



Verkenning haalbaarheid internationale wielerronde in Friesland

Paul Hover

Jorien Slot-Heijs

Verkenning haalbaarheid internationale wielerronde in Friesland

in opdracht van de provincie Friesland

**Paul Hover
Jorien Slot-Heijs**

Foto's: Henk Bootsma, Andre Weening en provincie Friesland

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

1.	Inleiding	7
1.1	Aanleiding	7
1.2	Vraagstelling	7
1.3	Methode	8
1.4	Leeswijzer	8
2.	Lessen uit de literatuur	9
2.1	Tien wielerevenementen onder de loep	9
2.2	Optimale organisatie en maatschappelijke impact	19
2.3	Conclusie	21
3.	Lessen en verwachtingen uit de praktijk	23
3.1	Voorwaarden en risico's	23
3.2	Organisatie en effecten	27
3.3	Conclusie	32
4.	Conclusie	33
	Literatuur	35
	Bijlage 1 Geïnterviewde experts	37
	Bijlage 2 Toelichting economische impact	39

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

De provincie Fryslân hecht waarde aan de organisatie van grootschalige, bovenlokale sportevenementen. De provincie verleent financiële steun aan sportevenementen omdat zij een podium vormen om sport te promoten en de provincie ‘op de kaart te zetten’. Kaatsen, fierljeppen en skûtsjesilen zijn typische Friese sporten die in een evenementencontext worden beoefend. Daarnaast is natuurlijk de schaatssport sterk aan de provincie (Heerenveen) verbonden. Naast de internationale schaatsevenementen in (het vernieuwde) ijsstadion Thialf in Heerenveen staat de provincie onder andere bekend om de Sneekweek, Sail Harlingen en de Fietselfstedentocht. Culturele Hoofdstad 2018 - *Kulturele Haadstêd Ljouwert-Fryslân 2018* - is in Friesland de belangrijkste culturele gebeurtenis van de komende jaren, waarbij ook de verbinding met sport(evenementen) zal worden gelegd.

Ten aanzien van wielerevenementen heeft de provincie internationale ambities: het provinciebestuur heeft het idee opgevat om de start van een grote wielerronde te organiseren. Volgens de provincie hebben meerdere stakeholders hierover een positieve houding. Gedacht wordt aan de start van de eerste etappe van de Tour de France, de Vuelta of de Giro, of aan de start of finish van één van de vervolgetappes. Niet uitgesloten is om het evenement in samenwerking met andere Noordelijke provincies te organiseren. De Afsluitdijk - waarvan de verbouwing naar verwachting in 2022 is afgerond - en de Friese elf steden zijn door de provincie als mogelijke locaties genoemd. Vraag daarbij is in hoeverre het reëel is te veronderstellen dat Friesland in aanmerking komt voor het gastheerschap van één van deze grote wielerevenementen.

De provincie Fryslân heeft het Mulier Instituut gevraagd om een verkennend onderzoek te doen naar de haalbaarheid van de organisatie van de start van een grote wielerronde in Friesland.

1.2 Vraagstelling

De vraagstelling van het onderzoek die door de provincie is opgesteld luidt: “In hoeverre is het reëel te veronderstellen dat Friesland in aanmerking komt voor het gastheerschap van één van de grote wielerrondes en op deze manier sportieve eer weet te koppelen aan sfeer en beleving?”. De afgeleide vragen waarop antwoord wordt gegeven zijn:

1. Wat is ervoor nodig om in de periode 2019-2025 één van de grote wielerrondes naar Friesland te halen?
2. Is hier draagvlak voor bij inwoners en bedrijfsleven?
3. Welke locaties zouden hier geschikt voor zijn?
4. Welke kosten en opbrengsten zijn gemoeid met de organisatie van een dergelijk evenement?
5. Wat is het tijdspad dat hiervoor in acht moet worden genomen?
6. Welke organisatievorm is hiervoor het meest geëigend?
7. Welke risico's zijn op voorhand te definiëren en hoe kunnen we deze beheersen?
8. Hoe kunnen we ervoor zorgen dat de Friese samenleving blijvende positieve effecten (*legacy*) ondervindt van het evenement?
9. Hoe kan het onderwijs c.q. de onderwijsinstellingen (langdurig) een bijdrage leveren aan de realisatie en uitwerking van het evenement?

10. Wat zijn randvoorwaarden, succesfactoren en praktische adviezen voor het vormgeven van een mogelijk bid dat aantrekkelijk is voor de rechtehouder, voor de (internationale) wielersport én voor Friesland?

1.3 Methode

Meerdere methoden zijn ingezet: literatuurstudie en elf semigestructureerde expertinterviews (face-to-face en telefonisch). De personen die zijn geïnterviewd, worden als “expert” geduid omdat zij als koplopers in hun sector worden beschouwd. Zie bijlage 1 voor een lijst van geraadpleegde experts. De experts zijn in samenspraak met de provincie geselecteerd en bieden een verdiepend inzicht in de houding van sleutelfiguren uit de (Friese) publieke en private sector. Deze resultaten vormen niet per definitie een goede afspiegeling van de houding van de gehele private dan wel publieke sector in Friesland.

De tweede vraag, zoals verwoord in de vorige paragraaf, vraagt om een kwantitatief onderzoek onder de inwoners van Friesland en/of Friese gemeenten. Een dergelijk onderzoek is belangrijk, maar het is eind 2017 te vroeg om een dergelijke studie uit te laten voeren. Mogelijk dat dit onderzoek in een volgende fase (bijvoorbeeld in samenwerking met een onderwijsinstelling) gedaan wordt. Wel passeert het onderwerp van draagvlak onder de bevolking tijdens de interviews de revue.

1.4 Leeswijzer

Het volgende hoofdstuk doet verslag van een literatuurstudie naar de organisatie en impact van tien internationale wielerevenementen. Acht daarvan vonden in Nederland plaats, twee in het buitenland. De resultaten van de interviews met de experts staan in hoofdstuk 3. Tot slot is in hoofdstuk 4 de conclusie verwoord.

In de literatuurlijst zijn de openbare rapporten van een hyperlink voorzien, zodat de geïnteresseerde lezer die rapporten snel via internet kan raadplegen.

2. Lessen uit de literatuur

In dit hoofdstuk worden de resultaten van onderzoeken naar de effecten van tien wielerevenementen beschreven. Twee van de tien evenementen vonden plaats in het buitenland (Verenigd Koninkrijk en Denemarken).

2.1 Tien wielerevenementen onder de loep

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste resultaten van onderzoeken naar de (effecten van) de volgende tien wielerevenementen verwoord.

- | | |
|--|---|
| 1. Giro Gelderland (2016); | 6. WK Wielrennen Kopenhagen (2011); |
| 2. Start Tour de France Utrecht (2015); | 7. Start Tour de France Rotterdam (2010); |
| 3. Finish Tour de France Zeeland (2015); | 8. Giro Utrecht (2010); |
| 4. Tour de France Yorkshire (2014); | 9. Start Giro Amsterdam (2010); |
| 5. WK Wielrennen Limburg (2012); | 10. Start Vuelta Drenthe (2009). |

Omdat de evenementen op verschillende onderwerpen zijn onderzocht, is niet van elk evenement (evenveel) kennis over een onderwerp beschikbaar. Tenzij anders vermeld, hebben de resultaten betrekking op het betreffende wielerevenement (de side-events zijn in dat geval niet in ogenschouw genomen). Vergelijkingen tussen evenementen zijn veelal niet goed te maken omdat de methode van onderzoek verschilt. De volgende onderzoeken zijn volgens de WESP-methode uitgevoerd: Giro Gelderland, Tour de France Utrecht, het WK wielrennen Limburg en de Tour de France in Rotterdam. WESP verwijst naar de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen. Het ministerie van VWS en provincies stellen WESP-onderzoek voorwaardelijk bij verlening van financiële steun.

Bij het interpreteren van de mediawaarde en het -bereik, is het belangrijk te weten dat deze sterk wordt beïnvloed door de lengte van de onderzochte periode en de onderzochte bronnen (loopt van evenement tot evenement sterk uiteen).

De economische impact is in veel van de studies berekend. Dit is in de meeste onderzoeken het bedrag dat zonder het evenement niet in een bepaald gebied besteed zou zijn. Bij de economische impact wordt alleen gekeken naar de korte termijn, (economische) effecten op de langere termijn - mogelijke toeristische spin-off - zijn niet bij de economische impact verrekend.¹ Ook de media-waarde is meestal niet in dit cijfer verrekend. Vanuit die optiek gezien is de economische impact niet zaligmakend.

Giro Gelderland (2016)

Giro Gelderland telde vier wielerevenementen die samen goed waren voor 482.500 bezoeken en 92.000 bezoekers:

- Ploegenpresentatie + side-events (34.000 bezoekers);
- Eerste etappe (tijdrit) in Apeldoorn (114.500 bezoekers);
- Tweede etappe Arnhem naar Nijmegen (133.000 bezoekers);
- Derde etappe Nijmegen naar Arnhem (201.000 bezoekers).

¹ Voor meer belangrijke informatie over de economische impact, zie bijlage 2.

Vanaf 99 dagen vóór het evenement waren er tientallen side-events op het gebied van (wielers)port (o.a. 60 toertochten en wedstrijdes op scholen), cultuur (o.a. ontwerpwedstrijden fietshelmen) en (zakelijke) kennisuitwisseling (o.a. wielersymposium, business meetings).

Het aandeel additionele bezoeken voor de provincie Gelderland bedroeg 26 procent. Dit betekent dat 26 procent van de bezoeken aan Gelderland zonder Giro Gelderland niet zouden zijn gedaan. Hoe hoger dit aandeel, hoe hoger de economische impact. De economische impact voor de provincie Gelderland bedroeg 8,4 miljoen euro. Het evenement werd door bezoekers beoordeeld met het gemiddelde rapportcijfer van 8,1 en trok in Europa 72 miljoen televisiekijkers.

De begroting van het evenement bedroeg 12.850.000 euro; hieronder vielen ook de kosten voor enkele side-events. De beperkte betrokkenheid van het bedrijfsleven zorgde mede voor een klein tekort op de begroting en een evenement dat vrijwel volledig (93%) door publieke middelen werd gefinancierd. Het ministerie van VWS droeg 2,5 miljoen euro bij, andere (lokale) overheden samen 8,7 miljoen euro. De *fee* aan de rechthouder bedroeg 3.650.000 euro.

Het hart van de organisatie werd gevormd door ongeveer 60 medewerkers van de provincie Gelderland en de gemeenten Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen, aangevuld met professionals (op het gebied van veiligheid, marketing, sponsoring, logistiek en mobiliteit). Het opereren van een publieke organisatie in een commerciële setting ging niet altijd vanzelf. Hiernaast waren 1.500 vrijwilligers actief.

De projectorganisatie opereerde zelfstandig, maar was formeel gepositioneerd binnen de provinciale organisatie, onder leiding van een extern geworven projectdirecteur. Het project was opgedeeld in vijf werkgroepen, elk aangestuurd door een projectmanager: wedstrijdzaken, logistiek, marketing, communicatie/media en side-events.

Het evenement is onder mooie weersomstandigheden, veilig en vrijwel probleemloos verlopen en was ook sportief gezien voor Nederlanders een aantrekkelijk evenement. Giro Gelderland werd door RCS Sport (de rechthouder) 'de beste buitenlandse Giro-start' genoemd.

Het evenement heeft niet (onmiddellijk) geleid tot een hogere sportdeelname in Gelderland, ook zijn gevoelens van trots op de komst van de Giro onder de Gelderse bevolking niet toegenomen. Wel is het draagvlak onder Gelderlanders voor de Girostart en grote sportevenementen in het algemeen toegenomen. Mogelijk heeft dit te maken met het 'toegankelijke' karakter van het evenement: in de openbare ruimte, op uiteenlopende locaties en gratis toegankelijk.

Op het gebied van sportevenementen is het imago van Gelderland, met name Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen, aanzienlijk positiever geworden door de ogen van Giro-bezoekers die niet in Gelderland wonen.

Bronnen: Giro Gelderland (2016), Dijk et al. (2016).

Start Tour de France Utrecht (2015)

De 'Grand Départ 2015' telde vier wielerevenementen die samen goed waren voor 748.000 bezoeken en 370.000 bezoekers.

- Ploegenpresentatie (22.000 bezoeken);
- La Caravane d'Utrecht in centrum Utrecht (91.000 bezoeken);
- Eerste etappe (tijdrit) centrum Utrecht (365.000 bezoeken);
- Tweede etappe met start in centrum Utrecht (270.000 bezoeken).

In totaal waren er 250 side-events, gericht op cultuur, sport, kennis en economie. Het gros van die side-events vond in de drie maanden voorafgaand aan het evenement plaats. Deelnemers en bezoekers van de side-events beoordeelden dat programma met een gemiddeld rapportcijfer van 8,2.

Een selecte groep van medewerkers van gemeente Utrecht, *funding partners* met jarenlange ervaring in de organisatie van grote(re) evenementen (waaronder CMS Derks Star Busmann en EY) en stagiaires van kennisinstellingen vormden de organisatie. Er is gewerkt met een model waarin het project in essentie door de gemeente is uitgevoerd. Een separate stichting is opgericht om zaken op afstand van de gemeente te zetten. Door gebruikmaking van de stichting kon bijvoorbeeld de projectbegroting en het betalingsverkeer van Le Tour Utrecht worden gescheiden van de controlerende en opdrachtgevende rol van de gemeente. Ook had deze werkwijze financiële, fiscale en juridische voordelen (bijvoorbeeld bij de aanbesteding van diensten en het aangaan van contracten met marktpartijen). Tegelijkertijd kon de gemeente door het gekozen organisatorische model tegemoetkomen aan de eis van de ASO dat zij alleen afspraken maakt met de gemeente (burgemeester) over de organisatie. De burgemeester bleef in de contacten met de ASO het 'gezicht' van de Tourstart in Utrecht. Het stichtingsbestuur bleef bewust op afstand en richtte zich niet-profilerend op de organisatie en het financieel beheer van het evenement.

Een nadeel van deze opzet was dat de projectorganisatie met een strakke projectbegroting heeft gewerkt die niet voorzag in de opvang van onvoorziene kosten. Door de scheiding tussen de begroting van de projectorganisatie en de (controlerende en opdrachtgevende) rol van de gemeente, kon ook geen beroep worden gedaan op aanvullende gemeentelijke voorzieningen. Als gevolg hiervan is een flinke druk op het projectbudget komen te staan. Dit heeft er onder meer toe geleid dat de organisatie moest werken met relatief veel vrijwilligers en een beperkt aantal professionals. Dit maakte de projectorganisatie op kritieke posities kwetsbaar. Hoewel achteraf kan worden geconstateerd dat dit niet tot problemen heeft geleid, is hiermee wel een zeker risico gelopen.

Deze samenwerking tussen de *funding partners* sorteerde positief effect op de samenwerking tussen gemeente, bedrijfsleven, sportorganisaties, culturele instellingen en kennisinstellingen. Dit resulteerde ook in kruisbestuiving tussen sport, cultuur, kennis en economie. Er was een begroting van 15,2 miljoen euro, waarvan 4 miljoen euro nodig was voor het verkrijgen van de organisatierechten. De organisatie wijst er achteraf op dat het budget gelimiteerd was waardoor bepaalde cruciale posities tijdens het evenement niet optimaal bezet waren.

Het aandeel additionele bezoekers voor de gemeente Utrecht bedroeg 51 procent. 8 procent van de bezoekers kwam uit het buitenland. De economische impact voor de gemeente Utrecht van de vier aangehaalde evenementen samen bedroeg 23 miljoen euro.

De bezoekers beoordeelden het evenement met een rapportcijfer van 8,4. 80 procent van de bezoekers was trots op Utrecht vanwege de Tourstart (57% van de inwoners), 25 procent van de bezoekers is

geïnspireerd vaker te fietsen of sporten (8% van de inwoners), 89 procent van de bezoekers verwacht dat de Tourstart bijdraagt aan het toerisme (65% van de inwoners).

Bronnen: Hover & Bakker (2015); Van Bottenburg et al. (2015).

Finish Tour de France Zeeland (2015)

De finish van de tweede etappe van de Tour de France 2015 (die startte in Utrecht) vond plaats in Zeeland: het Zeeuwse evenement besloeg derhalve één dag. Er waren elf side-events (op het gebied van gezondheid en sport om Zeeland te promoten) en zeven publieke initiatieven (o.a. een kunstproject en een fototentoonstelling)

Er was een ambtelijke organisatiestructuur waarin provinciale, gemeentelijke en gelieerde organisaties participeerden. Ook is een stichting in het leven geroepen om ingebrachte private middelen te beheren en zorg te dragen voor het hospitalityprogramma. De begroting bedroeg 820.000 euro. De *fee* aan de ASO was 500.000 euro. 250.000 euro werd ontvangen van het ministerie van VWS.

Het evenement was goed voor circa 170.000 bezoekers, waarvan 2 procent uit het buitenland. 81 procent van de bezoekers was additioneel: dit aandeel was zonder het evenement niet in de provincie geweest.

De economische impact voor de provincie Zeeland bedroeg 150.000 euro. Het gemiddelde rapportcijfer dat bezoekers aan het evenement gaven was een 8,1.

Bijna alle bezoekers vonden dat Zeeland trots kon zijn op het evenement (dit gold voor 66% van de inwoners). 80 procent van de bezoekers vond dat Zeeland door de Tourfinish aantrekkelijker wordt voor toeristen (54% van de inwoners) en ruim negen op de tien vonden dat het wielerevenement zorgt voor internationale belangstelling voor Zeeland (79% van de Zeeuwse niet-bezoekers).

Wat betreft media-aandacht was er zendtijd op televisie in ruim 190 landen. In Nederland waren er 3,1 miljoen televisiekijkers en in de belangrijkste omliggende landen 11,3 miljoen.

Bronnen: Buijs et al. (2015), Kenniscentrum Kusttoerisme (2015), Provincie Zeeland (2015).

Tour de France Yorkshire (2014)

De Tour van 2014 startte in Leeds, duurde drie dagen en telde drie evenementen:

- Eerste etappe (Leeds - Harrogate);
- Tweede etappe (York - Sheffield);
- Derde etappe (Cambridge - Londen).

100 dagen vóór de Grand Départ startte een reeks side-events, waaronder een cultureel programma (muziek, dans, theater, film, kunst en sculptuur). De ruim 2.200 uitvoeringen en andere evenementen trokken meer dan 800.000 mensen. De organisatie was belegd in een non-profit organisatie met een begroting van 32,5 miljoen euro.² De *fee* aan de organisatie bedroeg 4,7 miljoen euro.

² Britse ponden omgerekend naar euro via wisselkoers.nl met koersdatum 01-01-2014.

De drie evenementen samen waren goed voor 4,8 miljoen bezoeken (3,5 miljoen unieke bezoekers). Het aandeel buitenlandse bezoekers was minder dan 10 procent van alle bezoekers.

De economische impact voor het Verenigd Koninkrijk bedroeg 39,7 miljoen euro. Voor de deelregio's bedroeg de impact:

- Yorkshire: 122,8 miljoen euro;
- Cambridge, Essex en Londen: 36,7 miljoen euro;
- *Fee* rechtheouders: 4,8 miljoen euro;
- Financiering overheid: 12,0 miljoen euro.

80 tot 90 procent van de lokale inwoners (dit aandeel verschilde per etappe) vond dat het evenement positief was voor de lokale omgeving. 27 procent van de inwoners vond dat het imago van het Verenigd Koninkrijk en de regio's door de Tour werd verhoogd.

Bijna twee derde van de bezoekers gaf aan geïnspireerd te zijn om vaker te gaan fietsen. Deze intentie kan allerminst worden beschouwd als een garantie voor deelname in de toekomst. Drie kwart van de bezoekers van de eerste en tweede etappe zou Yorkshire aanbevelen aan vrienden en familie (40% bij de tweede etappe).

Drie kwart van de ondernemers in Yorkshire vond dat het imago van de regio is verbeterd door de Tour (33% van de ondernemers in Cambridge en Londen). 18,6 miljoen volwassenen uit het Verenigd Koninkrijk zagen het evenement op televisie.

Bron: Leeds City Council (2014).

WK Wielrennen Limburg (2012)

De WK werden in meerdere Zuid-Limburgse gemeenten georganiseerd en namen in totaal acht dagen in beslag. Er waren 107 side-events op het gebied van breedtesport, kennisuitwisseling, cultuur en (top)sport.

De organisatie werkte met een begroting van 12,8 miljoen euro. Subsidies van de provincie Limburg en van het ministerie van VWS vormden belangrijke inkomstenbronnen: respectievelijk 6,8 miljoen (inclusief een garantiestelling van 2,3 miljoen) en 893.000 euro. De organisatie maakte 4,5 miljoen euro over aan de UCI voor het verkrijgen van de organisatierechten.

130.000 bezoekers legden samen 390.000 bezoeken aan het kampioenschap af. 46 procent van de bezoekers was additioneel en derhalve zonder de WK niet in Zuid-Limburg geweest. 14 procent kwam uit het buitenland. De economische impact voor Zuid-Limburg was 28,8 miljoen euro. Bezoekers beoordeelden het evenement met een gemiddeld rapportcijfer van 8,0 (lokale bevolking: 7,0).

Twee derde van de inwoners was trots op de WK wielrennen in hun woonplaats en een even groot aandeel vond het terecht dat grote topsportevenementen naar de regio worden gehaald. Een derde van de inwoners was diep onder de indruk van het WK en bijna zes op de tien hebben ervan genoten.

Bron: Slangen et al. (2013).

WK wielrennen Kopenhagen (2011)

Dit Deense WK telde zes wedstrijddagen. Ook deze kampioenschappen gingen gepaard met side-events. Ruim vier op de tien bezoekers van de WK wisten van het bestaan van de side-events. Circa een derde achtte het van waarde voor hun 'algehele beleving' dat er side-events werden georganiseerd.

262.000 bezoekers legden 545.000 bezoeken af. Hiervan kwam 15 procent uit het buitenland. De economische omzet (niet te verwarren met impact) in Denemarken bedroeg 31,2 miljoen euro.

83 procent van de bezoekers was (zeer) tevreden over de WK. Ruim de helft van de lokale bevolking was trots dat het evenement in Kopenhagen werd georganiseerd en 82 procent van de lokale bevolking vond het goed voor de reputatie van Denemarken om grote internationale sportevenementen te organiseren.

Er verschenen 40.441 internationale online artikelen over fietsen in Kopenhagen in de maand van het WK en met een uitzendtijd van 410 uur in 14 landen waren er 206 miljoen televisiekijkers,

Bron: Sport Event Denmark & Wonderful Copenhagen (2011).

Start Tour de France Rotterdam (2010)

De start van de Tour van 2010 in de Maasstad duurde vier dagen:

- Ploegenpresentatie (20.000 bezoekers);
- Trainings- en activiteitendag (60.000 bezoekers);
- Proloog: startetappe (tijdrit) in Rotterdam (465.000 bezoekers);
- Eerste etappe Rotterdam - Brussel (320.000 bezoekers).

De begroting bedroeg 15 miljoen euro. De gemeente en het ministerie van VWS droegen respectievelijk 12,5 miljoen euro en 500.000 euro bij. De *fee* voor de ASO bedroeg 2,5 miljoen euro (die zou in Utrecht vijf jaar later 4 miljoen euro bedragen, zie hiervóór).

In totaal leidde het evenement tot 865.000 bezoeken. De helft was voor de gemeente Rotterdam additioneel en 11 procent van de bezoekers kwam uit het buitenland. De economische impact voor de gemeente Rotterdam bedroeg 20,8 miljoen euro. Het gemiddelde rapportcijfer waarmee bezoekers het evenement waardeerden was een 8,0.

Wereldwijd hebben 17 miljoen televisiekijkers de Tourstart bekeken, waarvan 4,8 miljoen de live uitzending. Gedurende de tv-uitzending van 18 uur waren 50 minuten luchtopnamen te zien, waardoor alle prominente gebouwen van de stad goed in beeld kwamen.

Bron: Vogelaar (2010).

Giro Utrecht (2010)

In mei 2010 startte de Giro in Amsterdam en deed tijdens de eerste etappe de provincie Utrecht aan, met een finish in het centrum van de Domstad. Er werden zestien sportieve en vijftien culturele side-events georganiseerd. Eén van de sportieve side-events was een toertocht van een dag vóór de finish van de etappe in Utrecht. De onderstaande resultaten hebben betrekking op de toertocht en op de finish van de etappe.

Het totaal aantal bezoekers c.q. deelnemers reikte tot 445.000.³ Bijna een derde was woonachtig buiten de provincie Utrecht. 4 procent kwam uit het buitenland.

De economische impact voor de provincie Utrecht lag tussen 2 miljoen euro (ondergrens) en 3,9 miljoen euro (bovengrens). Bezoekers waardeerden het evenement met een gemiddeld rapportcijfer van 7,7 (ondernemers in de provincie Utrecht: 6,9).

De impact volgens inwoners van de provincie Utrecht (% mee eens), gemeten via vier stellingen:

- De Giro is goed voor het imago van de provincie Utrecht: 86 procent;
- De Giro zet zelf mensen aan tot sport: 60 procent;
- De Giro is goed voor de economie van de provincie Utrecht: 76 procent;
- De Giro is goed voor het toerisme in de provincie Utrecht: 82 procent.

De impact volgens ondernemers in provincie Utrecht (% mee eens):

- De Giro is goed voor het imago van de provincie Utrecht: 73 procent;
- De Giro zet zelf mensen aan tot sport: 47 procent;
- De Giro is goed voor de economie van de provincie Utrecht: 68 procent;
- De Giro is goed voor het toerisme in de provincie Utrecht: 68 procent.

Bronnen: Briene et al. (2010a), Briene et al. (2010b), Briene et al. (2010c).

Start Giro Amsterdam (2010)

De renners die deelnamen aan de Giro van 2010, trapt hun eerste meters in Amsterdam. De start omvatte drie dagen:

- Eerste etappe c.q. tijdrit (156.000 bezoekers);
- Tweede etappe Amsterdam-Utrecht (25.000 bezoekers);
- Derde etappe Amsterdam-Middelburg (21.000 bezoekers);

De begroting van de organisatie bedroeg vijf miljoen euro. Het ministerie van VWS steunde het evenement met 650.000 euro.

In totaal waren er aan het evenement 202.000 bezoeken in drie dagen, afgelegd door 166.000 bezoekers. 10 procent van de bezoekers kwam uit het buitenland. 9,5 miljoen euro bedroeg de economische impact voor de gemeente Amsterdam. Bezoekers beoordeelden het evenement met een gemiddeld rapportcijfer van 7,8 (inwoners: 6,7).

Circa twee derde van de inwoners van Amsterdam was trots dat de Giro in Amsterdam startte. Met name de sfeer en gezelligheid werden hoog gewaardeerd.

³ Volgens de geraadpleegde bronnen is dit aantal lager dan het aantal bezoekers tijdens de Tourstart in Utrecht in 2015. Dit is waarschijnlijk veroorzaakt doordat verschillende methoden voor de schatting zijn gebruikt. Mogelijk dat de definitie van een bezoeker in 2015 scherper was geformuleerd (kijker naar het evenement) dan in 2010 (aanwezig in het stadscentrum tijdens het evenement).

Bron: Meerwaarde et al. (2010).

Start Vuelta Drenthe (2009)

De start van de Vuelta in 2009 nam drie dagen in beslag:

- Ploegenpresentatie (15.000 bezoekers);
- Proloog op TT-circuit in Assen (40.000 bezoekers);
- Tweede etappe Assen-Emmen (111.500 bezoekers).

De provincie Drenthe heeft een projectleider binnen Sport Drenthe aangewezen voor de organisatie. De Stichting la Vuelta organiseerde de Vuelta (niet de side-events). Er is intensief samengewerkt met zorginstellingen, fabrikanten en dealers van (aangepaste) fietsen.

De begroting was 3,3 miljoen euro.⁴ Voor de organisatierechten werd 2,2 miljoen euro neergelegd. Het ministerie van VWS droeg 530.000 euro bij, de provincie Drenthe 600.000 euro.

In totaal was het wielerevenement goed voor bijna 102.000 bezoekers die 167.000 bezoeken aan het evenement aflegden. Het aandeel additionele bezoekers verschilde per dag en lag tussen 51 procent en 68 procent. 3 procent kwam uit het buitenland.

De economische impact voor Drenthe was 5,3 miljoen euro. Het gemiddeld rapportcijfer dat door de bezoekers werd gegeven was 7,7 (bewoners: 8,1).

Negen op de tien inwoners van de regio (Assen, Emmen, Gieten en Westerbork) waren trots dat het evenement ook in hun woonplaats passeerde. Een vergelijkbaar aandeel vond het evenement van toegevoegde waarde voor de regio.

Drentse wielerverenigingen noteerden in het jaar na de Vuelta niet of nauwelijks meer leden. Wel is volgens de KNWU het aantal leden van wielersclubs in een grotere regio (Noord-Nederland) gegroeid. Positief is eveneens dat de Nederlandse Toerfiets Unie (NTFU) na het evenement relatief veel nieuwe leden uit Drenthe mocht verwelkomen. Een oorzakelijk verband tussen de Vuelta en de ledengroei ontbreekt.

Bronnen: van Gool et al. (2009), Hover et al. (2014), Sport Drenthe (2009).

Samenvatting tien evenementen

De kerncijfers van de tien onderzochte evenementen zijn opgenomen in tabel 2.1. Daar waar in onderzoeken tot bandbreedtes is gekomen, is in onderstaande tabel ten behoeve van de bondigheid het gemiddelde weergegeven.

⁴ RTV Drenthe berichtte in 2009 over een begroting van 4 miljoen euro (<http://www.rtvddrenthe.nl/nieuws/38481/Begroting-Vuelta-rond>, geraadpleegd op 18 oktober 2017).

Tabel 2.1 Kerncijfers tien wielerevenementen

	Giro Gelderland (2016)	Start Tour de France Utrecht (2015)	Finish Tour de France Zeeland (2015)	Tour de France Yorkshire (2014)	WK Wielrennen Limburg (2012)	WK Wielrennen Kopenhagen (2011)	Start Tour de France Rotterdam (2010)	Giro Utrecht (2010)	Start Giro Amsterdam (2010)	Start Vuelta Drenthe (2009)
Aantal dagen	4	4	1	3	8	6	4	2	3	3
Bezoeken	482.500	748.000	n.b.	4.800.000	390.000	545.000	865.000	n.b.	202.000	167.000
Bezoekers	92.000	370.000	170.000	3.500.000	130.000	262.000	n.b.	445.000	166.000	102.000
Buitenlandse bezoekers (%)	n.b.	8	2	<10	14	15	11	4	10	3
Onderzochte regio	Provincie Gelderland	Gemeente Utrecht	Provincie Zeeland	Verenigd Koninkrijk	Zuid-Limburg	Denemarken	Gemeente Rotterdam	Provincie Utrecht	Gemeente Amsterdam	Provincie Drenthe
Additionele bezoekers (%)	26	51	81	n.b.	46	40	50	n.b.	n.b.	51-68
Rapportcijfer evenement door bezoekers	8,1	8,4	8,1	n.b.	8,0	n.b.	8,0	7,7	7,8	7,7
Economische impact (euro's)	8.400.000	23.000.000	150.000	39.700.000	28.800.000	31.200.000	20.800.000	3.000.000	9.500.000	5.300.000
Totale begroting (euro's)	12.850.000	15.200.000	820.000	32.500.000	12.800.000	n.b.	15.000.000	n.b.	5.000.000	3.300.000
Fee rechtenhouders (euro's)	3.650.000	4.000.000	500.000	4.700.000	4.500.000	n.b.	2.500.000	n.b.	n.b.	2.200.000

2.2 Optimale organisatie en maatschappelijke impact

Algemene strategieën

Sportevenementen worden door overheden en andere betrokkenen steeds vaker gezien in het licht van hun mogelijke bijdrage aan het realiseren van maatschappelijke doelstellingen. Lang niet al die wenselijke effecten vinden automatisch plaats. Bij het nastreven van positieve maatschappelijke effecten van sportevenementen dienen kansrijke strategieën en uitgangspunten in ogenschouw genomen te worden.

Maatschappelijke impact verwijst naar uiteenlopende domeinen, van het bevorderen van sociale samenhang tot het stimuleren van een gezonde levensstijl. Doelgroepen van overheden voor het creëren van maatschappelijke impact met sportevenementen zijn meestal deelnemers, volgers (live of via de media) en lokale inwoners (voor meer informatie, zie o.a. Hover et al., 2014).

Hierna zijn dertien algemene uitgangspunten en strategieën voor het realiseren van positieve maatschappelijke impact met sportevenementen kort benoemd. Voor aanvullende informatie, zie Hover & Stam (2017).

1. Ontwikkel een onderscheidend concept en sluit aan bij ambitie van stad en regio;
2. Leg accent op een type maatschappelijke impact en doelgroep;
3. Betrek actief de lokale gemeenschap;
4. Organiseer aanpalende activiteiten en benoem doelen;
5. Benoem verantwoordelijken voor aanpalende activiteiten;
6. Creëer ontmoetingsplaatsen;
7. Creëer een festivaleffect (creëren van een algemene feestelijke sfeer, minder sportgericht);
8. Zet in op niet-sporters;
9. Focus op deelnemers en bezoekers uit andere provincies en het buitenland;
10. Verleiden, vertragen en verblijven (toeristen verleiden tot meerdaags bezoek);
11. Investeer in kennis over doelgroepen van het evenement;
12. Promoot openbaar vervoer en de fiets;
13. Ga duurzaam te werk (o.a. *paperless*).

Wielrenspecifieke strategieën

Enkele onafhankelijke rapporten die over de organisatie en impact zijn geschreven, bevatten interessante informatie voor toekomstige organisatoren. Enerzijds betreft dat aanbevelingen rond de organisatie van het evenement. Anderzijds zijn het aanbevelingen die betrekking hebben op het genereren van een zo groot mogelijke positieve maatschappelijke spin-off. De belangrijkste aanbevelingen worden onderstaand per evenement verwoord. Deze zijn gebaseerd op dezelfde bronnen als die in de vorige paragraaf zijn benoemd.

Aanbevelingen Giro Gelderland (2016)

- Tijdsdruk en onvoldoende mankracht was een knelpunt voor een optimale organisatie en voor het realiseren van maximale economische en maatschappelijke spin-off. Begin op tijd met werving van de juiste personen in de organisatie en zorg dat de projectorganisatie meer dan een jaar van tevoren is gerealiseerd. Dit geldt ook voor het maken van afspraken met stakeholders.
- Het bedrijfsleven was laat bij het evenement betrokken en droeg uiteindelijk in zeer beperkte mate financieel bij aan de organisatie. Zorg zo snel mogelijk voor betrokkenheid van het bedrijfsleven, ook in de projectorganisatie van een evenement.

- Een interne projectorganisatie bij een overheid (met meerdere bestuurslagen) heeft voor- en nadelen. Een rol voor overheden in de organisatie is belangrijk voor het welslagen van een evenement, maar met te veel onervaren medewerkers van overheden in de projectorganisatie kunnen onnodige *knowhow*- en loyaliteitsproblemen ontstaan. Daarnaast kan spanning ontstaan tussen een commercieel sportevenement en de kracht en kernactiviteiten van een overheidsorgaan.
- Side-events kunnen het sportevenement ondersteunen door de bekendheid en beleving daarvan te vergroten. Maak gerichte keuzes voor side-events door aansluiting te zoeken bij bestaand beleid en sterktes van de regio.⁵ Daarbij ligt samenwerking met lokale (maatschappelijke) organisaties voor de hand. De effecten van side-events (en het sportevenement zelf) zijn meestal van korte duur. Voor een meer duurzaam effect is meer nodig (andere evenementen, allerhande follow-up) dan de organisatie van een enkel evenement.
- Gevoelens van plezier en trots die vaak met grote sportevenementen gepaard gaan, zijn niet makkelijk in geldbedragen uit te drukken, maar kunnen tot belangrijke niet-monetaire 'opbrengsten' van het evenement gerekend worden.

Aanbevelingen Start Tour de France Utrecht (2015)

- De organisatie van een groot sportevenement kan netwerken uitbreiden en versterken. Volgens betrokkenen leidde de organisatie van een evenement in Utrecht niet eerder tot een dusdanige omvang van samenwerkingsrelaties tussen gemeentelijke instellingen, bedrijfsleven, sportorganisaties, culturele instellingen en kennisinstellingen. Deze samenwerking had in Utrecht beter kunnen worden gefaciliteerd.
- Bepaalde betrokkenen hadden in aanvang moeite om een goed overzicht te vormen van alle activiteiten en uitvoerende partners in het brede programma van side-events. Dit had hen kunnen helpen zelf meer contacten te zoeken met partners uit andere sectoren.
- De toegevoegde waarde van Le Tour Utrecht voor sponsors uit de stad lag vooral in de communicatiekracht: gebruik kunnen maken van het platform 'Utrecht2015'. Op die manier konden sponsors zich associëren met het evenement (dat mocht en mag niet met de woorden "Tour de France", "Tour", "Grand Départ").

Aanbevelingen Giro Utrecht (2010)

- Door late besluitvorming over wat er precies ging gebeuren, is de promotie voor de extra koopzondag in de binnenstad van Utrecht niet optimaal geweest. Wanneer eerder duidelijkheid over de extra koopzondag was geweest, had deze beter gepromoot kunnen worden, wat naar verwachting ook een groter winkelend publiek en daarmee hoger economisch rendement had opgeleverd.
- De promotie van het evenement is in Utrecht laat op gang gekomen en werd pas goed zichtbaar op het moment dat overal door de provincie borden werden geplaatst met een waarschuwing voor ernstige verkeerhinder tijdens het evenement.
- De ervaringen van partijen met de Giro zijn over het algemeen positief en er is een breed besef dat dergelijke evenementen een positieve bijdrage kunnen leveren aan de sociaaleconomische ontwikkeling van stad en regio. Het is wenselijk om de verworven kennis, ervaringen en netwerken met de organisatie van het evenement lokaal en regionaal te benutten.

⁵ Door wetenschappers wordt dit aangeduid als het *asset-based community development* (ABCD) model (Misener & Schulenkorf, in voorbereiding).

Aanbevelingen start Tour de France Rotterdam (2010)

- Er had groter kunnen worden ingezet op de promotie van het evenement in het buitenland (België en Frankrijk). Met name het aanbieden van arrangementen voor een meerdaags bezoek (aan Rotterdam of aan ‘de hoogtepunten van Nederland’) zou kansrijk geweest zijn.

2.3 Conclusie

De start van een internationale wielerronde van het formaat Tour de France, Giro of Vuelta staat garant voor tienduizenden tot honderdduizenden bezoekers en internationale media-aandacht vóór en tijdens het evenement. Ook ligt de kracht in de associatie met de sterke merken (zeker in het geval van de Tour) en de mogelijkheid om de wielersport te verbinden met thema's als duurzaamheid en promotie van sporten en bewegen.

De economische impact - de bestedingen in de regio als gevolg van het evenement - loopt in de miljoenen. De onderzochte wielerevenementen in Nederland hebben goede tot zeer goede beoordelingen van bezoekers gekregen waarmee ‘Nederland’ heeft bewezen hooggewaardeerde evenementen van de grond te kunnen krijgen.

Uitdagingen zijn gelegen in het verbinden van het evenement met de strategische beleidsagenda's van de organiserende regio en het benoemen van verantwoordelijken voor de organisatie van afgeleide activiteiten en daar afdoende middelen voor te reserveren. Ervaringen leren dat sterker kan worden ingezet op het informeren van lokale inwoners en het promoten van attracties en andere bestemmingen om de evenementenbezoekers te verleiden hun verblijf in de regio te verlengen en daarmee de economische betekenis te vergroten.

3. Lessen en verwachtingen uit de praktijk

De resultaten van de elf semigestructureerde interviews met experts komen in dit hoofdstuk aan bod. In de opbouw worden de onderzoeksvragen uit hoofdstuk 1 losjes aangehouden. Een lijst van geraadpleegde experts is opgenomen in bijlage 1.

3.1 Voorwaarden en risico's

Groot draagvlak onder experts voor organisatie internationale wielerronde

De geraadpleegde Friese experts tonen allen een positieve grondhouding ten aanzien van de organisatie van een (start) van een grote internationale wielerronde. Motieven die zijn benoemd: Friesland wordt ermee “op de kaart gezet”, het evenement zorgt voor economische spin-off en het evenement brengt naar verwachting veel enthousiasme, plezier en trots onder de Friese bevolking teweeg.

De organisaties van de geconsulteerde personen staan eveneens positief tegenover een bijdrage aan een internationale wielerronde, financieel dan wel in de vorm van diensten. FrieslandCampina, co-sponsor van de wiel- en schaatsploeg Lotto-Jumbo, heeft veel leden en klanten in Friesland en heeft als zodanig een bovengemiddelde interesse om bij de organisatie van een internationale wielerronde een rol te spelen. Ook met Epke Zonderland (een Fries) en Dafne Schippers heeft FrieslandCampina een sponsorrelatie die voor een wielerronde benut kan worden. Bij de gemeente Leeuwarden is eveneens een positieve grondhouding om samen met de provincie de start van een grote wielerronde in Friesland te organiseren. Indien de provincie een deel van het evenement financiert, is de gemeente Leeuwarden bereid om financieel bij te dragen, mocht het evenement in de hoofdstad van start gaan. De veiligheid van bezoekers is gegarandeerd. Ook NHL Stenden Hogeschool (met 23.000 studenten) staat positief tegenover een samenwerking. TVM kan mogelijk een beperkte (logistieke) rol vervullen, de periode van sportsponsoring behoort voor de verzekeraar tot het verleden.

De Tour de France is onbetwist het evenement met de meeste allure. Een deel van de experts opteert om die reden om te mikken op het binnenhalen van de Franse wielerronde. Meestal wordt daarbij genoemd dat het organiseren van de start (Grand Départ) het meest wenselijk is vanwege de extra aandacht in de media en het meerdaagse karakter. Ook wordt door een expert genoemd dat een start- of finishplaats prijstechnisch ook een optie kan zijn. Als de Tour in 2022 in Noorwegen zou starten, dan kan Friesland overwegen om, kort daarna, start- en/of finishplaats van een etappe te worden alvorens de karavaan naar Frankrijk afreist.

De Giro wordt door het merendeel van de experts ook genoemd als een goede mogelijkheid. Het evenement heeft met de successen van de Nederlanders Steven Kruijswijk en vooral Tom Dumoulin gewonnen aan positieve beeldvorming in Nederland. Daar komt bij dat RCS Sport (rechtenhouder Vuelta en Giro) flexibeler is dan de rechtenhouder van de Tour (ASO), een minder strenge protectie van de eigen sponsors kent (hetgeen sponsorwerving in Nederland vergemakkelijkt) en meer op de korte termijn acteert waardoor de kans op een lange periode van lobby wordt verkleind (ook gezien de sterke banden met de Giro-organisatie met één van de geraadpleegde Friese experts).⁶

⁶ Bedrijven die investeerden in de Tourstart in Utrecht in 2015 beschouwden hun bijdrage dan ook vooral als een gift (vanwege de flinke commerciële beperkingen rond exposure en associatie met de Tour), die uiting gaf aan hun betrokkenheid met de Domstad.

De Vuelta kon op relatief weinig enthousiasme van de experts rekenen. Volgens een expert zou de Spaanse ronde zich de komende jaren bovendien meer op Spanje als locatie gaan richten.

Is Friesland in staat een evenement van een dergelijke omvang te organiseren? Het algemene beeld is dat dat mogelijk is en dat daar voldoende vertrouwen in is. Met onder andere de organisatie van de Eneco Tour - thans BinckBank Tour - heeft Friesland laten zien (de start van) een aansprekend internationaal wielerevenement te kunnen organiseren. In 2015 vonden er etappes van de ENECO Tour in Friesland plaats (zie kader). Ook in 2016 was Friesland (Bolsward) gaststad van deze etappekoers. De etappekoers trekt dezelfde ploegen als de Tour de France en de deelnemers toonden zich volgens een expert tevreden over de Friese organisatie. De BinckBank Tour zal in 2018 of 2019 naar verluidt wederom in Bolsward plaatsvinden. Hierdoor blijft Friesland zich in de internationale wielwereld in de kijker spelen, wat waardevol is bij een ambitie om een internationale wielerronde te organiseren. De provincie kan zich zo blijven presenteren als 'wielerv provincie' en daarmee de banden met publieke en private organisaties en wielerploegen (verder) versterken.

Ook de ervaringen in Surhuisterveen (o.a. profonde na de Tour en veldritten) zijn waardevol voor de organisatie van een start van een grote wielerronde. Wel wordt erop gewezen dat Friesland "klein" is en dat de benodigde beddenscapaciteit (5.000 bedden) in verblijfsaccommodaties (maar net) volstaat. Deze capaciteit verschilt per periode: wanneer de Giro en de Vuelta worden georganiseerd (respectievelijk in mei en augustus/september) zal er meer capaciteit zijn dan tijdens de Tour (juli).

Kader 3.1 Kerngegevens ENECO Tour 2015

Friese aandeel van evenement:

- 9 augustus: Bolsward - ploegenvoorstelling;
- 10 augustus: Bolsward - Bolsward.

Economie en bezoekers

- Directe economische spin-off: 67.500 euro;
- Presentatie - start, passages en finish 1e etappe Bolsward: 10.000 toeschouwers;
- Langs route: 15.000 - 25.000 toeschouwers;
- Top 3 best bezochte gratis toegankelijke openluchtevenementen in Nederland volgens Respons.

Media-exposure op weekbasis

- 92 miljoen kijkers bereikt via televisie;
- 5 miljoen kijkers via live-streaming;
- 500.000 Facebookgebruikers met bijna 11.000 likes;
- 15.000 Tweets.

Bron: ENECO Tour 2015 (2015), Discart (2016)

Eenzijds past wielrennen bij Friesland: de sport leeft omdat schaatseren ook frequent wielrennen, er met Pieter Weening een 'Friese topper' in huis is (Fries van geboorte, in dienst van Team Roompot) en Friesland een aantrekkelijke fysieke infrastructuur voor wielrennen kent omdat er een ruim aanbod van wegen is die relatief verkeersluw zijn. Hierdoor zijn de kosten voor het aanpassen van het parcours beperkt. Naast Weening worden ook andere potentiële 'ambassadeurs' genoemd: Bauke Mollema (die in

Friesland heeft gewoond), Lieuwe Westra en Rintje Ritsma. Volgens een expert zijn er in Friesland (ex-)topsporters zonder grote ego's die bereid zijn om zich in te zetten voor het binnenhalen van een wielerronde.

Anderzijds gelden andere sporten meer als typisch Fries: schaatsen, kaatsen, watersport (o.a. skûtsjesilen) en fierljeppen. Al met al is het najagen van de organisatierechten van een internationale wielerronde wel wenselijk. Mede doordat de wieler- en schaatsploeg Lotto-Jumbo - gesponsord door FrieslandCampina - Friezen in de gelederen heeft, kan een brug worden geslagen tussen de schaatssport die bij Friesland past en een grote internationale wielerronde. Een expert wijst erop dat Friesland nauw verbonden is met water(sport) en dat het verstandig is om óók in te zetten op een andere sport - zoals wielrennen en wielerevenementen - om zodoende risico te spreiden en niet 'op één paard te wedden'. Het water kan op een bepaald moment 'vol' zijn met boten. In het geval van de Sneekweek lijken de grenzen van groei al bereikt: vanwege de drukte zijn bepaalde groepen het gebied op gezette tijden gaan mijden.

Stem *businesscase* af op Friese beleidsdoelen

Bij een goede *businesscase* is een internationale wielerronde een aanjager voor het realiseren van doelen die in de provinciale uitvoeringsagenda 2015-2019 zijn opgetekend. Friesland heeft de ambitie om bij de top drie fietsprovincies van Nederland te behoren, de provincie werkt aan een toekomstbestendige en duurzame (circulaire) economie en Friesland wil zich - met het 'verhaal van Fryslân' (melk en water) - internationaal sterker profileren (provincie Friesland, 2015). Thema's die hierbij aan de orde kunnen komen zijn duurzaamheid, innovatie, water(technologie), zuivel ('koe in de wei-idee') en promotie van een gezonde levensstijl (meer specifiek: meer sporten/fietsen/bewegen). Verder is de *businesscase* van de wielerronde erbij gebaat als onder de bevolking een beroep wordt gedaan op gevoelens van Friese trots, *mienskip* (sociale participatie) en duurzaamheid. Vanuit de ogen van de rechthouder (ASO of RSC Sport) is het belangrijk te schetsen hoe een Fries bid kan bijdragen aan het verwezenlijken van de toekomstambities van de rechthouder en die van het wielrennen in het algemeen.

Inschatting stevig draagvlak inwoners en politiek

Het draagvlak onder de Friese bevolking bleek niet voor elke expert makkelijk in te schatten. Alles bij elkaar genomen slaat de balans wel overtuigend positief door. Naar verwachting zal een ruime meerderheid van de Friese bevolking - na een periode van de 'kat uit de boom kijken' - en bij een goede *business case* positief staan tegenover de organisatie van een internationale wielerronde die mede met publieke middelen wordt gefinancierd. Te verwachten is tevens dat er onder Friezen meer dan genoeg animo is om vrijwilligerswerk te verrichten.

Het draagvlak voor een *business case* is erbij gebaat als onder de bevolking een beroep wordt gedaan op gevoelens van Friese trots, *mienskip* (sociale participatie) en duurzaamheid. Hiervoor dient relatief veel tijd ingeruimd te worden omdat het realiseren van draagvlak en enthousiasme bij Friezen doorgaans niet snel verloopt. Stimulering van toerisme en recreatie is een speerpunt van de provincie en de bevolking zal begrijpen dat de exposure die een wielerevenement met zich meebrengt een forse aanjager voor het (internationaal) toerisme, en daarmee de economische ontwikkeling, kan zijn.

Er zijn drie mogelijke afbreukrisico's in het kader van bevolkingssteun, namelijk: 1) de associatie met een 'ongewenst commercieel circus', 2) de schrik voor 'een invasie van niet-Friezen' (in 2015 was er bij de Tourstart in Utrecht een tegengeluid: 'Utrecht voor de Utrechters') en 3) de maatschappelijke weerstand tegen een topsportevenement ('wat heeft de recreant en de niet-sportieve Fries aan een

internationale wielerronde?'). Met een promotiecampagne dient hierop tijdig te worden geanticipeerd waarbij de baten voor de Friese bevolking centraal staan. Tegen deze achtergrond is ook genoemd dat sport, en ook de wielersport, beter aansluiten bij de eigen beleavingswereld dan Culturele Hoofdstad 2018. Het verloop van Culturele Hoofdstad 2018 kan invloed hebben op de publieke opinie ten aanzien van de organisatie van een grote wielerronde en de daarmee gepaard gaande publieke middelen.

Het politieke draagvlak voor de organisatie van een grote wielerronde bleek niet eenvoudig te peilen, los van de positieve grondhouding van de provinciale hoofdstad (zie hiervóór) en onder bepaalde professionals bij de provincie. Er werden op voorhand geen grote knelpunten benoemd. De mate van politieke steun, en de manier waarop de media hierover berichten, kan volgens een expert een evenement sterk beïnvloeden. In Düsseldorf, waar de Tour de France in 2017 startte, heeft de raad met één stem meerderheid vóór de Tourstart gestemd. Die smalle basis heeft lange tijd een schaduw over het evenement geworpen omdat de politiek zich voortdurend diende te verantwoorden voor de uitgaven aan de Tour. In de media was daardoor veel aandacht voor het (hoge) publieke kostenplaatje en minder voor de baten van het evenement en de side-events.

Voldoende private sponsoring bedrijfsleven mogelijk risico

Friesland telt relatief weinig hoofdkantoren van internationale bedrijven. Dit baart enkele experts zorgen omdat dit geen goede uitgangspositie is voor het verkrijgen van voldoende private sponsoring, waarbij al gauw aan 3 tot 6 miljoen euro gedacht moet worden. Zeker voor een sportevenement dat gratis toegankelijk is, en er dus geen inkomsten uit kaartverkoop zijn, is private sponsoring extra belangrijk om de begroting sluitend te krijgen.

De vraag is of deze reden aanleiding is om niet alleen, maar samen met andere provincies de wielerronde te organiseren. Hiervoor worden Groningen, Drenthe en in mindere mate Overijssel (en Noord-Holland) genoemd. Het verbinden van noordelijke ambities rond wielersportevenementen is geen vanzelfsprekendheid. Groningen en Drenthe zetten in op de organisatie van de WK wielrennen in 2023, maar Friesland is (nog) niet aangehaakt. Wel zijn de krachten reeds gebundeld in het Samenwerkingsverband Noord-Nederland. Ook een samenwerking met Duitsland is aangehaald. Het wielrennen 'leeft' daar weer, het wordt uitgezonden op televisie en Duitsland heeft aansprekende toprenners in het profpeloton (o.a. John Degenkolb, Marcel Kittel).

Het beeld dat uit de interviews ontstaat is nochtans positief: het is met het oog op het verwerven van afdoende private middelen geen noodzaak dat Friesland in de organisatie de krachten bundelt met andere regio's. Ook 'alleen' is Friesland naar verwachting in staat om grote bedrijven van buiten de provincie aan zich te binden. Daar zijn drie redenen voor aan te voeren: 1) multinationals die niet in Friesland gevestigd zijn, willen ook bijdragen aan een 'Fries evenement' omdat zij zich met het evenement kunnen presenteren op het wereldtoneel, 2) Friesland heeft een positief imago en een 'gunfactor'. Er is nauwelijks aversie tegen Friesland en er zijn geen spanningen - in de orde van grootte van Amsterdam en Rotterdam - tussen Friesland en andere regio's en 3) de associaties met Friesland (o.a. koeien in de wei, water) stroken met associaties met Nederland (wat een verbinding tussen het evenement en niet-Friese sponsors vereenvoudigt). Ter illustratie voeren experts Culturele Hoofdstad 2018 aan. ING - met hoofdkantoor in Amsterdam - is als hoofdsponsor aan Culturele Hoofdstad 2018 verbonden. Bovendien wist Culturele Hoofdstad 2018 7 à 8 miljoen euro meer financiële middelen te verwerven dan Amsterdam (1987) en Rotterdam (2001) destijds. Ook aan Thialf wordt gerefereerd. De evenementen in Heerenveen laten zien dat een topsportevenement in een kleine Friese gemeente voor meerdere jaren grote sponsors (o.a. KPN, Nuon) aan zich weet te binden.

Bij het benaderen van potentiële private partners dient de commerciële waarde van een associatie of *sponsorship* met het evenement inzichtelijk te worden gemaakt. Bereik, GRP (% bereik onder doelgroep), mediawaarde en profielen van wielervolgers en -volgers zijn daarbij belangrijk.

3.2 Organisatie en effecten

Leeuwarden, elf steden en Afsluitdijk spontaan genoemde locaties

Er is eensgezindheid over de startlocatie: de provinciale hoofdstad Leeuwarden. Eén expert noemde een start in Leeuwarden niet spontaan, die opteerde voor een start in ‘dé sportgemeente’ Heerenveen. De stad is er ook op ingericht in termen van parkeercapaciteit, openbaar vervoer en bereikbaarheid. Een start in een stedelijke setting trekt naar verwachting ook meer bezoekers die bijdragen aan bestedingen in stad en regio, met name in de horeca.

Een start in Leeuwarden sluit ook aan bij de elf steden die volgens vrijwel alle experts gevolgd zouden moeten worden (de Elfstedentocht start in Leeuwarden). De elf steden in een etappe van een internationale wielerronde betekent niet dat de renners door de elf steden rijden (daar is de infrastructuur niet op ingericht). De route dient de elf steden geografisch in grote lijnen te volgen waarbij de lengte van de etappe bij voorkeur minder dan 200 kilometer is (wens van rechthouders). Met camerabeelden kunnen alle elf steden wel goed in beeld komen. Bovendien is het zaak het concept van de elf steden niet te eng te benaderen: het dient te worden beschouwd als een metafoor voor ‘heel Friesland’, aldus één van de experts. Van belang is om dit meteen bij het uitrollen van een plan goed te *framen*. Bij het toepassen van het elf steden-concept is het zaak helder te communiceren dat het een plan van de hele provincie is. Daarop aansluitend noemen experts ook dat Heerenveen, Surhuisterveen en Drachten/Smallingerland ook te overwegen locaties zijn. Ook financieel kan dit verstandig zijn. In 2020 bestaat sc Heerenveen 100 jaar, daar is in dat jaar een sportief ‘momentum’ (de planning wordt dan wel krap, zeker voor de Tour de France lijkt dit niet haalbaar). Bij de promotie van de route via de elf steden in het buitenland dient de ‘magie’ duidelijk voor het voetlicht te worden geplaatst. Bij voorkeur op een voor wielervolgers aantrekkelijke wijze. Misschien op België na, genieten de elf steden over de landsgrenzen geen grote bekendheid.

Vrijwel alle experts zijn enthousiast over een tijdsrit over de (vernieuwde) Afsluitdijk. Dat levert beelden op met water die passen bij Friesland én bij Nederland en het biedt ook de associatie met watermanagement waarin Nederland een sterke reputatie heeft opgebouwd. Er is ook een criticaster: de Afsluitdijk is meer een Nederlands dan een Fries fenomeen en zou daarom wellicht ook niet passend zijn omdat het de aandacht te veel van Friesland afleidt.

Enkele keren worden ook andere locaties genoemd. Met het volgen van de elf fontein is de link met Culturele Hoofdstad 2018 weer gelegd. De Waddenkust, het merengebied en aquaducten (‘daar houden buitenlanders van’) zijn aangehaald.

Een etappe op een Waddeneiland is ook een paar keer genoemd, maar heeft de toets van haalbaarheid en wenselijkheid van dezelfde personen die dit opperden niet doorstaan. Een etappe over een Waddeneiland (bijvoorbeeld Vlieland of Schiermonnikoog) is een creatief idee waarbij het autovrije eiland en bijkomende milieubaten voor een goed verhaal kunnen zorgen. Daar staat tegenover dat er praktische bezwaren zijn (reizen over water) en er naar verwachting (veel) minder bezoekers zullen zijn dan in het geval van het evenement op het Friese vasteland. Bovendien zijn de eilanden in de vakantieperiodes al ‘vol’ en zij hebben het qua promotie ‘niet nodig’.

Bij het uitstippelen van de route is het cruciaal om aandacht te besteden aan reistijd en -wijze. Zeker in het geval van de Giro en de Vuelta is het noodzakelijk dat er gevlogen kan worden naar het Zuiden van Europa, fietsen naar Italië of Spanje is te ver (chartermaatschappij dan wel vaste dienst via Eelde Airport).

Een expert geeft aan dat het bij de organisatie belangrijk is om de “aaibaarheid” van het wielrennen te koesteren: de renners moet benaderbaar zijn voor bezoekers. Dat betekent dat renners niet te veel in de bus of in het hotel dienen te vertoeven, maar bereikbaar moeten zijn voor het maken van foto’s en het schudden van handen.

Investering 10 tot 18 miljoen euro

Afhankelijk van het evenement dient voor een start van een internationale wielerronde in de komende jaren 10 tot 18 miljoen euro gereserveerd te worden (exclusief de kosten voor side-events). De Tour is het duurst, gevolgd door de Giro en de Vuelta (zie ook paragraaf 2.1). De bandbreedte wordt daarnaast sterk bepaald door het concept dat wordt ontwikkeld, wat - zo leert het verleden - gevoelig is voor de economische stand van zaken. In een hoogconjunctuur is de private (en publieke) sector eerder geneigd in een groot sportevenement te investeren.

Het staat steden en landen in de bidfase vrij om extra geld aan de rechthouder te bieden om de concurrentiepositie te verstevigen. Dit is niet ongebruikelijk (en niet verdisconteerd in de geschatte omvang van de begroting). Volgens één van de experts heeft Jeruzalem, waar de start van de Giro in 2018 plaatsvindt, 10 miljoen euro als *fee* betaald (Tokio toonde ook interesse en zou naar verluidt een vergelijkbaar bedrag hebben willen betalen). De marge van 10 tot 18 miljoen euro is gebaseerd op wat in Nederland redelijk wordt geacht en gangbaar is. Dat neemt niet weg dat financieel niet groter kan worden uitgekapt. De Tour de France van 2017 zou aanvankelijk in Londen starten, alwaar een budget van 33 miljoen euro was vastgesteld. Die financiering kwam niet rond waardoor de stad genoodzaakt was de organisatierechten terug te geven aan de ASO. Vervolgens is Düsseldorf door de ASO aangewezen.

In Utrecht zijn in 2015 binnen de gemeente vier varianten voor de Tourstart voorgesteld. Er is toen gekozen voor een ‘middenvariant’ van 15 miljoen euro. Er is een gemeentelijke bijdrage van 5 miljoen euro (in contanten) vrijgegeven, die later is verhoogd tot 6 miljoen euro (*in kind*; goederen en diensten). Circa 80 procent van de private inkomsten was afkomstig van Utrechtse bedrijven, mede dankzij de effectieve werving van burgemeester Wolfsen. Uitgaande van een start in Leeuwarden wordt er door enkele experts op gewezen dat een dergelijke rol Ferd Crone - burgemeester van Leeuwarden - ook goed zou kunnen vervullen. In Rotterdam (Tourstart 2010) werd het evenement nog geheel met publieke middelen gefinancierd.

Verwachte opbrengsten: economische impact, media-aandacht en imago boost

Naar verwachting leidt de wielerronde tot economische impact op de korte en lange termijn. De korte termijn heeft betrekking op de extra uitgaven in de provincie tijdens het evenement. Het zijn met name de toeristisch-recreatieve baten die voor de langere termijn worden verwacht. Een expert wijst erop dat de economische baten niet gelijk over alle sectoren verdeeld zullen zijn: er zullen bijvoorbeeld ook retailers zijn die negatieve effecten kunnen ondervinden (verslechterde bereikbaarheid, omzetsderving als gevolg van het type publiek dat op het evenement afkomt).

De gegarandeerde omvangrijke internationale media-aandacht is een tweede motief dat aangehaald is. Zoveel aandacht is met de gangbare marketingbudgetten niet te betalen, aldus een van de experts. Wat

betreft de activiteiten op sociale media spelen de renners een belangrijke rol. Veel renners zijn actief op sociale media en hebben samen een miljoenenbereik. De boodschappen die renners op sociale media plaatsen kunnen een belangrijke positieve of negatieve impact op het evenement, de organisatie en de regio hebben.

Bij de meningsvorming van experts ten aanzien van welke thema's (en televisiebeelden) kunnen worden gekozen, zijn twee lijnen te ontdekken, die elkaar niet uit hoeven te sluiten: kiezen voor thema's die sterk Fries georiënteerd zijn en thema's die (ook) op Nederland als geheel betrekking hebben. Het argument voor de eerste lijn is dat ervoor gezorgd dient te worden dat een evenement dat in Friesland plaatsvindt, ook in voldoende mate naar de noordelijke provincie moet verwijzen. Bij de andere lijn is de kans groter geacht dat bedrijven die niet of nauwelijks met Friesland gelinkt zijn, investeren in het evenement. Beelden van Friesland met platteland, molens en water stroken met beelden die Nederlanders en buitenlanders van Nederland hebben. Mede om die reden kan een internationale wielerronde in Friesland aangewend worden voor 'Holland-promotie'.

De waarde van een internationale wielerronde dient niet alleen in economisch perspectief gezien te worden. Het plezier en de gevoelens van trots dienen ook tot de belangrijke opbrengsten van de wielerronde gerekend te worden.

Drie tot vijf jaar voorbereiding

Afhankelijk van het wielerevenement kost het drie tot vijf jaar tijd alvorens het evenement georganiseerd kan worden (voor netwerken, lobbyen, uitstippelen route met technische specificaties). De voorbereidingstijd wordt waarschijnlijk ook beïnvloed door het al dan niet samenwerken met (gemeenten in) andere provincies. De experts uiten verschillende geluiden over de afstemmingstijd die nodig is als het evenement over meerdere veiligheidsregio's wordt uitgespreid. Enerzijds wordt erop geattendeerd dat dit véél tijd in beslag neemt, gebaseerd op eerdere ervaringen in Nederland. Anderzijds is er het signaal dat dit mee zal vallen en voortvarend zal verlopen.

Met name in het geval van de Tour de France mag deze termijn niet onderschat worden. Een eventuele Tourstart in Friesland zou waarschijnlijk op zijn vroegst in 2021 kunnen (in het geval van de Giro is die termijn voor Friesland mogelijk iets korter, gezien bestaande netwerken en snelle werkwijze van de Giro-organisatie). De organisatie van de Tourstart in Utrecht (2015) was bijvoorbeeld al vanaf 2012 (Luik) bij de start van de Tour aanwezig om kennis en ervaring op te doen.

Bij het plannen van een eventuele wielerronde in Friesland is het belangrijk om een beeld te hebben van andere Nederlandse bids voor internationale wielerevenementen, van het formaat EK, WK, Tour, Giro of Vuelta. Wanneer een Fries bid in een bepaald jaar niet concurreert met andere Nederlandse bids, worden de kansen van Friesland vergroot. Stel dat de Vuelta in 2020 in Nederland start (ambitie provincies Utrecht en Brabant) dan zal de ASO (rechtenhouder van de Tour) waarschijnlijk niet geneigd zijn in hetzelfde jaar in Nederland de Tour te laten starten. Bovendien is een dergelijke concurrentie, in het kader van de ambitie van de Rijksoverheid om internationale sportevenementen te organiseren, vanuit nationaal perspectief gezien ongewenst (o.a. niet kostenefficiënt en mogelijk ook versnippering van financiële bijdragen, bijvoorbeeld van het ministerie van VWS). Een internationaal wielerevenement in het jaar vóór of in het jaar na het evenement in Friesland wordt niet als ongewenst gezien. Sterker: een WK wielrennen in het jaar voor een internationaal wielerevenement in Friesland wordt een 'opwarmer' genoemd.

Naast de mogelijkheid van de start van de Vuelta in Utrecht in 2020, zoals beschreven, moeten de volgende ambities op de radar staan bij het plannen van een internationaal wielerevenement in Friesland: de ambities van Groningen en Drenthe rond de organisatie van de WK wielrennen (in 2023) en een mogelijke interesse van de provincie Limburg voor de start van een grote ronde (plannen en timing voor zover bekend niet concreet). Er dient met name met Groningen en Drenthe in het kader van hun ambitie om de WK wielrennen in 2023 te organiseren afgestemd te worden. Een expert geeft aan dat er idealiter minstens een jaar tussen de beide evenementen zit omdat beide evenementen zich voor sponsoring zullen richten op dezelfde bedrijven.

Publiek-private samenwerking in een stichting

Een publiek-private samenwerking (inclusief onderwijs c.q. wetenschap) in een stichting, gepositioneerd onder de provincie of een gemeente, lijkt een goede organisatievorm. Deze organisatievorm is in het verleden succesvol toepast, zoals bij de Tourstart in Utrecht in 2015 (de gemeentesecretaris was de formele opdrachtgever). In het kader van een soepel lopend proces is het volgens enkele experts belangrijk dat in de organisatie een goede balans is tussen personen met een private en publieke achtergrond. Bovenal is een enthousiasmerende en sterke leider nodig die handig laveert tussen publieke en private organisaties.

Ook is de steun van de KNWU en wielerverenigingen van meet af aan (in bidfase) belangrijk. De bond en clubs dienen zich idealiter in één jaar niet aan meerdere Nederlandse bids voor wielerevenementen te committeren. Denkbaar is dat de bond promotionele activiteiten (van wielclubs in Friesland) stimuleert en faciliteert.

Een kritische succesfactor voor een gedegen organisatie is een complete mix van expertise en ervaring. Het is ook zaak op alle terreinen voldoende back-up te realiseren. Idealiter is op elk deelterrein een dubbele bezetting om kennis te kunnen borgen. Tijdens de Tourstart in Utrecht in 2015 bleek dit niet op alle terreinen voldoende het geval, hoofdzakelijk als gevolg van kostenbeheersing. Er is achteraf gezien (te) veel van de mensen in de organisatie in Utrecht gevraagd.

Verder is het zaak zoveel mogelijk gebruik te maken van de expertise die in Friesland én in Nederland is opgedaan met de organisatie van internationale (wiel)evenementen. Binnen Friesland is hiervan een voorbeeld aan te dragen: de ervaring van de organisatie van de Fietselfstedentocht bleek van grote waarde voor de organisatie van de Eneco Tour.

Tegenvallende bezoekersaantallen en weersomstandigheden mogelijke risico's

Er zijn gemengde gevoelens over de kans dat een internationale wielerronde in Friesland 'voldoende' publiek zal trekken, zoals in de orde van grootte van de Tourstart in 2015 (748.000 bezoeken door 370.000 individuen). Enkele experts uitten zich hier kritisch over en wijzen op grote, maar een niet onmogelijke, uitdaging om - los van de echte wielersfans die reistijd willen investeren - voldoende personen (van buiten Friesland) te verleiden om het wielerevenement in Friesland te bezoeken. De perceptie onder Nederlanders is volgens hen dat Friesland "ver weg" is. In steden als Utrecht (Tourstart 2015) en Apeldoorn (Start Giro 2016) is vanwege de bevolkingsdichtheid volgens hen een groot aantal toeschouwers makkelijker te realiseren dan in het relatief dunbevolkte Friesland.

Degenen die daar positiever over zijn, benoemen dat Friesland weliswaar relatief dunbevolkt is, maar dat in het toeristisch hoogseizoen in de zomer 2 miljoen toeristen in Friesland zijn. Die zouden een interessante doelgroep kunnen vormen, mocht het evenement in een vakantieperiode gepland worden. De Tour valt in de periode van de zomervakantie (juli), de Giro wordt daarvoor georganiseerd (mei) en

de Vuelta aan het einde van de zomer (augustus/september). Tevens wordt aangegeven dat wanneer Friezen eenmaal zijn warmgelopen voor het evenement, zij naar verwachting in grote aantallen naar het evenement afreizen, en zullen zorgen voor een gastvrije ontvangst van bezoekers. Voor het stimuleren van bezoek aan het evenement, dient budget vrijgemaakt te worden om een reclamecampagne te ontwikkelen die er niet alleen op gericht is om personen te verleiden tot een bezoek aan de wielerronde, maar daar tevens een meerdaags verblijf in Friesland van te maken.

De bezoekersaantallen zullen naar verwachting beïnvloed worden door de weersomstandigheden. Dit risico is zeker voor een evenement in de buitenlucht, waarvoor niet vooraf tickets gekocht te hoeven worden (los van de VIP-arrangementen e.d.), iets om in te calculeren. Er is gewezen op het regenachtige weer bij de start in Düsseldorf dat het aantal bezoekers negatief beïnvloed zou hebben.⁷

Inzetten op side events en andere afgeleide activiteiten ten behoeve van *legacy*

Belangrijk is om bij de voorbereiding van het bid te beslissen over de erfenis of *legacy* (blijvende effecten) die nagestreefd wordt. Hierbij kan gedacht worden aan zaken rond de hiervóór vermelde thema's of bijvoorbeeld een verbeterde fietsinfrastructuur. Dergelijke planvorming is onontbeerlijk om het momentum van een internationaal wielerevenement te benutten. Speciale aandacht dient hierbij uit te gaan naar management (maak iemand verantwoordelijk voor de *legacy*) en het afstemmen van het budget op de beoogde doelen.

Een voorbeeld dat is aangehaald zijn sport- en beweegprogramma's van gemeenten die aan het wielerevenement verbonden kunnen worden en als zodanig elkaar versterken. Friezen zijn hierbij de doelgroep en dat komt ook de verbinding met een topsportevenement, dat voor veel Friezen als een 'ver-van-mijn-bed-show' ervaren kan worden, ten goede. Tevens dienen ondernemers geënthousiasmeerd te worden om projecten rond het wielerevenement op poten te zetten. Een internationale wielerronde in Friesland is volgens de meeste experts ook goed te combineren met culturele activiteiten. De 'resultaten' van Culturele Hoofdstad 2018 kunnen zo een vervolg krijgen. Om rendement te optimaliseren, is het van belang dat er, bijvoorbeeld vanuit Merk Fryslân, co-marketing op gang wordt gebracht.

Het is van belang dat rond het evenement extra activiteiten georganiseerd worden. Die kunnen te maken hebben met het stimuleren van bewegen en een gezonde leefstijl. Partners dienen zich aan dit initiatief te verbinden. Ook dienen acties ontwikkeld te worden om de *awareness* te vergroten. Dit kan bijvoorbeeld een landelijke spaaractie van Jumbo zijn (vergelijkbaar met de acties met voetbal- en Freekkaartjes).

Een van de experts meldt dat gewaakt moet worden voor te veel side-events. Dat zou de aandacht te veel afleiden van het topsportevenement. Zie ook paragraaf 2.2 voor aanvullende algemene informatie over het stimuleren van positieve maatschappelijke effecten.

⁷ Volgens Deloitte (2017) was de Tourstart in Düsseldorf op zaterdag en zondag goed voor 1,2 miljoen bezoeken. De onderzoekers baseren zich hierbij op bezoekersaantallen die door de gemeente zijn gecommuniceerd. Deze cijfers zijn in het rapport niet onderbouwd en niet getoetst op plausibiliteit.

Personele capaciteit, expertise en accommodaties onderwijsinstellingen

Stenden/NHL geeft in het geval van een internationale wielerronde aan positief te staan tegenover een samenwerking. Die dient meer in diensten en faciliteiten gezocht te worden dan in een financiële bijdrage. Concreet kan hierbij gedacht worden aan de inzet van studenten bij onder andere de evenementenorganisatie en bij onderzoeken. Gedacht kan ook worden aan (maatschappelijke) stages en opdrachten. Daarnaast zijn er goede samenwerkingsmogelijkheden met de accommodaties en voorzieningen van Stenden/NHL: congreslocatie, hotellocatie en andere ruimtes voor grote bijeenkomsten. Ook andere Friese onderwijsinstellingen kunnen bij de organisatie betrokken worden.

3.3 Conclusie

Het beeld dat uit de interviews oprijst, is overwegend positief. Alle Friese experts hebben een positieve grondhouding voor het binnenhalen van de organisatierechten van een (start van een) internationale wielerronde. De houding van de bevolking jegens een dergelijk evenement wordt eveneens welwillend ingeschat. Leeuwarden lijkt de ideale plek om het startschot te lossen en een route met die op hoofdlijnen de elf steden volgt is wenselijk. Ook de Afsluitdijk wordt door het merendeel van de experts als een potentiële toplocatie aangewezen.

Het belangrijkste aandachtspunt lijkt het trekken van voldoende bezoekers te zijn (zeker buiten Leeuwarden), met de extra uitdaging om niet-Friezen aan te zetten tot een meerdaags bezoek aan de provincie. Daarnaast kan slecht weer roet in het eten gooien en zal het werven van private sponsoring buiten Friesland niet vanzelf gaan. Het is zaak in de organisatie op alle terreinen idealiter een dubbele bezetting te hebben en uitgekiende side-events en afgeleide activiteiten op poten te zetten om de Friese bevolking zo goed mogelijk bij het evenement te betrekken.

4. Conclusie

De kernvraag voor dit onderzoek luidt: “In hoeverre is het reëel te veronderstellen dat Friesland in aanmerking komt voor het gastheerschap van één van de grote wielerrondes en op deze manier sportieve eer weet te koppelen aan sfeer en beleving?”. Hiervoor is een literatuurstudie uitgevoerd en zijn interviews afgenomen. In dit hoofdstuk passeren de belangrijkste resultaten kort de revue.

Dit onderzoek wijst uit dat in de provincie Friesland de voorwaarden ruimschoots aanwezig zijn om een internationale wielerronde te organiseren met een positieve economische en maatschappelijke spin-off. Onder de geraadpleegde experts is er een stevig draagvlak en genoeg reden om de ambitie verder uit te werken. Bij een goede *businesscase* is een internationale wielerronde een aanjager voor het realiseren van doelen die in de provinciale uitvoeringsagenda 2015-2019 zijn opgetekend. Friesland heeft de ambitie om bij de top drie fietsprovincies van Nederland te behoren, de provincie werkt aan een toekomstbestendige en duurzame (circulaire) economie en Friesland wil zich - met het ‘verhaal van Fryslân’ (melk en water) - internationaal sterker profileren (provincie Friesland, 2015). De evenementenambitie van Friesland ligt bovendien in lijn met het in oktober 2017 gepubliceerde regeerakkoord 2017-2021. Daarin is vermeld dat het kabinet structureel 5 miljoen euro extra uittrekt ter ondersteuning van de organisatie van topsportevenementen in Nederland (VVD, CDA, D66 & CU, 2017). Verder is de *businesscase* van de wielerronde erbij gebaat als onder de bevolking een beroep wordt gedaan op gevoelens van Friese trots, *mienskip* (sociale participatie) en duurzaamheid.

Onder de geïnterviewde experts is een groot draagvlak voor de organisatie van een internationale wielerronde in Friesland. Friesland kan het alleen, maar een samenwerking met andere provincies is ook een reële optie. Bij samenwerking dient ervoor gewaakt te worden dat de Friese belangen voldoende bewaakt worden. Er wordt vooral voor de Tour en de Giro geopteerd, de Vuelta spreekt minder aan. De investering wordt ingeschat op 10 tot 18 miljoen euro en er is drie tot vijf jaar voorbereiding nodig. Een stichting lijkt de beste rechtsvorm, waarin zowel de publieke sector, de private sector en de wetenschap en het onderwijs vertegenwoordigd dienen te zijn. Belangrijk is borging van kennis binnen de organisatie door per terrein minstens twee verantwoordelijken te benoemen. Veelgenoemde locaties zijn: Leeuwarden (start), de elf steden (en Heerenveen en Drachten) en de Afsluitdijk.

De houding van de bevolking jegens een internationale wielerronde wordt welwillend ingeschat.⁸ Voorwaarde hiervoor is een aansprekend concept waaruit blijkt dat het evenement van de hele provincie is. Het genereren van voldoende private sponsoring is een horde die niet eenvoudig te nemen zal zijn. Wel is er, zeker in het huidige economische klimaat, voldoende perspectief.

De start van de Tour de France, de Giro of de Vuelta trekt in Friesland naar verwachting honderdduizenden bezoekers die hun geld spenderen bij Friese ondernemers en er is een garantie voor meerdere dagen internationale media-aandacht.

Het trekken van voldoende bezoekers zal aandacht vergen, zeker buiten Leeuwarden, mocht de start daar plaatsvinden. Er is een extra uitdaging om niet-Friezen te verleiden tot een meerdaags bezoek aan

⁸ Bij het doorzetten van de plannen wordt geadviseerd onderzoek te laten doen onder de Friese bevolking om een beter beeld te krijgen van het draagvlak. Naast draagvlak kunnen ook andere zaken aan de orde komen, zoals bezoekenintentie en beste locaties.

Friesland. Daarnaast kan slecht weer roet in het eten gooien, zeker omdat er geen tickets voor een bezoek gekocht hoeven te worden. Het is verder zaak om afgeleide activiteiten op poten te zetten en om de Friese bevolking zo goed mogelijk bij het evenement te betrekken. Zodoende kan de internationale wielerronde niet alleen een sportieve *happening* worden in Friesland, maar ook vóór Friesland.

Mogelijke volgende stappen in het proces zijn het uitvoeren van representatief onderzoek onder de Friese bevolking (o.a. draagvlak, bezoekenintentie, voorkeur welke wielerronde), het laten uitvoeren van een prognose van de economische en maatschappelijke impact en het in samenspraak met potentiële partners ontwikkelen van een *businesscase* c.q. evenementenconcept (o.a. verknoping evenement met beleid) en bijbehorende side-events.

Bij het doorzetten van de concretisering van de ambitie is het zaak te investeren in een lobbytraject. Van belang daarbij is dat Friesland zich in de internationale wielwereld in de kijker blijft spelen. Dat kan onder andere met de organisatie van de BinckBank Tour (in 2018 of 2019). De provincie kan zich zo blijven presenteren als 'wielprovincie' en daarmee de banden met publieke en private organisaties en wielploegen (verder) versterken. Werk maken van een lobby betekent ook dat op korte termijn afspraken met de rechthouder(s) ASO en/of RCS Sport gepland dienen te worden om de ontvankelijkheid voor een Fries bid af te tasten. Het in de arm nemen van aansprekende ambassadeurs voor het evenement, zoals een (Friese) toprenner en/of een (ex-)topsporter, is daarbij belangrijk (bijvoorbeeld Bauke Mollema, Pieter Weening, Sven Kramer, Rintje Ritsma, Epke Zonderland of Marit Bouwmeester). Met name bij het bezoek aan ASO is het belangrijk om met een 'zware delegatie' af te reizen naar het ASO-kantoor in Parijs (burgemeester, gedeputeerde, commissaris van de koning). Bij RCS Sport, dat kantoor houdt in Milaan, lijkt dit minder van belang. In het gesprek (en wellicht ook al in de *letter of intent*) dienen de antwoorden op twee vragen centraal te staan. Ten eerste: waarom wil Friesland een bid doen en hoe gaat dat de provincie (en gemeenten) helpen bij het realiseren van de beleidsdoelen? Ten tweede: op welke wijze kan een Fries bid zo goed mogelijk tegemoetkomen aan de eisen van de rechthouder en hoe kan het wielerevenement in Friesland bijdragen aan het verwezenlijken van de toekomstambities van de rechthouder en die van het wielrennen in het algemeen?

Literatuur

Openbare rapporten worden in de webbrowser geopend door op de titel van het rapport te klikken.

Bottenburg, M. van, Dijk, B., Hover, P., Bakker, S., Smits, F. & Slender, H. (2015). *Evaluatie Le Grand Départ Utrecht 2015*. Utrecht: Universiteit Utrecht.

Briene, M., Meurs, E. & Wienhoven, M. (2010a). *Beleving van de Giro d'Italia Utrecht*. Rotterdam: ECORYS Nederland BV.

Briene, M., Meurs, E. & Wienhoven, M. (2010b). *Impact Giro d'Italia Utrecht*. Rotterdam: Ecorys Nederland BV.

Briene, M., Meurs, E. & Wienhoven, M. (2010c). *Tabellenboek Giro d'Italia Utrecht*. Rotterdam: Ecorys Nederland BV.

Buijs, T. van den, Schipper, L. & Muller-ter Horst, W. (Red.) (2015). *Evaluatie Tour de France Zeeland 2015*. Z.pl.: Provincie Zeeland.

Deloitte (2017). *Analyse der auswirkungen des Grand Départ der Tour de France in Düsseldorf*. Düsseldorf: Deloitte.

Dijk, B., Bekhuis, H., Schoemaker, J., Janssen, L., Pater, M. de & Boer, W.I.J. de (2016). *Evaluatie Giro Gelderland 2016*. Nijmegen: Hogeschool van Arnhem en Nijmegen.

ENECO Tour 2015 (2015). *Persdossier 2015*. Z.Pl.

Giro Gelderland (2016). *Eindrapport Giro Gelderland*. Z.pl.: Giro Gelderland.

Gool, W. van, Oldenboom, E.R., Ratgers, L. & Schendel, A. van (2009). *La Vuelta Drenthe Holanda. Beleving en economische impact*. Epse/Breda: Meerwaarde Community Building/NHTV Internationale Hogeschool Breda.

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

Hover, P. & Stam, N. (2017). *Naar Brabantse sportevenementen met maatschappelijke impact*. Utrecht: Mulier Instituut.

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

Kenniscentrum Kusttoerisme (2015). *Tour de France Zeeland: Geslaagd!* Z.pl.: Provincie Zeeland.

Leeds City Council (2014). *Three Inspirational Days. Impact of the UK Stages of the Tour de France 2014*. Z.pl.: Leeds City Council.

Meerwaarde, Sport2B & Hogeschool van Amsterdam (2010). *Giro d'Italia in Amsterdam. Economische impact en beleving*. Amsterdam: Meerwaarde/Sport2B/Hogeschool van Amsterdam.

Misener, L., & Schulenkorf, N. (in press). Rethinking the Social Value of Sport Events Through an Asset Based Community Development (ABCD) Perspective, *Journal of Sport Management*. doi: <http://dx.doi.org/10.1123/jsm.2015-0203>.

Provincie Friesland (2015). *Uitvoeringsagenda 2015-2019. Mei elkenien foar elkenien*. Leeuwarden: provincie Friesland.

Provincie Zeeland (2015). *Facts & figures Tour in Zeeland*. Z.pl.: Provincie Zeeland.

Slangen, H., Hover, P., Bakker, S., Pardal de Sousa, S., Schendel, A. van & Jong, E. de (2013). *Evaluatie WK Wielrennen 2012: economische impact, beleving onder lokale bevolking en promotionele waarde*. Heerlen: Zuyd Hogeschool.

Sport Drenthe (2009). *Drenthe fietst aangepast - La Vuelta (2009)*. Z.pl.: Provincie Drenthe.

Sport Event Denmark & Wonderful Copenhagen (2011). *Tourist Economic Impact Analysis and Evaluation, UCI Road World Championships 2011*. Z.pl.: UCI Road World Championships 2011.

Vogelaar, D. (2010). *Economische impact Le Grand Départ du Tour de France 2010 Rotterdam*. Rotterdam: Hogeschool Rotterdam.

VVD, CDA, D66 & CU (2017). *Vertrouwen in de toekomst. Regeerakkoord 2017 - 2021*. VVD, CDA, D66 en ChristenUnie.

Bijlage 1 Geïnterviewde experts

Onderstaande experts - geselecteerd door de provincie, in samenspraak met het Mulier Instituut - zijn geïnterviewd.

1.	Joop Atsma	Lid Eerste Kamer (CDA) ⁹	
2.	Arjan Bos	TVM Verzekeringen	CEO - voorzitter
3.	Martin Cnossen	Merk Fryslân	Directeur
4.	Ferd Crone	Gemeente Leeuwarden	Burgemeester
5.	Luuc Eisenga	sc Heerenveen	Algemeen directeur ¹⁰
6.	Anne Hettinga	Arriva Nederland	Algemeen directeur
7.	Martijn van Hulsteijn	BMC Advies	Senior consultant ¹¹
8.	Jan van Iersel	NHL Hogeschool/Stenden	Vice President
9.	Berndt Kodden	FrieslandCampina	CEO
10.	Stephan Rekker	Friese Fiets Elfstedentocht	Voorzitter
11.	Durk Stoker	Gemeente Súdwest-Fryslân	Wethouder

⁹ Atsma was voorzitter van de Koninklijke Nederlandse Wielrenunie (KNWU).

¹⁰ Eisenga was voorzitter van de Association International des Groupes Cyclistes Professionnels (AIGCP; belangenvereniging van professionele wielerploegen) en was lid van de Union Cycliste Internationale (UCI; internationale wielersportorganisatie).

¹¹ Van Hulsteijn was projectdirecteur Grand Départ Tour de France Utrecht 2015.

Bijlage 2 Toelichting economische impact

De economische impact heeft betrekking op extra bestedingen als gevolg van het plaatsvinden van het evenement. Het gaat om bestedingen tijdens (soms ook kort na) het evenement. Een mogelijk economisch effect op de langere termijn (bijvoorbeeld een groei van de toeristenstroom) is dus niet in dit bedrag verdisconteerd.

De economische impact van een evenement wordt beïnvloed door het geografisch gebied dat bij het onderzoek centraal staat. Doorgaans wordt de impact lager naarmate de regio groter is. De economische impact van een evenement in Leeuwarden is voor de provinciale hoofdstad altijd hoger dan voor Friesland.

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

Bij de economische impact wordt meestal geen *crowding out* verrekend (evenementenbezoekers verdringen lokale inwoners en andere toeristen). 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 betreffende regio hebben gemeden: zien zij af van een bezoek of plannen zij hun bezoek op een ander moment?



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