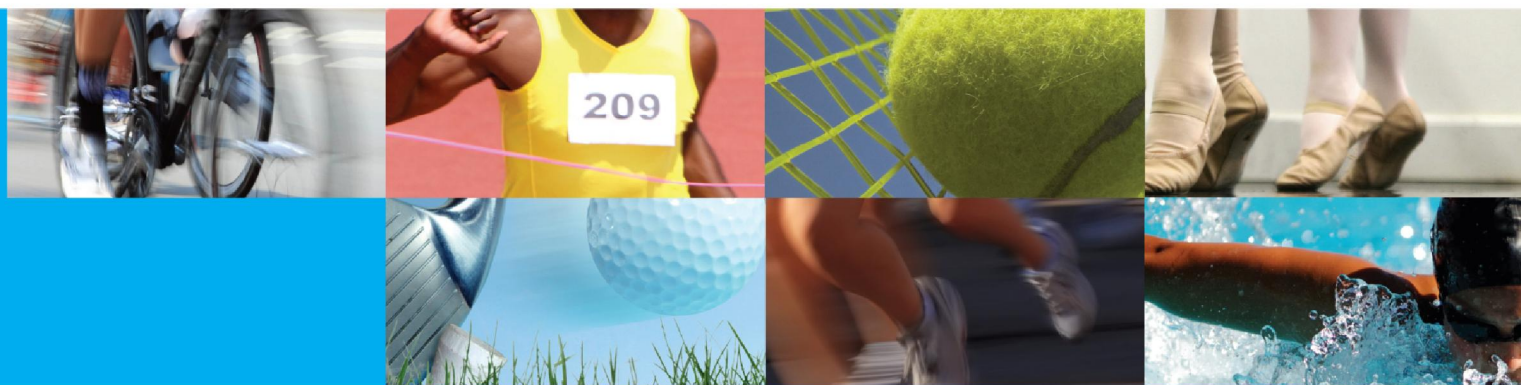




Grand Départ Utrecht 2015

Economische impact en beleving

Paul Hover

Sven Bakker

Grand Départ Utrecht 2015

Economische impact en beleving

in opdracht van Stichting Utrecht 2015

Paul Hover
Sven Bakker

Mulier Instituut
sociaal-wetenschappelijk sportonderzoek

*Postbus 85445 | 3508 AK Utrecht
Herculesplein 269 | 3584 AA Utrecht
+31 (0)30 721 02 20 | www.mulierinstituut.nl
info@mulierinstituut.nl | [@mulierinstituut](https://www.instagram.com/mulierinstituut)*

Inhoudsopgave

Kerncijfers	7
1. Inleiding	9
1.1 Doelstelling	9
1.2 Methode	9
1.3 Uitgangspunten	9
1.4 Leeswijzer	10
2. Bezoekersprofiel	11
2.1 Persoonskenmerken	11
2.2 Bezoekkenmerken	12
2.3 Conclusie	12
3. Economische impact	13
3.1 Bezoekers	13
3.2 Renners en begeleiders	15
3.3 ASO en partners	16
3.4 Tourmakers	16
3.5 Pers	17
3.6 Projectorganisatie	17
3.7 Economische impact	19
3.8 Conclusie	22
4. Beleving	23
4.1 Bezoekers	23
4.2 Bevolking	25
4.3 Hotels	27
4.4 Conclusie	28
5. Mediawaarde	31
6. Conclusie	33
Literatuur	35
Bijlage 1 Toelichting economische impact	37
Bijlage 2 Methodische aspecten bezoekersonderzoek	39
Bijlage 3 Economische impact bezoekers	41
Bijlage 4 Verblijfstoerisme in Utrecht	43

Kerncijfers

Tabel 1 Kerncijfers

Aantal bezoeken	748.000
Gemiddeld aantal bezoeken Tourstart	2,02
Aantal (unieke) bezoekers	370.000
Aandeel mannen onder bezoekers (%)	60
Aandeel bezoekers 35 jaar of jonger (%)	44
Afgelopen 12 maanden aan wielrennen gedaan, door bezoekers (%)	54
Aandeel additionele bezoekers inwoners gemeente Utrecht (%)	0
Aandeel additionele bezoekers Nederlandse inwoners excl. gemeente Utrecht (%)	83
Aandeel additionele bezoekers buitenlanders (%)	79
Aandeel additionele bezoekers overall (%)	51
Gemiddelde bestedingen additionele Nederlanders p.p.p.d. (€)	22,50
Gemiddelde bestedingen additionele buitenlanders p.p.p.d. (€)	43,00
Economische impact gemeente Utrecht (€)	23.027.000
Mediawaarde onderzochte Nederlandse bronnen (€)	33.600.000
Totaaloordeel Tourstart bezoekers (gemiddeld rapportcijfer)	8,4
Aandeel bezoekers dat verwacht dat Tourstart bijdraagt aan toerisme (%)	89
Aandeel bezoekers dat trots is op Utrecht (%)	80
Aandeel bezoekers dat verwacht vaker te fietsen/sporten (%)	24
Aandeel inwoners dat Tourstart bezocht	66
Aandeel inwoners dat verwacht dat Tourstart bijdraagt aan toerisme (%)	65
Aandeel inwoners dat trots is op Utrecht (%)	57
Aandeel inwoners dat verwacht vaker te fietsen/sporten (%)	8
Aandeel hotels in Utrecht en regio dat tijdens Tourstart vol was (%)	38

1. Inleiding

1.1 Doelstelling

De doelstelling van dit onderzoek is drieledig:

- Het beschrijven van het profiel van de bezoekers van de Tourstart;
- Het schatten van de economische impact en mediawaarde van de Tourstart;
- Het beschrijven hoe bezoekers, de lokale bevolking en hotels in Utrecht de Tourstart hebben ervaren.

Een economische impactstudie meet tot hoeveel extra bestedingen een sportevenement in een regio heeft geleid. De economische impact zoals beschreven in dit hoofdstuk verwijst naar de directe bestedingen van de bezoekers, de renners en begeleiders, de rechthouder van de Tour de France (Amaury Sport Organisation; ASO) en partners, de Tourmakers, de pers en de organiserende Utrechtse stichting die dankzij de Tourstart in de gemeente Utrecht zijn gedaan. Aanvullende informatie over economische impact staat in bijlage 1.

1.2 Methode

Bezoekers zijn door studenten geënquêteerd, onder supervisie van het Mulier Instituut. Alle enquêteurs zijn vooraf uitgebreid geïnstrueerd over het doel en de opzet van het onderzoek. De enquêtes zijn gerealiseerd in een persoonlijk gesprek tijdens de Tourstart en de antwoorden zijn door de enquêteur tijdens de enquête verwerkt met een app die op een smartphone of tablet was geïnstalleerd. Er zijn 791 geslaagde enquêtes afgerond. Aanvullende informatie over het bezoekersonderzoek staat in bijlage 2.

Naast dataverzameling is gebruik gemaakt van bestaande data en rapporten van derden, onder andere met betrekking tot de mediawaarde en de beleving van de Tourstart onder de Utrechtse bevolking. Willem de Boer (Onderzoeker sporteconomie Hogeschool van Arnhem en Nijmegen) heeft namens de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP) een *peer-review* verzorgd voor de economische impact, die met succes is afgerond.¹ Voorliggend rapport voldoet aan de standaarden van de WESP.

1.3 Uitgangspunten

Onder de Tourstart worden de evenementen in de periode 2 tot en met 5 juli verstaan. Dit betreft:²

- Ploegenpresentatie in Park Lepelenburg (donderdagavond 2 juli);
- La Caravane d'Utrecht in centrum van de stad (vrijdagavond 3 juli);
- Eerste etappe (tijdrit) door centrum van Utrecht (zaterdagmiddag 4 juli);
- Tweede etappe met start in centrum van Utrecht (zondagmiddag 5 juli).

¹ Voor een beschrijving van de WESP-richtlijnen, zie www.evenementenevaluatie.nl.

² Het programma van side-events, voor zover niet rond de vier bovenvermelde locaties georganiseerd, is dus niet meegenomen. Vanaf 26 maart 2015, 100 dagen voor de Tourstart, waren in Utrecht evenementen georganiseerd rond het fietsthema met onder andere exposities, muziek, festivals, optochten en masterclasses.

1.4 Leeswijzer

Het volgende hoofdstuk handelt over het bezoekersprofiel en bezoekenmerken. De economische impact van de Tourstart op de gemeente Utrecht is in hoofdstuk 3 becijferd. Vervolgens wordt in hoofdstuk 4 ingegaan op de beleving van het evenement door bezoekers, de lokale bevolking en de hotellerie in Utrecht en omgeving. Op de mediawaarde wordt in hoofdstuk 5 ingegaan. Het laatste hoofdstuk betreft de conclusie.

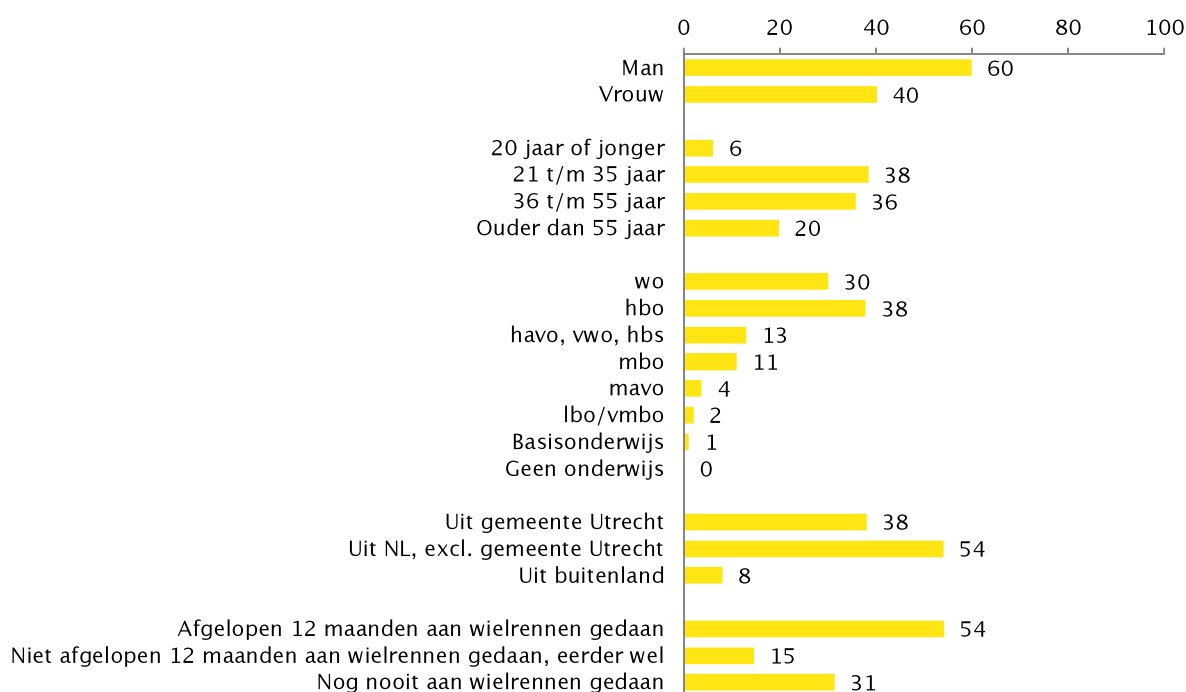
2. Bezoekersprofiel

Dit hoofdstuk beschrijft eerst de bezoekers van de Tourstart: hoe is de groep bezoekers van de Tourstart te typeren? Wat is de balans tussen mannen en vrouwen en trekt de Tourstart louter beoefenaren van de wielersport? Na persoonskenmerken komen de kenmerken van het bezoek aan bod. Hoeveel dagen wordt de Tour bezocht en in welke groepssamenstelling?

2.1 Persoonskenmerken

Zes op de tien bezoekers waren mannen en bijna vier op de tien waren 21-35 jaar oud (figuur 2.1).³ De leeftijdsopbouw van de mannen week nauwelijks af van die van vrouwen (niet in figuur). Twee derde van de bezoekers had een opleiding van minstens hbo-niveau afgerond. Acht procent van bezoekers woonde in het buitenland, 38 procent in Utrecht en ruim de helft (54%) in de rest van Nederland. Onder buitenlanders waren Duitsers en Belgen het best vertegenwoordigd (respectievelijk 25% en 21% van de buitenlanders; niet in figuur). Ruim de helft had in de twaalf maanden voorafgaand aan de Tourstart aan wielrennen (of veldrijden of mountainbiken) gedaan, vijftien procent deed dat niet, maar heeft in een verder verleden wel eens sportief gefietst. Bijna één op de drie (31%) Tourstart-bezoekers had nog nooit gewielrend. Klaarblijkelijk is het bezoeken van de Tourstart voor een substantiële groep personen die geen praktische ervaring met de wielersport had een aantrekkelijke vrijetijdsbesteding.

Figuur 2.1 Profiel bezoeker Tourstart, in procenten

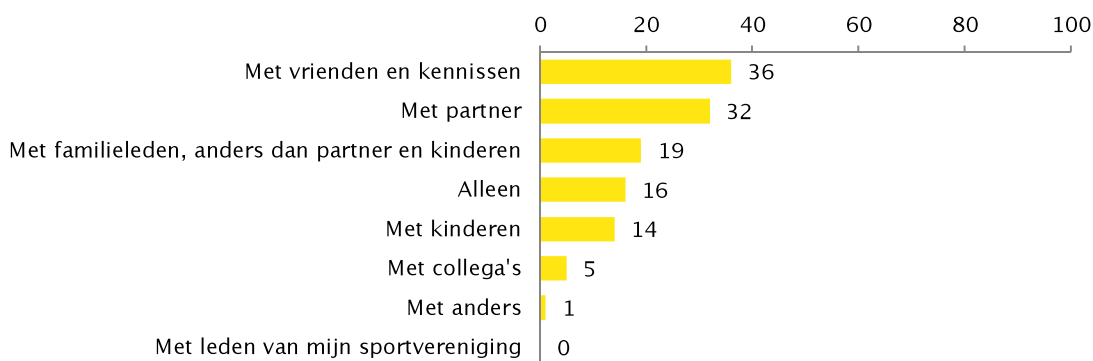


³ Bezoekers van twaalf jaar en ouder zijn ondervraagd (de oudste bezoeker was 86 jaar).

2.2 Bezoekkenmerken

Ruim een derde van de bezoekers (36%) kwam naar de Tour in Utrecht met vrienden en kennissen en bijna een derde (32%) met partner (figuur 2.2). Bij veertien procent van de gezelschappen waren ook kinderen aanwezig. Zestien procent kwam alleen. Een groep bestond uit gemiddeld 5,2 personen en vrijwel alle personen uit de groep zijn speciaal voor de Tour naar Utrecht gekomen.

Figuur 2.2 Samenstelling gezelschap, in procenten



Het onderzoek wijst uit dat het aandeel additionele bezoekers 51 procent bedraagt. Zoals vermeld zijn de inwoners van de gemeente Utrecht niet additioneel. Onder inwoners van 'de rest van Nederland' (inwoners Nederland, exclusief gemeente Utrecht) en het buitenland is het additionele aandeel respectievelijk 83 en 79 procent.

2.3 Conclusie

Onder de bezoekers waren mannen enigszins oververtegenwoordigd en ruim vier op de tien bezoekers was 35 jaar of jonger. Ruim een derde van de bezoekers kwam uit de gemeente Utrecht, acht procent kwam uit het buitenland. De Tourstart was ook voor niet-beoefenaren van de wielersport aantrekkelijk: bijna een derde van de bezoekers had nog nooit aan wielrennen gedaan.

Ruim een derde van de bezoekers kwam met vrienden en kennissen naar Utrecht. Bij veertien procent van de gezelschappen waren ook kinderen bij. Ruim de helft van de bezoekers zou zonder Tourstart niet in de gemeente Utrecht zijn geweest.

3. Economische impact

De Tourstart leidt tot bestedingen in de gemeente Utrecht. In dit hoofdstuk wordt de economische impact zo goed mogelijk gekwantificeerd. Hierbij worden de volgende groepen in ogenschouw genomen: bezoekers, renners en begeleiders, ASO en partners, Tourmakers, pers en de projectorganisatie.

3.1 Bezoekers

Het aantal bezoeken aan de Tourstart wordt geschat op 748.000 (tabel 3.1).⁴ Dit aantal ligt in lijn met wat de projectorganisatie verwachtte, namelijk 500.000 tot 800.000 bezoeken (Projectorganisatie Utrecht 2015, 2014; DeStadUtrecht.nl, 2015). Tegelijkertijd is dit aantal lager dan de opgave die de gemeente tijdens de Tourdagen heeft gedaan (960.000). Dit verschil is voor een belangrijk deel terug te voeren op het feit dat voor dit onderzoek bezoekers van de Tourstart als uitgangspunt golden en 960.000 bezoeken betrekking hadden op alle personen die in de periode van de Tourstart in het gebied van de Tourstart aanwezig waren (inclusief personen waarvan niet met zekerheid gezegd kan worden dat zij voor de Tourstart in het centrum van Utrecht waren, maar wellicht voor winkelen of regulier café- of restaurantbezoek).

Tabel 3.1 Schatting bezoeken Tourstart naar dag, in absolute aantallen (afgerond)

Datum	Bezoeken
2 juli 2015	22.000
3 juli 2015	91.000
4 juli 2015	365.000
5 juli 2015	270.000
Totaal 2 t/m 5 juli 2015	748.000

Een bezoeker aan de Tourstart bezocht het evenement gemiddeld 2,02 dagen. Het aantal (unieke) bezoekers is derhalve ruim 370.000.⁵ Het programma in het weekend, met name de tijdrit op zaterdag, trok veruit het meeste bekijks. Door de bezoekers werd de eerste etappe het best bezocht (84%), gevolgd door de tweede etappe (70%), La Caravane d'Utrecht (25%) en de ploegenpresentatie (24%). Ruim een vijfde (21%) van de bezoekers van de Tourstart bezocht in de maanden voorafgaand aan de Tourstart ook andere activiteiten in het kader van de Tourstart (zoals VJ on Tour, expositie in het Spoorwegmuseum en Paracycling Leidsche Rijn).

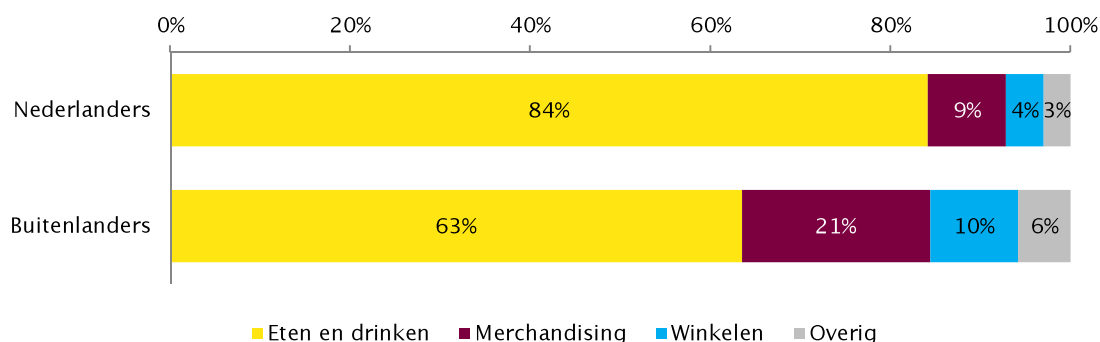
De economische impact die voortvloeit uit daguitgaven (uitgaven die overdag zijn gedaan, exclusief uitgaven aan overnachtingen) bestaat enerzijds uit het product van het aantal additionele bezoeken, de gemiddelde verblijfsduur en het gemiddelde bedrag dat per dag is besteed. Anderzijds is rekening gehouden met de groep 'verlengers': personen die langer dan voor de Tourstart noodzakelijk in de gemeente Utrecht zijn geweest. Bij de analyses zijn twee groepen in ogenschouw genomen, namelijk additionele Nederlanders (per definitie geen inwoners van de gemeente Utrecht) en buitenlanders.

⁴ De analyse die hieraan ten grondslag ligt, grotendeels uitgevoerd door Dominique Smeets (Universiteit Utrecht), is separaat in een werkdokument gedocumenteerd.

⁵ Bij de berekening van dit gemiddelde is er gecorrigeerd voor de vergrote kans onder meerdaagse bezoekers om in de steekproef te komen.

De gemiddelde verblijfsduur van additionele bezoekers uit Nederland en buitenlanders was respectievelijk 1,6 en 2,2 dagen. Nederlanders besteedden gemiddeld 22,50 euro per dag, buitenlanders bijna het dubbele: 43,00 euro. 84 procent van de uitgaven van de Nederlanders betrof eten en drinken en tien procent merchandise. Ook buitenlanders gaven het meeste uit aan eten en drinken (63%), maar gaven ruim twee maal zoveel uit aan merchandise-artikelen (21%) (figuur 3.1). Bij evaluaties van sportevenementen is een langere verblijfsduur en een hoger bestedingsniveau onder buitenlanders geen onbekend fenomeen.

Figuur 3.1 Samenstelling uitgaven additionele Nederlanders en buitenlanders, in procenten



Ruim een derde van de Nederlanders (34%) verbleef langer in de gemeente Utrecht dan voor de Tourstart noodzakelijk was: gemiddeld 1,8 dagen langer (bijvoorbeeld voor winkelen of restaurant- of familiebezoek). Het is aannemelijk dat de activiteiten die naast de Tourstart zijn georganiseerd, waaronder het tweedaagse muziekfestival Tournée de la Musique in het centrum, aan een verlenging van het verblijf hebben bijgedragen. Dit leidt alles bij elkaar voor de gemeente Utrecht tot een economische impact als gevolg van daguitgaven van 10,5 miljoen euro (tabel 3.2).

Naast de daguitgaven zijn de uitgaven voor overnachten berekend, zowel voor de gemeente als voor de regio exclusief de gemeente.⁶ Het aandeel overnachters onder additionele Nederlanders en buitenlanders was achtereenvolgens 24 en 81 procent. Buitenlanders overnachtten niet alleen vaker, maar ook langer: buitenlanders die overnachtten, deden dat gemiddeld 2,9 nachten, tegenover 2,1 onder Nederlanders. Ook lagen de bestedingen aan overnachten onder buitenlanders hoger dan onder Nederlanders (69,20 euro versus 38,10 euro per persoon per nacht). Dit verschil was deels terug te voeren op het feit dat Nederlanders beduidend vaker dan buitenlanders bij vrienden, familie en kennissen overnachtten (70% onder Nederlanders en 33% onder buitenlanders). Andersom was de camping onder buitenlanders meer in trek dan onder Nederlanders (23%-11%).⁷ De Tourstart heeft in de gemeente Utrecht tot 8,4 miljoen euro aan bestedingen voor overnachtingen door additionele bezoekers geleid en tot 1.798.000 euro in de regio, exclusief de gemeente (tabel 3.2).

⁶ De regio Utrecht betreft de gemeenten Bunnik, De Bilt, De Ronde Venen, Houten, IJsselstein, Nieuwegein, Stichtse Vecht, Utrecht, Vianen, Woerden en Zeist.

⁷ Bestaande campings in Utrecht en omgeving zetten in op de Tourstart. Camping De Boomgaard in Bunnik breidde voor de Tourstart bijvoorbeeld uit van 250 naar 800 plaatsen (en er werden pendelbussen tussen Utrecht en Bunnik geregeld). Daarnaast werden tijdelijke campings in het leven geroepen, zoals op de voetbalvelden van Zwaluwen Utrecht in Transwijk (plaats voor 1.000 gasten).

Wanneer de dagbestedingen en bestedingen voor overnachten door additionele bezoekers in de gemeente Utrecht worden opgeteld, leidt dat tot een bedrag van 18,8 miljoen euro.

Tabel 3.2 Economische impact bezoekers Tourstart, in euro's (afgerond)

<u>Kerncijfers</u>	
Aantal bezoeken	748.000
Aantal bezoekers	370.000
Aantal Nederlandse additionele bezoekers	165.834
Aantal buitenlandse additionele bezoekers	23.384
Gemiddelde verblijfsduur additionele bezoekers uit NL excl. gemeente Utrecht (dagen)	1,6
Gemiddelde verblijfsduur additionele bezoekers uit buitenland (dagen)	2,2
Gemiddelde uitgaven additionele bezoekers uit NL excl. gemeente Utrecht per dag (€)	22,50
Gemiddelde uitgaven additionele bezoekers uit buitenland per dag (€)	43,00
Aandeel overnachters onder additionele bezoekers uit NL excl. gemeente Utrecht (%)	24%
Aandeel overnachters onder additionele bezoekers uit buitenland (%)	81%
Gemiddelde overnachtingsduur additionele bezoekers uit NL excl. gemeente Utrecht (overnachtingen)	2,1
Gemiddelde overnachtingsduur additionele bezoekers uit buitenland (overnachtingen)	2,9
Gemiddelde uitgaven per overnachting per additionele bezoekers uit NL excl. gemeente Utrecht (€)	38,10
Gemiddelde uitgaven per overnachting per additionele bezoekers uit buitenland (€)	69,20
<u>Economische impact door uitgaven overdag</u>	
Gemeente Utrecht	10.466.000
Regio Utrecht, exclusief gemeente	n.v.t.
Totaal	10.466.000
<u>Economische impact door uitgaven overnachten</u>	
Gemeente Utrecht	8.378.000
Regio Utrecht, exclusief gemeente	1.798.000
Totaal	10.176.000
Gemeente Utrecht totaal (€)	18.844.000

Voor een uitgebreide berekening, zie bijlage 3.

3.2 Renners en begeleiders

In Utrecht stonden 22 wielerploegen aan de start die samen 198 renners, waaronder 20 Nederlanders, telden. Naast renners telde elke ploeg tien tot vijftien begeleiders, waaronder teammanagers, chauffeurs, trainers en mecaniciens. Voor alle ploegen bij elkaar betrof dit 300 begeleidende personen (ASO, 2015). Het wordt aangenomen dat alle renners en hun begeleiders additioneel zijn. Met andere woorden: zonder Tourstart waren deze personen niet in de gemeente Utrecht geweest. Volgens de projectorganisatie bedroeg de gemiddelde verblijfsduur van een team vijf dagen (en vijf overnachtingen). Zeven van de 22 ploegen, waaronder Team LottoNL-Jumbo (met Robert Gesink) en Team Giant-Alpecin (met Tom Dumoulin), verbleven in een van de twee Utrechtse hotels (Carlton President Hotel en Hotel Mitland). De andere vijftien ploegen verbleven in hotels buiten de gemeente Utrecht, waaronder Hotel de Biltse Hoek (De Bilt) en het Amrath Hotel in Maarsbergen (AD, 2015a).

Onderzoeken wijzen uit dat een professionele wielerploeg tijdens een meerdaagse wielerronde 6.000 euro per dag spendeert (o.a. Hogeschool van Rotterdam & MeerWaarde, 2010). Als dit uitgangspunt wordt verdisconteerd met de aantallen uit de vorige alinea, leidt dat tot 210.000 euro aan additionele bestedingen door wielerploegen in de gemeente Utrecht en tot 450.000 euro in de regio (tabel 3.3). De

kosten voor overnachtingen worden voor de ploegen door ASO betaald, maar zijn onder dit kopje opgenomen.

Tabel 3.3 Economische impact renners en begeleiders, in euro's (afgerond)

Aantal teams	22
Aantal renners	198
Aantal begeleiding	300
Aandeel additioneel	100%
Gemiddelde verblijfsduur in dagen	5
Gemiddelde bestedingen per etmaal per team (€)	6.000
Aantal teams dat verbleef in gemeente Utrecht	7
Aantal teams dat verbleef in regio Utrecht	15
Economische impact gemeente Utrecht	210.000
Economische impact regio Utrecht, excl. gemeente	450.000

3.3 ASO en partners

De afvaardiging van het Franse ASO in Utrecht telde in totaal 475 personen. Dit betrof 100 ASO-medewerkers, 300 aannemers/partners, vijftien medici en 60 politiemensen en beveiligers (ASO, 2015 & opgave projectorganisatie). Net als voor de teams wordt voor de ASO aangenomen dat al deze personen additioneel zijn. De verblijfsduur (dagen) en het aantal overnachtingen wordt op zes geraamd. Alle personen overnachtten in de gemeente Utrecht, zo wordt aangenomen, en de prijs per persoon per nacht bedraagt 175 euro (opgave projectorganisatie). Al met al leidt de aanwezigheid van de ASO en partners tot een economische impact van 570.000 euro voor de gemeente Utrecht (tabel 3.4).

Tabel 3.4 Economische impact ASO e.a., in euro's (afgerond)

Aantal	475
Aandeel additioneel	100%
Gemiddelde verblijfsduur in dagen	6
Gemiddelde dagbestedingen per persoon (€)	25
Aandeel overnachters	100%
Gemiddelde prijs per overnachting per persoon (€)	175
Economische impact gemeente Utrecht	570.000

3.4 Tourmakers

De Tourstart in Utrecht was niet mogelijk geweest zonder de vrijwilligers, genaamd Tourmakers. In Utrecht waren 1.301 Tourmakers actief, waarvan 39 procent in de gemeente Utrecht woont. De assumptie wordt gemaakt dat de Tourmakers die niet in de gemeente Utrecht wonen additioneel zijn. De gemiddelde verblijfsduur bedroeg 2,4 dagen (Tourmakers waren met name in het weekend actief) en de gemiddelde dagbestedingen waren 12,30 euro per persoon. De helft van de Tourmakers overnachtte voor een prijs van gemiddeld vijf euro per persoon per nacht. Dit bedrag is relatief laag omdat vrijwel alle Tourmakers bij vrienden, familie of kennissen hebben overnacht en een enkeling op een camping. De economische impact voor de gemeente Utrecht die door de Tourmakers wordt gerealiseerd bedraagt 28.000 euro (tabel 3.5).

Tabel 3.5 Economische impact Tourmakers, in euro's (afgerond)

Aantal	1.301
Aandeel additioneel	61%
Gemiddelde verblijfsduur in dagen	2,4
Gemiddelde dagbestedingen per persoon (€)	12,30
Aandeel overnachters	50%
Gemiddelde prijs per overnachting per persoon (€)	5,00
Economische impact	28.000

3.5 Pers

De organisatie van de Tourstart gaat gepaard met internationale media-aandacht en een toestroom van persvertegenwoordigers, waaronder journalisten en fotografen, uit binnen- en buitenland. 2.000 geaccrediteerde mediaprofessionals waren in Utrecht om het topsportspektakel te verslaan (ASO, 2015). Onderzoek wijst uit dat de gemiddelde verblijfsduur 2,1 dagen was en dat de gemiddelde bestedingen per persoon per dag 25 euro bedroegen. Ruim vier op de tien persvertegenwoordigers bleek voor een gemiddelde prijs van 150 euro per persoon per nacht te hebben overnacht. Dit leidt tot een economische impact van 382.000 euro voor de gemeente Utrecht, ervan uitgaande dat alle bestedingen in de gemeente zijn gedaan (tabel 3.6).

Tabel 3.6 Economische impact pers, in euro's (afgerond)

Aantal	2.000
Aandeel additioneel	100%
Gemiddelde verblijfsduur in dagen	2,1
Gemiddelde dagbestedingen per persoon per dag (€)	25
Aandeel overnachters	44%
Gemiddelde prijs per overnachting per persoon (€)	150
Economische impact	382.000

3.6 Projectorganisatie

De projectorganisatie heeft in samenspraak met de gemeente gekozen voor een ambitie- en investeringsniveau dat wordt aangeduid met het niveau 'bolletjestrui'.⁸ Dit is één van de vier ambitieniveaus die zijn onderscheiden en 'bolletjestrui' is het op één na hoogste.⁹ Het niveau 'bolletjestrui' wordt gekenmerkt door de realisatie van een veilig en doelmatig evenement, optimale beleving door uitgebreide faciliteiten en voorzieningen en internationale persbewerking.

Toen de gemeenteraad van Utrecht op 7 november 2013 akkoord gaf voor de organisatie van de Tourstart in Utrecht, is een gemeentelijke bijdrage van 5 miljoen euro (in contanten) vrijgegeven omdat aan de cofinancieringseis van minimaal 5 miljoen euro private financiering was voldaan. De

⁸ De projectorganisatie bestaat uit medewerkers van de gemeente, de *funding partners* (waaronder CMS Derks Star Busmann en EY) en stagiaires van kennisinstellingen.

⁹ In oplopend ambitieniveau: witte trui, groene trui, bolletjestrui en gele trui.

gemeentelijke bijdrage is later verhoogd tot 6 miljoen euro vanuit middelen die reeds voor lopende programma's waren gerealiseerd (in kind; goederen en diensten).¹⁰ Het Utrechtse bedrijfsleven was goed voor een bijdrage van 2,4 miljoen euro (tabel 3.7).

De inkomsten van buiten de gemeente Utrecht bedragen ruim 9,4 miljoen euro. Dit betreft grotendeels bijdragen van het Nederlands bedrijfsleven (exclusief gemeente Utrecht) (3,1 miljoen euro), inkomsten uit hospitality (2,4 miljoen euro) en subsidie van het ministerie van VWS (2,3 miljoen euro).

Tabel 3.7 Inkomsten en uitgaven projectorganisatie, in euro's

Inkomsten		Uitgaven	
<u>Uit gemeente Utrecht</u>		<u>In gemeente Utrecht</u>	
Subsidie gemeente	6.000.000	Parcours	3.921.000
Bijdrage Utrechts bedrijfsleven	2.400.000	Organisatiekosten en expertise	2.053.000
Inkomsten hospitality	270.000	Marketing, communicatie en relatiebeheer	1.981.000
Subtotaal	8.670.000	Activatieprogramma	1.714.000
		Kostprijs hospitalitypakketten	1.600.000
<u>Uit Nederland excl. gemeente Utrecht</u>		Overige kosten	465.000
Bijdrage Nederlands bedrijfsleven	3.100.000	Subtotaal	11.734.000
Inkomsten hospitality	2.430.000		
Subsidie VWS	2.250.000	<u>In Nederland excl. gemeente Utrecht</u>	
Bijdrage Nederlands bedrijfsleven ^a	1.500.000	Kostprijs hospitalitypakketten	700.000
Subsidie provincie	100.000	Organisatiekosten en expertise	610.000
Inkomsten commercieel	50.000	Marketing, communicatie en relatiebeheer	408.000
Subtotaal	9.430.000	Activatieprogramma	165.000
		Parcours	159.000
		Overige kosten	25.000
		Subtotaal	2.067.000
		<u>In buitenland</u>	
		Fee ASO	4.000.000
		Kostprijs hospitalitypakketten	300.000
		Subtotaal	4.300.000
Totaal	18.100.000	Totaal	18.101.000

^a Dit betreft multinationals met een hoofdkantoor in Utrecht. Op basis van informatie van de projectdirectie is dit bedrag beschouwd als een inkomstenbron van buiten de gemeente Utrecht.

Bron: projectorganisatie Utrecht 2015, bewerking Mulier Instituut

Circa 11,7 miljoen euro is uitgegeven in de gemeente Utrecht (tabel 3.7). De hoogste uitgaven betreffen realisatie van het parcours (3,9 miljoen euro) en organisatie en expertise (2 miljoen euro). Ruim 2 miljoen euro is buiten Utrecht, maar nog wel binnen de landsgrenzen, gespendeerd. De grootste uitgave in het buitenland betreft de *fee* van 4 miljoen euro die voor de organisatierechten aan de ASO is betaald.

¹⁰ De private financiering kwam rond ondanks de terugtrekking van Rabobank – waarschijnlijk goed geweest voor een bijdrage van enkele miljoenen euro's – uit de wielersport in 2012.

De economische impact die de organisatie heeft gerealiseerd, bestaat uit het saldo van inkomsten uit de gemeente Utrecht en de uitgaven in de gemeente, verminderd met het aandeel van de subsidie van het ministerie van VWS en van de provincie dat niet als additioneel beschouwd wordt. Voor de subsidie van het ministerie van VWS is twee procent - 45.000 euro - niet additioneel (dat aandeel van de Nederlanders woont in de gemeente Utrecht). De redenering hierbij is dat de gemeente Utrecht (op termijn) sowieso aanspraak zou hebben gemaakt op een *fair share* van twee procent. Bij de provinciale bijdrage is dezelfde gedachtegang gehanteerd. Omdat ruim 26 procent van de inwoners van de provincie Utrecht in de gemeente Utrecht woont, wordt dat aandeel niet als additioneel beschouwd (26.000 euro). Per saldo is de economische impact die de projectorganisatie heeft gerealiseerd bijna 3 miljoen euro (tabel 3.8).

Tabel 3.8 Economische impact projectorganisatie, in euro's (afgerond)

Uitgaven in gemeente Utrecht	11.734.000
Inkomsten uit gemeente Utrecht (-/-)	8.670.000
Aandeel provinciale subsidie niet additioneel (26,4% van prov. woont in gem. Utrecht) (-/-) ^a	26.000
Aandeel VWS-subsidie niet additioneel (2,0% van NL woont in gem. Utrecht) (-/-) ^b	45.000
Saldo	2.993.000

^a 26,4% van de inwoners van de provincie woont in de gemeente Utrecht

^b 2,0% van de inwoners van Nederland woont in de gemeente Utrecht

3.7 Economische impact

De geschatte totale economische impact voor de gemeente Utrecht bestaat uit de som van de impact die is gerealiseerd door de hiervoor onderscheiden actoren. Uitgaande van 748.000 bezoeken bedraagt de economische impact ruim 23 miljoen euro (tabel 3.9).

Tabel 3.9 Overzicht geschatte economische impact gemeente Utrecht, in euro's (afgerond)

	€
Bezoekers	18.844.000
Renners en begeleiders	210.000
ASO e.a.	570.000
Tourmakers	28.000
Pers	382.000
Projectorganisatie	2.993.000
Totaal	23.027.000

Naast de economische impact van 23 miljoen euro in de gemeente Utrecht is in de regio Utrecht (exclusief de gemeente Utrecht) door additionele bezoekers en renners en hun begeleiders respectievelijk 1,8 miljoen euro en 450.000 euro besteed.

Reflectie op schatting economische impact

Bij de beoordeling van de economische impact, is het van belang te onderkennen dat een alternatieve investering een ander rendement vertegenwoordigt. De publieke middelen die zijn gemoeid met de

Tourstart, kunnen bijvoorbeeld op een andere manier worden besteed.¹¹ Dit betreft niet alleen de financiële investering, maar ook de uren die ambtenaren (o.a. gemeente, provincie, politie en defensie) aan de lobby, organisatie en afronding van de Tourstart hebben besteed.¹²

De economische impact heeft betrekking op extra bestedingen als gevolg van het plaatsvinden van de Tourstart. Hierbij wordt in beperkte mate duidelijk welke economische sector daarvan heeft geprofiteerd, welke minder en welke sector de Tour mogelijk schade heeft berokkend. Duidelijk werd dat (bepaalde) cafés, restaurants, snackbars en ijssalons economisch hebben geprofiteerd van het plaatsvinden van de Tourstart. Anderzijds waren er ondernemers, waaronder kleding- en boekwinkels, die in de periode van de Tourstart (veel) minder omzet realiseerden dan gebruikelijk (o.a. NOS, 2015). Niet uitgesloten is dat het extreem warme weer (ook) debet is aan de tegenvallende omzet van ondernemers. Mogelijkerwijs, maar allerminst gegarandeerd, wordt de tegenvallende omzet van bepaalde ondernemers in de toekomst gecompenseerd door een toestroom van meer toeristen dankzij de Tourstart.

Bij de economische impact is geen *crowding out* verrekend (Tourbezoekers verdringen lokale inwoners en andere toeristen).¹³ Het optreden van dit verschijnsel kan te maken hebben met verwachte drukte of verhoging van prijzen van hotelkamers en andere verblijfsaccommodaties. Verdringing heeft een negatief effect op de economische impact (die gericht is op de korte termijn). Of verdringing op de langere termijn een nadelige uitwerking heeft, is afhankelijk van het gedrag van personen die de gemeente hebben gemedend: zien zij af van een bezoek of plannen zij hun bezoek op een ander moment?

Utrecht 2015 versus Rotterdam 2010

De Hogeschool van Rotterdam & MeerWaarde (2010) stelde vast dat de economische impact van de Tourstart voor de gemeente Rotterdam 20,8 miljoen euro bedraagt (en 33,3 miljoen euro indien ook de investeringen van de gemeente worden meegeteld). De economische impact van de Tourstart voor de gemeente Utrecht laat zich niet zonder meer vergelijken met de impact van de Tourstart in Rotterdam. Daarvoor zijn drie redenen aan te dragen.

Ten eerste kent de gemeente Rotterdam een ander (toeristisch-recreatief) profiel dan Utrecht. Rotterdam is qua aantal inwoners bijna twee keer zo groot en het aantal overnachtingen van gasten in hotels en andere verblijfsaccommodaties is op jaarbasis bijna drie keer zo groot. Omdat de Maasstad meer capaciteit aan verblijfsaccommodaties binnen de gemeentegrenzen kent, kunnen bezoekers in Rotterdam simpelweg ook meer geld uitgeven aan overnachtingen dan in Utrecht.

¹¹ Tegenstanders binnen de gemeentelijke politiek (SP en ChristenUnie) gaven vóór de Tourstart bijvoorbeeld aan de middelen liever te spenderen aan buurthuizen en breedtesport.

¹² De kosten van de gemeentelijke medewerkers die werkzaam zijn binnen de projectorganisatie zijn verdisconteerd in de kosten, de inzet van de andere ambtenaren geschiedt volgens de projectorganisatie 'om niet' (Projectorganisatie Utrecht 2015, 2014). Het team bestond vanaf 1 april 2014 uit 13,3 fte, groeiend naar circa 40 fte in 2015.

¹³ Het bepalen van *crowding out* -effecten maakt geen onderdeel uit van de WESP-richtlijn.

Ten tweede is de Tourstart in Rotterdam een ander evenement dan in Utrecht. De lengte van de proloog en de eerste etappe binnen de gemeentegrenzen verschilt en bij de analyse van de economische impact van Rotterdam is ook de economische impact van de recreatieve toertocht meegenomen. Op verzoek van de opdrachtgever is dat in het geval van Utrecht achterwege gelaten.

Ten derde verschilt de vragenlijst en de wijze van analyse om de impact te berekenen. Bij de actuele richtlijn van de WESP voor de berekening van de economische impact, worden bestedingen van de lokale overheid niet meegeteld. In Rotterdam is dat wel gedaan (waarbij de onderzoekers op het bedrag van 33,3 miljoen euro uitkomen). Destijds was de richtlijn nog minder goed doorontwikkeld dan in 2015. Daarnaast is het nu - in tegenstelling tot vijf jaar geleden - de bedoeling om bij de uitgaven van de evenementenorganisator rekening te houden met de herkomst van de inkomsten. De economische impact die de organisatie heeft gerealiseerd, bestaat uit het saldo van inkomsten uit de betreffende regio en de uitgaven in die regio.¹⁴ Tevens is bij het onderzoek in Rotterdam een deel van de lokale bevolking als additioneel beschouwd, namelijk het deel dat aangaf naar Utrecht te zijn gegaan als de Tourstart daar had plaatsgevonden (een plausibele optie want Utrecht diende voor 2010 ook een bid in). Tot slot blijkt uit de impactmeting van de Tourstart in Rotterdam niet duidelijk of de wielerteams uit buurgemeenten bij de gemeentelijke impact buiten beschouwing zijn gelaten.

Met een slag om de arm - zie bovenstaande punten - is het tot op zekere hoogte mogelijk om componenten van de economische impact van de Tourstart in Utrecht naast die van Rotterdam te plaatsen. Er wordt gekeken naar de additionele bestedingen van bezoekers, renners en begeleiders, ASO e.a., vrijwilligers (Tourmakers in Utrecht) en pers. De uitgaven van de organisatie (in Rotterdam geheel met publieke middelen gefinancierd en in Utrecht ten dele) laten we buiten beschouwing. Ook de *fee* die aan de ASO is betaald, verrekenen we niet (Utrecht: 4 miljoen, Rotterdam: 2,5 miljoen). Voor de gemeente Utrecht leidt dit tot een economische impact van 20,0 miljoen euro, in de gemeente Rotterdam ligt die met 20,8 miljoen euro 4 procent hoger.

Tabel 3.10 Economische impact Utrecht en Rotterdam, exclusief kosten organisatie en gemeente, in euro's

	Gemeente Utrecht	Gemeente Rotterdam
Bezoekers	18.844.000	18.061.402
Renners en begeleiders	210.000	792.000
ASO e.a.	570.000	1.100.000
Tourmakers	28.000	n.v.t.
Pers	382.000	884.000
Totaal	20.034.000	20.837.402

¹⁴ De economische impact die de organisatie realiseert is het grootst als alle inkomsten van *buiten de regio* komen en alle uitgaven *in de regio* worden gedaan.

3.8 Conclusie

Uitgaande van 748.000 bezoeken bedraagt de economische impact van de Tourstart voor de gemeente Utrecht 23 miljoen euro. Dit wordt hoofdzakelijk veroorzaakt door de 'reguliere' bezoekers. Daarnaast is door additionele bezoekers en renners en hun begeleiders respectievelijk 1,8 miljoen euro en 450.000 euro in de regio Utrecht (exclusief de gemeente) besteed.

4. Beleving

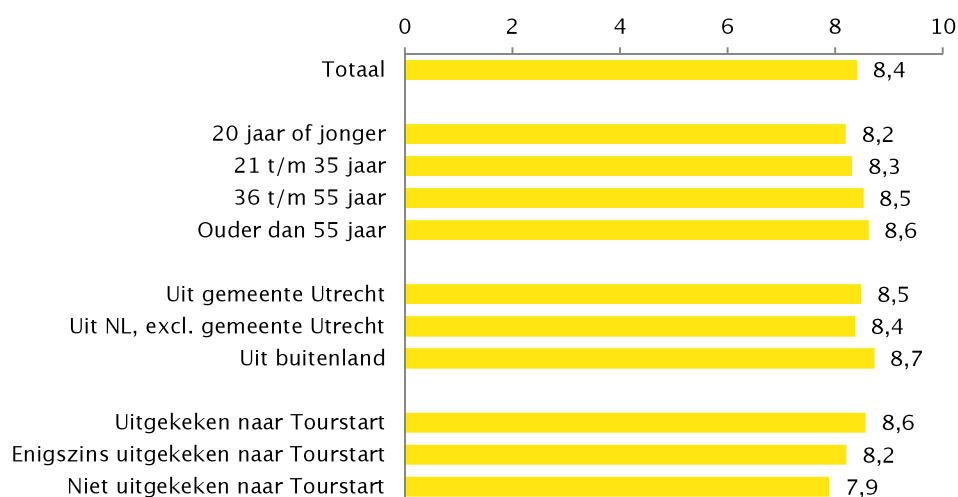
Nadat de economische impact is geschat, wordt in dit hoofdstuk verwoord hoe inwoners van Utrecht, de bezoekers en de hotelbranche de Tourstart hebben ervaren. Tevens wordt licht geworpen op de verwachte effecten van de Tourstart, bijvoorbeeld op het gebied van toerisme.

4.1 Bezoekers

De bezoekers van de Tourstart beoordeelden de Tourstart als totaal met een gemiddeld rapportcijfer van 8,4 (figuur 4.1). 44 procent van de bezoekers gaf een 9 of een 10. Dit oordeel ligt hoger dan het oordeel dat de bezoekers over de Utrechtse aankomst van de tweede etappe van de Giro in 2010 gaven, namelijk een 8- (Briene et al., 2010).

Opvallend is dat dit oordeel hoger wordt naarmate de Tourstart in Utrecht voortduurde. Op 2, 3, 4 en 5 juli was het oordeel achtereenvolgens 8,0, 8,2, 8,3 en 8,7. De groep die heeft uitgekeken naar de Tourstart oordeelde met een 8,6 gemiddeld, de groep die er niet naar uitkeek, kwam tot een oordeel van 7,9.

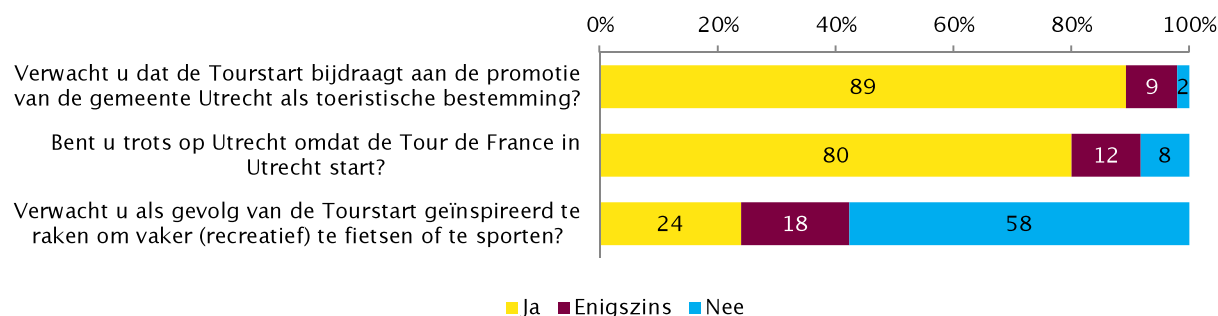
Figuur 4.1 Totaaloordeel Tourstart, in gemiddeld rapportcijfer



Bijna negen op de tien bezoekers verwachtte dat de Tourstart bijdraagt aan de promotie van de gemeente Utrecht als toeristische bestemming (figuur 4.2). Een enkeling (2%) verwachtte dat dat niet zo is. Een wat kleiner aandeel, acht op de tien bezoekers, was trots op Utrecht omdat de Tour daar startte (figuur 4.2). Onder de inwoners van Utrecht bedroeg het aandeel trotse personen 89 procent.

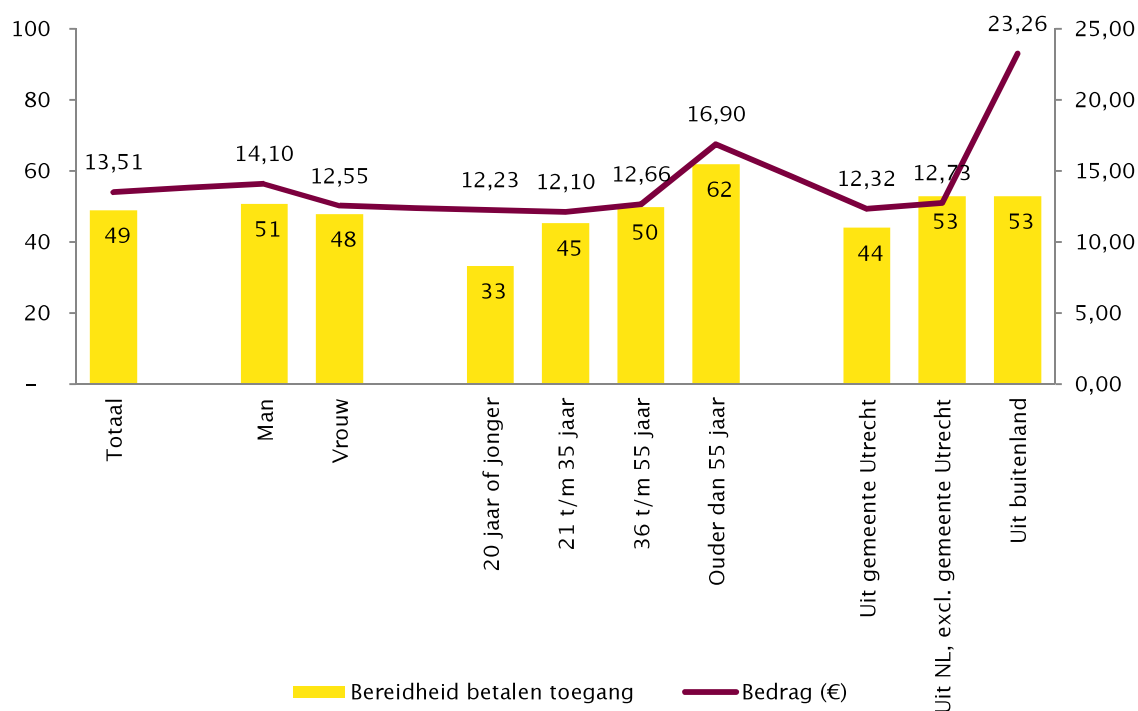
De Tourstart had niet tot doel om bezoekers te inspireren om zelf (meer) te gaan fietsen. Niettemin is het interessant om enig zicht te krijgen in welke mate dit effect heeft plaatsgevonden. De meerderheid van de bezoekers (58%) voelde zich niet door het evenement aangemoedigd om (meer) te gaan sporten (figuur 4.2). Bijna een op de vijf (18%) was enigszins aangemoedigd en 24 procent was wel aangemoedigd.

Figuur 4.2 Oordeel over stellingen, in procenten



Het gratis bezoeken van een topsportevenement kan als een bijzonderheid worden gezien. Om meer inzicht te krijgen in de 'waarde' die een bezoek aan de Tourstart voor een bezoeker heeft, is bezoekers een hypothetische vraag voorgelegd: "De Tourstart is gratis te bezoeken. Stel dat dit niet het geval was, hoeveel zou u maximaal willen betalen voor toegang voor 1 persoon voor 1 dag? (in euro's)".¹⁵ Bijna de helft van de bezoekers (49%) gaf aan te willen betalen voor een bezoek (figuur 4.3). Dit aandeel steeg met leeftijd (33% bij de groep 20 jaar of jonger, oplopend naar 62% onder 55-plussers). Voor de groep die had aangegeven te willen betalen is het gemiddelde bedrag berekend: circa 13,50 euro (figuur 4.3). Buitenlanders gaven aan ruim 23 euro te willen betalen. De 'monetaire waarde' die alle bezoekers samen aan de Tourstart koppelen wordt verkregen als we het product berekenen van de volgende variabelen: aantal bezoeken, aandeel dat bereid is te betalen en de gemiddelde toegangsprijs van laatstgenoemde groep: 748.000 bezoeken * 49% * 13,51 euro = 4.952.000 euro.

Figuur 4.3 Betalingsbereidheid toegang Tourstart, in procenten en euro's



¹⁵ Het is niet uitgesloten dat respondenten strategisch antwoorden. Dat kan leiden tot een te hoog bedrag (sociaal-wenselijk) of een te laag bedrag (men ziet een kans dat het in de toekomst wél geld gaat kosten).

Uitspraken bezoekers

“Ik ben benieuwd of alle kosten die gemaakt zijn voor de organisatie en promotie eruit gehaald worden.”

“Ik vind de Tour prima. Mooie opkomst, goede sfeer. Niemand is humeurig of agressief. Zat net zelfs naast twee mensen uit Nieuw-Zeeland!”

“Super geregeld allemaal, wel te weinig oversteekplaatsen.”

“Het was een geweldig evenement. Snel aansluiting gevonden met mensen. Zo zou het moeten zijn in het leven!”

4.2 Bevolking

Lokale bevolking

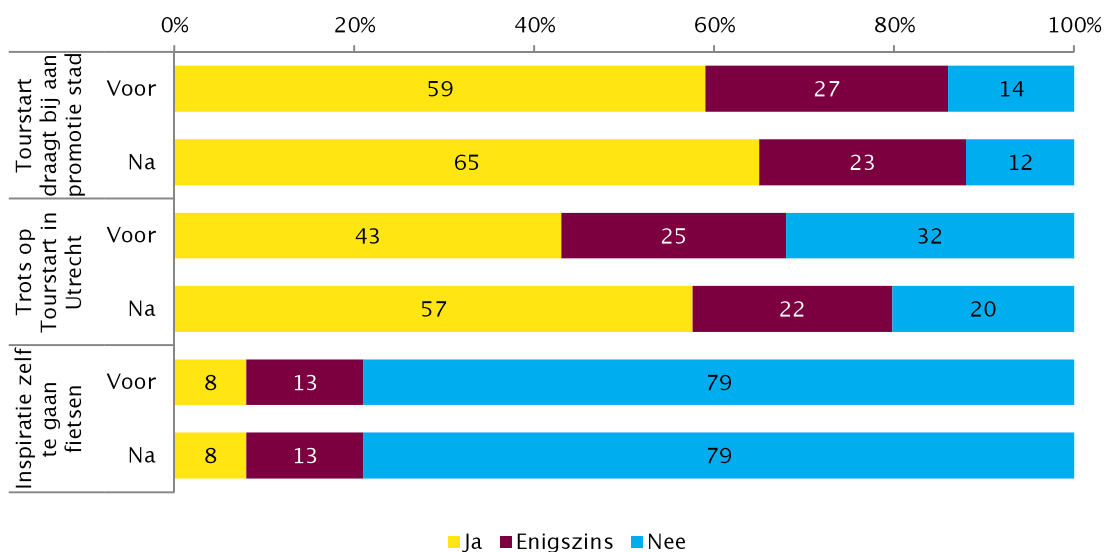
Volgens IB Onderzoek (2015) heeft 66 procent van de lokale inwoners de Tourstart bezocht.¹⁶ Vooral de tweede etappe trok met een bereik van 56 procent van de inwoners relatief veel bekijks (47% bezocht de eerste etappe en 13% de ploegenpresentatie). Voor alle dagen geldt dat het daadwerkelijke bezoek hoger is dan dat in de maand voorafgaand aan de Tourstart door de inwoners werd verwacht.

Na afloop van de Tourstart blijkt het aandeel dat positief op de Tourstart terugblijkt volgens IB Onderzoek (2015) 89 procent. Dat aandeel is hoger dan het aandeel dat in 2012 positief stond tegenover de Tourstart in Utrecht (80%) (Van Haaften, 2012). Met een slag om de arm - de onderzoeken zijn niet één-op-één te vergelijken - kan daarom worden gesteld dat de Tourstart de verwachtingen onder de bevolking heeft overtroffen.

Twee derde van de inwoners van de gemeente verwacht na afloop van het evenement dat de Tourstart bijdraagt aan de promotie van de stad (59% vooraf) (figuur 4.4). Bijna zes op de tien inwoners is na afloop trots, ook dat aandeel is hoger dan in de maand voorafgaand aan de Tourstart (43%). De inspiratie om zelf te gaan fietsen is vóór en na het evenement onveranderd: acht procent geeft te kennen dat zij zijn geïnspireerd. Dat is een beduidend lager aandeel dan onder de bezoekers (24%, zie paragraaf 4.2).

¹⁶ 2, 4 en 5 juli zijn hierbij aangehouden (3 juli niet). Wanneer in dit rapport resultaten van het onderzoek van IB Onderzoek (2015) worden aangehaald, dan wordt gesproken over inwoners van de gemeente Utrecht. IB Onderzoek baseert zich op panelonderzoek en geeft daarbij aan dat de resultaten niet zonder meer te vertalen zijn naar de mening van de Utrechter, maar wel een goede indicatie geven.

Figuur 4.4 Verwachtingen en ervaringen Tourstart inwoners gemeente Utrecht, in procenten



Bron: IB Onderzoek (2015), bewerking Mulier Instituut

Buitenlandse bevolking

In het buitenland is onderzoek gedaan naar de verwachte effecten van de Tourstart. Het onderzoek van Heere et al. (2015) richtte zich op negen landen in drie continenten: België, Duitsland, Frankrijk, Groot-Brittannië, Spanje, Italië, Verenigde Staten, China en Japan. Het onderzoek vond vier maanden vóór de Tourstart plaats.¹⁷ De schriftelijke enquête is een belangrijk component van het onderzoek. In elk land was sprake van een experimentele groep en een controlegroep. De experimentele groep kreeg een brochure te zien over Utrecht, met onder andere tekst en foto's over de aankomende Tourstart (naast informatie over onder andere de Domtoren en de grachten. De controlegroep kreeg ook een brochure te zien, maar dan zonder informatie en beelden over de Tourstart (met meer algemene informatie). Na het zien van de brochures kregen beide groepen vragen voorgelegd over het imago van Utrecht en over associaties (woorden). De onderzoekers beoogden met deze artificiële opzet (er is geen sprake van een daadwerkelijke confrontatie met de Utrechtse Tourstart, live of op televisie) de effecten van de Tour de France te kwantificeren. Heere et al. (2015) concluderen dat er geen (significante) verschillen zijn tussen de groep die de Tourbrochure zag en de groep die de andere brochure zag, zowel voor wat betreft het bestemmingsimago als de merkassociaties. Met andere woorden: op alle landen gezamenlijk beschouwd heeft de Tourstart volgens de onderzoekers geen effect op de beeldvorming rond Utrecht. Zij verklaren dit doordat de Tourstart in bepaalde landen positief wordt beoordeeld (Duitsland, Groot-Brittannië, Spanje, Verenigde Staten en Japan) en in andere landen (Frankrijk, China, Italië) negatief (per saldo geen significant effect).

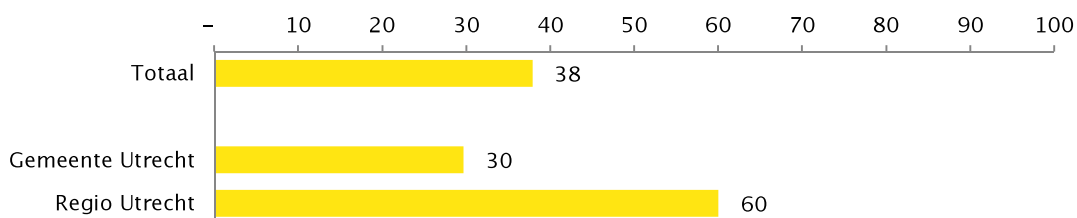
¹⁷ Het betreft een mixed mode onderzoek: in alle landen is een enquête uitgezet onder in totaal 4.055 personen en in elk land is een focusgroep georganiseerd met zes tot tien personen.

4.3 Hotels

In de twee weken na de Tourstart, medio juli, is telefonisch onderzoek gedaan bij hotels in Utrecht en omgeving om na te gaan hoe de hotellerie in Utrecht en omgeving op het wielerevenement terugblijkt. In het onderzoek is gekeken naar de periode van 1 tot en met 5 juli. 37 hotels hebben medewerking aan het onderzoek verleend: 27 binnen de gemeente Utrecht en 10 uit de regio.

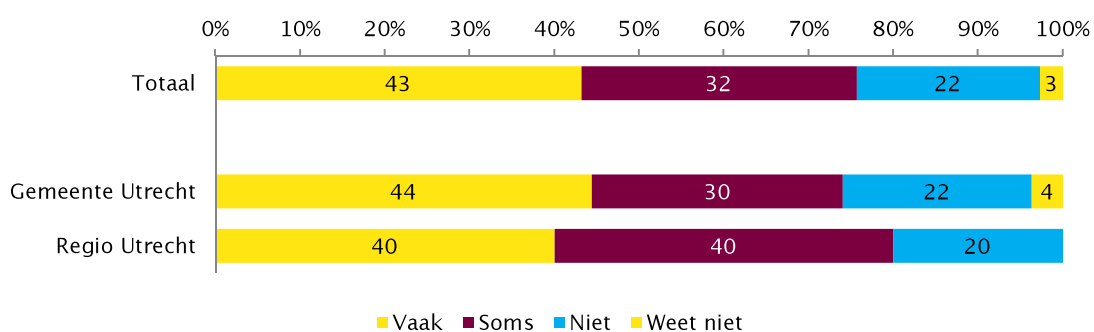
Bijna een op de vier hotels was in de gehele periode 1 tot en met 5 juli volgeboekt (figuur 4.5). Het aandeel volle hotels is in de regio groter dan in de gemeente Utrecht zelf.

Figuur 4.5 Bezetting kamers in hotels in regio Utrecht, in procenten (% volgeboekt)



Drie kwart van de hotels in Utrecht en omgeving heeft vaak of soms 'nee' moeten verkopen omdat er geen kamers meer beschikbaar waren (figuur 4.6). Dat beeld is in de gemeente niet veel anders dan in de regio.

Figuur 4.6 Mate 'nee-verkoop' (want 'vol') in hotels in regio Utrecht, in procenten



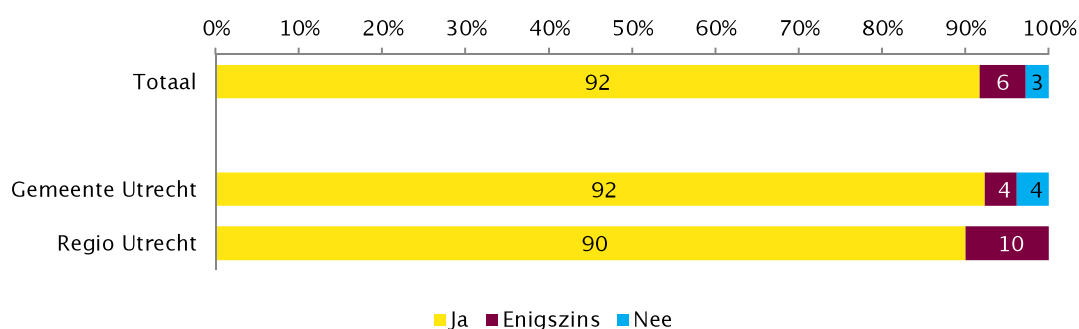
Niet alleen bleek er sprake van overcapaciteit van hotelkamers in de periode 1 tot en met 5 juli, ook het aanbod op Airbnb oversteeg ruimschoots de vraag. Op 2 juli waren in de gemeente Utrecht nog meer dan 1.000 locaties beschikbaar, variërend van een compleet huis (1.200 euro per nacht) tot een sober kamertje in een studentenhuus (25 euro per nacht).¹⁸ Volgens Hospitality Management (2015) was een kwart van de Airbnb-locaties (1.700) een week voor de start vergeven.

¹⁸ Gebaseerd op eigen inventarisatie van het Mulier Instituut.

Deze overcapaciteit is deels te wijten aan de groei van Airbnb-aanbod in Utrecht in de aanloop naar de Tourstart. Utrecht heeft zich ontpopt tot een van de snelst groeiende Airbnb-steden en is na Amsterdam de gemeente met het grootste aanbod in Nederland (Hospitality Management, 2015).

De verwachtingen die hotels hadden ten aanzien van de bijdrage van de Tourstart aan de promotie van de regio Utrecht als toeristische bestemming zijn hooggespannen: 92 procent verwachtte dit, 6 procent enigszins en een enkeling (3%) verwachtte dat het evenement daar niet aan bij zal dragen (figuur 4.7).

Figuur 4.7 Verwachting hotels dat Tourstart bijdraagt aan de promotie van de regio Utrecht als toeristische bestemming, in procenten



Uitspraken van reserveringsmedewerkers van hotels in Utrecht en omgeving

“De Tourstart is een leuke happening, maar geeft ook overlast voor gasten die de stad niet in kunnen.”

“We hebben zeer positieve reacties gehoord over de stad, sfeer en organisatie. Zowel tijdens als na de Tourstart.”

“Schandalig dat andere hotels prijsaanpassingen doen tijdens de Tourstart.”

“Doordat er wielerploegen en de geletruidrager in het hotel verbleven, nam de sfeer en werksfeer positief toe. Dit was extra mooi voor de hotelgasten. De Tour heeft weldegelijk effect gehad, maar uit de spin-off op langere termijn moet blijken of het dan ook nog zo is.”

4.4 Conclusie

De Tourstart was door bezoekers met een gemiddeld rapportcijfer van 8,4 hoog gewaardeerd. Bijna negen op de tien bezoekers verwachtte dat de Tourstart een impuls voor het toerisme teweeg zal brengen (hotels: 92%) en acht op de tien was trots op de stad vanwege de Tourstart. Nog geen kwart van de bezoekers zei als gevolg van de Tourstart geïnspireerd te zijn om meer te gaan sporten. Bijna de helft van de bezoekers gaf aan dat zij bereid waren geweest om te betalen voor hun bezoek (gemiddeld bedrag: 13,51 euro).

Twee derde van de lokale inwoners heeft de Tourstart bezocht en bijna negen op de tien blikken positief terug. Eveneens twee derde verwacht dat de Tourstart bijdraagt aan de promotie van de stad en circa zes op de tien inwoners heeft gevoelens van trots.

Over de gehele Tourstart genomen waren bijna vier op de tien hotels volgeboekt en (mede daardoor) hebben meer dan vier op de tien hotels vaak 'nee' moeten verkopen (32% soms).

5. Mediawaarde

Grote sportevenementen zoals de Tour de France kunnen rekenen op aandacht in de internationale media. In dit hoofdstuk wordt bondig ingegaan op de mate waarin er in de media aandacht aan de Tourstart werd besteed. Ook wordt bekeken wat kan worden gezegd over de financiële waarde daarvan. Hierbij baseren wij ons op onderzoek dat is uitgevoerd door een derde partij.

Voor de Tourstart in Utrecht was door Sterk Werk Mediamonitoring geïnventariseerd hoeveel aandacht in de media aan het evenement wordt besteed. Wat betreft de lokale, regionale en nationale print- en online berichtgeving is de periode november 2014-juli 2015 in ogenschouw genomen. Zoektermen waren 'Grand Départ Utrecht' en 'Tourstart Utrecht'. Daarnaast is een select aantal items op radio en televisie (RTV) in de perioden rond 26 maart 2015 (aftrap 100-dagen moment) en 1 tot en met 5 juli 2015 (aanloop naar en tijdens eerste etappes) gemeten. Aanvullend hierop zijn ook RTV-items die zich specifiek richtten op de Tourstart geanalyseerd. Volgens Sterk Werk Mediamonitoring (2015) bedroeg de advertentiewaarde van de beschreven media-items in de betreffende periode ruim 33,6 miljoen euro.

In het buitenland was ook aandacht voor de Tourstart, zoals in de Verenigde Staten waar The Washington Post (2015) - een van de toonaangevende Amerikaanse dagbladen - de stad omschrijft als "*a vibrant, architecturally distinctive and happening place hidden in the shadow of Amsterdam, its famous neighbour to the north.*" Het Franse Le Figaro (2015) beschrijft de Domstad als een schilderij van Vermeer: "*on dirait un tableau de Vermeer*". Van de buitenlandse bronnen is geen advertentiewaarde berekend.

In het projectplan heeft de projectorganisatie van de Tourstart zichzelf ten doel gesteld om voor, tijdens en na de Tour voor 15 miljoen euro aan mediawaarde te creëren (Projectorganisatie Utrecht 2015, 2014). Dit doel is derhalve ruimschoots gehaald. In datzelfde plan is eveneens de doelstelling vermeld dat 80 procent van de berichten een positieve toonzetting kent. Dit is om budgettaire redenen niet geanalyseerd.

6. Conclusie

De gemeente Utrecht werd, nadat de Tourkaravaan op zondagmiddag 5 juli de gemeente via de Meerndijk verliet, in een ander licht gezien als een week eerder, toen de Domstad het peloton verwelkomde. In een paar dagen tijd demarreerde de gemeente Utrecht uit een peloton relatief anonieme renners om aansluiting te vinden bij een kopgroep van gemeenten die internationale bekendheid genieten. Het beeld van de renners die aan het begin van de tweede etappe onder de Domtoren - de hoogste kerktoeren van Nederland en hét stadsicoon - fietsten, gaat wellicht de boeken in als hét moment van de start van de Tour de France in 2015 in Utrecht. De Tourstart is hooggewaardeerd door bezoekers en inwoners. Het maakte een deel van hen - voor even - trots. Renners uitten zich eveneens positief over de organisatie en de goede sfeer.

Vanuit Nederlands sportief perspectief gezien was het betreurenswaardig dat Tom Dumoulin acht seconden tekort kwam om de tijdrif in Utrecht te winnen om daarmee de prestatie van Jan Raas in 1978 te evenaren: de eerste etappe van een Nederlandse Tourstart winnen.¹⁹ Qua organisatie en effecten ging ook niet alles optimaal. Niet alle hotels in de regio Utrecht waren tijdens de Tourstart vol - mogelijk doordat de Tourstart leidde tot verdringing van toeristen - en ook was er een overschot aan Airbnb-accommodaties. Het oversteken van bezoekers bleef niet altijd zonder gevolgen. Tevens zagen groepen ondernemers in het centrum hun omzet dankzij de Tourstart (en wellicht ook door het warme weer) verdampen, iets wat ook gebeurde bij de tweede etappe van de Giro in 2010, toen de finishlijn in Utrecht lag (Briene et al., 2010).²⁰ Ook bleek dat de internationale media-aandacht voor de Tour de France niet alleen positieve reacties teweeg brengt. Tot slot bleek het sportieve volksfeest rond het parcours in contrast te staan met de beleving van het evenement in de wijken en ook in het centraal gelegen Wilhelminapark bleef het relatief rustig (AD, 2015b).²¹

De gemeentelijke reputatiewinst lijkt, meer dan de economische impact van 23 miljoen euro, een van de belangrijkste 'opbrengsten' van de Tourstart. Ook voor Nederland is de Tourstart belangrijk geweest, het past naadloos in het beleid van het ministerie van VWS om grote sportevenementen met positieve maatschappelijke spin-off te organiseren (ministerie van VWS, 2013). De Tourstart kan worden beschouwd als een strategische stap na de organisatie van EYOF Utrecht 2013 (Breedveld et al., 2014). Omdat successen vervliegen en meerdere gemeenten (grote) sportevenementen inzetten ten behoeve van economische en sociale doelen, is het van belang dat ook de Tourstart een vervolg krijgt waarbij op een fundament verder wordt gebouwd en positieve opbrengsten worden geborgd. Voorbeelden daarvan zijn een toename van het toerisme en bedrijvigheid.²² Het meest spraakmakende sportieve vervolg is wellicht de (bij het Business Peloton Utrecht) sluimerende ambitie om na de Giro d'Italia (2010) en de Tour de France (2015) ook de ronde van Spanje naar Utrecht te halen.

¹⁹ Raas won in de 65^e Tour de France de etappe Leiden-Sint-Willebrord met een lange eindsprint.

²⁰ Vanwege een late berichtgeving verliep de promotie voor deze koopzondag ook niet optimaal (Briene et al., 2010). Die etappe startte in Amsterdam.

²¹ Ook tijdens EYOF Utrecht 2013 bleek het een uitdaging om 'de hele stad' op een positieve manier bij het evenement te betrekken (Breedveld et al., 2014).

²² Voor de ontwikkeling van het verblijfstoerisme in de gemeente Utrecht en Nederland, zie bijlage 4.

Literatuur

AD (2015a). *Hier logeren de renners!* AD, zaterdag 27 juni 2015.

AD (2015b). *Toursponsors kijken tevreden terug op start*. URL: <http://www.ad.nl/ad/nl/1039/Utrecht/article/detail/4097762/2015/07/09/Toursponsors-kijken-tevreden-terug-op-start.dhtml>. Geraadpleegd op 10 juli 2015.

ASO (2015). *Les chiffres du Tour de France 2015*. Issy-les-Moulineaux: ASO.

Breedveld, K., Hover, P., Pulles, I., Romijn, D., Verhagen, S., Smits, F., Dijk, B. & Eekeren, F. van (2014). *European Youth Olympic Festival: Olympisch sportfeest onder de Dom. Onderzoek EYOF Utrecht 2013: overall rapportage*. Utrecht: Mulier Instituut

Briene, M., Meurs, E. & Wienhoven, M. (2010). *Impact Giro d'Italia Utrecht*. Rotterdam: ECORYS Research and Consulting.

DeStadUtrecht.nl (2015). *Berekening aantal bezoekers Tour geen nattevingerwerk*. URL: <http://destadutrecht.nl/sport/berekening-aantal-bezoekers-tour-geen-nattevingerwerk/>. Geraadpleegd op 8 juli 2015.

Haaften, C. van (2012). *Marktonderzoek. Is er draagvlak onder de inwoners van Utrecht voor het organiseren van 'Le Grand Départ de Tour de France'*. Amsterdam: Hogeschool van Amsterdam.

Heere, B., Breitbarth, T., Jones, A., Xing, X., Yoshida, M., Paramio Salcines, J.L., Dimanche, F., Soligo, M. & Derom, I. (2015). *Het effect van de Tour de France op het imago van Utrecht in de wereld [eerste bevindingen]*. Columbia: Pictura Magna Consultancy.

Hogeschool van Rotterdam & MeerWaarde (2010). *Economische impact Le Grand Départ du Tour de France 2010 Rotterdam*. Rotterdam: Hogeschool van Rotterdam.

Hospitality Management (2015). *Veel AirBnB-overnachtingen bij Tourstart*. URL: <http://www.hospitality-management.nl/nieuws/veel-airbnb-overnachtingen-bij-tourstart-18686/>. Geraadpleegd op 24 juni 2015.

Hover, P., Straatmeijer, J., & Breedveld, K. (2014). *Sportevenementen in Nederland. Over sportevenementen en hun maatschappelijke betekenis*. Utrecht/Nieuwegein: Mulier Instituut/Arko Sports Media.

IB Onderzoek (2015). *Bewonerspanel Tourstart (2)*. Utrecht: IB Onderzoek.

Le Figaro (2015). *Un petit tour à Utrecht*. URL: <http://www.lefigaro.fr/voyages/2015/07/01/30003-20150701ARTFIG00027-un-petit-tour-a-utrecht.php>. Geraadpleegd op 9 augustus 2015.

NOS (2015). *Tourstart geen succes voor Utrechtse winkeliers*. URL: <http://nos.nl/artikel/2048179-tourstart-geen-succes-voor-utrechtse-winkeliers.html>. Geraadpleegd op 22 juli 2015.

Ministerie van VWS (2013). *Beleidskader sportevenementen*. Den Haag: Ministerie van VWS.

Projectorganisatie Utrecht 2015 (2014). *Projectplan Grand Départ. 1 t/m 5 juli 2015*. Utrecht: gemeente Utrecht.

Sterk Werk Mediamonitoring (2015). *Le Tour Utrecht. Berichtgeving redactionele media*. Rotterdam: Sterk Werk Mediamonitoring.

The Washington Post (2015). 12 maart 2015, *Utrecht is a hidden gem in Amsterdam's shadow*. URL: https://www.washingtonpost.com/lifestyle/travel/the-hidden-gem-in-amsterdams-shadow/2015/03/12/d0a1196a-bc7b-11e4-8668-4e7ba8439ca6_story.html. Geraadpleegd op 14 maart 2015.

Bijlage 1 Toelichting economische impact

De economische impact is geen maat voor het rendement van een evenement. Rendement verwijst naar de verhouding kosten en baten en verschilt afhankelijk van het gekozen perspectief (o.a. publieke sector versus hotellerie). Uitgaven van overheden worden niet als additioneel beschouwd, conform de WESP-methodiek.²³ Van gemeentelijke middelen wordt verondersteld dat die vroeg of laat sowieso aan de gemeente ten goede zouden zijn gekomen (het is een verschuiving van uitgaven in de tijd).²⁴

In dit economisch onderzoek wordt per groep personen onderscheid gemaakt tussen het aandeel dat additioneel is en het aandeel dat niet-additioneel is. Het additionele deel van de groep zou niet in de gemeente Utrecht zijn geweest als de Tourstart er niet georganiseerd zou zijn. Op de volgende wijze zijn additionele en niet-additionele respondenten onderscheiden. In de analysefase zijn de respondenten eerst verdeeld in twee groepen: woonachtig in de gemeente Utrecht en niet woonachtig in de gemeente Utrecht. Inwoners van de gemeente Utrecht worden beschouwd als niet-additioneel. De overige respondenten (Nederlanders die niet in de gemeente Utrecht wonen en buitenlandse bezoekers) zijn als additioneel aangemerkt als zij op de vraag: ‘Stel dat de Tourstart niet had plaatsgevonden in de gemeente Utrecht, was u dan vandaag toch in de gemeente Utrecht geweest?’ hebben geantwoord: “Waarschijnlijk niet” of “Zeker niet”. De respondenten uit deze groep die een ander antwoord gaven zijn als niet-additioneel gezien.

De economische impact van een evenement wordt beïnvloed door het geografisch gebied dat bij het onderzoek centraal staat. Er is in dit onderzoek uitgegaan van de gemeente Utrecht. Aanvullend op de economische impact voor de gemeente Utrecht is ook berekend in welke mate de additionele bezoekers, renners en begeleiders in de gemeente Utrecht voor bestedingen aan overnachtingen in de regio Utrecht (exclusief de gemeente) hebben gezorgd.

²³ Voor informatie over de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP), zie www.evenementenevaluatie.nl.

²⁴ Voor aanvullende informatie over het meten van de economische effecten van sportevenementen, zie Hover et al. (2014).

Bijlage 2 Methodische aspecten bezoekersonderzoek

Periode dataverzameling: 2 t/m 5 juli 2015.

Locaties dataverzameling: enquêteurs zijn verspreid over drie gebieden.

Steekproeftrekking: de 21 enquêteurs hebben willekeurig passanten benaderd.

Respons: verschillend per dag, uitstekend op 2 juli (geschat 95%), beduidend minder op 3 juli (geschat 40%) en goed op 4 en 5 juli (geschat 90%).

Bijlage 3 Economische impact bezoekers

Tabel 1 (deel 1 van 2)

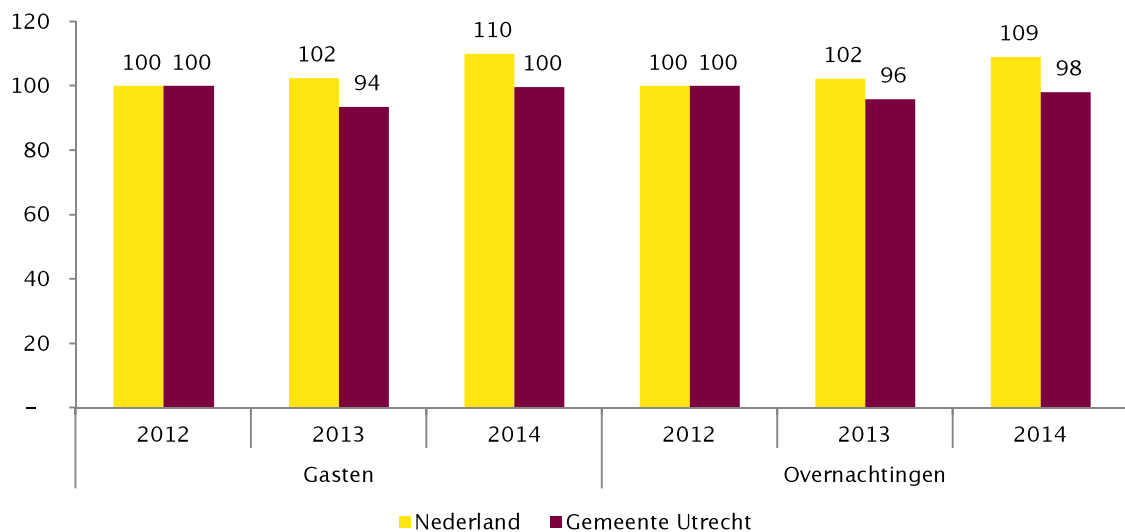
<i>Bezoekers</i>			
1	Bezoekers	Totaal bezoekers (afgerond op 1.000-tal)	370.000
2	Aandeel bezoekers naar herkomstregio (%)	Inwoners gemeente Utrecht	38%
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	54%
		Buitenlanders	8%
3	Aantal bezoekers naar herkomstregio	Inwoners gemeente Utrecht	140.600
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	199.800
		Buitenlanders	29.600
4	Aandeel additionele bezoekers (%)	Inwoners gemeente Utrecht	0%
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	83%
		Buitenlanders	79%
5	Aantal additionele bezoekers	Inwoners gemeente Utrecht	–
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	165.834
		Buitenlanders	23.384
	Totaal aantal additionele bezoekers		189.000
<i>Uitgaven additionele bezoekers totale verblijf (excl. overnachtingen)</i>			
6	Gemiddelde verblijfsduur additionele bezoekers (dagen)	Inwoners gemeente Utrecht	–
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	1,6
		Buitenlanders	2,2
7	Gemiddelde uitgaven additionele bezoekers per dag (€)	Inwoners gemeente Utrecht	–
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	22,50
		Buitenlanders	43,00
8	Uitgaven additionele bezoekers (€)	Inwoners gemeente Utrecht	–
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	5.970.024
		Buitenlanders	2.212.126
9	Aandeel verlengers (%)	Inwoners gemeente Utrecht	–
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	34%
		Buitenlanders	–
10	Gemiddelde verlenging (dagen)	Inwoners gemeente Utrecht	–
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	1,8
		Buitenlanders	–
11	Totaal daguitgaven additionele bezoekers (€)		10.466.000

Tabel 1 (deel 2 van 2)

<i>Uitgaven overnachtingen additionele bezoekers</i>			
12	Aandeel overnachters onder additionele bezoekers (%)	Inwoners gemeente Utrecht	0%
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	24%
		Buitenlanders	81%
13	Aantal overnachters onder additionele bezoekers	Inwoners gemeente Utrecht	–
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	39.800
		Buitenlanders	18.941
14	Gemiddelde overnachtingsduur additionele bezoekers (overnachtingen)	Inwoners gemeente Utrecht	–
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	2,1
		Buitenlanders	2,9
15	Gemiddelde uitgaven per overnachting per additionele bezoeker (€)	Inwoners gemeente Utrecht	–
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	38,10
		Buitenlanders	69,20
16	Aandeel overnachtingen additionele bezoekers in gemeente Utrecht (%)	Inwoners gemeente Utrecht	0%
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	58%
		Buitenlanders	46%
17	Aandeel overnachtingen additionele bezoekers in regio Utrecht, excl. gemeente (%)	Inwoners gemeente Utrecht	0%
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	29%
		Buitenlanders	23%
18	Aandeel overnachtingen additionele bezoekers in NL, excl. regio Utrecht (%)	Inwoners gemeente Utrecht	0%
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	13%
		Buitenlanders	31%
19	Aandeel verlengers (%)	Inwoners gemeente Utrecht	–
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	34%
		Buitenlanders	–
20	Gemiddelde verlenging (nachten)	Inwoners gemeente Utrecht	–
		Inwoners NL excl. gemeente Utrecht	1,8
		Buitenlanders	–
21	Totaal uitgaven overnachtingen additionele bezoekers in gemeente Utrecht (€)		8.378.000
22	Totaal uitgaven overnachtingen additionele bezoekers in regio Utrecht, excl. gemeente (€)		1.798.000
23	Totaal uitgaven overnachtingen additionele bezoekers in NL excl. regio Utrecht (€)		1.592.000

Bijlage 4 Verblijfstoerisme in Utrecht

Figuur 1 Gasten en overnachtingen in Nederland en Utrecht, in indexcijfers (2012=100)



Bron: CBS, onderzoek Logiesaccommodaties, bewerking Mulier Instituut

De figuur laat zien dat de ontwikkeling van het verblijfstoerisme in Utrecht minder positief is dan dat in Nederland als geheel. Sinds 2013 lijkt de markt in Utrecht zich te herstellen.

Toelichting:

Betreft het aantal gasten en hun overnachtingen in Nederland in alle hotels, motels, pensions, appartementen met hoteldienstverlening, jeugdaccommodaties en bed&breakfasts met ten minste 5 slaapplaatsen.

Aanvullende informatie is op aanvraag bij het Mulier Instituut verkrijgbaar.



Herculesplein 269 | 3584 AA Utrecht | Postbus 85445 | 3508 AK Utrecht
T +31 (0)30 721 02 20 | info@mulierinstituut.nl | www.mulierinstituut.nl