Second opinion kosten-batenanalyse van het WK voetbal 2018

- Eindrapportage -

Opdrachtgever:

The HollandBelgium Bid

Hoofddorp
24 maart 2010

Inhoud

0. Samenvattende conclusies 2

1. Inleiding..... 5

2. Algemene kanttekeningen bij het onderzoek 6

3. Kanttekeningen bij de kosten-analyses..... 9

4. Kanttekeningen bij de baten-analyses 15

Referenties 25

0. Samenvattende conclusies

Nederland heeft zich kandidaat gesteld voor de organisatie van het WK voetbal. Om de besluitvorming over dit traject te voeden heeft het Ministerie van Economische Zaken SEO gevraagd een objectief en zo compleet mogelijk beeld te schetsen van de maatschappelijke kosten en baten van het WK.

Het door SEO opgestelde MKBA-rapport ziet er op het eerste gezicht indrukwekkend uit. De onderzoekers hebben in relatief korte tijd veel relevante informatie verzameld en op overzichtelijke wijze gepresenteerd. Daarvoor verdienen zij lof.

Helaas kent rapport een vrij negatieve toonzetting. En wie met enig verstand van zaken het stuk ter hand neemt constateert al lezend dat de analyse op een aantal punten wel erg kort door de bocht gaat, incompleet of selectief is en soms gebaseerd is op onjuiste of achterhaalde aannames. Dat is jammer en tegelijk ook verontrustend met het oog op een zo zuiver mogelijke politieke en maatschappelijke discussie over onze kandidatuur voor de organisatie van dit unieke evenement.

In deze second opinion hebben wij getracht onze vingers op de zere plekken te leggen. Waar mogelijk hebben wij getracht vanuit een positieve grondhouding concrete verbeteringen aan te dragen in de vorm van alternatieve berekeningen.

Naast de algemene kritiekpunten ten aanzien van de negatieve toonzetting, de soms selectieve argumentatie en kort-door-de-bocht analyses constateren wij dat SEO bij de kosten van het WK ruim overschat. Dit zit met name in de te conservatieve realistische inschatting van de autonome (los van het WK) ontwikkeling van de stadioncapaciteit in ons land. Vanuit onze actuele kennis van huidige en toekomstige stadionontwikkelingen tonen wij aan dat de autonome capaciteitsgroei hoger is dan door SEO voorzien. Zo wordt de tweede Kuip ook zonder WK gerealiseerd. Weliswaar iets kleiner, maar de kosten horen niet thuis in de WK-begroting. Dat geldt ook voor de uitbreiding van het Philips stadion in Eindhoven. Bovendien tonen modelberekeningen aan dat het rendement van de noodzakelijke extra WK-uitbreiding hoger ligt dan door SEO voorzien. Onderstaande tabel geeft de totale kosten van het WK voetbal voor Nederland (NCW, in miljoenen), exclusief de PM-posten. In het waarschijnlijke scenario komen wij bijna een derde lager uit.

Tabel 5.1 Totale kosten WK voetbal in Nederland (NCW, x miljoen)

	ongunstig	waarschijnlijk	gunstig
SEO	€ -1.251,0	€ -475,8	€ -301,1
Verbeterde versie	€ -726,9	€ -340,0	€ -146,5

Ook aan de batenkant zijn er kanttekeningen te plaatsen bij de SEO analyses. Zo lijkt de aanname dat bij uitschakeling van een land alle mediavertegenwoordigers uit dat land het toernooi verlaten weinig realistisch. De media blijven immers, ook in

uitgeschakelde landen, tot aan de finale het WK verslaan. Een alternatieve berekening leidt tot zeven procent hogere bestedingen vanuit de mediasector.

Ingrijpender zijn de verbeteringen in de berekening van de toeristische bestedingen. Een aantal aannames van SEO zijn naar ons idee niet realistisch. Zo hanteren de onderzoekers een verdringingseffect van 75 procent, wat wil zeggen dat voor elke vier bezoekers er die anderen worden 'weggejaagd'. Wij geven vijf argumenten om dit percentage fors naar beneden bij te stellen. Onze alternatieve, meer realistische berekening leidt daarmee tot aanzienlijk hogere toeristische bestedingen

Tabel 5.2 Totale baten WK voetbal in Nederland (NCW, x miljoen)

	ongunstig	waarschijnlijk	gunstig
SEO	€ 187,5	€ 321,0	€ 704,8
Verbeterde versie	€ 275,8	€ 569,4	€ 1.444,7

Wanneer we onze berekeningen vergelijken met de uitkomsten van het SEO-rapport blijken de verschillen aanzienlijk. Waar SEO alleen in het gunstige scenario tot een maatschappelijke plus komt, geldt dat bij de herziene berekeningen ook voor het waarschijnlijke scenario. Het ongunstige scenario kent in beide berekeningen een negatief saldo, maar is in onze analyse nog niet de helft van wat het SEO voorziet. Uitgaand van de in onze ogen realistischer aannames levert het WK in het waarschijnlijke scenario een maatschappelijk surplus op van € 226,9 miljoen.

Tabel 5.3 Saldo kosten en baten WK voetbal voor Nederland (NCW, x miljoen)

SEO	ongunstig	waarschijnlijk	gunstig
Totale kosten	€ -1.251,0	€ -475,8	€ -301,1
Totale baten	€ 187,5	€ 321,0	€ 704,8
Saldo	**€ -1.063,5**	**€ -154,8**	**€ 403,7**

Verbeterde versie	ongunstig	waarschijnlijk	gunstig
Totale kosten	€ -726,9	€ -340,0	€ -146,5
Totale baten	€ 275,8	€ 569,4	€ 1.444,7
Saldo	**€ -451,1**	**€ 229,4**	**€ 1.298,2**

SEO becijfert dat in het waarschijnlijke scenario de niet-gemonetariseerde maatschappelijke baten van het WK tenminste € 9 per Nederlander moeten bedragen om het financiële gat van € 154,8 miljoen te dichten. In het ongunstige scenario komt SEO zelfs op een bedrag van € 64 per Nederlander. Na herberekening komen wij in het ongunstige scenario op een negatief saldo van € 27 per Nederlander. De vraag is nu hoe dit financiële tekort zich verhoudt tot de niet-gemonetariseerde maatschappelijke baten. Onderzoek rond de Olympische Spelen in Londen biedt hier een aardige indicatie. Londenaren blijken de zachte, maatschappelijke baten van de komende Olympische Spelen (imago, trots, sociale cohesie) in 2005 te waarderen op ruim € 24 euro per persoon. Het is zeker niet denkbeeldig dat het saldo van de resterende maatschappelijke kosten en baten ruimschoots opweegt tegen dit resterende gaatje.

Kortom, wij hebben een aanzienlijk positiever oordeel over het financieel en maatschappelijk rendement van het WK voetbal. Op basis van meer realistische berekeningen achten wij de kans zeer groot dat de financieel-economische baten van het evenement voor ons land (ruimschoots) opwegen tegen de kosten. Wanneer de waarde van de maatschappelijke baten de € 27 overstijgt is het evenement zelfs in de meest ongunstige variant maatschappelijk rendabel.

1. Inleiding

Nederland en België hebben zich kandidaat gesteld voor het organiseren van het WK voetbal in 2018. Aan deze ambitie zijn aanzienlijke kosten verbonden, waarvan een deel uit publieke middelen zal moeten worden gefinancierd. Het is dan ook logisch dat de vraag wordt gesteld of de eventuele organisatie van het WK in ons land maatschappelijk verantwoord is. Wegen de financiële en maatschappelijke baten van het evenement op tegen de financiële en maatschappelijke kosten?

Om een antwoord te krijgen op deze vraag heeft het ministerie van Economische Zaken besloten een maatschappelijke kosten en batenanalyse (MKBA) te laten uitvoeren. Zij heeft SEO Economisch Onderzoek gevraagd dit onderzoek uit te voeren. Vanwege het ontbreken van detailinzichten over een WK in Nederland heeft SEO moeten volstaan met een kengetallen kosten-batenanalyse. Het onderzoek is in februari van dit jaar afgerond.

Na lezing van het onderzoeksrapport ontstond bij de The HollandBelgium Bid, de gezamenlijke Nederlands-Belgische bidorganisatie, behoefte aan een second opinion op de aannames en kengetallen en analyses waarop de MKBA is gebaseerd. Deze behoefte werd gedeeld door Olympisch Vuur, het coördinerend orgaan van het Olympisch Plan 2028. The HollandBelgium Bid heeft daarop een consortium van Sport2B, Meerwaarde, het Mulier Instituut en Hypercube gevraagd een second opinion onderzoek uit te voeren op de door SEO uitgevoerde MKBA. Doel van deze second opinion is om waar mogelijk verbeterpunten aan te dragen voor een scherper en realistischer beeld van de maatschappelijke kosten en baten van de organisatie van het WK voetbal

Deze rapportage is als volgt opgebouwd. In het volgende hoofdstuk presenteren wij enkele algemene kanttekeningen bij het MKBA-onderzoek. Vervolgens richten wij ons in hoofdstuk 3 op de kostenkant van het WK. Wij identificeren enkele zwakke punten in de MKBA en presenteren via een alternatieve analyse een meer realistisch beeld. In hoofdstuk 4 doen we hetzelfde voor de batenkant. Ook daar wijzen we op de tekortkomingen van de MKBA en dragen wij aanvullende inzichten aan. We sluiten af met een beknopte conclusie.

2. Algemene kanttekeningen bij het onderzoek

In dit hoofdstuk plaatsen wij enkele fundamentele kanttekeningen bij de MKBA. Sommige van de genoemde punten komen in de volgende hoofdstukken nogmaals in meer detail aan de orde.

Legitimatie en gebruik MKBA
De onderzoekers geven aan dat de waarde van een MKBA toeneemt als zij eerder in het beleidsproces wordt ingezet. Wij sluiten ons hierbij aan en zouden willen stellen dat het doel van een MKBA is het voeden van een maatschappelijke c.q. beleids-discussie. Het is 'input', geen *'oordeel'*. Een goede MKBA biedt dus ruimte voor een 'beleidsdiscussie': bijvoorbeeld welke positieve effecten kunnen gemaximaliseerd worden en welke negatieve geminimaliseerd.

Deze functie van een MKBA wordt in het SEO-rapport te weinig benadrukt. Sterker nog, al in de eerste zin van de samenvatting wekken de onderzoekers de indruk dat het maatschappelijk oordeel reeds geveld is. Los van het teken van het saldo, waar later meer over, vinden wij deze uitspraak veel te stellig en geen recht doen aan de status en functie van de MKBA in het algemeen en deze MKBA in het bijzonder.

De auteurs beweren dat de MKBA goed geworteld is in de economische weten-schap. Niet alle economen staan op dit standpunt, zie bijvoorbeeld de kritische opmerkingen van Nobelprijswinnaar Paul Samuelson over fundamenten van de kosten batenanalyse, zoals consumer surplus en opportunity costs (Samuelson 1983). Het proefschrift van Oldenboom komt tot de conclusie dat er geen aansluiting is tussen de welvaartstheorie en een klassieke MKBA (Oldenboom 2006). Een klassieke MKBA, die aanstuurt op één saldogetal (evt. aangevuld met PM posten), heeft twee nadelen:

1. Hij geeft geen inzicht in de verdeling van de kosten en baten over verschillende sectoren
2. In de afweging wordt geen onderscheid gemaakt tussen particuliere en publieke kosten en baten (in jargon: 'publieke baten' = 'externe effecten')

Juist deze twee kwesties zijn voor de politieke afweging uiterst relevant.

Het voert hier te ver om deze economische discussie te voeren; wat wij willen aangeven is dat er wel degelijk kanttekeningen te plaatsen zijn bij de klassieke MKBA als 'beoordelingsinstrument'. Zeker wanneer het instrument wordt gebruikt als hulpmiddel voor beleidsbeslissingen.

Een belangrijk aspect in dit verband is dat veel overheidsuitgaven in de praktijk en in de economische literatuur worden gelegitimeerd aan de hand van de externe effecten. Dit geldt bijvoorbeeld in sterke mate voor uitgaven aan zaken als onderwijs en defensie. Directe economische (particuliere) baten zijn mooi meegenomen, maar het belangrijkste argument ligt in de publieke baten, de externe effecten, zoals zelfontplooiing en veiligheid.

Onderzoek tijdens Euro 2000 en NeXXt 2005 wees uit dat Nederlanders promotie van ons land het belangrijkste publieke effect vonden van deze evenementen. Ook de positieve bijdrage aan sociale cohesie werd vaak genoemd als positief extern effect. Dergelijke promotionele effecten op en sociale cohesie-effecten komen in de kosten baten analyse van het WK echter niet of nauwelijks aan de orde.

Negatieve insteek en selectieve argumentatie
Een tweede algemene kanttekening die wij willen maken is de kritische zo niet negatieve insteek die het SEO in rapport heeft gekozen. In de wetenschappelijke discussie rondom economische effecten van sportevenementen zijn op dit moment grofweg twee groepen economen te onderscheiden:

1) (macro)economen die het bestaan van positieve economische impact ontkennen, en
2) regionale economen die wel een positieve impact ontwaren, zij het relatief klein ten opzichte van het BNP.

De eerste groep baseert zich vooral op officiële, regionale of zelfs nationale statistieken, de tweede groep op empirisch onderzoek ter plekke. SEO kiest onomwonden voor de eerste groep en beweert dat er geen onderzoek bestaat dat impact aantoont. Daarmee negeert zij de resultaten die veelvuldig en onderbouwd door de tweede groep worden aangedragen.

Het bezwaar tegen het gebruik van regionale of nationale statistieken is dat ze te grofmazig zijn om de effecten werkelijk waar te nemen. Effecten van honderden miljoenen Euro zijn in de orde van enkele promilles van het BNP. Het is alsof iemand de landelijke KNMI neerslag gegevens gebruikt om te bewijzen dat het ergens niet geregend heeft terwijl u terplekke toch echt flink nat bent geworden.

We kunnen een vergelijking maken met de kosten- en batenanalyses rond weg-infrastructuur. Bij het legitimeren van investeringen in bijvoorbeeld een nieuwe wegverbinding wordt uitgegaan van micro economische baten die op basis van veronderstellingen berekend worden, bijvoorbeeld inzake tijdsbesparing. Dat is meestal voldoende. Terwijl geen econoom ooit op macro niveau de tijdsbesparende effecten van een investering van € 500 miljoen in weginfrastructuur kunnen aantonen. Evenzo kunnen de door empirische economen onderbouwde en berekende micro economische baten van een sportevenement, niet gelogenstraft worden door het ontbreken van macro economische effecten.

Jumping to conclusions
Ten derde hebben wij moeite met de wijze waarop in het rapport wordt omgegaan met het effect van het WK op de sportparticipatie in ons land en de vele baten die daarmee samenhangen. De opmerking ‘dat er weinig empirisch bewijs is dat een groot sportevenement de sportparticipatie in Nederland een impuls geeft’ is op zich correct. Maar als concluderende laatste zin van een inhoudelijk magere paragraaf over dit beleidsmatig en maatschappelijk zo belangrijke onderwerp onderstreept is zij wel erg kort door de bocht. De aan de genoemde slotzin voorafgaande constatering

dat EURO 2000 geen invloed heeft gehad op de landelijke sportparticipatiecijfers is in lijn met eerder genoemde opmerking over de neerslagcijfers van het KNMI.

De onderzoekers merken terecht op dat rond het WK een breed scala aan maatschappelijke projecten voorzien is die speciaal gericht zijn op het bevorderen van gezond en sportief gedrag. De maatschappelijke baten van dergelijke projecten kunnen aanzien zijn. Wij delen de constatering van SEO dat deze effecten eerder aan deze projecten zijn toe te wijzen dan aan het WK. Echter, de katalyserende werking van topsportevenementen voor dergelijke projecten lijkt substantieel. De opmerking dat dergelijke maatschappelijke projecten ook uitstekend zonder het WK kunnen worden uitgevoerd is daarmee slechts ten dele waar. Het WK heeft zonder twijfel een positief effect op de effectiviteit en efficiency van dergelijke projecten en levert daarmee wel degelijk een bijdrage aan het verhogen van de (lokale) sportparticipatie. Het is te betreuren dat de onderzoekers het ontbreken van een sprong in de landelijke participatiecijfers na EURO 2000 als argument te hanteren om te twijfelen aan dit effect en daarmee het waarschijnlijke scenario een positief oordeel onthouden en het ongunstige scenario zelfs van een negatieve PM-post te voorzien.

In de volgende hoofdstukken plaatsen wij vanuit een constructieve houding enkele kritische kanttekeningen bij achtereenvolgens de kosten- en batenanalyses.

3. Kanttekeningen bij de kosten-analyses

In dit hoofdstuk richten wij ons op de kosten van het WK voetbal en de wijze waarop deze in de MKBA zijn verwerkt. We benoemen zwakke plekken in de MKBA en presenteren waar mogelijk meer realistische aannames en inzichten.

Kosten aanpassing stadions
De belangrijkste kostenpost in de MKBA wordt gevormd door de kosten die samenhangen met de aanpassing van de speelstadions. In het waarschijnlijke en het gunstige scenario bedragen deze kosten ongeveer 60 procent van de totale kosten. In het ongunstige scenario gaat het om bijna 70 procent van de totale kosten. De analyse van de benodigde stadionaanpassingen speelt dus een centrale rol in de kostencalculaties en daarmee de uitkomsten van de MKBA.

Gezien het grote belang van de post 'stadionkosten' is het van belang de analyse van deze kostenpost met de grootste zorgvuldigheid uit te voeren. Toch roepen een aantal aannames vraagtekens op en lijkt er in de berekeningen ruimte voor meer realiteitszin. Hypercube heeft via diverse onderzoeken voor zowel de KNVB als individuele betaald voetbalclubs een brede en actuele expertise opgebouwd ten aanzien van de huidige en toekomstige stadioncapaciteit in het Nederlandse betaald voetbal. Vanuit deze deskundigheid zijn de aannames in de MKBA over de kosten en baten van stadionaanpassingen getoetst op realiteitszin en eventuele verbeterpotentie.

Uitgangspunten MKBA mbt capaciteit
SEO begint haar analyses met de huidige capaciteit van de benodigde stadions. Vervolgens wordt deze huidige capaciteit geconfronteerd met de voor het WK benodigde capaciteit en worden aannames gedaan omtrent de autonome (los van het WK) ontwikkeling van de capaciteit van de verschillende stadions. Onderstaande tabel bevat de door SEO gebruikte getallen.

Tabel 3.1 Capaciteit stadions WK bid (huidig, autonome groei en benodigd voor WK) volgens SEO

		stadion capaciteit		
stad	stadion	huidig	autonome ontwikkelin	benodigd voor WK
Amsterdam	Olymisch stadion	22.000	-	45.000
Amsterdam	ArenA	51.500	3.500	65.000
Rotterdam	De 'oude' Kuip	51.500	-	45.000
Rotterdam	De 'nieuwe' Kuip	-	65.000	85.000
Eindhoven	Philips stadion	35.000	-	45.000
Heerenveen	Abe Lenstra Stadion	26.000	6.000	45.000
Enschede	De Grolsch Veste	23.500	9.000	45.000

Van deze stadions zullen er vijf daadwerkelijk de vereiste WK-capaciteit moeten bereiken (in het 'gunstige' en 'verwachte' scenario) aangezien het WK in tien stadions gespeeld wordt en de verdeling tussen België en Nederland gelijk zal zijn (met het 'finale stadion' in Nederland). Voor het 'ongunstige' scenario is het uitgangs-

punt dat alle zeven Nederlandse stadions bespeeld worden en dus daadwerkelijk de WK-capaciteit moeten bereiken. In een 'gunstig' scenario zal er geen extra 'halve finale stadion' ontwikkeld worden, maar zal deze halve finale in het 'finale stadion' plaatsvinden.

Bezettingsgraden en uitbreidingsplannen huidige stadions

Tabel 3.2 bevat een overzicht van de bezettingsgraden van de voor het WK geselecteerde stadions bij thuiswedstrijden van de lokale betaald voetbal clubs. Met uitzondering van de Kuip hebben alle accommodaties al een aantal jaren een bezettingsgraad van rond de 95 procent. Dit is voor sportaccommodaties een uitzonderlijk hoog percentage. De gemiddelde stadionbezetting van de Nederlandse clubs behoort daarmee ook tot de hoogste van Europa. Met de nog altijd groeiende populariteit van het Nederlandse voetbal op de achtergrond ligt het voor de hand dat vrijwel alle stadions de komende tijd hun capaciteit zullen uitbreiden.

Tabel 3.2 Bezettingsgraden stadions

stad	stadion	club	'06/'07	'07/'08	'08/'09	'09/'10
Amsterdam	ArenA	Ajax	94%	95%	95%	93%
Rotterdam	De Kuip	Feyenoord	80%	88%	86%	88%
Eindhoven	Philips stadion	PSV	95%	95%	94%	95%
Heerenveen	Abe Lenstra Stadion	sc Heerenveen	95%	94%	96%	96%
Enschede	De Grolsch Veste	FC Twente	99%	99%	97%	98%

Deze veronderstelling wordt bevestigd door de bestaande uitbreidingsplannen voor diverse stadions. Zo bestaat voor het Philips stadion al een uitbreidingsplan om de capaciteit (autonoom!) te vergroten tot 45.000 toeschouwers. Bij FC Twente bestaan al plannen om na de voorziene capaciteitsvergroting tot 32.500 verder uit te breiden tot 45.000.

Optimale stadioncapaciteit

Extra capaciteitsuitbreidingen voor het WK, bovenop de autonome ontwikkelingen, zijn niet per definitie onrendabel. Afhankelijk van de sportieve kwaliteit van het lokale team kunnen deze uitbreidingen weldegelijk (gedeeltelijk) rendabel zijn. Hypercube heeft een methode ontwikkeld die, rekening houdend met de demografie van de regio, de bedrijvigheid in de regio, de sportieve kwaliteit van het team en eventuele interferentie van omliggende clubs, berekent wat een reëel toeschouwerpotentieel is. De ervaring leert dat uitbreidingsinvesteringen rendabel blijken wanneer de gemiddelde bezettingsgraad van het uitgebreide stadion niet onder de 90% zakt.

Met deze methode is het toeschouwerspotentieel geanalyseerd van de bespelers van de diverse WK stadions. Dit inzicht leidt vervolgens tot een oordeel over de rentabiliteit of realiteitszin van eventuele uitbreidingsplannen. Tabel 3.3 bevat de uitkomsten van deze analyse. Voor alle clubs zijn drie scenario's gedefinieerd: matig, goed en uitzonderlijk sportief presteren. Deze scenario's relateren wij aan de drie in de MKBA gedefinieerde scenario's: ongunstig, waarschijnlijk en gunstig.

Tabel 3.3 Toeschouwers potentieel en optimale stadioncapaciteit per club bij verschillende niveaus van sportief presteren

			toeschouwers potentieel			rendabele stadioncapaciteit		
stad	stadion	club	matig	goed	uitzonderlijk	matig	goed	uitzonderlijk
Amsterdam	Olymisch stadion	-	-	-	-	-	-	-
Amsterdam	ArenA	Ajax	49.000	56.000	64.000	55.000	63.000	72.000
Rotterdam	De 'oude' Kuip	-	-	-	-	-	-	-
Rotterdam	De 'nieuwe' Kuip	Feyenoord	42.000	57.000	73.000	47.000	64.000	82.000
Eindhoven	Philips stadion	PSV	35.000	39.000	45.000	39.000	44.000	50.000
Heerenveen	Abe Lenstra Stadion	sc Heerenveen	27.000	30.000	32.000	30.000	34.000	36.000
Enschede	De Grolsch Veste	FC Twente	24.000	27.000	30.000	27.000	30.000	34.000

Duidelijk is dat de voor het WK geplande uitbreiding van het Philips stadion tot 45.000 zitplaatsen een zeer verantwoorde, bijna noodzakelijke, ontwikkeling is. Niet voor niets zijn deze uitbreidingsplannen ook los van het WK al in gang gezet. Op basis van bovenstaande argumenten dient deze uitbreiding dan ook als autonoom beleid te worden gezien.

Ook de voor het WK geplande uitbreiding van de Amsterdam ArenA is naar verwachting voor een groot deel weldegelijk rendabel. In het waarschijnlijke (goed sportief presteren) en gunstige (uitzonderlijk sportief presteren) scenario zal de voorziene extra capaciteit ook na het WK worden benut. De plannen voor extra uitbreiding van De Grolsch Veste en het Abe Lenstra stadion, tot 45.000 toeschouwers, lijken daarentegen niet verantwoord.

Uitgangspunten MKBA mbt investeringen

Tabel 3.4 bevat een overzicht van de capaciteitsanalyse van SEO en de benodigde investeringen die daar volgens de onderzoekers bij horen.

Tabel 3.4 Benodigde investeringen voor uitbreiding tot WK-capaciteit volgens SEO

		stadion capaciteit			
stad	stadion	na autonome ontwikkeling	benodigd voor WK	Benodigde investering	
Amsterdam	Olymisch stadion	22.000	45.000	€	22,5 M
Amsterdam	ArenA	55.000	65.000	€	80,0 M
Rotterdam	De 'oude' Kuip	51.500	45.000	€	-
Rotterdam	De 'nieuwe' Kuip	-	85.000	€	600,0 M
Eindhoven	Philips stadion	35.000	45.000	€	80,0 M
Heerenveen	Abe Lenstra Stadion	32.000	45.000	€	40,0 M
Enschede	De Grolsch Veste	32.500	45.000	€	40,0 M

De uitbreidingen van het Olympisch stadion, het Abe Lenstra Stadion en De Grolsch Veste zullen tijdelijk zijn. Om die reden liggen de benodigde investeringen relatief lager. Voor de ArenA zal de huidige constructie (zoals het dak) tijdelijk worden aangepast waardoor de kosten van de uitbreiding relatief hoog liggen. Ditzelfde geldt, in iets mindere mate, voor het Philips stadion. De ‘nieuwe’ Kuip zal geheel nieuw gebouwd moeten worden, vandaar het hoge bedrag.

Realistische inschatting WK-gerelateerde investeringen
Hypercube heeft op basis van praktijkervaring en bestaande bouwplannen een eigen methode ontwikkeld om de kosten van stadionuitbreiding of –nieuwbouw in te schatten. Met deze methode is berekend welke kosten gemoeid zijn met de voor het WK benodigde capaciteitsuitbreiding, waarbij is uitgegaan van meer realistische aannames ten aanzien van de autonome stadionexpansie. Evenals in de SEO-analyse zijn deze verwachte kosten uitgezet in de tijd en vervolgens netto contant gemaakt naar 2010. Onderstaande tabel confronteert de inschattingen van SEO met die van Hypercube.

Tabel 3.5 Investeringen uitbreiding stadions tot WK-capaciteit, volgens SEO en inschattingen Hypercube

stad	stadion	investering (SEO)	investering (SEO, 2010 prijzen)	investering (Hypercube, 2010
Amsterdam	Olymisch stadion	€ 22,5 M	€ 15 M	€ 22 M
Amsterdam	ArenA	€ 80,0 M	€ 54 M	€ 63 M
Rotterdam	De 'oude' Kuip	€ -	€ -	€ -
Rotterdam	De 'nieuwe' Kuip	€ 600,0 M	€ 405 M	€ 100 M
Eindhoven	Philips stadion	€ 80,0 M	€ 54 M	€ -
Heerenveen	Abe Lenstra Stadion	€ 40,0 M	€ 27 M	€ 31 M
Enschede	De Grolsch Veste	€ 40,0 M	€ 27 M	€ 30 M
Totaal		**€ 862,5 M**	**€ 582 M**	**€ 245 M**

SEO rekent in haar analyse 25% van de kosten van de tijdelijke uitbreiding van het Olympisch Stadion (€ 30 miljoen) toe aan het EK Atletiek van 2016 waarvoor Amsterdam één van de twee kandidaten is. Driekwart van de kosten wordt door de onderzoekers toegerekend aan het WK. In de analyses van Hypercube wordt voorzichtigheidshalve 100% van de uitbreidingskosten meegenomen.

SEO komt tot een kostenpost van € 582 miljoen (prijzen 2010). De berekeningen van Hypercube komen uit op € 245 miljoen. Dit verschil wordt vooral veroorzaakt door de kosten van de ‘nieuwe’ Kuip. In de MKBA worden de bouwkosten van deze accommodatie met 85.000 zitplaatsen (€ 600 miljoen, € 405 miljoen in prijzen 2010) volledig toegerekend aan het WK. Dat is niet terecht. Wij benadrukten eerder al dat de ‘nieuwe’ Kuip er ook zonder WK zal komen. Opvallend genoeg wordt dit in het SEO-rapport ook onderkend wanneer op pagina 22 is te lezen ‘De nieuwe Kuip komt er waarschijnlijk ook zonder WK, maar de omvang en de timing zijn zonder een WK onzeker.’ De ‘nieuwe’ Kuip is dus autonoom beleid en hoort daarmee ook niet thuis in de MKBA van het WK. Tenminste, voor zover het de autonoom benodigde capaciteit betreft. Zoals uit de analyses van Hypercube blijkt, én ook uit de door SEO aangehaalde plannen, zal de autonoom te ontwikkelen ‘nieuwe’ Kuip naar verwachting minimaal een capaciteit van 65.000 zitplaatsen hebben. Bij een sportief goed presterend Feyenoord is dat een rendabele capaciteit. Dat betekent dat er voor het WK een extra uitbreiding met 20.000 zitplaatsen nodig is. De kosten die met deze extra capaciteit gemoeid zijn, naar schatting zo’n € 100 miljoen, horen uiteraard wel in de MKBA te worden opgenomen.

Daarnaast is in de Hypercube analyse ook de uitbreiding van het Philips stadion als autonoom verondersteld en zal daarmee niet ten laste komen van het WK. De beoogde omvang is voor PSV normaliter rendabel. Hoogstens leidt het WK ertoe dat de autonome ontwikkeling enkele jaren eerder wordt ingezet.

Uitgangspunten MKBA mbt baten uitbreiding stadions

De onderzoekers hebben met betrekking tot de baten die tegenover de kosten van stadionuitbreiding staan een aantal eenvoudige aannames gedaan. Tabel 3.6 bevat een overzicht van de mate waarin SEO verwacht dat investeringen kunnen worden terugverdiend. Van private investeringen is de verwachting dat deze volledig terugverdiend kunnen worden, daarnaast wordt uitgegaan van een terugverdien rendement op tijdelijke tribunes van 15 procent.

Tabel 3.6 Baten volgens SEO

		investering			opbrengst door hergebruik	
stad	stadion	Benodigde investering	privaat	privaat	%	€
Amsterdam	Olymisch stadion	€ 22,5 M	0%	€ -	15%	€ 3,4 M
Amsterdam	ArenA	€ 80,0 M	50%	€ 40,0 M	0%	€ -
Rotterdam	De 'oude' Kuip	€ -	50%	€ -	0%	€ -
Rotterdam	De 'nieuwe' Kuip	€ 600,0 M	50%	€ 300,0 M	0%	€ -
Eindhoven	Philips stadion	€ 80,0 M	50%	€ 40,0 M	0%	€ -
Heerenveen	Abe Lenstra Stadion	€ 40,0 M	0%	€ -	15%	€ 6,0 M
Enschede	De Grolsch Veste	€ 40,0 M	0%	€ -	15%	€ 6,0 M

De aanname dat tijdelijke investeringen, behalve de veronderstelde 15% opbrengst door hergebruik, onrendabel zijn onderschrijven wij. De rentabiliteit van de permanente uitbreidingen (ArenA, De ‘nieuwe’ Kuip en Philips stadion) achten wij echter te laag ingeschat. Zoals reeds aangegeven laten twee van deze stadions een groter marktpotentieel zien dan de huidige capaciteit, aangevuld met huidige uitbreidingsplannen. In onderstaande tabel schetsen wij welk gedeelte van de permanenten extra WK capaciteit rendabel is, uitgaande van een drietal scenario’s van sportieve prestaties (matig, goed en uitzonderlijk) door de lokale voetbalclub.

Tabel 3.7 Stadioncapaciteit en rentabiliteit

				matig				
Stad	Stadion	Benodigde WK capaciteit	huidig + autonoom	toeschouwers	bezetting	rendement	rendabele uitbreiding	rendement uitbreiding
Amsterdam	ArenA	65.000	55.000	49.000	75%	84%	-	0%
Rotterdam	De 'nieuwe' Kuip	85.000	65.000	42.000	49%	55%	-	0%
Eindhoven	Philips stadion	45.000	45.000	35.000	78%	86%	-	0%
				goed				
Stad	Stadion	Benodigde WK capaciteit	huidig + autonoom	toeschouwers	bezetting	rendement	rendabele uitbreiding	rendement uitbreiding
Amsterdam	ArenA	65.000	55.000	56.000	86%	96%	7.000	70%
Rotterdam	De 'nieuwe' Kuip	85.000	65.000	57.000	67%	75%	-	0%
Eindhoven	Philips Stadion	45.000	45.000	39.000	87%	96%	-	0%
				uitzonderlijk				
Stad	Stadion	Benodigde WK capaciteit	huidig + autonoom	toeschouwers	bezetting	rendement	rendabele uitbreiding	rendement uitbreiding
Amsterdam	ArenA	65.000	55.000	64.000	98%	100%	10.000	100%
Rotterdam	De 'nieuwe' Kuip	85.000	65.000	73.000	86%	95%	16.000	80%
Eindhoven	Philips Stadion	45.000	45.000	45.000	100%	100%	0	0%

Uitgaande van goed sportief presteren in het waarschijnlijke scenario valt op dat de uitbreiding van de Amsterdam ArenA veel rendabeler blijkt te zijn dan de veronderstelde 50%. De extra uitbreiding van De ‘nieuwe’ Kuip (20.000 zitplaatsen) blijkt in zijn geheel niet rendabel bij matig en goed presteren. In het gunstige geval dat

Feyenoord uitzonderlijk sportief presteert blijkt zelfs de extra WK uitbreiding voor een groot deel rendabel.

Conclusies

Tabel 3.8 bevat een overzicht van de door ons bijgestelde scenario's. In het gunstige scenario zijn wij evenals SEO uitgegaan van een met 25% verlaagde benodigde onrendabele investering en in het ongunstige scenario is deze juist verhoogd met 50%. Deze resultaten geven het volgende saldo weer voor de drie scenario's:

- Gunstig scenario: € 34 miljoen onrendabele investering;
- Waarschijnlijk scenario: € 144 miljoen onrendabele investering;
- Ongunstig scenario: € 349 miljoen onrendabele investeringen.

In de MKBA liggen deze bedragen op respectievelijk € 188,6 miljoen, € 279,8 miljoen en € 873,2 miljoen. Het grootste verschil dat hieraan ten grondslag ligt is de (onterechte) aanname van SEO dat de bouw van 'nieuwe' Kuip volledig afhankelijk is van het WK en dat de bijbehorende investeringen van € 600 miljoen maar voor 50% rendabel zijn. In de alternatieve analyse nemen we aan dat er autonoom minimaal een 'nieuwe' Kuip van 65.000 toeschouwers ontstaat, waarbij de additionele investering die nodig is om tot 85.000 toeschouwers te komen € 100 miljoen bedraagt, welke in het ongunstige en waarschijnlijke scenario in z'n geheel niet rendabel is en in het gunstige scenario voor 80% rendabel is. Daarnaast is de rentabiliteit van de extra investering om te komen tot WK capaciteit voor de ArenA door SEO veel te laag ingeschat. Tenslotte is de veronderstelling dat het Philips stadion niet autonoom zal groeien volkomen onterecht, er bestaan al ver gevorderde plannen om autonoom uit te breiden tot de voor het WK benodigde capaciteit van 45.000 zitplaatsen.

Tabel 3.8 Saldo kosten en baten van stadionaanpassingen tot WK-capaciteit

		stadion capaciteit			gunstig scenario				
stad	stadion	huidig	autonoom	benodigd voor WK	benodigde investering	rentabiliteit	baten	onrendabele investering	onrendabele investering incl. onzekerheidsmarge
Amsterdam	Olymisch stadion	22.000	-	-	€ -	15%	€ -	€ -	€ -
Amsterdam	ArenA	51.500	3.500	45.000	€ -	100%	€ -	€ -	€ -
Rotterdam	De 'oude' Kuip	51.500	-	45.000	€ -	0%	€ -	€ -	€ -
Rotterdam	De 'nieuwe' Kuip	-	65.000	85.000	€ 100 M	80%	€ 80 M	€ 20 M	€ 15 M
Eindhoven	Philips stadion	35.000	10.000	45.000	€ -	0%	€ -	€ -	€ -
Heerenveen	Abe Lenstra Stadion	26.000	6.000	-	€ -	15%	€ -	€ -	€ -
Enschede	De Grolsch Veste	23.500	9.000	45.000	€ 30 M	15%	€ 4 M	€ 25 M	€ 19 M
Totaal					**€ 130 M**		**€ 84 M**	**€ 45 M**	**€ 34 M**
		stadion capaciteit			waarschijnlijk scenario				
stad	stadion	huidig	autonoom	benodigd voor WK	benodigde investering	rentabiliteit	baten	onrendabele investering	onrendabele investering incl. onzekerheidsmarge
Amsterdam	Olymisch stadion	22.000	-	-	€ -	15%	€ -	€ -	€ -
Amsterdam	ArenA	51.500	3.500	65.000	€ 63 M	70%	€ 44 M	€ 19 M	€ 19 M
Rotterdam	De 'oude' Kuip	51.500	-	45.000	€ -	0%	€ -	€ -	€ -
Rotterdam	De 'nieuwe' Kuip	-	65.000	85.000	€ 100 M	0%	€ -	€ 100 M	€ 100 M
Eindhoven	Philips stadion	35.000	10.000	45.000	€ -	0%	€ -	€ -	€ -
Heerenveen	Abe Lenstra Stadion	26.000	6.000	-	€ -	15%	€ -	€ -	€ -
Enschede	De Grolsch Veste	23.500	9.000	45.000	€ 30 M	15%	€ 4 M	€ 25 M	€ 25 M
Totaal					**€ 192 M**		**€ 48 M**	**€ 144 M**	**€ 144 M**
		stadion capaciteit			ongunstig scenario				
stad	stadion	huidig	autonoom	benodigd voor WK	benodigde investering	rentabiliteit	baten	onrendabele investering	onrendabele investering incl. onzekerheidsmarge
Amsterdam	Olymisch stadion	22.000	-	45.000	€ 22 M	15%	€ 3 M	€ 18 M	€ 27 M
Amsterdam	ArenA	51.500	3.500	65.000	€ 63 M	0%	€ -	€ 63 M	€ 94 M
Rotterdam	De 'oude' Kuip	51.500	-	45.000	€ -	0%	€ -	€ -	€ -
Rotterdam	De 'nieuwe' Kuip	-	65.000	85.000	€ 100 M	0%	€ -	€ 100 M	€ 150 M
Eindhoven	Philips stadion	35.000	10.000	45.000	€ -	0%	€ -	€ -	€ -
Heerenveen	Abe Lenstra Stadion	26.000	6.000	45.000	€ 31 M	15%	€ 5 M	€ 26 M	€ 40 M
Enschede	De Grolsch Veste	23.500	9.000	45.000	€ 30 M	15%	€ 4 M	€ 25 M	€ 38 M
Totaal					**€ 245 M**		**€ 12 M**	**€ 232 M**	**€ 349 M**

4. Kanttekeningen bij de baten-analyses

In dit hoofdstuk richten wij ons op de baten van het WK voetbal en de wijze waarop deze in de MKBA zijn verwerkt. We benoemen zwakke plekken in de MKBA en presenteren waar mogelijk meer realistische aannames en inzichten. We richten ons met name op de volgende baten:

- Verblijf media
- Toerisme
- Effecten op handel en economische groei
- Nationale trots, verbondenheid, geluk, blijdschap en saamhorigheid
- Effect op de Olympische Spelen

Verblijf Media

Bij het WK zullen naar schatting van de onderzoekers ca. 24.000 mediareporters aanwezig zijn. Dit baseren zij op de 750 verslaggevers per deelnemend team (12.000 in totaal) die in 2008 bij het EK in Oostenrijk en Zwitserland aanwezig waren. Het WK bestaat uit twee maal zoveel teams.

Deze mediavertegenwoordigers blijven niet allemaal gedurende het hele WK in het organiserend land. Er wordt verwezen naar onderzoek van Oldenboom, Gratton en Solberg (2002) waaruit blijkt dat het overwegende deel van de media blijft tot het eigen nationale team is uitgeschakeld. In de berekening van de verblijfkosten van de media, ofwel opbrengsten voor het organiserend land, hanteren de onderzoekers daarom de verblijfsprognose van de nationale ploegen als leidraad voor de duur van het verblijf van de verslaggevers.

Dit leidt echter tot een onderschatting van de omvang van het aantal dagen dat de gezamenlijke media in het organiserend land verblijven. Immers, waar uitgeschakelde teams direct naar huis terugkeren, blijft er voor een deel van de met deze teams meegereisde media nog wel degelijk iets te doen. Het WK – één van de meest aansprekende sportevenementen ter wereld – gaat immers door en ook de bevolking van reeds uitgeschakelde teams wil via kranten, televisie, internet en andere media op de hoogte blijven van de ontwikkelingen en ontknoping van het evenement.

Uiteraard leidt uitschakeling tot een reductie van het aantal mediavertegenwoordigers van een land. Maar een volledige terugtrekking zoals nu in de berekeningen is opgenomen is weinig realistisch. Zeker rond de halve finales en finales neemt het aantal mediavertegenwoordigers eerder weer af dan toe. In onderstaande tabel presenteren wij de opbrengsten voor het organiserend land wanneer een na uitschakeling van een nationaal team 90% van de journalisten uit dat land terugkeert en 15% (aanname) het evenement blijft volgen tot aan de finale. Dit leidt voor Nederland tot opbrengsten van € 43,9 miljoen, € 58,5 miljoen en €73,2 miljoen voor respectievelijk het ongunstige, het waarschijnlijke en het gunstige scenario. Verdisconteerd naar 2010 komt dit neer op bedragen van respectievelijk € 27,1 miljoen, € 36,1 miljoen en € 45,1 miljoen, ofwel zeven procent hoger dan in de SEO-rapportage.

Tabel 4.1 Verblijfskosten media

aantal ploegen	aantal verblijfdagen	aantal mediavertegen-woordigers (SEO, 0% blijft)	aantal mediavertegen-woordigers (15% blijft)	totaal aantal dagen	ongunstig (€ 150 p/d)	waarschijnlijk (€ 150 p/d)	gunstig (€ 250 p/d)
16	19	12.000	10.200	193.800	€ 29,10	€ 38,80	€ 48,50
8	23	6.000	5.100	117.300	€ 17,60	€ 23,50	€ 29,30
4	27	3.000	2.550	68.850	€ 10,30	€ 13,80	€ 17,20
2	31	1.500	1.275	39.525	€ 5,90	€ 7,90	€ 9,90
2	34	1.500	4.875	165.750	€ 24,90	€ 33,20	€ 41,40
				585.225	€ 87,80	€ 117,00	€ 146,30
				waarvan in Nederland	€ 43,9	€ 58,5	€ 73,2

Toerisme

Er is een aantal kanttekeningen te plaatsen bij de berekening van de toeristische effecten door SEO. Een uitgangspunt bij een prognose dient te zijn dat er gebruik gemaakt wordt van de meest recente resultaten uit empirisch onderzoek; het overnemen van willekeurige veronderstellingen uit andere prognoses is niet gewenst. De onderzoekers nemen echter zonder enige reservering veronderstellingen uit Helmenstein, Kleissner en Moser (2007) over, terwijl aangehaalde empirische resultaten van Kurscheidt, Preuss & Schutte (2008) zonder overtuigende argumentatie worden genegeerd.

Om een realistischer beeld te schetsen van de toeristische bestedingen zullen wij hier een alternatieve berekening hanteren die gebaseerd is op onderzoek van Kurscheidt et al (2008) onder bijna 10.000 respondenten, aangevuld met ervaringen die zijn opgedaan tijdens Euro 2000. Allereerst berekenen wij de additionele bestedingen en vervolgens gaan we in op de verdringing.

Supporters en fanfeestbezoekers

Het aantal additionele buitenlandse WK bezoekers is door SEO op redelijke wijze vastgesteld. Ook de verblijfsduur vallen de aannames binnen de resultaten van empirisch onderzoek.

De bestedingen per persoon per dag zijn echter te laag vastgesteld. Uit onderzoek van Kurscheidt et al. Bleek dat de bestedingen per persoon bij het WK in 2006 op ca. € 200 per persoon per dag lagen. Hiervan is een deel besteed aan entree kaarten (ca 25 euro per dag). Gecorrigeerd voor inflatie en deze uitgaven aan tickets, lijkt voor 2010 een waarschijnlijk scenario gebaseerd op € 200 p.p.p.d. realistischer dan de door SEO veronderstelde € 150. Daarnaast is zonder overtuigende argumentering afgeweken van de bij het WK in Duitsland geconstateerde verblijfsduur van 9,5 dag.

De verwachting dat de gemiddelde verblijfsduur bij het WK in Nederland lager liggen dan in Duitsland, bijvoorbeeld vanwege het feit dat de afstanden tot de speelsteden voor vele buitenlanders op dagreis-afstand liggen, is te billijken. Echter, het valt tevens te verwachten dat de gemiddelde verblijfsduur significant hoger ligt dan

tijdens Euro 2000, toen het op 3,2 dagen lag. Daarom hebben we het aantal in het waarschijnlijke scenario op 5 dagen gesteld. Dit leidt tot het overzicht in onderstaande tabel.

Tabel 4.2 Bestedingen van additionele buitenlandse bezoekers van WK-duels in Nederland (x miljoen)

	ongunstig	waarschijnlijk	gunstig
Aantal bezoekers	121.125	233.182	370.500
Verblijf in dagen p.p.	6	5	8
Bestedingen per dag	€ 150	€ 200	€ 250
Additionele bestedingen	€ 109,0	€ 233,2	€ 741,0

Wat betreft de fanfeest bezoekers lijken de inschattingen van SEO aan de hoge kant. Zij zijn uitgegaan van de constatering van Kurscheidt et al. dat het aantal bezoekers aan fanfeesten viermaal het aantal bezoekers aan de stadions bedroeg. Uit ervaring is bekend dat schattingen van publiek in de openbare ruimte meestal te hoge uitkomsten kennen. Voorzichtigheidshalve nemen we derhalve 75% van het aantal dat in het SEO rapport is gehanteerd. SEO hanteert een aandeel van 80% Duitsers, gebaseerd op Kurscheidt et al. Het is echter waarschijnlijk dat gezien de geringere populatie omvang van Nederland ten opzichte van Duitsland, dat dit aandeel in Nederland lager zal liggen dan in Duitsland. Wij gaan daarom in het meest waarschijnlijke scenario uit van 70%, met een marge van 10% voor de beide andere scenario's. Dit leidt tot het overzicht in onderstaande tabel.

Tabel 4.3 Bestedingen van additionele buitenlandse bezoekers van fanfeesten in Nederland (x miljoen)

	ongunstig	waarschijnlijk	gunstig
Aantal bezoekers fanfeesten	1.359.250	2.181.818	3.200.000
% Nederlands	80%	70%	60%
Aantal additionele fanfeestbezoekers	115.536	278.182	544.000
Gemiddelde verblijfsduur	6	5,5	4,5
Bestedingen pp pd	€ 150	€ 200	€ 250
Additionele bestedingen	€ 104,0	€ 306,0	€ 612,0

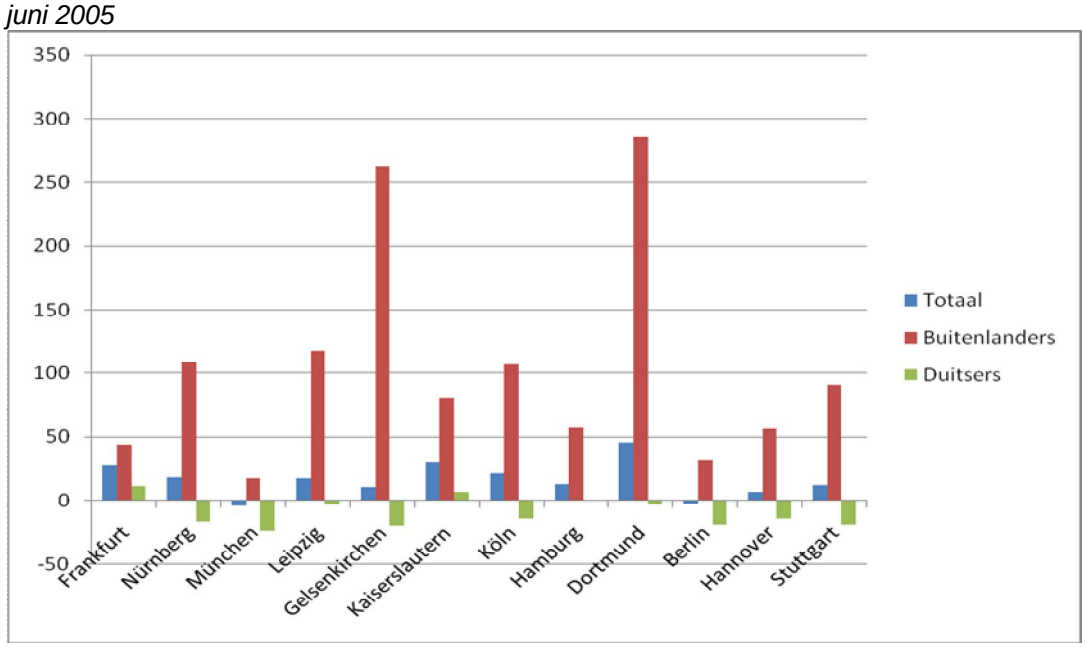
Verdringing

De onderzoekers gaan bij hun analyse uit van een verdringingseffect van 75%, dat wil zeggen voor elke 4 bezoekers worden er 3 anderen 'weggejaagd'. Er is helaas weinig empirisch onderzoek over de hoogte van dit effect. De resultaten zijn echter zeer gevoelig voor dit percentage.

Het verschijnsel verdringing wordt door SEO niet op juiste wijze geïnterpreteerd en berekend. Dit blijkt al uit het voorbeeld op pagina 46, waarbij ervan uitgegaan wordt dat 36.000 buitenlandse bezoekers evenveel overnachtingen plegen. Ook blijkt het uit de conclusie die de onderzoekers trekken uit een publicatie over het WK 2006. In deze publicatie constateert Maennig (2007) dat er wellicht geen extra overnachtingen zijn geregistreerd tijdens het WK 2006. Hieruit trekt SEO de conclusie dat de verdringing dus 100% was. Deze conclusie is om een aantal redenen onjuist:

- Ten eerste overnacht maar een minderheid van buitenlandse bezoekers. Een aanzienlijk deel van bezoekers WK's bestaat uit dagtoeristen (tijdens Euro 2000 30-70%). Deze dagtoeristen verdringen geen andere toeristen uit hotelkamers en hun bestedingen tellen dus mee als impuls;
- Ten tweede: van de buitenlandse bezoekers die wel overnachten, overnacht vervolgens maar een deel in hotels. Een aanzienlijk deel overnacht op campings, bij vrienden en in appartementen. De capaciteit van de campings in Nederland is zodanig groot dat er bij deze accommodaties geen capaciteits-beperkingen zijn en het verdringingseffect derhalve aanzienlijk lager zal uitvallen;
- Ten derde houdt de SEO geen rekening met het feit dat een aanzienlijk deel van de verdrongen toeristen van binnenlandse origine is. Dit fenomeen blijkt duidelijk uit de gegevens over overnachtingen tijdens het WK in 2006 (zie onderstaande figuur).

Figuur 4.4 Procentuele verandering overnachtingen in WK-steden in Duitsland, juni 2006 tov juni 2005



Bron: Bangerth (2007)

Het aandeel van binnenlandse toeristen in de hogere hotelsegmenten ligt op ca. 30%. Als deze toeristen verdrongen worden door buitenlandse toeristen, heeft hun afwezigheid geen negatieve invloed op de binnenlandse consumptie, want aangenomen mag worden dat deze toeristen hun geld toch in Nederland uitgeven. De uitgaven van de buitenlandse bezoekers zijn in dat geval dus wel degelijk additioneel;

- Ten vierde wordt er onvoldoende rekening gehouden met het effect dat de accommodatieprijzen een opwaartse druk kennen. Dit betekent bij volledige verdringing toch extra inkomsten voor de hotelier (zie ook Maennig (2007);
- Ten vijfde is het waarschijnlijk dat een deel van de verdrongen toeristen zijn bezoek uitstelt of juist naar voren haalt in de tijd. Dit zijn dus in feite time-switchers.

De conclusie is dat SEO het verdringingseffect enerzijds teveel koppelt aan de hotelovernachtingen en anderzijds te weinig oog heeft voor mitigerende effecten. Wij presenteren hier een alternatieve berekening waarbij we de volgende aannames hanteren:

- De verdringing van hotelgasten in Amsterdam is 85%
- De verdringing van hotelgasten buiten Amsterdam is 50%
- De verdringing van overige toeristen en in overige accommodaties is 25%.
-

Uitgaande van de verdeling tijdens Euro 2000 van de overnachtingen over regio's en accommodaties komen we dan tot een totale verdringing van 40% in het meest waarschijnlijke scenario. Voor het ongunstige scenario nemen we 50% en voor het gunstige scenario 30%. Dit leidt tot het overzicht in onderstaande tabel.

Tabel 4.5 Additionele bestedingen en verdringing (x miljoen)

	ongunstig	waarschijnlijk	gunstig
Additionele bestedingen	€ 213,0	€ 539,2	€ 1.353,0
Verdringing	50%	40%	30%
Additionele bestedingen	€ 106,5	€ 323,5	€ 947,1
Overige effecten	€ 22,6	€ 64,2	€ 231,8
Totaal	**€ 129,1**	**€ 387,7**	**€ 1.178,9**

Op basis van deze voorzichtige veronderstellingen, gebaseerd op empirisch onderzoek, komen wij derhalve tot een waarschijnlijke bestedingsimpuls van ca. 390 miljoen.

Effecten op handel en economische groei

Signaleringseffecten

Er is weinig bekend over de relatie tussen het organiseren van grote sportevenementen en economische groei. Voor een directe relatie lijkt onvoldoende wetenschappelijk bewijs voorhanden. Wel is er in toenemende mate aandacht voor de zogenaamde signaleringsfunctie die grote sportevenementen hebben. Naast de door de onderzoekers aangehaalde Rose & Spiegel benadrukt ook Preuss de unieke kracht van grote sportevenementen als de Olympische Spelen en het WK voetbal om als organiserend land een statement te maken (Preuss, 2009). In een gemeenschappelijk Europa en een wereld die in toenemende mate lijkt te bestaan uit grote machtsblokken wordt het steeds lastiger – maar ook belangrijker – om de eigen nationale identiteit te behouden en via 'country-marketing' het beeld dat de wereld van Nederland heeft te laden. Country-branding is een lang en zeer kostbaar proces dat met een doelgerichte en succesvolle organisatie van een WK voetbal een enorme, vrijwel met geen enkel ander instrument te evenaren, impuls kan krijgen. Veel wijst erop dat deze unieke kans de voornaamste reden is voor de blijvende, en zelfs groeiende belangstelling van steden en landen voor het organiseren van op het eerste gezicht verliesgevende sportevenementen (Kurscheidt, 2005). Uitspraken van Duitse ambassades na het WK van 2006 zijn veelzeggend: 'The World Cup gave the German brand a much stronger boost than a million political press campaigns would

have been able to' en 'The World Cup in Germany was without doubt the best PR campaign for Germany in its entire history'.

Promotionele effecten
Belangrijke externe effecten van een sportevenement liggen op het gebied van de promotionele waarde, zowel voor het gastland als de gaststeden. Tijdens Euro 2000 is door middel van een 0 en 1 meting vastgesteld dat een groot voetbalevenement wel degelijk een positief effect heeft op de naamsbekendheid van de speelsteden. Bovendien bleek dit één van de meest gewaardeerde effecten door de Nederlandse bevolking. Het ontbreken van deze post in de MKBA doet derhalve ernstig afbreuk aan de bruikbaarheid ervan.

Het (lange termijn) effect op het toerisme wordt door de onderzoekers te negatief beoordeeld. Het wordt zelfs opgenomen als een negatieve post (pagina iii). Hierbij baseren de onderzoekers zich met name op ETOA rapporten. Op deze rapporten valt wel wat af te dingen. De OS van 1992 in Barcelona komen ook niet positief naar voren (pagina 27 en 46), waarschijnlijk omdat er alleen is gekeken naar jaren kort na 1992 en niet naar de wat langere termijn (er is niet aangegeven op welke periode de onderzoekers zich baseren). Midden jaren '90 was het met het toerisme in Barcelona inderdaad niet florissant gesteld. Bovendien deed de recessie daarbij ook nog een duit in het zakje. Pas een paar jaar later plukten de Catalanen de toeristische vruchten van hun succesvolle Spelen. Niet vreemd want de Spelen waren katalysator voor een lange termijn visie. Het staat vast dat de Spelen van cruciaal belang zijn geweest voor de (toeristische) ontwikkeling van Barcelona. Twee van de vele feiten die op dit thema zijn aan te halen:

- Citaat Pere Duran, general Director of the Turisme de Barcelona Consortium (2002): "The Games (…) provided the impulse for Barcelona to become a leader in many respects, but especially in tourism";
- Het aantal overnachtingen per jaar is in de periode 1990-2000 in Barcelona meer dan verdubbeld. Die groei is veel groter dan die van andere bestemmingen (zie onderstaande tabel).

The table below sets out the ranking of Europe's leading cities in terms of overnight stays and their growth for the 1990-2000 period:

	City	1990	2000	% Variation
1	London	91,300,000	120,400,000	31.9
2	Paris	31,166,172	31,633,273	1.5
3	Dublin	15,359,000	16,898,000	10
4	Rome	12,915,225	14,781,281	14.4
5	Madrid	9,481,728	12,655,413	33.5
6	Berlin	7,243,638	11,412,925	57.6
7	Prague	4,524,000	7,921,953	75.1
8	Barcelona	3,795,522	7,777,580	104.9
9	Amsterdam	5,720,500	7,766,000	35.8
10	Munich	6,923,970	7,756,152	12

De uitspraak “Een mega-evenement blijkt (…) slecht voor het toerisme” (pagina 50) is te kort door de bocht. Het verhogen van de toeristische aantrekkingskracht vormt juist vaak een belangrijke aanleiding voor de organisatie van een groot evenement. Er zijn op dit gebied diverse successen geboekt. Hetzelfde geldt voor de bewering in dezelfde alinea dat de bezoekers van een WK de betreffende stad/regio/land niet aanbevelen als toeristische bestemming. Onderzoek bij het WK in Duitsland weerspreekt dit ook deze bewering duidelijk: bezoekersonderzoek wees daar uit dat bijna negen op de tien bezoekers Duitsland zouden aanbevelen als reisbestemming, 80 procent thuis positief praat over Duitsland en driekwart terug komt voor een bezoek.

Onderzoeksresultaten van TNS Infratest en de Anholt’s Nation Brand Index die betrekking hebben op Duitsland in de periode 2005- 2007 komen in het rapport niet aan bod (in paragraaf 2.2 was dit wel op zijn plaats geweest). Deze professioneel en onafhankelijk uitgevoerde onderzoeken wijzen uit dat er in Duitsland in 2006 ‘iets’ is gebeurd dat veel imago-aspecten wereldwijd een positieve impuls heeft gegeven. Het zuivere WK-effect is moeilijk exact te meten, maar het voert te ver om te stellen dat het WK hieraan niet heeft bijgedragen.

Nationale trots, verbondenheid, geluk, blijdschap en saamhorigheid
In het rapport wordt terecht opgemerkt dat grote sportevenementen als de Olympische Spelen of het WK voetbal ingrijpen op de emoties en gevoelens van de lokale bevolking. Dat geldt zelfs voor hen die geen WK-duel of side-event bezoeken. Een succesvol georganiseerd WK, en de wereldwijde aandacht daarvoor, zal leiden tot gevoelens van blijdschap, trots en geluk bij de Nederlandse bevolking en een versterkt gevoel van nationale identiteit. In het rapport wordt onder meer verwezen naar het WK 2006 in Duitsland, dat de binnenlandse saamhorigheid flink heeft vergroot en de Duitse identiteit een positieve impuls heeft gegeven.
Het is lastig de waarde van deze baten te bepalen. De onderzoekers hebben ervoor gekozen deze baten op te nemen als een – weliswaar positieve - PM-post. Verder wordt in de conclusies opgemerkt dat in het waarschijnlijke scenario de niet-gewaardeerde baten minstens 9 euro per Nederlander moeten bedragen om het negatieve saldo van de gemonetariseerde kosten en baten te compenseren.

Is dat een reële optie? Met andere woorden, is het aannemelijk dat de waarde van deze ‘ontastbare’ baten de 9 euro per Nederlander overstijgt? Met de Contigent Valuation Method (CVM) kan worden vastgesteld welke waarde mensen toekennen aan bepaalde, niet beprijste zaken. In het onderzoek wordt al gewezen op de waarde die Duitsers toekenden aan het positieve gevoel dat zij hadden overgehouden aan het WK in eigen land. Na afloop van het evenement bleek men nog positiever (10 euro) dan ervoor (4,26 euro).

In Engeland is onderzocht hoe de bevolking het positieve saldo van de ontastbare effecten van de aanstaande Olympische Spelen in Londen waardeert (EFTEC, 2005). In totaal ging het om een bedrag van 2 miljard GBP (2,2 miljard euro). De Londense bevolking bleek bereid per persoon gemiddeld 22 GBP (ruim 24 euro) over te hebben voor de het positieve batensaldo van de Spelen. Ook ver buiten Londen

bleek men een positieve waarde toe te kennen aan de Spelen en zelfs bereid te zijn tot een vrijwillige bijdrage daaraan. In Manchester (300 km) en Glasgow (650 km) bleek men de ontastbare baten van de Spelen gemiddeld te waarderen op 12 GBP (ruim 13 euro). Hoewel de effecten van het WK Voetbal in de regel iets achterblijven bij die van de Spelen, en een enquête nodig is voor een definitief oordeel, lijkt het – zeker gezien de relatief korte afstanden tot de speelsteden in ons land – alleszins realistisch om te veronderstellen dat het saldo van ontastbare baten de 9 euro per persoon overstijgt. Het waarschijnlijke scenario leidt daarmee uit maatschappelijk oogpunt tot een positief saldo.

Samenhang WK en Olympische Spelen

Effect Olympische kandidatuur op kosten en baten WK
In het rapport is een paragraaf gewijd aan de Nederlandse ambitie om zowel het WK voetbal van 2018 of 2022 als de Olympische Zomerspelen van 2028 te organiseren. Uit het betoog spreekt weinig gevoel voor de onderlinge relaties tussen beide trajecten. Dat begint eigenlijk al ver voor de genoemde paragraaf, op de eerste pagina van het rapport, waar in een voetnoot wordt opgemerkt dat de MKBA voor een eventueel WK in 2022 nauwelijks verschilt met die van een WK in 2018. De kosten en baten worden identiek geacht, alleen vier jaar later te liggen. SEO gaat er kennelijk aan voorbij dat in 2021 de toewijzing plaatsvindt van de Zomerspelen van 2028.

Een eventuele Nederlandse kandidatuur zal vanaf de officiële bekendmaking in 2019 zorgen voor wereldwijde aandacht voor ons land. Een gelijktijdige Olympische kandidatuur zal de internationale aantrekkingskracht van het WK voetbal versterken, bijvoorbeeld als het gaat om de zakelijk toeristische effecten (beurzen, congressen, et cetera). Wanneer ons land ook nog als winnaar uit de bus komt zal dit onderling versterkend effect na het WK in nog sterkere mate voortduren. Welk deel van deze effecten dan toe te schrijven is aan het WK of aan de Spelen is onduidelijk. Duidelijk is wel dat een WK in 2022 mogelijk onder duidelijk andere omstandigheden plaats vindt dan in 2018.

Effect WK op Olympische kandidatuur
Dan de paragraaf zelf. Daarin wordt de mogelijke positieve invloed van een goed georganiseerd WK op onze Olympische kansen ontkent door een vergelijking te maken tussen de landen die sinds de Tweede Wereldoorlog het WK hebben georganiseerd en de steden waarin de Zomerspelen in die periode zijn gehouden. De onderzoekers stellen dat ‘Er geen voorbeelden blijken te zijn van landen die eerst een WK organiseerden en 6 of 10 jaar later de Olympische Spelen‘, een periode die volgens hen nodig zou zijn om een eventueel verband aan te tonen. Daarbij zien zij over het hoofd dat Spanje in 1982 het WK voetbal organiseerde en in 1992 (Barcelona) de Olympische Spelen. Beide evenementen waren zowel sportief als economisch zeer succesvol. De onderzoekers concluderen echter ’dat er geen aantoonbaar verband lijkt te zijn tussen de organisatie van een WK en de Olympische Spelen kort daarna’. Volgens die redenering is er voor clubs als Ajax en PSV ook geen verband tussen het behalen van de landstitel en het winnen van de

Champions League. Het gaat hier niet om een één-op-één relatie. De toewijzing van grote sportevenementen is een proces waarbij vele factoren een rol spelen. Vertrouwen in de organisatorische kwaliteiten van de kandidaten, bekendheid bij de beslissers, ervaring met bidprocessen en het tonen van lef en ambitie bij het organiseren van sportevenementen spelen daarbij absoluut een rol.

Bovendien wordt een Olympische kandidatuur gekenmerkt door een intensief lobbytraject. De mogelijkheid om in tijdens het WK in 2018, tweeënhalf jaar voor de Olympische verkiezing, alle kopstukken uit de Olympische wereld in Nederland te kunnen verwelkomen zou een unieke kans zijn om onze kandidatuur kracht bij te zetten. Al deze aspecten (vertrouwen, bekendheid, ervaring, et cetera) zijn wellicht niet doorslaggevend als het op de finale keuze aankomt, maar de aantoonbare ervaring van het succesvol organiseren van het WK in 2018 doet de Olympische winstkansen van ons land met zekerheid stijgen.

De observatie dat ervaring en profilering van belang is bij het verkrijgen van grote evenementen wordt ondersteund door onderzoek van Sport2B naar Olympische bids in opdracht van Olympisch Vuur (Sport2B, 2009). Daaruit blijkt onder meer dat:

- Van het totaal van 27 Olympische steden er 11 (40%) één of twee Olympiades eerder al een bid hadden uitgebracht;
- Er van de laatste 10 verkiezingen vijf naar steden gingen die één of twee Olympiades daarvoor ook al een bid hadden uitgebracht en vijf naar een nieuwkomer. Echter, in totaal deden er slechts 12 ervaren steden mee (winstpercentage 42%), tegenover 41 nieuwkomers (winstpercentage 12%);
- Er bij twee van de laatste 10 verkiezingen geen ervaren steden meededen. Van de overige acht verkiezingen ging de winst vijf maal (63%) naar een ervaren stad.

Ervaring telt dus. Dat blijkt nog duidelijker wanneer we deze bid analyse vanuit nationaal perspectief beschouwen. Het bid van Londen (2012) bouwde nadrukkelijk voort op de ervaringen van Manchester (verloren in 2000 en 1996), net zoals Sydney (2000) profiteerde van de bidervaring van Melbourne (1996) en Brisbane (1992). Beide steden waren dus feitelijk geen nieuwkomer. De bidervaring betreft ook eventuele bids voor de Winterspelen. De winst van Turijn (2006) kwam vlak na het verlies van Rome (2004). Vancouver (2010) en Sochi (2014) wonnen kort na de verliezende bids van respectievelijk Toronto (2008 en 1996) en Moskou (2012).

De gedachte dat er samenhang bestaat tussen de lobby en bidprocessen voor Olympische Spelen en het WK voetbal blijkt ook uit het feit dat drie van de vier kandidaten voor de Zomerspelen van 2016 ook kandidaat zijn voor het WK voetbal van 2018. De vierde was Brazilië (Rio), dat in 2014 al het WK mag organiseren, twee jaar voor de Zomerspelen. Hetzelfde gold voor kandidaten voor de Zomerspelen van 2012. Ook toen waren drie van de vier kandidaten ook kandidaat voor het WK voetbal van 2018.

Is ervaring met het bieden voor het WK en de mogelijke organisatie ervan een garantie voor Olympisch succes? Nee. Maar dat de ervaringen en profilering die met

het bieden op en het organiseren van het WK voetbal gepaard gaan een positieve impact hebben op de kwaliteit van een eventueel Nederlands bidproces voor de Zomerspelen – en daarmee onze kansen - staat buiten kijf. Bovendien is de kans reëel dat het WK een erfenis nalaat (kennis, infrastructuur, vrijwilligers, draagvlak, et cetera) die een positieve invloed zal hebben op een eventuele MKBA van de Nederlandse Olympische Spelen 2028.

Effect op sportieve prestaties: kwalificatie, deelname en succes
In het rapport wordt uitsluitend gekeken naar de eventuele directe baten voor het nationale elftal wanneer het WK in eigen land wordt afgewerkt. Enkele andere concrete sportieve baten van het WK worden daarmee over het hoofd gezien.

Zo leiden de voor het WK noodzakelijke capaciteits- en kwaliteitsimpuls voor de stadions tot een toename van de kans dat de UEFA in de toekomst een van haar club finales aan ons land zal toewijzen. Dit aantrekkelijke effect is verder niet gekwantificeerd.

Bovendien leidt uitbreiding van stadions in de regel tot een verhoging van de inkomsten van een club. In het rapport wordt onderzoek van Maennig (2007) aangehaald en ook in de Noordamerikaanse sportmarkt is dit effect veelvuldig bewezen (o.a Fort, 2006). Hogere inkomsten leiden in de regel tot betere sportieve prestaties. Voor zover dit de krachtsverschillen in de nationale competitie beïnvloedt heeft deze ontwikkeling geen invloed op de MKBA. Wanneer echter ook de internationale prestaties van de Nederlandse clubs hierdoor verbeteren – en zij verder reiken in de lucratieve Europese competities – kan er wel degelijk een positief netto effect ontstaan.

Referenties

Bangerth, M. (2007) *Die Bedeutung der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006 für das Reiseland Deutschland*. – Fachhochschule Heilbronn, Studiengang Tourismuswirtschaft.Unveröffentlichte Diplomarbeit, geciteerd in Preuss, H. & Kurscheidt (2007) Measurement problems at events, presentation.

Barget, E en J. Gouget (2007) *The total economic value of sporting events theory and practise*, Journal of Sports Economics, nr 8, p165

Duran, P.(2002) *The impact of Olympic Games on tourism. Barcelona: the legacy of the Games 1992-2002*

EFTEC (2005) *Olympic Games Impact Study – Stated Preference Analysis*

Federal Government (2006). *2006 World Cup. Final Report by the Federal Government*

Fort, R.D (2006) *Sports Economics*

GNTB (2008). *The 2006 FIFA World Cup and its effect on the image and economy of Germany*

Hypercube Business Innovation, *Toeschouwerspotentieelanalyses* voor Sparta Rotterdam (2009), AZ Alkmaar (2009), Willem II (2009), Vitesse (2009), NEC (2009), FC Utrecht (2009), FC Groningen (2008) en Heracles Almelo (2008)

Hypercube Business Innovation (2009) *Fusie-onderzoek Fortuna Sittard – Roda JC*, Stichting Topvoetbal Limburg

Hypercube Business Innovation (2009) *Onderzoek financiële haalbaarheid stadion Helmond Sport*, Helmond Sport

Hypercube Business Innovation (2010) *Aanbestedingsbegeleiding ontwikkeling nieuw stadion Helmond Sport*, Helmond Sport

Kurscheidt, M., H. Preuss, N. Schütte (2008) *Konsuminduzierter Impakt von Sportgrossevents am Beispiel der Fussball-WM 2006. Befragungsergebnisse un Implikationen für die Euro 2009*, Wirstschaftspolitische Blätter, 55 (1) Schwerpunt Sportökonomie, 55-74

Kurscheidt, M. (2005) *Finanzwissenschaftliche Analyse des Sports: Empirische Befunde und allokationstheoretische Erklärungen zur staatlichen Sportpolitik*, in *Napp* (2005) 211-229

Oldenboom, E.R. (2006) *Costs and benefits of Major Sports Events, a Case Study of Euro 2000*, Amsterdam: Meerwaarde

Oldenboom, E.R., C. Gratton and H.A. Solberg (2002) *The economic impact of hosting UEFA EURO 2008 for the Nordic Countric*, Copenhague: Nordic Council of Ministers

Maennig, W. (2007) Ein Jahr danach - Eine ökonomische Nachlese zur Fussball-WM 2006. Hamburg Working Paper Series in Economic Policy

Meerwaarde (2001) *Evaluatie Euro 2000 – Kosten en Baten*, Alphen a.d. Rijn: Samsom

Preuss, H. (2009), *Economic Aspects of Olympic Games in Beijing 2008*, presentatie tijdens EASM-congres in Amsterdam

Preuss H. and C. Alfs (2009) *Signaling through the Olympic Games in Beijing 2008*

Preuss, H. (2007) *Signaling growth, China's major benefit from staging the Olympics in Beijing*

Preuss, H. and M. Kurscheidt (2008) *The Consumption Impact of Major Sports Events: Findings from Visitor Surveys on Four (World) Cups in Germany*, 2005-2007, Presentation at the Hamburg Conference on Mega Sports Events July 2008

Preuss, H., N. Schütte, M. Kurscheidt (2009) *Ekonomie des Tourismus durch Sportgroßveranstaltungen Eine empirische Analyse zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006*, Wiesbaden: Gabler Verlag

Samuelson, P.A. (1983; org. 1947) *Foundations of economic analysis*

Sport2B (2009) *Kosten en baten van Olympische bids*