Hover, P., A. Davids, M. Baart de la Faille– Deutekom en J. Dallinga. *EK Atletiek Amsterdam 2016. Economische impact en beleving*. Utrecht: Mulier Instituut/Amsterdam: Hogeschool van Amsterdam.

Hover, P., I. Pulles, D. Romijn, K. Breedveld. Mulier Instituut (2014). *EYOF Utrecht 2013 Impact en beleving*. Utrecht: Mulier Instituut.

Hover, P., S. Bakker (2015). *Grand Départ Utrecht 2015. Economische impact en beleving*. Utrecht: Mulier Instituut.

Hover, P., J. Straatmeijer en K. Breedveld (red.) (2014). *Sportevenementen in Nederland, Over sportevenementen en hun maatschappelijke betekenis*. ISBN 978-90-5472-299-1.

IPC Swimming European Championships (2014) *Final report 2014 PC Swimming European Championships Eindhoven (overview)*.

Kamper, M., W. de Boer. *UCI WK Para-cycling 2015 – Apeldoorn. Economische, Maatschappelijke en Toeristische impact*. Hogeschool van Arnhem en Nijmegen.

Nooij, M. de, P. Horsselenberg (2014) *Dam tot damloop, Economische en maatschappelijke waarde*. Amsterdam: Hogeschool van Amsterdam.

Oldenboom, E. (red.) (2013) *Economische impact ABN AMRO World Tennis Tournament Rotterdam 2013*. Meerwaarde Community Building.

Oldenboom, E. (red.) (2016). *WK Beachvolleybal. Economische impact van het WK Beachvolleybal Nederland 2015*. Meerwaarde Community Building.

Oldenboom, E. (red.) (2016). *WK Beachvolleybal. Economische impact van het WK Beachvolleybal te Amsterdam 2015*. Meerwaarde Community Building.

Oldenboom, E. (red.) (2016), *WK Beachvolleybal. Economische impact van het WK Beachvolleybal te Rotterdam 2015*. Meerwaarde Community Building.

Oldenboom, E. (red.) (2014) *WK BMX. Economische impact van het WK BMX te Rotterdam 2014*. Meerwaarde Community Building.

Schendel, A., G. Dudok (2011). *Rapportage economische effectmeting Amstel Gold Race 2010*. Breda: NHTV.

Stelten, M. (2016) *Vierdaagse marsen, honderdste editie. Effectmeting Nijmeegse evenementenmonitor*. Onderzoek en statistiek gemeente Nijmegen.

Stelten, M. (2016) *Vierdaagsefeesten 2016. Effectmeting Nijmeegse evenementenmonitor 2016*. Onderzoek en statistiek gemeente Nijmegen.

2014 World rowing championships Amsterdam, Nederland (overview).

ZKA Consultants & Planners (2010). *TT circuit Op weg naar 2020*. Breda: ZAK Consultants & Planners. Projectnummer MEET.10.033.

ZKA Consultants & Planners (2010). *TT circuit Economische effectmeting 2010*. Projectnummer ECON.9.152.

Zuyd Hogeschool e.a. *Evaluatie WK Wielrennen 2012. Economische impact, beleving onder lokale bevolking en promotionele waarde*.

Bijlage 1

Overzicht door VWS gesubsidieerde grote sportevenementen

Jaar	Evenement	Plaats
2016	EK Atletiek	Amsterdam
	Start Giro d Italia	Gelderland
	IPC WK Triathlon	Rotterdam
	EK Honkbal	Hoofddorp/Nieuw Vennepe
	EK Korfbal	Dordrecht
	WK Lifesaving	Eindhoven/Noordwijk
	WK Roeien - niet Olympisch	Rotterdam
	WJK/EK Open water	Hoorn
	EJK Waterpolo	Alphen a/d Rijn/Den Haag
2015	WK Beachvolleybal	Den Haag, Rotterdam, Amsterdam, Apeldoorn
	Start Tour de France	Utrecht + Zeeland
	EK Volleybal dames	Rotterdam
	EK Short Track	Dordrecht
	WK Para Cycling	Apeldoorn
	WK Dammen	Emmen
	EK Luchtwapen schieten	Arnhem
	EK Synchroon zwemmen	Hoofddorp
	European University Games	Rotterdam
2014	WK Hockey	Den Haag
	WK Roeien	Amsterdam
	WK BMX	Rotterdam
	EK Triathlon	Almere
	WK Veldrijden	Hoogerheide
	WK Softbal dames	Haarlem
	IPC EK Zwemmen	Eindhoven
	World Cup Rolstoeltennis	Alphen a/d Rijn
2013	WK Nacra17 (zeilen)	Den Haag
	EK Baanwielrennen	Apeldoorn
	EK Inline-skaten	Almere
	EK Sportklimmen	Eindhoven
	EK Teams Squash	Amsterdam
	Europese Jeugd Olympisch Festival	Utrecht
	EJK Boksen heren	Rotterdam

Jaar	Evenement	Plaats
	FINA Swimming World Cup	Eindhoven
	OKT Schaatsen (langebaan)	Heerenveen
2012	WK Wielrennen op de weg	Valkenburg (Zuid-Limburg)
	(WK) Wheelchair Tennis Doubles Masters	Amsterdam
	WJK Basketbal voor vrouwen onder 17	Amsterdam
	WJK Dammen	Heijken
	WJK Windsurfen	Medemblik
	Finale WB Dressuur	Den Bosch
	EK Aangepaste atletiek	Stadskanaal
	EK Badminton teams	Amsterdam
	EK Baseball	Haarlem, Rotterdam en Utrecht
	EK Beachvolleybal	Den Haag
	EK Bowlen dames	Kaatsheuvel, Tilburg
	EK Bowlen Landskampioenen	Zoetermeer
	EK Dammen	Emmen
	EK Dammen Dames	Emmen
	EK Handboog outdoor	Amsterdam
	EK Rugby Sevens	Ameland
	EK Schoonspringen/ synchronozwemmen	Eindhoven
	EK Waterpolo	Eindhoven
	EJK Beach Volleybal	Assen
	EJK Softbal	Den Bosch, Rosmalen
	EK Wielrennen U23/Junioren	Borsele, Goes, Kapelle (Zeeland)

Bijlage 2

Overzicht van hallmark sportevenementen

Jaar	Evenement	Plaats
	Marathons	Amsterdam, Rotterdam, Eindhoven
	Dam tot Damloop	Amsterdam/Zaanstad
	Zevenheuvelenloop	Gelderland
	Vierdaagse	Nijmegen
	Amstel Gold Race	Limburg
	Eneco Tour	Wisselend
	Staatsloterij Zesdaagse Rotterdam	Rotterdam Ahoy

Jaar	Evenement	Plaats
	KLM Open	Wisselend
	EK/WK/World cup schaatsen	Heerenveen Thialf
	KPN marathon cup (schaatsen)	Divers
	Elfstedentocht	Friesland
	Wedstrijden Nederlands elftal	Amsterdam, Rotterdam
	KNVB Bekerfinale	Rotterdam
	Indoor Brabant	Den Bosch Brabanthallen
	CHIO	Rotterdam
	Jumping Amsterdam	Amsterdam
	Military Boekelo	Boekelo (Enschede)
	ABN AMRO Tennistoernooi	Rotterdam Ahoy
	ATP-toernooi Rosmalen	Rosmalen Autotron
	AFAS Tennisclassics	Apeldoorn
	Korfbal League finale	Amsterdam Ziggo dome
	Limburgse Handbaldagen	Sittard
	Univé Gym Gala	Wisselend
	Haarlemse Honkbalweek	Haarlem
	Swim Cup	Eindhoven
	Fanny Blankers Koen Games	Hengelo
	TT Assen	Assen
	Zwarte Cross	Achterhoek
	Red Bull Knock Out (motorcross)	Den Haag strand
	Ben Bril memorial (boksen)	Amsterdam
	Pitstop Volvo Ocean Race	Den Haag haven
	Delta Lloyd North Sea Regatta	Den Haag haven
	Skûtsjesilen	Friesland
	Sneekweek	Sneek
	Nationale Sportweek	Wisselend
	Urban Sports Week	Amsterdam
	Olympic Experience	Den Haag strand

Bijlage 3

Overzicht van onderzoek naar evenementen

Evenement	WESP economische impact	WESP maatschappelijke impact	Anders dan WESP	(Nog) niet gemeten
EK Atletiek	X	X		
WK Beachvolleybal	X	X		
Start Tour de France	X	X		
European Olympic Youth Festival (EYOF)	X	X		
Dam tot Damloop	X		X	
WK Paracycling	X			
WK Roeien	X			
WK BMX	X			
Start Giro d'Italia	X			
WK Wielrennen op de weg	X			
Pitstop Volvo Ocean Race	X			
AFAS Tennis Classics	X			
ABN AMRO World Tennis Tournament	X			
KLM Open	X			
Nijmeegse Vierdaagse		X	X	
IPC EK zwemmen			X	
TT Assen			X	
Amstel Gold Race			X	
Indoor Brabant			X	
EK Korfbal				X
EK Hockey				X
Jumping Amsterdam				X
Kwalificatiewedstrijden/ Oefeninterlands voetbal				X
EK Schaatsen Allround en Sprint				X
Tata Steel Chess				X

Colofon

Research en redactie: secretariaat Nederlandse Sportraad (Mariëtte van der Voet (eindredactie), Lennart Langbroek, Jorit de Kruijff en Monica van Wingerde)

Vormgeving: Things To Make And Do (Sanne Asselman)

Drukwerk: Xerox

Den Haag: Nederlandse Sportraad, mei 2017

Dit is een uitgave van de Nederlandse Sportraad

Op verzoek van de minister van VWS neemt de Nederlandse Sportraad in 2017 een aantal grote sportevenementen nader onder de loep.

De diversiteit onder sportevenementen in Nederland is groot.

Sportevenementen worden op verschillende manieren georganiseerd, gefinancierd en vermarkt, mede afhankelijk van de visie van de partners van het sportevenement. In dit rapport gaat de NLsportraad op zoek naar de ingrediënten voor financieel gezonde en maatschappelijk betekenisvolle sportevenementen. De uitkomsten van deze analyse vormen de basis voor de adviezen die in 2017 en 2018 over grote sportevenementen worden gegeven.

Mei 2017 | publicatienr. 2017-1

