

# Evaluatie van de Rabobank Hockey World Cup

Economische Impact, Mediawaarde en Beleving inwoners Den Haag



Noud van Herpen

Gitte Kloek

Jessie Joosse

Michiel Verheem





# Evaluatie van de Rabobank Hockey World Cup

## Economische Impact, Mediawaarde en Beleving inwoners Den Haag

In opdracht van de Gemeente Den Haag



Gemeente Den Haag

In samenwerking met de Koninklijke Nederlandse Hockey Bond



**DE HAAGSE**  
HOGESCHOOL

### **De Haagse Hogeschool**

Faculteit Gezondheid, Voeding en Sport  
Sportmanagement

Noud van Herpen (Docent Haagse Hogeschool)  
Gitte Kloek (Hogeschoolhoofddocent Haagse Hogeschool)  
Jessie Joosse (Student Haagse Hogeschool)  
Michiel Verheem (Student Haagse Hogeschool)

De onderzoeksrichtlijnen die worden aanbevolen door de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP) vormden het uitgangspunt voor de evaluatie van het WK Hockey ([www.evenementenevaluatie.nl](http://www.evenementenevaluatie.nl)). Zoals gebruikelijk bij de WESP heeft er een peer-review plaatsgevonden, welke met succes is afgerond. Voor het uitvoeren van de peer-review gaat onze dank uit naar aan Hans Slangen, hogeschooldocent aan de Hogeschool Zuyd.

Foto's: Gemeente Den Haag (Valerie Kuypers) en KNHB

Software voor verzamelen enquêtes en online mediawaarde: CLEVER®FRANKE – Voyse en TrendViz

© De Haagse Hogeschool  
Den Haag, Oktober 2014

**De Haagse Hogeschool**

Faculteit Gezondheid, Voeding en Sport  
Opleiding Sport & Bewegen  
(Sportmanagement)

Laan van Poot 363  
2566 DA Den Haag

T (070) 448 32 36  
E [n.a.vanherpen@hhs.nl](mailto:n.a.vanherpen@hhs.nl)

[www.dehaagsehogeschool.nl](http://www.dehaagsehogeschool.nl)

# Inhoudsopgave

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Samenvatting</b>  | <b>5</b>  |
| <b>1. Inleiding</b>  | <b>7</b>  |
| 1.1 WK Hockey 2014   | 7         |
| 1.2 Leeswijzer   | 7         |
| <b>2. Economische impact</b>   | <b>9</b>  |
| 2.1 Inleiding  | 9         |
| 2.2 Methoden   | 9         |
| 2.3 Definities   | 10        |
| 2.4 Rabobank Hockey World Cup  | 11        |
| • 2.4.1 Bezoekersaantallen en -kenmerken RHC                                       | 11        |
| • 2.4.2 Uitgaven bezoekers en economische impact                                   | 12        |
| • 2.4.3 VIPs   | 13        |
| • 2.4.4 Media  | 15        |
| • 2.4.5 Deelnemers en begeleidende staf  | 15        |
| • 2.4.6 De kosten volgens de organiserende partijen                                | 16        |
| • 2.4.7 Verdringing door bezoekers RHC   | 16        |
| 2.5 Haags Hockeyplein  | 17        |
| • 2.5.1 Bezoekersaantallen en kenmerken HHP  | 17        |
| • 2.5.2 Bezoekers en economische impact HHP  | 17        |
| • 2.5.3 De uitgaven volgens de organiserende partijen                              | 18        |
| 2.6 WK Hockey Veteranen  | 18        |
| • 2.6.1 Bezoekersaantallen en kenmerken WK Veteranen                               | 18        |
| • 2.6.2 Bezoekers en economische impact WK Veteranen                               | 19        |
| • 2.6.3 De kosten volgens de organiserende partijen                                | 20        |
| 2.7 Conclusie  | 21        |
| <b>3. Mediawaarde</b>  | <b>23</b> |
| 3.1 Inleiding  | 23        |
| 3.2 Methoden   | 23        |
| 3.3 Geschreven pers  | 24        |
| 3.4 Televisie  | 26        |
| 3.6 Online media   | 30        |
| 3.9 Conclusie  | 33        |
| <b>4. Beleving inwoners Den Haag</b>   | <b>35</b> |
| 4.1 Inleiding  | 35        |
| 4.2 Methoden   | 35        |
| 4.3 Demografische gegevens   | 36        |
| 4.4 Belevingswaarde van het evenement  | 38        |
| 4.5 Beleving van inwoners van WK Hockey en de relatie met de stad Den Haag         | 40        |
| 4.6 Draagvlak, negatieve beleving en communicatie                                  | 41        |
| • 4.6.1 Draagvlak  | 41        |
| • 4.6.2 Communicatie   | 41        |
| 4.7 Rapportcijfer voor het WK Hockey   | 42        |
| 4.8 Conclusie  | 42        |
| <b>Literatuurlijst</b>   | <b>43</b> |
| <b>Bijlagen:</b>   | <b>44</b> |
| <b>Bijlage 1: Economische impact</b>   | <b>44</b> |
| • Bijlage 1a: vragenlijst  | 44        |
| • Bijlage 1b: Overzicht aantal enquêtes per locatie en dag.                        | 49        |
| • Bijlage 1c: Major Sporting Event Tourism Flow Model                              | 50        |
| • Bijlage 1d: Overzicht inkomsten en uitgaven volgens de gemeente Den Haag en KNHB | 51        |
| • Bijlage 1e: Overzicht inkomsten en uitgaven volgens de KNHB                      | 52        |
| <b>Bijlage 2: Beleving</b>   | <b>53</b> |
| • Bijlage 2a: De vragenlijst voor de beleving van de inwoners.                     | 53        |



# Samenvatting

Dit rapport bevat drie evaluatieonderzoeken van het WK Hockey 2014 in Den Haag. Het gaat om een onderzoek naar de economische impact van het WK Hockey, de mediawaarde van het WK Hockey en de beleving van het WK Hockey door de inwoners van Den Haag.

De totale economische impact van de Rabobank Hockey World Cup (RHWC), het Haags Hockeyplein en het WK veteranen tezamen, na aftrek van de kosten, is € 12,8 miljoen. Dit bedrag kan worden beschouwd als een bovengrens, omdat eventuele verdringingseffecten niet zijn verrekend. De reguliere bezoekers aan het RHWC leveren de grootste bijdrage aan de economische impact. Dit komt voornamelijk door de bestedingen die zij doen gedurende de dag (6,3 miljoen euro). Maar ook de overnachtingen van deze reguliere bezoekers aan de RHWC zorgen voor een bijdrage aan de totale economische impact (3,5 miljoen euro). Daarnaast bleef 17% van de additionele bezoekers aan het WK hockey langer (gemiddeld 5 dagen) dan de duur van het evenement in Den Haag. In deze periode spendeerden zij ongeveer 2 miljoen euro. De VIPs, die de RHWC bezochten, het Haags Hockey Plein (129 duizend euro) en het WK veteranen (765 duizend euro) leverden een beperktere bijdrage aan de economische impact.

Van alle bezoekers aan de RHWC kon bijna 74% als additioneel worden gezien, wat neerkomt op 66.600 additionele bezoekers en ruim 180 duizend afgelegde bezoeken. Van deze additionele bezoekers was 44% van het vrouwelijke geslacht en 56% man, de gemiddelde leeftijd van de bezoekers was 42 jaar en ruim twee derde heeft een HBO of WO diploma. Van de bezoekers kwam 18% uit het buitenland en 82% uit Nederland. Het grootste gedeelte van de buitenlanders was woonachtig in Engeland (22%), Australië (16%), Duitsland (13%) en België (10%). Negenvan de tien bezoekers uit Nederland is woonachtig buiten Den Haag. Ongeveer een op de vijf bezoekers overnachtte buitenshuis tijdens de RHWC. Van de bezoekers die buitenshuis overnachtte sliep twee derde in Den Haag en iets meer dan een kwart in de provincie Zuid-Holland. Het overige gedeelte overnachtte buiten deze regio. Van de overnachters sliep ongeveer twee derde in een 3, 4 of 5 sterren hotel en de gemiddelde verblijfsduur was bijna 7 dagen. Het gemiddelde waarderingscijfer van de reguliere bezoekers van de RHWC voor de organisatie en het evenement is een 8,5. Dit is in vergelijking met andere topsportevenementen in Nederland een erg hoge waardering.

De mediawaarde van de gemeten Nederlandse media bedroeg iets meer dan 64 miljoen euro. Gezien de afbakening van het onderzoek zijn er keuzes gemaakt betreffende de te meten media. Onder de mediawaarde van de geschreven pers vallen alle artikelen in nationale en regionale dagbladen, huis-aan-huisbladen en tijdschriften. Tien nationale kranten, zeven regionale kranten en twee tijdschriften zijn meegenomen in het onderzoek naar de mediawaarde van de RHWC. In totaal zijn bijna 359 pagina's gepubliceerd met WK Hockey gerelateerde content in de geschreven pers. Het tijdschrift Hockey.nl heeft veruit het hoogste aantal pagina's gepubliceerd, daarnaast besteedden het AD, de telegraaf, de volkskrant en het NRC Handelsblad de nodige aandacht aan de RHWC. De geschreven pers vertegenwoordigden in totaal een waarde van 10,6 miljoen euro met een bruto bereik van 347 miljoen lezers. De TV-aandacht die de RHWC in Nederland bedroeg ruim 220 uur op de gemonitorde televisiezenders (Nederland 1,2 en 3, RTL 4, 5, 7 en 8, SBS6, eurosport en de regionale zender TV West). Dit komt overeen met een waarde van ruim 50 miljoen euro en een bereik van ruim 85 miljoen televisiekijkers. In totaal is er bijna 34 uur aan aandacht geweest op de radiozenders en dit vertegenwoordigde een waarde van bijna 1,5 miljoen euro. Radio West is goed voor bijna de helft van de totale radiozendtijd. In totaal besteedde deze zender zeventien uur zendtijd aan het WK Hockey. Radio 1 spendeerde meer dan dertien uur aan zendtijd en staat daarmee voor 39% van de totale radiozendtijd. Echter vertegenwoordigt dit 82% van de totale radio mediawaarde. Dit omdat de zendtijd op radio 1 een stuk duurder is dan zendtijd bij de andere radiozenders. Verder heeft de organisatie 1,4 miljoen euro ingezet ten behoeve van promotie van het evenement. Hiervan was ruim 1 miljoen euro afkomstig van de KNHB en iets meer dan 300 duizend afkomstig van de gemeente Den Haag. Daarnaast zijn er online ruim tweeduizend Nederlandse artikelen verschenen over de RHWC en was er de nodige activiteit op de sociale media.

Als laatste is gekeken hoe de inwoners van Den Haag de RHWC hebben beleefd. Het evenement werd door alle respondenten gewaardeerd met een gemiddelde van 8,1. Respondenten die een bezoek hebben gebracht aan het WK Hockey gaven gemiddeld een hoger cijfer (8,7) dan respondenten die het geen bezoek hebben gebracht (7,7). Ongeveer zes van de tien inwoners gaf aan het belangrijk te vinden dat de gemeente investeert in de organisatie van grote topsportevenementen. De inwoners van Den Haag waren tevreden over de communicatie van de gemeente over de RHWC en het merendeel gaf aan voldoende informatie te hebben gekregen. Slechts een op de twintig mensen gaf aan dat zij zich hadden gestoord en een vergelijkbaar aantal gaf aan dat zij zich niet veilig te hebben gevoeld tijdens het evenement. Over het algemeen waren de inwoners van Den Haag dus enthousiast en positief gestemd over het topsportevenement en de bijdrage aan de regio. Deze resultaten moeten echter met voorzichtigheid worden geïnterpreteerd omdat de respondenten niet representatief zijn voor alle inwoners van Den Haag. De respondenten waren voornamelijk van Nederlandse afkomst, hoog opgeleid en erg sportief en zijn daarmee geen juiste afspiegeling van alle inwoners van Den Haag.



# 1. Inleiding

Noud van Herpen, Gitte Kloek

## 1.1 WK Hockey 2014

De Rabobank Hockey World Cup 2014 (RHWC) vond plaats van 31 mei tot en met 15 juni 2014 in Den Haag. Tijdens dit toernooi streden 24 teams (dames en heren) uit 15 verschillende landen in 76 wedstrijden om de wereldtitels. De Nederlandse vrouwen hebben het toernooi met winst afgesloten. De Nederlandse mannen haalden ook de finale maar moesten daarin hun meerdere erkennen in de mannen van Australië.

Naast de sportieve prestaties van de hockeyers was er tijdens het WK ook veel ruimte voor entertainment van bezoekers. Het Hockey Park bij het Kyocera Stadion van ADO Den Haag was het sportief epicentrum van het hockeytoernooi. Hier is onder andere een tweede stadion, het GreenFields stadion (een tijdelijke hockeyaccommodatie met plaats voor 5.000 personen), opgebouwd. Tevens bevond zich in het park het 'Westland Greenhouse', een kas van 220 m<sup>2</sup> waar bezoekers verse producten konden verkrijgen in het thema van de deelnemende WK landen. Het 'Stadium Plaza' gaf ruimte aan allerlei stands die artikelen en informatie aan de bezoekers van het Hockey Park aanboden. Dit varieerde van reizen met Cheaptickets tot de boeken (over het WK-land dat die dag uitgelicht werd) van boekwinkel Paagman. Daarnaast waren kledingwinkels en verschillende restaurants van onder andere La Place aanwezig. Op het Hockey Park waren twee mini hockeyvelden ingericht waar de zojuist aangeschafte hockeyartikelen of merchandise direct getest konden worden. Verder was er op het Hockey Park plek voor een 'Business Village' waar de VIPs terecht konden en een perscentrum, waardoor de verzamelde media en de TV studio van Omroep West zich op een steenworp afstand van het Kyocera stadion bevond. Als laatste was er ook nog een Brasserie en Music Lounge in samenwerking met OSeven Brasserie en Sublime FM. Op deze plek konden bezoekers lezen, schaken, dineren en genieten van live muziek. In het 'Hockey House' bevond zich overdag een kidscorner met activiteiten voor kinderen. 's Avonds barstte hier het feest los onder leiding van een DJ. Dit allemaal om van het 16 dagen durende sportevenement een groot hockeyfeest maken.

Naast het Hockey Park heeft het RHWC zich ook in de binnenstad van Den Haag laten zien. Hier was namelijk tijdens het evenement, op het Plein, het Haags HockeyPlein (HHP) opgebouwd. Zo kwamen vlakbij het Binnenhof, sport, cultuur en politiek samen. Het HHP bestond uit een paviljoen, een hockeyveldje van 15 x 27,5 meter, een buitenpodium, een scherm waarop live-wedstrijdbeelden te zien waren en een radiostudio. Daar zond Omroep West uit en werd zoveel mogelijk live geschakeld met het Kyocera Stadion.

Naast de RHWC vond van 3 tot en met 13 juni de World Grand Masters Association World Cup 2014 (WGMA of 'WK veteranen') plaats. Hier gingen 56 teams uit 16 landen met elkaar de strijd aan bij de Haagse Hockey Club Klein Zwitserland. Ongeveer 1100 tophockeysers in de leeftijdscategorieën 60+, 65+, 70+ en 75+ deden mee. Het WK veteranen was het grootste side event van de RHWC. De WGMA World Cup toernooien worden eens in de twee jaar gehouden en het toernooi kenmerkt zich door een sfeer van verbroedering. Tijdens de wedstrijden gaat het er best serieus aan toe, er worden ook kaarten uitgedeeld, maar na afloop zit iedereen bij elkaar in de zon na te genieten.

De gemeente Den Haag wil de RHWC evalueren op haar economische impact, de beleving van het evenement onder inwoners van Den Haag en de promotionele waarde van het sportevenement. Voor de evaluatie van sportevenementen zijn standaard meetinstrumenten voorhanden, die zijn ontwikkeld door de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP). Toepassing van standaard meetinstrumenten maakt sportevenementen beter vergelijkbaar waardoor een groter leereffect kan worden bereikt bij betrokken organisaties. Bovendien kan de opdrachtgever de resultaten van de evaluaties gebruiken in communicatie- uitingen naar (potentiële) sponsors en andere stakeholders van het betreffende evenement en toekomstige evenementen. Voor de Faculteit Gezondheid, Voeding en Sport van De Haagse Hogeschool is het van belang dat haar studenten relevante beroepsopdrachten kunnen uitvoeren in het werkveld. De evaluatie van grote strategische sportevenementen in de regio Den Haag worden gezien als belangrijke kans op het snijvlak van onderwijs, onderzoek en beroepspraktijk.

Dit rapport geeft inzicht in de economisch impact van de drie hierboven beschreven evenementen, de RHWC met het Hockey Park, het HHP en het WK veteranen. Daarnaast wordt de mediawaarde en belevingswaarde van het RHWC weergegeven.

## 1.2 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 staat de economische impact van het WK Hockey centraal. De mediawaarde komt aan bod in hoofdstuk 3. Vervolgens is in hoofdstuk 4 verwoord hoe de inwoners van Den Haag het RHWC ervaren hebben. Elk hoofdstuk beschrijft de gebruikte methoden, geeft een overzicht van de belangrijkste resultaten en sluit af met conclusies.



## 2. Economische impact

Noud van Herpen, Gitte Kloek en Jessie Joosse

### 2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de economische impact van WK Hockey 2014 in Den Haag. Dit aan de hand van de drie eerder genoemde 'evenementen'. Achtereenvolgens komen de Rabobank Hockey World Cup (RHWC), het Haags Hockeyplein (HHP) en de World Grand Masters Association World Cup 2014 (WK Veteranen) aan bod.

Van het RHWC zijn het aantal bezoekers en de kenmerken van deze bezoekers in kaart gebracht. Daarnaast is bekeken hoe zij het evenement beoordelen. Ook wordt er een beeld geschetst van wat deze bezoekers uitgeven en wat daarmee de economische impact van de RHWC 2014 op korte termijn is. Hierbij worden ook de overnachtingen en het aantal dagen dat mensen langer in Den Haag blijven meegenomen. Naast de reguliere bezoekers is ook gekeken naar de uitgaven van VIPs, deelnemers en begeleidende staf en de media. De kosten die de organiserende partijen (Gemeente Den Haag en de KNHB) hebben gemaakt om de RHWC te organiseren worden vervolgens ook meegenomen in de economische impact. Tot slot is er voor de RHWC gekeken of er sprake is geweest van verdringing, wat mogelijk een negatief effect kan hebben op de economische impact.

Voor het HHP is ook gekeken naar het aantal bezoekers, de kenmerken van deze bezoekers en wat zij vonden van het HHP. Daarnaast is gekeken hoeveel geld deze personen uitgaven op HHP en naar wat de organisatie spendeerde aan het HHP. Bij het HHP is niet gekeken naar overnachtingen en het aantal dagen dat bezoekers langer blijven in Den Haag. Dit omdat er vanuit is gegaan dat mensen niet overnachten of langer blijven vanwege het HHP maar dat dit, indien het geval, vanwege de RHWC is. In dat geval zijn deze uitgaven al in de berekeningen van het RHWC meegenomen.

Bij het WK Veteranen is gekeken naar het aantal bezoekers en deelnemers en het profiel van deze personen. Bij het WK Veteranen worden de deelnemers en de bezoekers als één groep gezien om dubbelstellingen te voorkomen. Dit omdat deelnemers vaak samen met bezoekers (familie en vrienden) aanwezig zijn op het toernooi. Daarnaast is gekeken naar wat bezoekers/deelnemers uitgeven. In dit geval zijn de overnachtingen en aantal dagen dat mensen extra in Den Haag blijven wel meegenomen omdat het aannemelijk is dat deze personen overnachten/langer blijven vanwege het WK Veteranen. In vergelijking met de RHWC is niet gekeken naar media en VIPs omdat die tijdens dit evenement geen rol van betekenis spelen.

9

### 2.2 Methoden

Voor dit onderzoek zijn verschillende methoden ingezet: gestructureerde interviews met bezoekers en een interview met de organiserende partijen. Tevens hebben er interviews plaatsgevonden met de Gemeente Den Haag, de KNHB en de organisatie van het WK Veteranen.

**Gestructureerde interviews met bezoekers, VIPs, media en teammanagers.** Ten behoeve van dit onderzoek heeft onder supervisie van de onderzoekers (NvH, GK en JJ) uitgebreid veldwerk plaatsgevonden. Studenten van de Haagse Hogeschool hebben gedurende iedere dag van de RHWC, rustdagen uitgesloten, bezoekers face-to-face geïnterviewd. Dit heeft geresulteerd in 1.863 respondenten onder de reguliere bezoekers. De verdeling van respondenten over interviewdagen is te vinden in bijlage 1b. Vragenlijsten (bijlage 1a) waren er in twee talen (Nederlands en Engels). De gestructureerde interviews zijn afgenomen door middel van het invullen van de antwoorden op een tablet. Dit was mogelijk door de applicatie Voyse die beschikbaar is gesteld door CLEVER°FRANKE. De onderzoekers hebben samen met CLEVER°FRANKE de ingevoerde gegevens gecontroleerd en waren daarmee verantwoordelijk voor de kwaliteitscontrole van de dataset.

Bij het bezoekersonderzoek was er sprake van een steekproef. Om de steekproef zo representatief mogelijk te maken is er getracht iedere 10e bezoeker te interviewen. Alle dataverzamelaars hebben deze instructie meegekregen. Dit garandeert echter nog niet dat de gevonden data 100% betrouwbaar is. De marge rond de uitkomsten is afhankelijk van het aantal respondenten en de mate van uniformiteit van de antwoorden. Bij een steekproefomvang van 1.863 respondenten (steekproefgrootte van alle interviewdagen tezamen) geldt bij een 95%- betrouwbaarheidseis een maximale eenzijdige marge van 2,2%. Dit betekent bijvoorbeeld dat als 50% van de respondenten aangeeft tevreden te zijn over het WK, het werkelijke percentage, in negentien van de twintig gevallen (in het theoretische geval van herhaling van het onderzoek), tussen 52,2 en 47,8% ligt. Bij resultaten lager of hoger dan 50% is de afwijking kleiner.

Gepland was dezelfde methode te hanteren bij de VIPs en de media. Echter heeft de organisatie slechts gedurende 2 dagen toegestaan om gestructureerde interviews af te nemen met de VIP's. Gedurende deze 2 dagen zijn er in het totaal 127 VIP's geïnterviewd. Accreditatie voor de persruimte is niet verleend door de organiserende partijen. Daarom zijn de uitgaven van de media geschat op basis van het interview met de KNHB en bestaande literatuur.

Om informatie te verzamelen over de uitgaven van de deelnemende teams en de begeleidende staf is de vragenlijst opgestuurd naar de teammanagers van de verschillende teams. Om de respons te verhogen is een reminder verstuurd en is op een bijeenkomst van de teammanagers aandacht gevraagd voor het invullen van de vragenlijst. Aan de oproep hebben uiteindelijk tien teammanagers gehoor gegeven echter bleek tijdens de kwaliteitscontrole dat de antwoorden van slechts vier respondenten aan de kwaliteitseisen voldeden. Om die reden is tijdens het interview met de KNHB ook gesproken over de verwachte uitgaven van de deelnemende teams. Het interview diende daarmee als controle voor de schattingen die zijn gedaan op basis van de uitkomsten van de vragenlijst.

Op het HHP en tijdens het WK veteranen zijn enkel face-to-face interviews afgenomen met bezoekers en deelnemers. Dit omdat VIPs en media geen rol van betekenis spelen op deze evenementen. De deelnemers aan het WK veteranen zijn gemakkelijk te benaderen dus het was niet nodig om de uitgaven van deze groep te vragen bij de teammanagers. Op het HHP zijn gedurende zeven dagen interviews afgenomen bij 159 respondenten. Tijdens het WK veteranen zijn gedurende drie dagen interviews afgenomen bij 275 respondenten. Voor een compleet overzicht zie bijlage 1b..

**Interview met de gemeente Den Haag, de KNHB en de organisatie van het WK veteranen.** Met de gemeente Den Haag, de KNHB en de organisatie van WK veteranen is in overleg gesproken over de inkomsten en uitgaven van de organiserende partijen voor de RHWC, het HHP en het WK veteranen. Speciale aandacht ging uit naar de spreiding van de inkomsten en uitgaven binnen en buiten Den Haag. Daarnaast is aan de KNHB gevraagd om een schatting te maken van de uitgaven van de aanwezige pers/media en de uitgaven van de deelnemende teams van de RHWC.

## 2.3 Definities

**Economische impact.** Bij elk evenement is een veelheid aan economische effecten denkbaar: bestedingen aan reclame door het bedrijfsleven, overnachtingen door bezoekers, promotie-effecten voor de gemeente, et cetera. De economische impact heeft betrekking op een deel van deze economische effecten. De economische impact verwijst naar de directe bestedingen van de belangrijkste stakeholders (bezoekers, organisatie, pers, deelnemers en begeleiding) op korte termijn die zonder het evenement niet gedaan zouden zijn (zogenaamde additionele bestedingen). Uitgaven van (lokale) overheden zijn volgens de richtlijn niet additioneel omdat aangenomen wordt dat deze middelen op een ander moment ten goede komen aan de betreffende regio (het is een verschuiving van uitgaven in de tijd). Mochten er uitgaven gedaan zijn door de gemeente Den Haag buiten de regio dan wordt dit gezien als een negatief effect ten aanzien van de economische impact. Dit omdat aangenomen wordt dat dit bedrag anders wel in de gemeente terecht had kunnen komen. Geld dat in Den Haag is uitgegeven door de KNHB en de organisatie van het WK veteranen heeft een positief effect op de economische impact. Dit omdat is aangenomen dat dit geld anders niet in Den Haag terecht zou komen. Eventuele (positieve) effecten ten aanzien van regio marketing of citymarketing, bijvoorbeeld als uitvloeisel van de media-aandacht, zijn niet verdisconteerd.

**Additionele bezoekers.** Additionele bezoekers van het WK Hockey 2014 zijn bezoekers die specifiek voor het evenement naar de regio zijn gekomen. Additioneel voor Den Haag wil in dit geval zeggen dat men, indien het WK niet had plaatsgevonden, niet aanwezig zou zijn geweest in de gemeente. Conform de richtlijn 'Economische Impact' (zie paragraaf 2.2) is als uitgangspunt genomen dat de inwoners van de gemeente Den Haag die het WK bezoeken niet als additioneel worden beschouwd. De uitgaven van inwoners van Den Haag aan het evenement betreffen volgens wetenschappelijk sportonderzoek in veel gevallen een verschuiving van bestedingen in de tijd. De uitgaven van deze groep dragen dus niet bij aan de economische impact.

**WK Hockey 2014.** Net als bij andere grote topsportevenementen geldt ook voor het WK Hockey 2014 dat er diverse side-events en andere afgeleide activiteiten zijn. Met het WK Hockey 2014 wordt in dit onderzoek, tenzij anders vermeld, de 76 topsportwedstrijden van de RHWC bedoeld. Naast het 'hoofdevenement' is bij deze opdracht ook de economische impact van het HHP en het WK veteranen berekend.

**Geografische afbakening.** De economische impact van een evenement wordt beïnvloed door het geografisch gebied dat bij het onderzoek centraal staat. De economische impact van het WK is voor de provincie Zuid-Holland derhalve anders dan voor de gemeente Den Haag. In dit onderzoek is op verzoek van de opdrachtgever (de gemeente Den Haag) de impact voor de gemeente Den Haag becijferd.

## 2.4 Rabobank Hockey World Cup

### 2.4.1 Bezoekersaantallen en -kenmerken RHWC

**Bezoekersaantallen.** Het aantal bezoeken aan het WK Hockey is door de KNHB geteld door middel van de tickets. Het aantal reguliere bezoeken is volgens de KNHB 240.000 (KNHB, persoonlijke communicatie, 4 september 2014). Er is getracht dit aantal bezoeken te verifiëren en dit aantal lijkt correct. Het Kyocera stadion zat namelijk altijd vol tijdens de wedstrijden van Nederlands team. Daarnaast haalden allebei de Nederlandse teams de finale en dat zorgde er voor dat op iedere wedstrijd dag een van de Nederlandse teams (dames of heren) speelde. Nu kan er dus vanuit worden gegaan dat er iedere dag (minimaal) 15.000 bezoeken zijn afgelegd alleen al voor de wedstrijden van het Nederlandse team. Als men dit vermenigvuldigt met het aantal wedstrijddagen (14) krijgt men een inschatting van het aantal bezoeken aan wedstrijden van een van de Nederlandse teams, 14 maal 15.000 is 210.000. Dat betekent dat er nog (minimaal) 30.000 andere bezoeken zijn geweest aan de RHWC. De meeste tickets die zijn verkocht waren dagkaarten (dus inclusief bezoek aan wedstrijd Nederland) maar het lijkt aannemelijk dat er op wedstrijddagen ook nog gemiddeld ruim 2000 bezoeken (30.000 / 14) zijn afgelegd door mensen die enkel dagkaarten hadden voor bijvoorbeeld het GreenFields stadion en/of het Hockeypark. In deze rapportage gaan we dus uit van 240.000 bezoeken aan de RHWC.

Het aantal unieke reguliere bezoekers is als volgt berekend: totaal aantal bezoeken / gemiddelde aantal dagen dat bezoekers een bezoek hebben gebracht aan het WK Hockey =  $240.000 : 2,65 = 90.434$ . Dit aantal is exclusief de VIPs, aanwezige pers/media en deelnemende teams. Bij het aantal unieke reguliere bezoekers moet een belangrijke kanttekening worden geplaatst. Het daadwerkelijke aantal unieke bezoekers zal hoger liggen omdat veel bezoekers slechts eenmaal een bezoek hebben gebracht aan de RHWC. Voor de berekeningen van de economische impact maakt dat echter niet uit omdat gerekend wordt met het aantal bezoeken.

**Additionele bezoekers.** De economische impact wordt berekend aan de hand van additionele bestedingen. Dus bestedingen door in dit geval de 'additionele reguliere bezoekers'.

De reguliere bezoekers zijn aan de hand van de eerder genoemde methode benoemd als wel of niet additioneel. Zo tellen de bezoekers afkomstig uit Den Haag dus niet mee als additioneel.

Tabel 2.1: Berekening (additionele) bezoeken / Bezoekers

|  |         |
|--|---------|
| Aantal Bezoeken                            | 240.000 |
| Gemiddeld aantal dagen per bezoeker        | 2,65    |
| Bezoekers (excl. VIPs)                     | 90.434  |
| Aandeel additionele bezoekers              | 74%     |
| Aantal additionele Bezoekers               | 66.600  |
| Gem. aantal dagen per additionele bezoeker | 2,71    |
| Additionele bezoeken                       | 180.252 |

\* gepresenteerde getallen zijn afgerond. In de berekeningen is dit niet is gedaan. Zo is bijvoorbeeld het totaal aantal bezoeken (240.000) gedeeld door 2,653867..... (gemiddeld aantal dagen dat alle bezoekers komen) en dit levert de 90.434 bezoekers op genoemd in de tabel. Het aantal bezoeken (240.000) delen door 2,65 zou een ander getal opleveren (90.566). Dit kan ook van toepassing zijn in de overige tabellen in deze rapportage.

In totaal waren er 66.600 reguliere bezoekers additioneel gedurende het WK Hockey. Het aantal additionele bezoeken van de reguliere bezoekers is te bepalen door het aantal additionele bezoekers te vermenigvuldigen met het gemiddeld aantal bezoeken van de additionele reguliere bezoekers ( $66.600 \times 2,71 = 180.252$ ). 180.252 is het aantal additionele bezoeken.

**Basiskkenmerken.** Van de reguliere bezoekers was 56% man en 44% vrouw, de gemiddelde leeftijd van de respondenten was 42 jaar en had 71% van de bezoekers een HBO/WO diploma. Bezoekers onder de 16 jaar niet ondervraagd. De gemiddelde leeftijd van alle bezoekers zal dus lager uitvallen. In tabel 2.2 is de verdeling per leeftijdscategorie te zien.

Tabel 2.2: Percentage van de bezoekers per leeftijdscategorie. (n=1863)

| Leeftijdscategorie | Percentage (%) |
|--------------------|----------------|
| 16-24 jaar         | 16%            |
| 25-34 jaar         | 12%            |
| 35-44 jaar         | 23%            |
| 45-54 jaar         | 30%            |
| 55-64 jaar         | 11%            |
| 65+                | 7%             |
| <b>Totaal:</b>     | <b>100%*</b>   |

\* doordat percentages zijn afgerond op hele procenten komt de optelsom van deze afgeronde percentages op 99% i.p.v. 100%. Echter als de cijfers achter komma worden meegerekend is dit wel 100%

Van de bezoekers kwam 18% uit het buitenland en 82% uit Nederland. Het grootste gedeelte van de buitenlanders was woonachtig in Engeland (22%), Australië (16%), Duitsland (13%) en België (10%). In het totaal bezochten bezoekers van 32 nationaliteiten de RHCW. Van alle bezoekers is 89% woonachtig buiten Den Haag. In totaal was 82% van de bezoekers op het evenement uit eigen initiatief, 15% was uitgenodigd door een sponsor of organisatie en 3% van de bezoekers hebben de antwoordmogelijkheid 'Anders' gekozen.

**Gezelschap.** De bezoekers hebben aangegeven met hoeveel personen zij aanwezig waren op de RHCW. De gemiddelde groepsgrootte was 15 personen. Groepen die met een groot aantal personen kwamen, zoals een hockeyvereniging met 1.800 personen, hebben een grote invloed op de gemiddelde groepsgrootte. Er waren ook veel kleiner groepen aanwezig. Zo was 7% van de bezoekers alleen, bij 39% bestond het gezelschap uit twee personen, bij 11% van de bezoekers was dit drie personen en bij 18% waren dit vier personen.

Daarnaast kwam 21% met vrienden en kennissen, 6% kwam met een school, bedrijf of vereniging, 15% kwam met partner en met kinderen, 14% kwam alleen met de partner, 11% kwam alleen met kinderen. De overige respondenten kwamen alleen of in een mix van de bovengenoemde opties, bijv. met kinderen en met een school, bedrijf of vereniging of kwam met partner en met vrienden en kennissen.

**Overnachting.** 19% van alle respondenten overnachtte buitenshuis tijdens het WK Hockey. Van de bezoekers die buitenshuis overnachtte, sliep 67% in Den Haag en 26% sliep in Zuid-Holland, het overige gedeelte buiten Zuid-Holland. De onderstaande tabel 2.3 geeft in percentages aan welke accommodaties in Den Haag zijn geboekt door de bezoekers die buitenshuis sliepen.

Tabel 2.3: Waar overnachten de bezoekers die buitenshuis sliepen? (n=238)

| Type overnachting                  | Percentage (%) |
|------------------------------------|----------------|
| Appartement                        | 5%             |
| Bed & Breakfast                    | 9%             |
| Bij vrienden / familie / kennissen | 15%            |
| Bungalowpark                       | 1%             |
| Camping                            | 1%             |
| Hotel 0 - 3 sterren                | 31%            |
| Hotel 4 - 5 sterren                | 36%            |
| Overige                            | 2%             |
| <b>Eindtotaal</b>                  | <b>100%</b>    |

Tabel 2.3 geeft aan dat 36% in een 4-5 sterren hotel heeft overnacht en 31% heeft overnacht in een 0-3 sterren hotel. Daarnaast sliep 15% bij vrienden/familie /kennissen en 9% in een Bed & Breakfast. De gemiddelde verblijfsduur was 6,71 dagen.

**Waarderingcijfer WK Hockey.** Het waarderingcijfer dat de reguliere bezoekers hebben gegeven aan het WK Hockey voor de organisatie en het evenement is een 8,5 gemiddeld. Het WK Hockey is hoog gewaardeerd in vergelijking met andere topsportevenementen in Nederland. Zo beoordeelden de bezoekers van het WK wielrennen 2012 het evenement met een gemiddeld cijfer van 8,0, kreeg het EK baalwielrennen een 7,5 en waardeerden de bezoekers van de World League Volleybal in Apeldoorn het evenement met een 8,1 (Hover et al., 2013)(Kock & de Boer, 2013)(de Boer, 2013).

## 2.4.2 Uitgaven bezoekers en economische impact

**Dagbestedingen.** Tijdens het WK Hockey is er ook aan de reguliere bezoekers gevraagd naar de dagbestedingen in Den Haag. Zo is er gevraagd naar de bestedingen aan: merchandising/souvenirs, parkeerkosten en tanken, eten/drinken en overige uitgaven. In de onderstaande tabel 2.4 staat een weergave van de dagbestedingen.

Tabel 2.4 Gemiddelde bestedingen van de additionele bezoekers. (n=1372)

| Besteding (in Den Haag)     | Uitgave in EURO per dag |
|-----------------------------|-------------------------|
| Tickets                     | 33,33*                  |
| Eten / Drinken              | 11,76                   |
| Merchandising / souvenirs   | 16,47                   |
| Parkeerkosten en tanken     | 2,67                    |
| Overige uitgaven            | 2,47                    |
| Totale uitgaven             | 68,39                   |
| Uitgaven (excl. de tickets) | 35,05*                  |

\*de inkomsten uit tickets gaan naar de KNHB en worden dus niet meegerekend bij de economische impact.

De gemiddelde besteding van de additionele bezoeker over het gehele evenement genomen was €68,39. Exclusief de tickets was de gemiddelde besteding € 35,05. Met dit getal wordt uiteindelijk gerekend, omdat het geld van de tickets niet naar de gemeente Den Haag gaat. Gemiddeld werd daarvan € 16,47 besteed aan eten en drinken en € 11,76 aan merchandising en souvenirs.

Als de gemiddelde dagbesteding van de reguliere bezoeker wordt vermenigvuldigd met het aantal additionele reguliere bezoeken (180.252, zie tabel 2.1) gedurende het evenement resulteert dat in een totale dagbesteding van ruim € 6.3 miljoen door de additionele reguliere bezoekers.

**Bestedingen aan overnachtingen.** Van de additionele bezoekers (n=66.600) heeft 14% (n=9.223) overnacht in Den Haag. Een overnachting had een gemiddelde prijs van € 59,63 per persoon per nacht. Het gemiddelde aantal nachten dat door de additionele bezoekers werd overnacht in Den Haag was 6,3. In totaal leverde dit 58.147 overnachtingen op in de gemeente Den Haag. Dit aantal overnachtingen is vermenigvuldigd met de gemiddelde overnachtingsprijs per persoon per nacht. Dit betekent dat er in het totaal bijna € 3.5 miljoen door de additionele bezoekers wordt uitgegeven in de gemeente Den Haag aan overnachtingen. In tabel 2.5 staat een schematische weergave van deze som.

Tabel 2.5: Bestedingen aan overnachtingen door additionele bezoekers.

|   |               |
|---|---------------|
| <b>Bezoekersaantal</b>                          | <b>90.434</b> |
| % Additioneel                                   | 74%           |
| Additionele bezoekers                           | 66.600        |
| % van add. bezoekers dat overnacht in Den Haag  | 14%           |
| Aantal add. overnachters in Den Haag            | 9.223         |
| Gem. overnachtingsduur (Add. bez.)              | 6,30          |
| Totaal aantal overnachtingen                    | 58.147        |
| Gem. overnachtingsprijs p.p. per nacht (euro)   | 59,63         |
| Impact uitgaven aan overnachtingen (*1000 euro) | 3.467         |

**Langer bezoek aan Den Haag door WK Hockey.** Door het evenement zijn er ook additionele bezoekers langer gebleven in Den Haag. Van de 66.600 additionele bezoekers is 17% langer gebleven in de gemeente Den Haag door het WK Hockey. Gemiddeld is deze groep 5,03 dagen langer gebleven. Doordat deze groep langer verblijft, wordt er vanuit gegaan dat deze groep gedurende deze 5 dagen de gemiddelde dagbesteding uit blijft geven gedurende dit langere verblijf (€ 35,05). De uiteindelijke som die wordt uitgevoerd is: Aantal additionele bezoekers \* % wat deze bezoekers langer is gebleven \* gemiddelde aantal dagen langer \* dagbesteding in Den Haag = de totale uitgaven door een langer verblijf. Dit betekent dat er 2 miljoen euro extra is uitgegeven in de gemeente Den Haag door een langer verblijf van de additionele bezoekers (66.600 \* 17,35% \* 5,03 \* 35,05 = € 2.038 duizend.

**Totale economische impact.** In tabel 2.6 is de totale directe economische impact door additionele reguliere bezoekers te zien.

Tabel 2.6: economische impact door additionele reguliere bezoekers

| Soort uitgaven   | Bedrag in Euro's (*1000) |
|--|--------------------------|
| Dagbestedingen door additionele bezoekers                      | 6.319                    |
| Bestedingen aan overnachtingen door additionele bezoekers      | 3.467                    |
| Bestedingen door langer verblijf                               | 2.038                    |
| <b>Totaal uitgegeven door reguliere additionele bezoekers:</b> | <b>11.823</b>            |

### 2.4.3 VIPs

**Bezoekersaantallen.** Het aantal bezoeken door de VIPs van het WK Hockey is door de KNHB geteld. Het aantal VIP bezoeken is volgens de KNHB 15.000 (Infographic Rabobank Hockey World Cup, 2014). Het aantal unieke reguliere bezoekers is dan 15.000 : 4,06 (gemiddelde aantal dagen dat VIPs een bezoek hebben gebracht aan het WK Hockey) = 3.699. Het aantal VIPs van het WK Hockey 2014 te Den Haag was dus 3.699.

**Respons enquêtes.** Gedurende het WK Hockey zijn er 127 enquêtes afgenomen onder de VIPs. Dit is minder dan het streef aantal van 270 volgens de WESP-richtlijnen bij een populatie < 5.000. Dit komt voornamelijk door de beperkte toegang tot de VIP ruimte voor de enquêteurs. Tijdens het evenement hebben de KNHB en de gemeente Den Haag besloten dat er twee dagen toegang werd verleend voor het onderzoek aan de VIP ruimte. Dit was te weinig om het respons van 270 te behalen. Alle uitspraken die in de volgende paragrafen worden uitgesproken zijn dus bepaald aan de hand van 127 respondenten.

**Basiskenmerken.** Tijdens het evenement was van de VIPs 61% man en 39% vrouw en de gemiddelde leeftijd van de VIPs was 47 jaar. Van de respondenten had 6% een buitenlandse nationaliteit en 94% had een Nederlandse nationaliteit. Van de VIPs die afkomstig zijn uit Nederland komt 26% uit Den Haag en tot slot heeft 76% van de VIPs een HBO en of WO diploma.

**Gezelschap.** De VIPs hebben aangegeven met hoeveel personen zij aanwezig waren op het WK Hockey, het gemiddelde aantal was 9 personen. De groepen met een hoog aantal personen hebben een grote invloed op dit aantal. Zo was er bijvoorbeeld een groep van 433 personen. In het totaal kwamen 52% van de VIPs met 2 personen.

**Overnachting.** Van de VIPs sliep 6% buitenshuis tijdens het WK Hockey. Van de personen die buitenshuis overnachtte, sliep 88% in Den Haag en 12,50% sliep in Zuid-Holland. De VIPs die in Den Haag sliepen verbleven voornamelijk in een 4-5 sterren hotel. Een enkeling verbleef in een appartement of op een camping.

**Waarderingscijfer WK Hockey.** Het waarderingscijfer van de VIPs voor het WK Hockey is gemiddeld een 8,9. Dit ligt dus nog hoger dan het cijfer van de reguliere bezoekers.

**Additionele bezoeken van VIPs.** De economische impact wordt berekend aan de hand van additionele bestedingen. Dus bestedingen door in dit geval de additionele VIPs. De VIPs zijn aan de hand van de eerder genoemde methode benoemd als wel of niet additioneel. Daarnaast tellen de inwoners uit Den Haag niet mee als additioneel. Zoals eerder vermeld waren er 3.699 bezoekers en hiervan was 59% additioneel. In totaal waren er dus 2.184 VIPs additioneel en 1.515 niet additioneel. Het aantal additionele bezoeken van de VIPs is te bepalen door het aantal additionele VIPs te vermenigvuldigen met het gemiddeld aantal bezoeken van de additionele VIPs. Het totaal aantal additionele bezoeken van VIPs is dan 7.369 ( $2.184 \times 3,37 = 7.369$ ).

**Dagbestedingen additionele VIPs.** Tijdens het WK Hockey is er ook aan de VIPs gevraagd naar de dagbestedingen. Het gaat hier om de uitgaven van de additionele VIPs. De gemiddelde besteding van de VIPs was € 27,82 per dag (dit is excl. de tickets). Gemiddeld werd daarvan € 8,07 besteed aan eten en drinken en € 16,07 aan merchandising en souvenirs. VIPs kregen ook eten en drinken in de VIP ruimte tijdens het evenement en ook werd vaak het parkeerticket betaald voor deze groep. Als de gemiddelde dagbesteding van de VIPs wordt vermenigvuldigd met het aantal additionele bezoeken door VIPs (7.369) resulteert dat in een totale dag uitgaven van 205 duizend euro door de VIPs ( $7.369 \times 27,82$  euro).

**Bestedingen aan overnachtingen additionele VIPs.** Van de additionele VIPs heeft 8% een overnachting geboekt. Hiervan heeft 83% in Den Haag geslapen. In het totaal heeft dan 7% van de additionele VIPs een overnachting geboekt in Den Haag. Een overnachting had een gemiddelde prijs van € 80,53 per persoon per nacht. Het gemiddelde aantal nachten dat werd overnacht in Den Haag was 8,80. In totaal leverde dit 1.346 overnachtingen op in Den Haag. Dit aantal overnachtingen is vermenigvuldigd met de gemiddelde overnachtingsprijs per persoon per nacht. Dit zorgt er voor dat in het totaal door de additionele VIPs ruim 108 duizend euro wordt uitgegeven aan overnachtingen in de gemeente Den Haag. In tabel 2.7 staat een schematische weergave van deze som.

14

Tabel 2.7: Berekening uitgaven aan overnachtingen door additionele VIPs

|   |       |
|---|-------|
| Bezoekersaantal VIPs                            | 3.699 |
| % Additioneel                                   | 59%   |
| Additionele VIPs                                | 2.184 |
| % van add. VIPs dat overnacht in Den Haag       | 7%    |
| Aantal add. overnachters in Den Haag            | 153   |
| Gem. overnachtingsduur (Add. VIPs.)             | 8,80  |
| Totaal aantal overnachtingen                    | 1.346 |
| Gem. overnachtingsprijs p.p. per nacht (euro)   | 80,53 |
| Impact uitgaven aan overnachtingen (*1000 euro) | 108   |

**Bestedingen door langer verblijf additionele VIPs.** Door het evenement zijn er ook VIPs langer gebleven in Den Haag. Van de 2.184 additionele VIPs is 8,0% langer gebleven in de gemeente Den Haag door het WK Hockey. Gemiddeld is deze groep 6,2 dagen langer gebleven. Doordat deze groep langer verblijft, wordt er vanuit gegaan dat deze groep gedurende deze 6 dagen de gemiddelde dagbesteding elke dag uitgeeft (€ 27,82).

**De uiteindelijke som die wordt uitgevoerd is.** Aantal additionele bezoekers \* % wat deze bezoekers langer is gebleven \* gemiddelde aantal dagen langer \* dagbesteding in Den Haag = de totale uitgaven door een langer verblijf. Dit betekent dat er ruim 30 duizend euro extra is uitgegeven in de gemeente Den Haag door een langer verblijf van de additionele VIPs ( $2184 \times 8,0\% \times 6,02 \times 27,82 = 30$  duizend euro).

**Totale economische impact.** In tabel 2.8 is de totale directe economische impact door additionele VIPs te zien.

Tabel 2.8: economische impact door additionele VIPs

| Soort uitgaven                                       | Bedrag in Euro's (*1000) |
|--|--------------------------|
| Dagbestedingen door additionele VIPs                 | 205                      |
| Bestedingen aan overnachtingen door additionele VIPs | 108                      |
| Bestedingen door langer verblijf additionele VIPs    | 30                       |
| <b>Totaal uitgegeven door additionele VIPs:</b>      | <b>344</b>               |

#### 2.4.4 Media

Zoals in de methode is omschreven was er geen mogelijkheid om de aanwezige pers/media te interviewen. Daarom is achteraf door middel van een interview met de KNHB een schatting gemaakt. Naast dit interview is deze schatting gemaakt aan de hand van vergelijkbare uitgaven in andere WESP rapportages. Het aantal geaccrediteerde media professionals was 500 (KNHB, persoonlijke communicatie, 3 april 2013). Deze gehele groep wordt beschouwd als additioneel (komt niet uit Den Haag en zou voor een vergelijkbaar evenement ook naar een andere stad reizen). Daarnaast is er vanuit gegaan dat de dagbestedingen van de media gelijk zijn aan de dagbestedingen van de additionele bezoekers: € 35,05. De verblijfsduur wordt geschat op 16 dagen (aantal dagen dat het evenement plaats vond). De uiteindelijke impact door de media vanuit de dagbestedingen wordt dan geschat op:  $500 \times 35,05 = 17.525$  euro per dag. De verwachting is dat de media 16 dagen aanwezig zijn op het evenement en dat zij per dag 17.525 euro uitgeven. De impact vanuit de media is dan circa **280 duizend** euro. De overnachtingen door de media laten we buiten beschouwing, dit omdat deze schatting te grof zou worden in verband met geen tot beperkte informatie.

**Totale economische impact.** In tabel 2.9 is de totale directe economische impact door de media te zien.

Tabel 2.9: economische impact door de media

| Soort uitgaven                               | Bedrag in Euro's (*1000) |
|--|--------------------------|
| Dagbestedingen door de media                 | 280                      |
| Bestedingen aan overnachtingen door de media | Niet berekend            |
| <b>Totaal uitgegeven door de media</b>       | <b>280</b>               |

#### 2.4.5 Deelnemers en begeleidende staf

**Deelnemersaantallen.** Aan het WK Hockey hebben 12 vrouwen en 12 mannen teams deelgenomen. Verder wordt aangenomen dat elk team bestaat uit 18 spelers en 7 begeleiders (coaches, staf etc.). In totaal waren er dus 24 teams elk bestaand uit 25 leden, dit is in totaal: 600 spelers en begeleiders. Vanuit de KNHB is vernomen dat 22 van de 24 verbleven in Den Haag. De Belgische teams verbleven echter in Voorburg en worden daarom als niet additioneel beschouwd. Dit omdat de meeste kosten (overnachting en eten en drinken) dan in de buurt van de accommodatie worden gemaakt. In de verdere berekeningen is daarom uitgegaan van 550 additionele deelnemers/begeleiders.

**Respons enquête.** De respons onder de teammanagers was twaalf ingevulde vragenlijsten. Vier daarvan zijn compleet ingevuld (Nederland, Duitsland, België en Zuid-Afrika), de rest van de respondenten gaf te weinig of te beperkt antwoord om mee te kunnen nemen in het onderzoek. Daarom is besloten om ook de KNHB gevraagd om input te leveren voor het berekenen van de uitgaven van de deelnemende landen (J. Spreé, persoonlijke communicatie, 23 september 2014). De informatie vanuit de KNHB is leidend geweest voor het berekenen van het aantal overnachtingen en voor de uitgaven aan eten en drinken. Dit omdat de KNHB deze informatie had van alle teams en vanuit de vragenlijst is er maar informatie was van vier teams. De KNHB had echter geen informatie over de overige dagbestedingen. Hiervoor zijn dan de antwoorden van de 4 teammanagers gebruikt. De gemiddelde prijs per 2 personen per nacht is ook afkomstig van de 4 teammanagers (€68,-).

**Verblijfsduur.** De gemiddelde verblijfsduur is per team verschillend. Het gemiddeld aantal dagen dat de teams zijn gebleven is volgens de KNHB 21 dagen.

**Waarderingscijfer WK Hockey.** Het waarderingscijfer dat de teammanagers hebben gegeven aan het WK Hockey voor de organisatie en het evenement is een 9,0 gemiddeld.

**Dagbesteding.** Uit de ingevulde vragenlijsten is af te leiden dat er door de team gemiddeld € 132,- per persoon wordt uitgegeven. Volgens de KNHB wordt er circa 50 euro per persoon per dag uitgegeven aan eten en drinken. Het overige bedrag (€ 82,- p.p.p.d) is dus besteed aan overige uitgaven zoals materiaal, boodschappen, vervoer en souvenirs etc. De totale dagbesteding per persoon (€ 132) is vervolgens vermenigvuldigd met het totaal aantal additionele deelnemers (550). Dit zorgt voor een bedrag € 72.600,- dat per dag door de deelnemers/begeleiders is uitgegeven. Zoals eerder genoemd was de gemiddelde verblijfsduur 21 dagen. De vermenigvuldiging van het aantal keer de besteding per dag ( $21 \times 72.600$ ) levert dan een bedrag op van **1.524 duizend** euro. Dit is de totale dagbesteding van de teams in de gemeente Den Haag.

**Overnachtingen.** Volgens de KNHB verbleven 20 van de 24 teams in een 4-5 sterren hotel, 4 van de teams verbleven in 0 – 3 sterren hotels. In totaal sliepen er 22 teams in Den Haag. Het gemiddelde overnachtingsbedrag voor twee personen bedroeg € 68,- euro per nacht. Deze prijs is gebaseerd op de antwoorden van de 4 teammanagers. Echter sliepen deze teams niet 0-3 sterren hotels waardoor het dus zou kunnen dat er een overschatting plaats heeft gevonden van de prijs per 2 personen per dag. Echter in vergelijking met wat de reguliere bezoekers betalen voor 4-5 sterren hotel (€ 79,- p.p.p.n.) dan is de prijs van € 68,- euro per nacht voor 2 personen een stuk lager. Dit kan wel kloppen omdat een korting voor grote groepen die lang blijven wel aannemelijk is.

Het gemiddelde overnachtingsbedrag voor 2 personen bedroeg dus 68 euro. Gemiddeld is dit voor 21 dagen voor 2 personen een totaal van € 1.428,-. Voor 1 persoon zijn de overnachtingskosten voor 21 dagen dan  $\frac{1.428}{2} = € 714,-$ . Elk team bestond uit 25 personen, gemiddeld kost de overnachting voor het gehele team gedurende 21 dagen dan

€ 17.850,- (€ 714 \* 25) =. In totaal zijn er 22 teams die hebben overnacht in Den Haag dit betekent € 17.850 x 22 = € 393 (\*1000). In het totaal is er dus € 393 duizend euro uitgegeven door de teams aan overnachtingen.

**Totale economische impact.** In tabel 2.10 is de totale directe economische impact door de deelnemende teams te zien.

Tabel 2.10: economische impact door deelnemende teams

| Soort uitgaven  | Bedrag in Euro's (*1000) |
|---|--------------------------|
| Dagbestedingen door deelnemende teams                 | 1.525                    |
| Bestedingen aan overnachtingen door deelnemende teams | 393                      |
| <b>Totaal uitgegeven door deelnemende teams:</b>      | <b>1.917</b>             |

#### 2.4.6 De kosten volgens de organiserende partijen

**Gemeente Den Haag.** Door middel van een interview met de gemeente Den Haag is er informatie verzameld over het saldo inkomsten/uitgaven van de gemeente Den Haag voor het WK Hockey. In bijlage 1d is de verantwoording vanuit de gemeente te zien. De uitgaven door de gemeente Den Haag voor het WK Hockey bedroeg ruim 7 miljoen euro. Het gedeelte van dit bedrag dat in Den Haag is uitgegeven mag worden afgetrokken van deze kosten omdat dit geld dus niet is weggelooft uit de gemeente. Dit bedraagt in het totaal bijna 2 miljoen euro (1.999 duizend), plus de helft van de subsidies aan OCW/vrijwilligers (is 150 duizend van totaal 300 duizend euro). Zie bijlage 1d voor een overzicht van 'Haagse uitgaven'. De subsidie van VWS en de bijdrage van de KNHB morgen ook afgetrokken worden van de kosten. Dit omdat dit geld anders niet in Den Haag terecht zou zijn gekomen. Echter moet deze 840 duizend euro wel gecorrigeerd worden met drie procent. Dit omdat de Haagse bevolking drie procent van de totale Nederlandse bevolking is en men er vanuit mag dat dit bedrag dus zonder het WK hockey ook in Den Haag terecht zou komen. Drie procent van 840 duizend euro is gelijk aan 25 duizend euro

De totale berekening waarin de kosten voor het organiseren van het WK hockey overzichtelijk staan weergegeven is te zien in tabel 2.11. Dit gaat om de organisatiekosten van de gemeente Den Haag.

Tabel 2.11: Bedrag dat wegvloeit uit Den Haag volgens de Gemeente Den Haag

| Soort uitgave   | Bedrag in euro's (*1000) |
|---|--------------------------|
| Totale kosten volgens de gemeente Den Haag                        | € 7.159                  |
| Bedrag uitgegeven in Den Haag                                     | - € 1.999                |
| Subsidie aan OCW/vrijwilligers waarvan 50% uitgegeven in Den Haag | - € 150                  |
| Subsidie VWS  | - € 840                  |
| Correctie subsidie VWS  | + € 25                   |
| Bijdrage KNHB   | - € 300                  |
| Bedrag dat wegvloeit uit Den Haag                                 | € 3.895                  |

Dit bedrag moeten worden afgetrokken van de totale economische impact omdat dit 'Haags' geld is wat wegvloeit uit de gemeente.

**KNHB.** Door de KNHB is er bijna 13 miljoen uitgegeven aan de organisatie van het WK Hockey. Zie bijlage 1d voor specificaties. Daarnaast heeft de KNHB aangegeven dat hiervan 1,4 miljoen euro (1.433 duizend euro) is uitgegeven in Den Haag. Voorbeelden van 'Haagse bestedingen' is geld wat gegaan is naar -in willekeurige volgorde - HTM, Ado Den Haag, Vrolijk, Hotels Kurhaus, de Persgroep en het Worldforum. Dit bedrag mag opgeteld worden bij de economische impact omdat er vanuit kan worden gegaan dat dit bedrag niet afkomstig is uit de gemeente Den Haag en anders ook niet in Den Haag zou zijn gespendeerd.

**Totale impact van de organisatie.** De 1.433 duizend euro die in Den Haag is uitgegeven door de KNHB kan worden gezien als geld dat Den Haag binnenstroomt. Dit kan dus afgetrokken worden van het bedrag van 3.895 duizend euro dat wegvloeit door uitgaven van de Gemeente Den Haag. Dit zorgt er in het totaal dan voor dat de organisatie van WK Hockey een negatief effect heeft op de economische impact van **2.462 duizend** euro.

#### 2.4.7 Verdringing door bezoekers RHWC

**Bovengrens.** De economische impact kan worden beschouwd als een bovengrens. Dit wordt veroorzaakt door het buiten beschouwing laten van crowding out-effecten bij de calculatie. Dit is het verschijnsel dat het evenement andere toeristen of de inwoners van de gastregio van het evenement verdringt (zogenaamde 'cancellers' en 'runaways'). Bepaalde groepen toeristen kunnen de regio mijden als gevolg van het WK Hockey (o.a. weglopen van verwachte drukte). Hetzelfde geldt voor inwoners die hun woonomgeving verlaten vanwege het evenement. In de prognose van het WK Hockey wordt aangegeven dat er elke dag circa 3.600 bedden beschikbaar zijn voor de bezoekers van het WK Hockey naast de normale bezettingsgraad van de maand juni (Hover, Oldenboom, Straatmeijer & Kock, 2013). Dit betekent dat gedurende het evenement (16 dagen), er in totaal 57.600 bedden vrij zijn. Van de bezoekers van het WK Hockey en het WK Veteranen hebben er 10.276 bezoekers

overnacht in Den Haag. Dit zijn minder personen dan bedden die beschikbaar zijn. Er kan dus aan de hand van deze schatting de verwachting worden uitgesproken dat er geen verdringing door het WK Hockey heeft plaats gevonden. Wel is het nog steeds mogelijk dat toeristen door het WK Hockey niet naar Den Haag zijn gekomen en dat mensen bewust de stad zijn uit gevluht. Of een eventueel verdringingseffect op termijn een nadelig effect heeft op het toerisme in de gemeente hangt af van de mate waarin de verdrongen toeristen in plaats van hun bezoek aan de gemeente een andere stad of regio hebben bezocht ('cancellers') óf dat zij op een ander moment Den Haag bezoeken ('Pre/Post switchers'). Voor aanvullende informatie en een schema van deze thematiek, zie bijlage 1c. Uitgebreider onderzoek naar de mogelijke effecten van verdringen vielen buiten de reikwijdte van dit onderzoek.

## 2.5 Haags Hockeyplein

### 2.5.1 Bezoekersaantallen en kenmerken HHP

**Bezoekersaantallen.** Zoals in de methode is er gekeken naar de bezoekers van het Haags Hockey Plein. Deze zijn geteld aan de hand van foto's die zijn genomen op gezette tijden. Vervolgens kan op basis van de openingstijden van het HHP en de gemiddelde tijd die een bezoeker doorbracht op het HHP berekend worden hoeveel bezoekers er zijn geweest. Daarnaast is het aantal bezoekers van het Haags Hockey Plein opgevraagd bij de gemeente Den Haag. Echter is in de vragenlijst de volgende vraag gesteld: 'Hoe lang bent u van huis?' i.p.v. 'Hoe lang bent u aanwezig op het Plein?' Om deze reden kan er geen schatting gemaakt worden van het aantal bezoeken of bezoekers op basis van de foto's. Om toch een schatting te hebben is aan de gemeente Den Haag gevraagd hoeveel bezoeken er gebracht zijn aan het HHP. Volgens de gemeente Den Haag waren er in het totaal 25.000 bezoeken aan het Haags Hockey Plein. Op basis van de vragenlijst is gebleken een bezoeker gemiddeld 2,5 keer een bezoek brengt aan het Haags Hockey Plein. Dit betekent dat er een het totaal 10.166 bezoekers zijn geweest. Als dit aantal wordt vergeleken met de foto's die zijn genomen op de verschillende tijdstippen dan kan er uitgerekend worden hoe lang de gemiddelde bezoeker op het plein bleef. Het aantal 10.166 bezoekers of 25.000 bezoeken zou overeenkomen met de foto's als een gemiddelde bezoeker 1 uur aanwezig is op het Haags Hockey Plein. Dit lijkt een aannemelijk tijd omdat de meeste bezoekers enkel een drankje kwamen drinken. Sommige bezoekers bleven langer op het Plein vanwege het spelen van een toernooi of het kijken van een wedstrijd maar ook veel mensen bleken toevallige passanten te zijn die slechts enkele minuten spendeerden op het HHP. De inschatting dat een gemiddelde bezoeker 1 uur blijft lijkt daarom aannemelijk en ondersteunt daarmee de geschatte getallen vanuit de gemeente.

**Additionele bezoekers en bezoeken.** Uit de interviews is gebleken dat 24% van de bezoekers aan het HHP gezien mag worden als additioneel. In totaal waren er dan 2.430 additionele bezoekers en 7.736 niet additionele bezoekers. Het aantal additionele bezoeken van de bezoekers is te bepalen door het aantal additionele bezoekers te vermenigvuldigen met het gemiddeld aantal bezoeken van de additionele bezoekers (1,8 maal) Dit komt neer op  $2.430 * 1,8 = 4.374$  additionele bezoeken.

**Respons vragenlijsten.** Gedurende WK Hockey zijn er op het Haags Hockey Plein 159 interviews afgenomen onder de bezoekers. Het streven van 385 ingevulde vragenlijsten, wat bij een populatie van boven 5.000 volgens de WESP-richtlijnen nodig is, is niet behaald. Dit zorgt er voor dat de resultaten met enige terughoudendheid moeten worden geïnterpreteerd.

**Basiskenmerken.** Van de bezoekers aan HHP was 53% man en 47% vrouw. De gemiddelde leeftijd van de respondenten was 42 jaar. Van de respondenten had 14% een buitenlandse nationaliteit en 86% had de Nederlandse nationaliteit. Van de bezoekers die afkomstig zijn uit Nederland komt 59% uit Den Haag. Tot slot heeft 60% van de bezoekers een HBO/WO diploma en 17% heeft een MBO diploma. De rest van de bezoekers is lager dan het MBO niveau geschoold.

**Gezelschap.** De respondenten hebben aangegeven met hoeveel personen zij aanwezig waren op het HHP, het gemiddelde aantal is 3 personen en 36% van de bezoekers was met zijn tweeën.

Daarnaast kwam 29% met vrienden en kennissen, 6% kwam met partner en met kinderen, 13% kwam alleen met partner en 30% kwam alleen. Het overige percentage van de respondenten kwam in een mix van de bovengenoemde opties, bijv. met kinderen én met een vrienden en kennissen of kwam met partner, kinderen én met vrienden en kennissen.

**Overnachting.** Van de bezoekers overnachtte 15% buitenshuis. Van deze personen sliep 92% in Den Haag en 8% sliep in Zuid-Holland, 27% sliep in een 4-5 sterren hotel, 36% sliep in een 0-3 sterren hotel en 14% sliep bij vrienden en of familieleden. De overige personen sliepen in een ander soortige accommodatie zoals op een camping, bungalowpark of B&B.

**Waarderingscijfer Haags Hockey Plein.** Het waarderingscijfer dat de bezoekers aan het HHP hebben gegeven is gemiddeld een 7,7. Dit is lager dan de bezoekers aan de RHWC en de VIPs.

### 2.5.2 Bezoekers en economische impact HHP

De bezoekers van het HHP zijn gevraagd naar de dagbestedingen in Den Haag. Zo is er gevraagd naar de bestedingen aan: merchandising/souvenirs, parkeerkosten en tanken, eten/drinken en overige uitgaven. De gemiddelde besteding van de additionele bezoeker was € 29,80 per dag. Gemiddeld werd daarvan € 16,36 besteed aan eten & drinken en € 5,16 aan winkelen in de stad Den Haag. In tabel 2.12 zijn deze dagbestedingen weergegeven.

Tabel 2.12: Dagbestedingen van de additionele bezoekers van het HHP. (n=38)

| Besteding (in Den Haag)   | Uitgave        |
|---------------------------|----------------|
| Boodschappen              | € 2,69         |
| Eten / Drinken            | € 16,36        |
| Merchandising / souvenirs | € 2,55         |
| Winkelen                  | € 5,16         |
| Overige uitgaven          | € 2,74         |
| <b>Totale uitgaven</b>    | <b>€ 29,80</b> |

Als de gemiddelde dagbesteding van de bezoekers wordt vermenigvuldigd met het aantal additionele bezoeken (4.348) resulteert dat in een totale dag besteding van ruim **129 duizend** euro door de additionele bezoekers aan het HHP. Er is aangenomen dat bezoekers niet overnachten in Den Haag vanwege het HHP maar dat als dit wel het geval is dit is vanwege de RHWC. De uitgaven aan overnachtingen worden dus niet berekend.

### 2.5.3 De uitgaven volgens de organiserende partijen

De uitgaven voor het opbouwen het Haags Hockeyplein zijn reeds verrekend bij de organisatie van het WK Hockey. Dit zit namelijk in de subsidie die verstrekt is aan Citymarketing van de gemeente Den Haag.

## 2.6 WK Hockey Veteranen

### 2.6.1 Bezoekersaantallen en kenmerken WK Veteranen

**Bezoekersaantallen.** Volgens de organisatie van WK Veteranen kan het totaal aantal bezoekers/deelnemers aan het WK Veteranen worden geschat op 2.000. Dit zijn ongeveer 1.200 deelnemers (incl. trainers en begeleiders) en 800 bezoekers (familieleden, vrienden/kennissen of personen die op een andere manier een relatie hebben met het WK Veteranen). Dit aantal van 1.200 deelnemers is gebaseerd op een berekening met 56 teams bestaande uit gemiddeld 21 personen. Van deze 56 teams zijn er 8 Nederlands, wat neerkomt op circa 168 Nederlandse deelnemers. Daarnaast heeft de organisatie van het WK veteranen 900 hotelkamers/accommodaties geregeld voor gemiddeld 2 personen per accommodatie. In totaal is er dus slaapgelegenheid geboekt voor 1.800 personen. Dit zijn dus voornamelijk buitenlandse deelnemers en meegereisde familieleden en vrienden. Als we hier de 168 Nederlandse deelnemers en meegereisde familie en vrienden van deze deelnemers bij optellen dan lijkt het aantal van 2000 bezoekers/deelnemers een reële schatting.

**Additionele bezoekers/bezoeken.** In totaal waren er 1.615 bezoekers/deelnemers additioneel en 385 bezoekers/deelnemers niet additioneel het WK Veteranen. Het aantal additionele bezoeken van de bezoekers/deelnemers is te bepalen door het aantal additionele bezoekers/deelnemers te vermenigvuldigen met het gemiddeld aantal bezoeken van de additionele bezoekers/deelnemers. Wat neerkomt  $1.615 * 8,34 = 13.462$ . Het totaal aantal additionele bezoeken is dus 13.462. Zie tabel 2.13 voor een ondersteuning bij deze berekening.

Tabel 2.13: Berekening additionele bezoeken en bezoekers aan het WK veteranen.

| Totaal bezoekers/deelnemers | % niet additioneel | Aantal niet additionele bezoekers | % additioneel | Aantal additionele bezoekers |
|-----------------------------|--------------------|-----------------------------------|---------------|------------------------------|
| 2.000                       | 19%                | 385                               | 81%           | 1.615                        |

**Respons enquêtes.** Gedurende het WK Veteranen zijn er 275 enquêtes afgenomen onder de bezoekers/deelnemers.

**Basissenmerken.** Van alle ondervraagde respondenten was 57% man en 43% vrouw. De gemiddelde leeftijd van de respondenten was 62 jaar. Ongeveer 47% had de leeftijd van 65 jaar of ouder en 39% had een leeftijd tussen de 55 en 64 jaar. Van de respondenten had 71% een buitenlandse nationaliteit en 29% had een Nederlandse nationaliteit. Daarnaast komt 22% van de Nederlandse deelnemers/bezoekers uit Den Haag.

In totaal was 48% van de respondenten een bezoeker, 44% was een deelnemer en/of begeleider van het team en 8% van de respondenten hebben de antwoordmogelijkheid 'Anders' gekozen. Van deelnemers/bezoekers had 67% een HBO/ WO diploma.

**Gezelschap.** De respondenten dus respondenten hebben aangegeven met hoeveel personen zij aanwezig waren op het WK Veteranen, het gemiddelde aantal is 18 personen. Drieëndertig procent van de bezoekers/deelnemers gaf aan met zijn tweeën te zijn en daarnaast gaf 6% aan met 20 personen te zijn. Opvallend is dat overgrote deel van respondenten zijn of haar teamgenoten heeft meegerekend. Voornamelijk de ondervraagde vrouwen geven aan alleen met hun man te zijn gekomen.

**Overnachting.** Tachtig procent van alle bezoekers/deelnemers overnachtte buitenshuis tijdens het WK veteranen. Daarvan sliep 66% in Den Haag, 30% sliep in Zuid-Holland en 4% sliep elders in Nederland. Tabel 2.14 geeft een weergave in percentages van de soort accommodaties waar de additionele personen in Den Haag overnachtten.

Tabel 2.14: Waar verbleven de additionele bezoekers aan het WK veteranen. (n=122)

| Soort accommodatie                 | Percentage (%) |
|------------------------------------|----------------|
| Appartement                        | 4%             |
| Bed & Breakfast                    | 3%             |
| Bij vrienden / familie / kennissen | 7%             |
| Bungalowpark                       | 6%             |
| Camping                            | 4%             |
| Hotel 0 - 3 sterren                | 28%            |
| Hotel 4 - 5 sterren                | 47%            |
| Overige                            | 1%             |
| <b>Eindtotaal</b>                  | <b>100%</b>    |

**Waarderingscijfer WK veteranen.** Het waarderingscijfer wat de bezoekers/deelnemers hebben gegeven aan het WK Veteranen is gemiddeld een 8,1.

## 2.6.2 Bezoekers en economische impact WK Veteranen

Tijdens het WK Veteranen is er ook aan de bezoekers/deelnemers gevraagd naar de dagbestedingen in Den Haag. Zo is er gevraagd naar de bestedingen aan: merchandising/souvenirs, parkeerkosten en tanken, eten/drinken en overige uitgaven (excl. de kosten die zijn betaald om deel te mogen nemen aan het evenement). In tabel 2.15 een weergave van de dagbestedingen.

Tabel 2.15 Uitgaven door additionele bezoekers/deelnemers aan het WK veteranen. (n=222)

| Soort uitgave             | Uitgave in euro's |
|---------------------------|-------------------|
| Eten / Drinken            | € 9,36            |
| Merchandising / souvenirs | € 1,72            |
| Winkelen                  | € 1,33            |
| Overige uitgaven          | € 4,03            |
| <b>Totale uitgaven</b>    | <b>€ 17,32</b>    |

Als de gemiddelde dagbesteding van de bezoeker/deelnemer wordt vermenigvuldigd met het aantal additionele bezoeken door de bezoekers/deelnemers (13.462) resulteert dat in een uitgave in Den Haag van **233 duizend** euro door de additionele bezoekers/deelnemers aan het WK veteranen.

**Overnachtingen.** Van de additionele bezoekers/deelnemers (n=1.615) heeft 55% in Den Haag overnacht. Een overnachting had een gemiddelde prijs van € 40,76 per persoon per nacht. Het gemiddelde aantal nachten dat werd overnacht in Den Haag was 10,70 nachten. In totaal hebben er dan 9.498 overnachtingen plaatsgevonden in Den Haag door additionele deelnemers/bezoekers. Dit aantal overnachtingen is vermenigvuldigd met de gemiddelde overnachtingsprijs per persoon per nacht. Dit zorgt er voor dat er door de additionele deelnemers/bezoekers **€ 387.133,-** is uitgegeven aan overnachtingen in de gemeente Den Haag. In tabel 2.16 is een schematische weergave van deze berekening te zien.

Tabel 2.16: Berekening uitgave van additionele deelnemers/bezoekers van het WK veteranen.

|   |              |
|---|--------------|
| Bezoekersaantal bezoekers/deelnemers                      | 2.000        |
| % Additioneel   | 81%          |
| Additionele bezoekers/deelnemers                          | 1.615        |
| % van add. Bezoekers/deelnemers dat overnacht in Den Haag | 55%          |
| Aantal add. overnachters in Den Haag                      | 887          |
| Gem. overnachtingsduur (Add. bez./deelnemers)             | 10,70        |
| Totaal aantal overnachtingen                              | 9.498        |
| Gem. overnachtingsprijs p.p. per nacht                    | € 40,76      |
| <b>Impact uitgaven aan overnachtingen (*1000)</b>         | <b>€ 387</b> |

**Bestedingen door langer verblijf.** Door het WK Veteranen zijn er ook additionele bezoekers/deelnemers langer gebleven in Den Haag. Van de 1.615 additionele bezoekers/deelnemers is 30% langer gebleven in de gemeente Den Haag. Gemiddeld is deze groep 6,80 dagen langer gebleven. Gedurende het langere verblijf wordt er vanuit gegaan dat deze groep dezelfde gemiddelde dagbesteding heeft als gedurende het toernooi (€ 17,32).

De uiteindelijke som die wordt uitgevoerd is: Aantal additionele deelnemers of bezoekers \* % van deze deelnemers of

bezoekers dat langer is gebleven \* gemiddelde aantal dagen langer \* dagbesteding in Den Haag = de totale uitgaven door een langer verblijf.

Dit betekent:  $1.615 * 30\% * 6,80 * 17,32 = 56$  duizend euro. Dit bedrag is de totale uitgaven door een langer verblijf van additionele deelnemers/bezoekers aan het WK veteranen.

### 2.6.3 De kosten volgens de organiserende partijen

Het WK Veteranen is georganiseerd en begroot door de organisatie van het WK Veteranen (World Grand Master Association en Klein Zwitserland). De begroting was 100 duizend euro waarvan 95% zou worden uitgegeven in Den Haag. Veel van de inkomsten (waaronder inschrijfgelden) zijn afkomstig van buiten de gemeente Den Haag, dit omdat er veel buitenlandse deelnemers zijn. Het percentage van de personen wat van buiten Den Haag afkomstig is, is volgens de interviews 94%. Het aandeel van inkomsten wat afkomstig is uit Den Haag bedraagt dan circa 6% van de 100 duizend euro. Dit percentage is dus niet additioneel. Het WK Veteranen levert dan een positieve bijdrage van **89 duizend** euro aan de economische impact in de gemeente Den Haag. In tabel 2.17 is dit schematisch weergegeven.

Tabel 2.17: Saldo inkomsten en uitgaven WK veteranen.

| Saldo inkomsten / uitgaven    | Bedrag in euro's<br>(*1000) |
|-------------------------------|-----------------------------|
| Totale begroting WK veteranen | € 100                       |
| Uitgaven in Den Haag          | € 95                        |
| Inkomsten uit Den Haag (-)    | € 6                         |
| Saldo uitgaven -/- inkomsten  | € 89                        |

Er is geprobeerd de begroting te controleren bij de organisatie van het WK Veteranen ten aanzien van de prognose. Helaas is hier geen gehoor aangegeven waardoor de cijfers vanuit de prognose zijn aangehouden, wel zijn de inkomsten uit Den Haag aan de hand van de vragenlijsten bepaald.

## 2.7 Conclusie

In tabel 2.18 is een overzicht te zien van de totale economische impact van de RHWC, het HHP en het WK veteranen tezamen. De totale economische impact van de RHWC, het HHP en het WK veteranen tezamen na aftrek van de kosten is **€ 12.797 duizend** euro. Verder blijkt uit tabel 2.18 dat de reguliere bezoekers de grootste bijdrage leveren aan de economische impact. Dit voornamelijk door de bestedingen die zij doen gedurende de dag. Maar ook de overnachtingen van deze reguliere bezoekers zorgen voor een grote positieve bijdrage aan de totale economische impact. Verder valt op dat het HHP en het WK veteranen slechts een kleine bijdrage leveren. Met name voor het WK veteranen is dit een stuk lager uitgevallen (765 duizend euro) dan de prognose was (1.188 duizend euro).

De totale economische impact van de RHWC is wel een stuk hoger uitgevallen dan was voorspeld door het Mulier Instituut. Dit zit hem met name in het aantal bezoeken. In plaats van de 160.000 bezoeken waar op geprognostiseerd was zijn er in werkelijkheid 240.000 bezoeken geweest. Daarnaast was een groot deel van de bezoekers additioneel.

Tabel 2.18: totaal overzicht van inkomsten en uitgaven van de RHWC, HHP en het WK Veteranen.

| (*1000 euro)                       | Groep               | RHWC            | HHP           | WK Veteranen | Totaal          |
|------------------------------------|---------------------|-----------------|---------------|--------------|-----------------|
| Dagbestedingen                     | Reguliere Bezoekers | € 6.319         | € 129         | € 233        | € 6.681         |
|                                    | VIPS                | € 205           |               |              | € 205           |
|                                    | Deelnemers          | € 1.525         |               |              | € 1.524         |
|                                    | Media               | € 280           |               |              | € 280           |
| Overnachtingen                     | Reguliere Bezoekers | € 3.467         | N.V.T.        | € 387        | € 3.854         |
|                                    | VIPS                | € 108           |               |              | € 108           |
|                                    | Deelnemers          | € 393           |               |              | € 392           |
| Langer verblijf                    | Reguliere Bezoekers | € 2.038         | N.V.T.        | € 55         | € 2.093         |
|                                    | VIPS                | € 30            |               |              | € 30            |
| <b>Totaal</b>                      |                     | <b>€ 14.365</b> | <b>€ 129</b>  | <b>€ 676</b> | <b>€ 15.170</b> |
| <b>Saldo inkomsten en uitgaven</b> |                     | <b>-€ 2.462</b> | <b>N.V.T.</b> | <b>€ 89</b>  | <b>-€ 2.373</b> |
| <b>Economische impact</b>          |                     | <b>€ 11.903</b> | <b>€ 129</b>  | <b>€ 765</b> | <b>12.797</b>   |



# 3. Mediawaarde

Noud van Herpen en Michiel Verheem

## 3.1 Inleiding

De gemeente Den Haag wil zich zowel nationaal als internationaal op de kaart zetten als sportieve, leefbare en aantrekkelijke internationale stad van vrede en recht met spraakmakende sportevenementen. Deze ambitie van de gemeente Den Haag is verwoord in een evenementensie voor de gemeente Den Haag (Klein, 2010). Evenementen dienen voor Den Haag nationaal en internationaal toonaangevend en beeldbepalend te zijn voor de stad Den Haag. De mediawaarde van een evenement speelt vaak een belangrijke rol bij de keuze om een evenement naar de regio of stad te halen (Hover, 2012). De aandacht die het evenement krijgt door middel van reclames en nieuwsberichten kan zorgen voor extra exposure van de stad als toeristische bestemming (Chalip, Green & Hill, 2003). Voor de gemeente Den Haag is het belangrijk om de hoeveelheid media-uitingen omtrent het WK Hockey 2014, het daarbij behorende bereik en de hieraan gekoppelde mediawaarde inzichtelijk te krijgen. Hiermee hoopt de gemeente de waarde van sportevenementen voor de citymarketing van de stad Den Haag te kunnen aantonen.

Dit hoofdstuk geeft een beeld van de mediawaarde (ook wel promotionele waarde genoemd) van het WK Hockey 2014. De mediawaarde is volgens WESP de waarde van de aandacht (gemeten in tijd en in oppervlakte) die een evenement krijgt op televisie, op de radio, in de geschreven pers en op het web, uitgedrukt in de waarde van een vergelijkbare hoeveelheid reclameruimte (WESP, 2012). De mediawaarde vertegenwoordigt het bedrag dat het WK Hockey 2014 aan aandacht genereert in de Nederlandse media.

## 3.2 Methoden

Het onderzoek naar de promotionele waarde van het WK Hockey 2014 volgt de richtlijnen zoals die beschreven worden in het Richtlijnenhandboek Promotionele Waarde WESP versie 1.0. De promotionele waarde van een sportevenement is opgesplitst in vijf categorieën, namelijk; geschreven pers, televisie, radio, online en eigen media (WESP, 2012). Om de richtlijnen van het onderzoek enigszins werkbaar te houden zijn door de WESP enkele grenzen aan het onderzoek gesteld:

- Verzamel alleen de uitingen in Nederlandse media.
- Voor televisie en radio wordt de meting beperkt tot de landelijke en regionale zenders. Buitenlandse (in Nederland te ontvangen) zenders worden niet meegenomen.
- Landelijke en regionale dagbladen moeten in elk geval worden meegenomen, huis-aan-huisbladen zijn optioneel.
- Tijdschriften moeten alleen worden gemeten als ze zijn opgenomen in de NOM-Printmonitor. Op de website [www.nommedia.nl](http://www.nommedia.nl) is de meest recente titellijst terug te vinden.
- Verzamel alleen uitingen in de periode vanaf 1 maand voorafgaand aan het evenement tot 1 week na afloop van het evenement.

In overleg met de gemeente Den Haag en WESP peer-reviewer Hans Slangen zijn deze grenzen nog wat verder aangescherpt om het onderzoek binnen de beschikbare tijd uit te kunnen voeren. De keuzes over deze grenzen wordt verderop per categorie toegelicht.

De mediawaarde van het WK Hockey 2014 bestaat uit twee soorten media-aandacht voor het evenement, namelijk de eigen publiciteit en (onbetaalde) aandacht in de media. Alle publicitaire uitingen van en over het WK Hockey 2014 zijn digitaal opgeslagen in een database. Dit dient gedaan te worden, zodat het onderzoek onderworpen kan worden aan een 'peer review' en om de uitingen verder te analyseren. Het database is ingericht naar voorbeeld van het database van het onderzoek naar de promotionele waarde van het WK Wielrennen 2012 en ontworpen in Excel (op basis van WESP, 2012).

In dit onderzoek heeft een 'uiting' betrekking op het WK Hockey 2014 als de uiting over het WK Hockey 2014 of de side-events van het WK Hockey gaat of dat deze genoemd worden in de media uiting. Van alle media uitingen die aan de eerder gestelde voorwaarden voldoen en betrekking hebben op het WK Hockey 2014 is de waarde bepaald. De waarde van een commerciële reclame uiting is bepaald door de omvang (formaat/duur) en het aantal bereikte personen binnen de doelgroep. De waarde van de media uitingen is bepaald op basis van advertentietarieven van het desbetreffende medium. Deze wordt bepaald op basis van twee factoren: het aantal bereikte personen (in de doelgroep) en het formaat of de duur van de uiting. De bruto waarde is bepaald door het formaat van een bepaalde uiting te koppelen aan de 'tariefkaart' van het dagblad, het tijdschrift of de zender waarin de uiting is verschenen. De totaalwaarde is vervolgens berekend door de waarden van de verschillende uitingen bij elkaar op te tellen. Deze berekeningswijze kan tot onwaarschijnlijk hoge waardebepalingen leiden. Echter zijn correctiefactoren altijd subjectief en in dit onderzoek niet haalbaar. Daarom is er voor gekozen om voor de richtlijn mediawaarde in principe niet te corrigeren. Verder is er voor gekozen, om dubbeltelling te voorkomen, om de uitingen uit de bartercontracten<sup>1</sup> buiten beschouwing gelaten. Deze uitingen zijn meegenomen bij de uitingen van het medium waarin het verschenen is (WESP, 2012).

1 Bartercontracten zijn contracten tussen twee partijen waarin een rechtstreekse ruil tussen producten of diensten zonder het gebruik van geld is opgenomen

### 3.3 Geschreven pers

Onder de mediawaarde van de geschreven pers vallen alle artikelen in nationale en regionale dagbladen, huis-aan-huisbladen en tijdschriften. Tien nationale kranten, zeven regionale kranten en twee tijdschriften zijn meegenomen in het onderzoek naar de mediawaarde van het WK Hockey 2014 (zie tabel 3.1).

Tabel 3.1 Geschreven pers

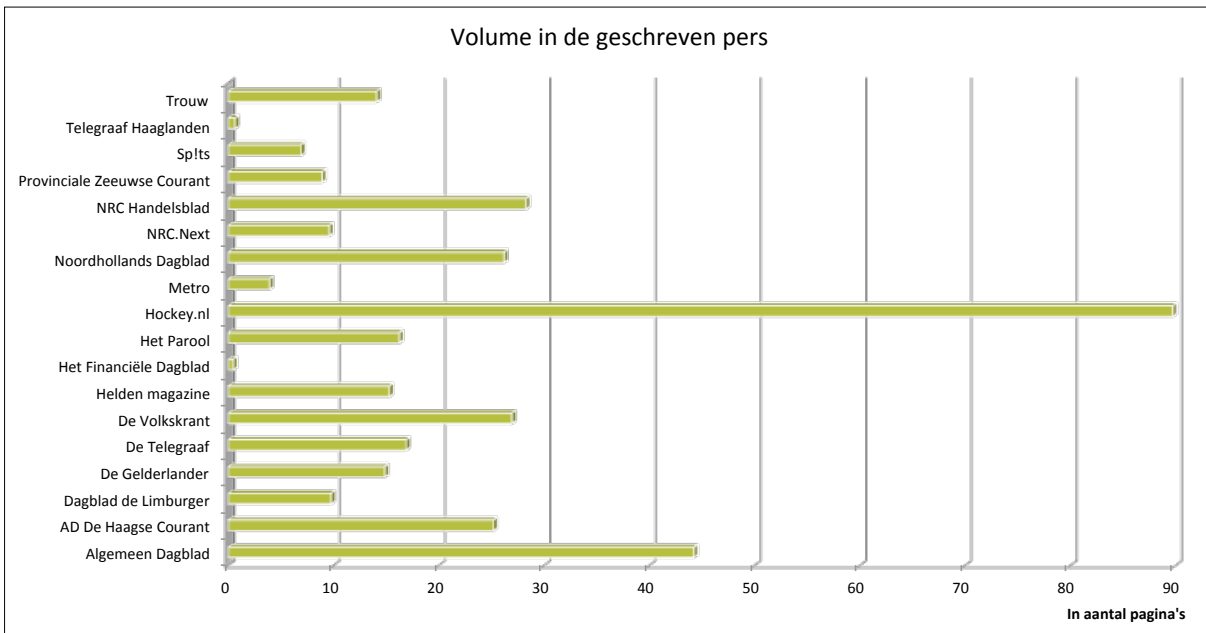
| Naam medium                 | Soort medium      |
|-----------------------------|-------------------|
| Algemeen Dagblad            | Nationaal dagblad |
| De Telegraaf                | Nationaal dagblad |
| De Volkskrant               | Nationaal dagblad |
| Het Financiële Dagblad      | Nationaal dagblad |
| Metro                       | Nationaal dagblad |
| NRC.Next                    | Nationaal dagblad |
| NRC Handelsblad             | Nationaal dagblad |
| Reformatorisch Dagblad      | Nationaal dagblad |
| Sp!ts                       | Nationaal dagblad |
| Trouw                       | Nationaal dagblad |
| AD De Haagse Courant        | Regionaal Dagblad |
| Dagblad de Limburger        | Regionaal Dagblad |
| De Gelderlander             | Regionaal Dagblad |
| Het Parool                  | Regionaal Dagblad |
| Noordhollands Dagblad       | Regionaal Dagblad |
| Provinciale Zeeuwse Courant | Regionaal Dagblad |
| Telegraaf Haaglanden        | Regionaal Dagblad |
| Helden Magazine             | Sport tijdschrift |
| Hockey.nl                   | Sport tijdschrift |

24

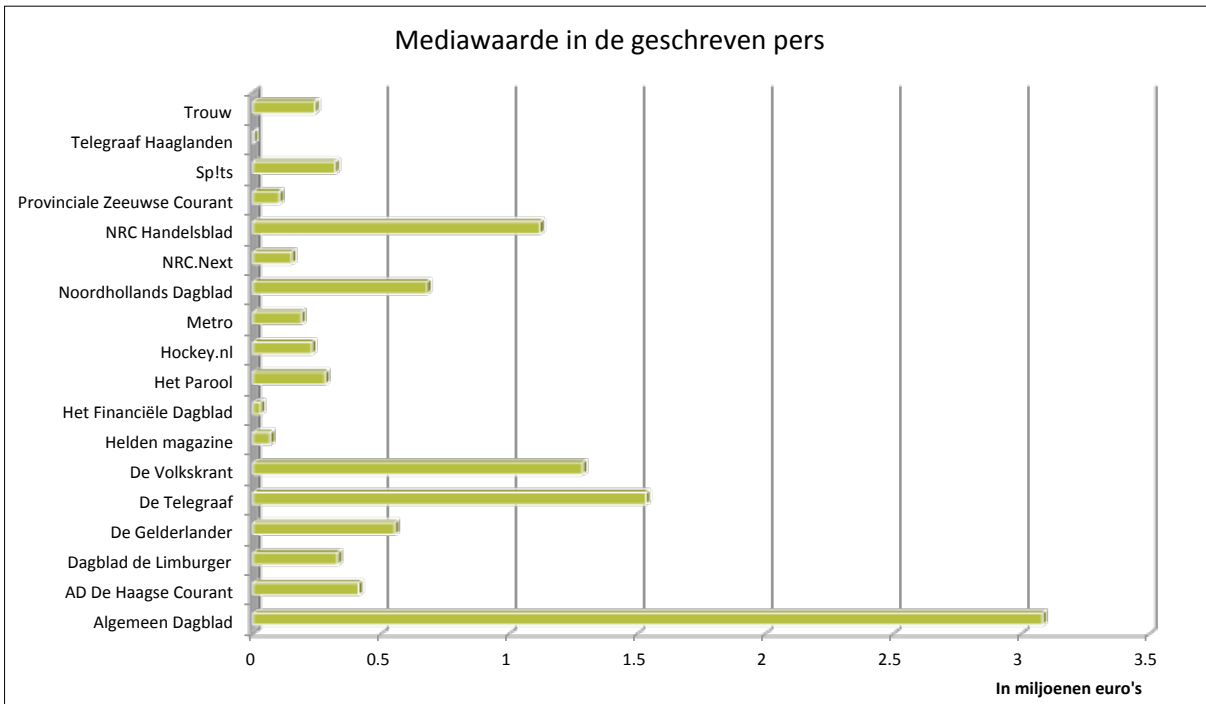
**Werkwijze.** Alle nationale dagbladen zijn meegenomen in het onderzoek. Deze zijn met uitzondering van de Spits en de Metro gemonitord bij de Koninklijke Bibliotheek in Den Haag. De Spits en de Metro waren digitaal beschikbaar via [www.spitsnieuws.nl](http://www.spitsnieuws.nl) en [www.metronieuws.nl](http://www.metronieuws.nl). De regionale dagbladen zijn bewaard door derden met uitzondering van Dagblad de Limburger en Het Parool. Dagblad de Limburger is gemonitord via een digitaal abonnement verkregen via peer-reviewers Hans Slangen en Het Parool is gemonitord bij de Koninklijke Bibliotheek in Den Haag. Verder is het tijdschrift Hockey.nl beschikbaar gesteld door de Koninklijke Nederlandse Hockeybond (KNHB) en Helden Magazine was beschikbaar in de bibliotheek van de Academie voor Sportstudies aan De Haagse Hogeschool. Alle artikelen van mediapartners waar de organisatie van het WK Hockey 2014 bartercontracten mee heeft afgesloten zijn ook opgenomen in de database. Hiervoor is gekozen, omdat het vaak niet te onderscheiden is of een artikel wel of niet vanuit het bartercontract gepubliceerd wordt. Zie voor de methode van de berekeningen die de waarde bepalen de WESP-richtlijnen.

**Resultaten.** In de tien nationale dagbladen, zeven regionale dagbladen en twee sport tijdschriften zijn in totaal bijna 359 pagina's aan artikelen over het WK Hockey 2014 gepubliceerd. Zoals in figuur 3.1 is te zien heeft het tijdschrift Hockey.nl veruit het hoogste aantal pagina's gepubliceerd met WK Hockey gerelateerde content. Deze artikelen vertegenwoordigden een waarde van 10,6 miljoen euro met een bruto bereik 347 miljoen lezers. De kranten vertegenwoordigden meer dan 97% van de totale waarde van de geschreven pers. In de dagbladen zijn bijna 254 pagina's aan artikelen verschenen die een waarde van 10,3 miljoen euro representeerden. De 105 pagina's in de twee tijdschriften maakten de geschreven pers compleet met een waarde van bijna 300 duizend euro.

Van alle kranten besteedde het Algemeen Dagblad de meeste aandacht aan het WK Hockey met iets meer dan 44 pagina's ter waarde van iets meer dan 3 miljoen euro. Daarop volgen het NRC Handelsblad en De Volkskrant met respectievelijk meer dan 28 pagina's met een waarde van 1,1 miljoen euro en 27 pagina's ter waarde van bijna 1,3 miljoen euro. Het Reformatorisch Dagblad was het enige dagblad die geen aandacht besteedde aan het WK Hockey. In de regionale dagbladen was de meeste aandacht voor het WK Hockey in het Noordhollands Dagblad en AD De Haagse Courant. In het Noordhollands verschenen ruim 26 pagina's ter waarde van bijna 700 duizend euro. AD De Haagse Courant publiceerde 25 pagina's aan aandacht voor het WK Hockey ter waarde van ruim 400 duizend euro.



Figuur 3.1 Volume van geschreven pers in hele pagina's



Figuur 3.2 Mediawaarde per krant in miljoenen euro's

Van al deze media aandacht vond ongeveer 28% plaats voorafgaand aan het evenement, meer dan de helft van de aandacht vond plaats tijdens het evenement en vijftien% kwam uit publicaties na afloop van het evenement. De hieraan gekoppelde waarden van de media aandacht zijn respectievelijk 3,0 miljoen euro voorafgaand, 6,0 miljoen tijdens en 1,6 miljoen na afloop van het WK Hockey. De meeste aandacht voor het WK Hockey in de dagbladen was op 16 juni. Dit was de dag na het finaleweekend waarin veel aandacht was voor de gouden medaille voor de Nederlandse hockey dames en het verliezen van de finale door de Nederlandse hockeyheren. Bijna 30 pagina's ter waarde van ruim 1,3 miljoen euro werden op die dag gepubliceerd. De andere piek was op 31 mei. Dit was de eerste dag van het WK Hockey met veel voorbeschouwingen op het WK. Op deze dag verschenen 23 pagina's aan aandacht voor het WK Hockey ter waarde van bijna 1,1 miljoen euro. Andere dagen met meer aandacht dan gewoonlijk waren 2 en 9 juni en 17 mei. De eerste twee waren de maandag na een weekendspeelronde en op zaterdag 17 mei was er een WK Hockey special in het NRC Handelsblad.

Gebaseerd op de titels van de artikelen was het onderwerp van zeker twee derde van de artikelen tophockey- of wedstrijd gerelateerd. Ander onderwerpen die aan bod kwamen, waren de organisatie van het WK Hockey, de side events van het WK, hockey als breedtesport en de regio Den Haag.

### 3.4 Televisie

De volgende televisiezenders zijn meegenomen in het onderzoek naar de promotionele waarde van het WK Hockey 2014:

Tabel 3.2: De te meten televisie

| Naam medium | Soort medium              |
|-------------|---------------------------|
| Nederland 1 | Nationale televisiezender |
| Nederland 2 | Nationale televisiezender |
| Nederland 3 | Nationale televisiezender |
| RTL4        | Nationale televisiezender |
| RTL5        | Nationale televisiezender |
| SBS6        | Nationale televisiezender |
| RTL7        | Nationale televisiezender |
| RTL8        | Nationale televisiezender |
| Veronica    | Nationale televisiezender |
| Net5        | Nationale televisiezender |
| Eurosport   | Nationale televisiezender |
| TV West     | Regionale televisiezender |

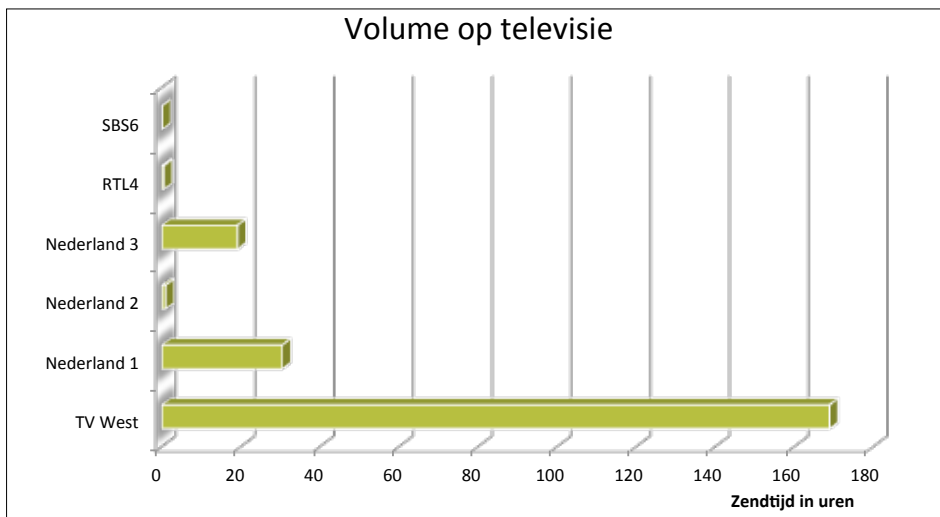
**Werkwijze.** Alle nationale televisiezenders zijn meegenomen in het onderzoek. De publieke zenders Nederland 1, 2 en 3 zijn gemonitord via [www.uitzendinggemist.nl](http://www.uitzendinggemist.nl). RTL4, RTL5, RTL7 en RTL8 zijn gemonitord via [www.rtlx.nl](http://www.rtlx.nl) en SBS6, Veronica en Net5 via [www.kijk.nl](http://www.kijk.nl). Eurosport bleek geen aandacht te besteden aan het WK Hockey 2014. Op deze websites is gezocht naar programma's over het WK Hockey 2014. Verder is aan de hand van de programmagids per televisiezender bepaald welke programma's per dag bekeken moeten worden. Van de regionale televisiezenders is besloten om alleen TV West mee te nemen in het onderzoek. Deze regionale televisiezender heeft verreweg de meeste aandacht besteed aan het WK Hockey van alle regionale televisiezenders. TV West heeft alle 76 wedstrijden van het WK live uitgezonden op haar kanaal.

26

De mediawaarde van televisie wordt weergegeven in termen van 'kijkdichtheid'. 'De Kijkdichtheid (kdh) van een programma of tijdvak is het gemiddelde percentage kijkers per seconde, gedurende dit programma of tijdvak' (WESP, 2012). De kijkcijfers voor de nationale zenders zijn achterhaald via de Stichting KijkOnderzoek. Via de website van Stichting KijkOnderzoek zijn wekelijks de kijkdichtheid absoluut, het kijkdichtheid percentage en het marktaandeel van de uitzending achterhaald. De standaard waarmee gerekend wordt voor TV reclames zijn de kosten per percentage kijkdichtheid ofwel de kosten per GRP (Gross Rating Point). De bruto basisprijs van RTL Nederland is voor 2014 gesteld op € 2.310,- per GRP. De bruto basisprijs is de standaard prijs voor 30 seconden reclame.

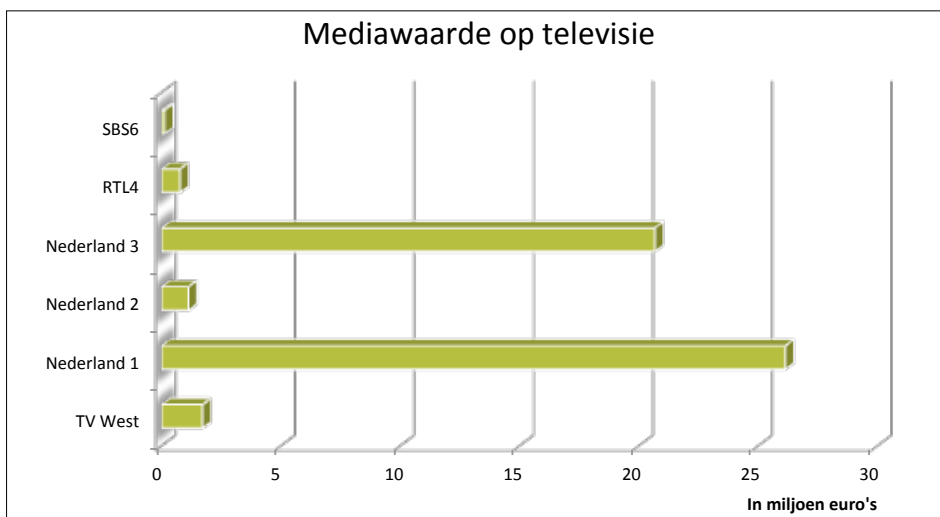
De mediawaarde van de uitzending is berekend door de duur van de uitzending te delen door 30 seconden. Vervolgens is de uitkomst hiervan vermenigvuldigd met de bruto basisprijs. Daarna wordt de uitkomst daarvan nog vermenigvuldigd met het kijkdichtheid percentage om de waarde van de uitzending te bepalen. De kijkcijfers voor TV West zijn opgevraagd bij de zender zelf. Bij TV West wordt alleen het totaal aantal kijkers per dag gemeten. Er zijn geen kijkcijfers per programma beschikbaar. Daarom zijn alleen de kijkcijfers tijdens de speeldagen van het WK Hockey gebruikt. Aangezien TV West de gehele dag het WK Hockey uitzond zijn de dagcijfers redelijk representatief voor de kijkcijfers van het programma over het WK Hockey bij TV West. De waarde van de uitzending is bepaald aan de hand van advertentietarieven voor televisie die zijn opgevraagd bij TV West. Er is voor gekozen om alleen de waarde van de eerste, de reguliere uitzending mee te nemen. Herhalingen en doorlopende (nacht)herhalingen van televisie-uitzendingen over het WK Hockey zijn niet meegenomen in dit onderzoek. Dit is gedaan wegens tijdsgebrek en omdat de promotionele waarde van deze uitzending beperkt zijn. Zie voor een uitgebreidere uitleg van de berekeningen die de mediawaarde bepalen de WESP-richtlijnen.

**Resultaten.** In totaal is er ruim 220 uur aandacht besteed aan het WK Hockey op de gemonitorde televisie zenders. Dit komt overeen met een waarde van 50,6 miljoen euro. Het bruto bereik van deze ruim 220 uur aan uitzending was 85.869.000 televisiekijkers. Aangezien TV West gedurende het WK Hockey alle wedstrijden live uitzond hebben zij verreweg de meeste zendtijd van alle televisiezenders. Meer dan driekwart van de zendtijd was op TV West; in totaal was dit bijna 169 uur. De nationale televisiezenders besteedden samen iets meer dan 51 uur aan aandacht aan het WK Hockey. De meeste zendtijd was op Nederland 1 en Nederland 3, samen goed voor bijna 50 uur aan zendtijd. De rest van de zendtijd werd verdeeld over Nederland 2, RTL4 en SBS6. Op de andere gemonitorde zenders RTL5, RTL7, RTL8, Veronica, NET5 en Eurosport is geen aandacht besteed aan het WK Hockey.



Figuur 3.3 Volume zendtijd op televisie in uren

De nationale televisie vertegenwoordigde bijna 49 miljoen euro aan waarde aan aandacht voor het WK Hockey. Dit is 96,6% van de totale waarde van de aandacht op televisie voor het WK Hockey. Nederland 1 en Nederland 3, de televisiezenders die wedstrijden live uitzonden, waren samen goed voor bijna 47 miljoen euro hiervan. Nederland 2 besteedde ongeveer 1,1 miljoen euro aan aandacht aan het WK Hockey, RTL4 bijna 800 duizend euro en SBS6 heeft een bijdrage van 136 duizend euro geleverd. TV West vertegenwoordigde de andere 3,4% van de aandacht ter waarde van iets meer dan 1,7 miljoen euro.



Figuur 3.4 Mediawaarde op televisies in miljoenen euro's

De meest waardevolle dag op televisie was 14 juni. Dit was de dag dat het dames hockeyelftal wereldkampioen werd. Op deze dag was er 6,1 miljoen euro aan aandacht op de televisie en 12,74 uur aan zendtijd. Op 15 juni, de dag van de heren hockeyfinale, was er bijna 5,7 miljoen euro aan aandacht voor het WK Hockey op de televisie met 11,65 uur aan zendtijd. 14 en 15 juni waren ook de best bekeken live uitzendingen van de wedstrijden. Naar de damesfinale keken 1.298 duizend mensen en de herenfinale trok 1.320 duizend kijkers. De best bekeken uitzending van alle programma's die aandacht hebben besteed aan het WK Hockey is de uitzending van Studio Brasil op 16 juni. Hierin waren Maartje Paumen en Kim Lammers te gast en er keken ruim 1,7 miljoen mensen naar deze uitzending.

Tijdens het WK Hockey was er verreweg de meeste media-aandacht. Ruim 97% van de zendtijd was tijdens het WK Hockey. Dit bedroeg bijna 214 uur van het totaal 220,24 uur aan zendtijd. De zendtijd tijdens het WK Hockey vertegenwoordigde bijna 94% van de totale waarde aan televisieaandacht voor het WK Hockey met een bedrag van ruim 47 miljoen euro. Voorafgaand aan het WK Hockey was 4,40 uur aan aandacht op de televisie ter waarde van bijna 2,8 miljoen euro. Na afloop van het week was er bijna 2 uur aan aandacht voor het WK Hockey ter waarde van iets meer dan 400 duizend euro.

Verreweg de meeste zendtijd zijn de verslagen van de wedstrijden. Met korte flitsen in deze programma's werd er af en toe aandacht besteed aan Den Haag, maar de aandacht was minimaal. In andere programma's op de nationale televisie was er vooral aandacht voor de wedstrijden en de organisatie van het WK Hockey. De finale van het streethockeytoernooi voor de Haagse jeugd en het Haags Hockeyplein waren te zien op het NOS Jeugdjournaal. Ook was de opening van het WK Hockey te zien in diverse sport- en andere journaals. Verder was er geen aandacht op de nationale televisie voor de side-events van het WK Hockey. Op TV West was er meer aandacht voor de regio Den Haag, maar lag de focus toch ook grotendeels op de wedstrijden. Hoeveel aandacht er exact besteed is aan Den Haag is niet gemeten in dit onderzoek.

### 3.5 Radio

Twee nationale en twee regionale radiozenders zijn meegenomen in het onderzoek naar de promotionele waarde van het WK Hockey 2014 (Tabel 3.3).

Tabel 3.3: De te meten radiozenders

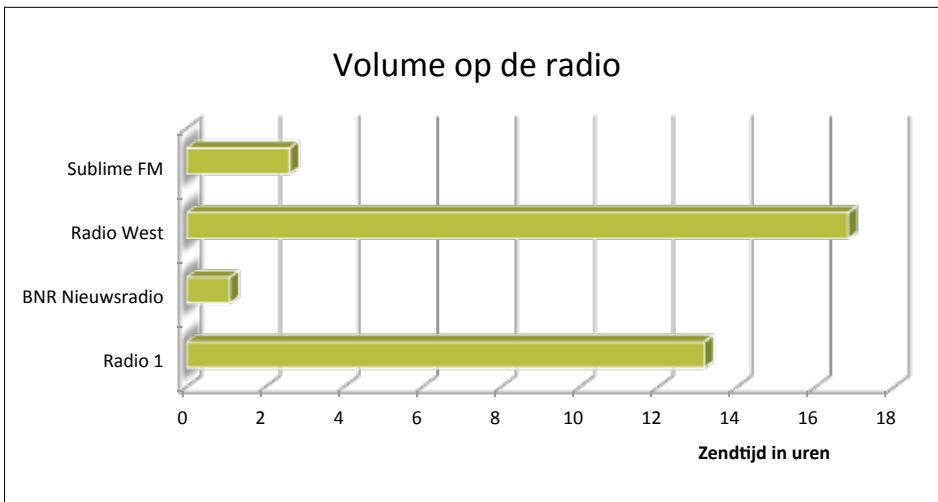
| Naam medium                       | Soort medium          |
|-----------------------------------|-----------------------|
| Radio1                            | Nationale radiozender |
| BNR Nieuwsradio<br>BNR Sportzaken | Nationale radiozender |
| Radio West                        | Regionale radiozender |
| Sublime FM                        | Regionale radiozender |

Er is voor gekozen om niet alle radiozenders mee te nemen in dit onderzoek uitzendingen op te nemen. Uit vorige onderzoeken is gebleken dat weinig radiozenders buiten de journaals om aandacht besteden aan sport. Alle partners van het WK Hockey 2014 zoals Radio1, Radio West en Sublime FM zijn in ieder geval meegenomen in het onderzoek. Verder is BNR Nieuwsradio meegenomen met speciale aandacht voor het sportprogramma BNR sportzaken.

**Werkwijze.** Het bereik op de radio wordt gemeten in Luisterdichtheid. Luisterdichtheid is het gemiddelde percentage personen dat gedurende een tijdvak naar een radiozender heeft geluisterd (Werkgroep Evaluatie Sportevenementen, 2012). Via [www.nationaalluisteronderzoek.nl](http://www.nationaalluisteronderzoek.nl) zijn de maandelijkse luistercijfers van de nationale radio achterhaald. De luistercijfers van de regionale radio worden niet gemeten bij de regionale radiozender en zijn daarom dus onbekend. De waarde van de uitzending wordt berekend door de duur van de uitzending te vermenigvuldigen met het advertentietarief van de desbetreffende radiozender. Deze advertentietarieven zijn opgevraagd bij de verschillende radiozenders en opgeslagen in het database.

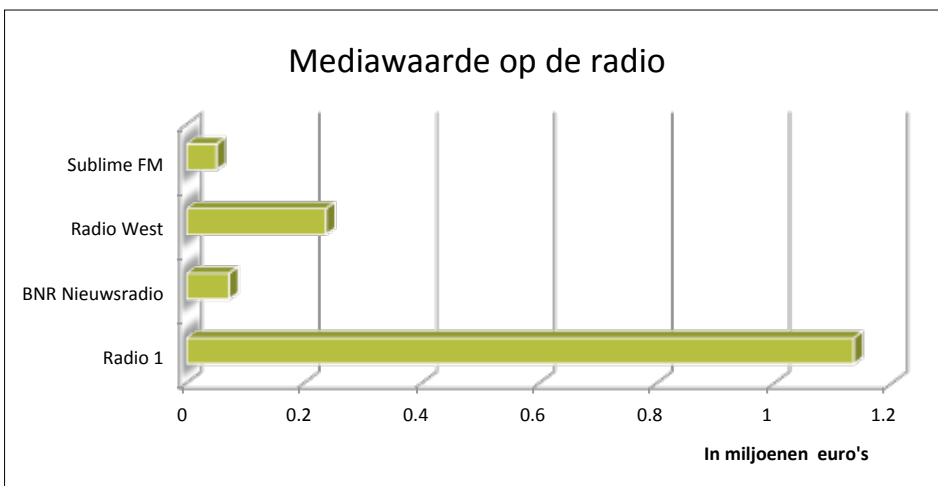
Aangezien het niet mogelijk was om op de regionale radiozenders programma's terug te luisteren zijn deze op een andere manier beluisterd. Gedurende het WK Hockey 2014 is er op verschillende dagen en tijden live naar de regionale radiozenders Radio West en Sublime FM geluisterd. Gedurende deze momenten is er geklokt hoe lang er aandacht besteed werd aan het WK Hockey. In totaal zijn er op beide radiozenders twaalf keer een uur live geluisterd. Er is getracht om zoveel mogelijk diversiteit in dagen en luistertijden te houden. Zo is er op speeldagen en niet speeldagen geluisterd, doordeweeks en in de weekenden en in de 's ochtends, 's middags en 's avonds. In totaal is op beide regionale radiozenders van 09:00 tot 21:00 live geluisterd naar diverse radio programma's. Deze geklokte tijden zijn bij elkaar opgeteld en worden aangehouden als de gemiddelde aandacht op deze zender per dag. Deze aandacht is vermenigvuldigd met het totaal aantal dagen van het WK Hockey om te komen tot de totale aandacht op beide regionale radiozenders tijdens het WK Hockey. Zie voor een uitgebreidere uitleg van de berekeningen die de mediawaarde bepalen de WESP-richtlijnen.

**Resultaten.** In totaal is er bijna 34 uur aan aandacht voor het WK Hockey geweest op de radio zenders, ter waarde van bijna 1,5 miljoen euro (zie figuur 3.5). Radio West was goed voor bijna 50% van de totale radiozendtijd over het WK Hockey. In totaal besteedde deze zender zeventien uur aan zendtijd aan het WK Hockey. Radio 1 spendeerde meer dan dertien uur aan zendtijd aan het WK Hockey, goed voor 39% van de totale radiozendtijd. Verder werd er nog bijna acht uur aan zendtijd besteed op Sublime FM en ruim drie uur bij BNR Nieuwsradio. Samen was dit goed voor 11% van de totale zendtijd. Dit betekent dat de regionale radio verantwoordelijk was voor bijna 58% van de totale zendtijd op de radio over het WK Hockey.



Figuur 3.5 Volume op de radio in uren

Wanneer gekeken wordt naar de mediawaarde op de radio liggen de verhouding duidelijk anders (Figuur 3.6). De nationale radio vertegenwoordigt bijna 81% van de totale mediawaarde op de radio over het WK Hockey. In totaal is de nationale radio verantwoordelijk voor 1,2 miljoen euro aan aandacht voor het WK. Radio 1 vertegenwoordigt meer dan driekwart van de totale mediawaarde met een bedrag van miljoen euro, terwijl BNR Nieuwsradio slechts iets meer dan 70 duizend euro aan aandacht vertegenwoordigt. Radio West vertegenwoordigt met een bedrag van 238 duizend euro iets meer dan 82% van de totale aandacht op de regionale radio. De overige 18% is voor Sublime FM met een bedrag van iets meer dan 50 duizend euro.



Figuur 3.6 Mediawaarde op de radio in miljoenen euro's

Aangezien de regionale radio alleen gemeten is tijdens het WK Hockey worden de zendtijd en mediawaarde per dag en per periode alleen op de nationale radio geanalyseerd. De meest waardevolle dag op de nationale radio was net als op de televisie op 14 juni (finale hockeydames). Er was bijna twee en een half uur aan zendtijd ter waarde van iets meer dan 200 duizend euro. De op één na meest waardevolle dag op de radio was niet de heren finale, maar zaterdag 7 juni. Op deze dag was er in vier verschillende programma's aandacht voor het WK Hockey. Dit leverde iets meer dan twee uur aan aandacht voor het WK op ter waarde van bijna 180 duizend euro. Ook op de nationale radio was er tijdens het evenement verreweg de meeste aandacht voor het WK Hockey. Ruim tien van de in totaal veertien uur aan zendtijd vond tijdens het WK plaats. Dit had een waarde van iets meer dan 870 duizend euro. Voorafgaand was er bijna vier uur aan aandacht voor het WK Hockey op de nationale radio ter waarde van bijna 320 duizend euro. Na afloop was de aandacht op radio voor het WK Hockey nihil. Slechts 11 minuten besteedde de nationale radio nog aan het WK Hockey na afloop van het evenement ter waarde van 15 duizend euro.

Ook op de radio was de meeste aandacht voor wedstrijdverslagen van WK Hockey. Dit betekent dat er relatief minder aandacht is geweest voor de gemeente Den Haag zelf. Echter was Karsten Klein, wethouder van Jeugd, Welzijn en Sport bij de gemeente Den Haag, ook te gast bij enkele radioprogramma's. In deze programma's kwam het WK Hockey vanuit het perspectief van de gemeente Den Haag wel aan bod.

### 3.6 Online media

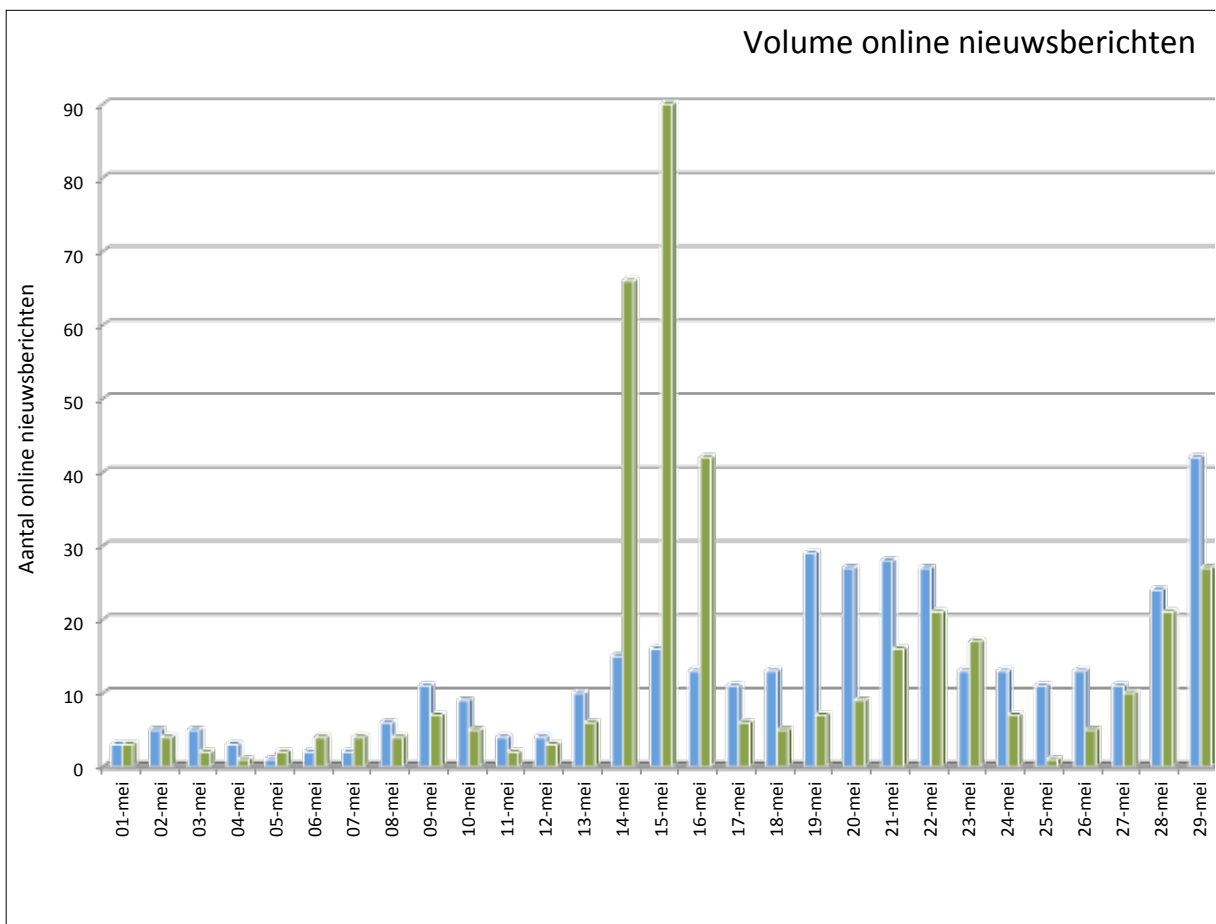
**Werkwijze.** Media uitingen op online nieuwssites vormen de online media. Uit vorige onderzoeken is gebleken dat het aantal online nieuwsberichten zo groot is dat het niet mogelijk is om alle uitingen apart op te bekijken. Via TrendViz is de online media-aandacht gemeten. Vooral de online media-aandacht op Nederlandse websites is in kaart gebracht. Door middel van zoektermen is gezocht naar online nieuwsberichten over het WK Hockey. Om de aandacht voor het WK Hockey te bepalen zijn de zoektermen WK Hockey en Hockey World Cup gebruikt. Verder zijn zoektermen zoals Haags Hockeyplein, Greenfields Stadion, Kyocera Stadion en Stock, die iets te maken hebben met het WK Hockey, ook bekeken om te bepalen of dit extra nieuws oplevert voor het WK Hockey zelf. Daarnaast zijn ook de zoektermen Den Haag, KNHB, Rabobank en FIH bekeken om te bepalen of deze onderwerpen extra in het nieuws zijn door het WK Hockey. Uit deze zoektermen komen de meest relevante topics in de online nieuwsberichten voort. Vanwege het grote aantal berichten zijn de waarde van deze berichten niet bepaald. Het aantal berichten en de meest relevante topics van deze berichten zijn wel in kaart gebracht.

**Resultaten.** Op basis van de zoektermen WK Hockey en Hockey World Cup zijn in totaal 2.033 online nieuwsberichten gevonden. De zoekterm WK Hockey is met 1150 online berichten verantwoordelijk voor 56,57% van alle online artikelen. De zoekterm Hockey World Cup maakt de 2.033 compleet met 883 online nieuwsberichten

Van deze 2.033 online nieuwsberichten zijn 848 berichten voorafgaand aan het WK gepubliceerd, 1.039 tijdens het WK en 146 na afloop van het evenement. In figuur 3.7 kan men zien dat tijdens het WK Hockey de meeste artikelen per dag worden geplaatst: tijdens het WK Hockey worden ruim twee keer zoveel online artikelen per dag geplaatst ten opzichte van voorafgaand aan het WK Hockey en bijna zeven keer zoveel als na afloop van het evenement.

Verder bleek dat in 42% van de 658 berichten die werden gevonden met de zoekterm WK Hockey tijdens het evenement het topic Den Haag relevant te zijn. Dit wil zeggen dat Den Haag in deze artikelen een significante rol speelde. Op vijf van de zestien dagen was zelfs Den Haag het topic dat het vaakst terugkwam in de artikelen. Bij de zoekterm Den Haag kwam het woord WK Hockey in 34% van alle 755 online artikelen die werden gevonden tijdens het WK Hockey terug als relevant topic en was het op vier dagen van de zestien dagen het vaakst terugkerende topic in de artikelen.

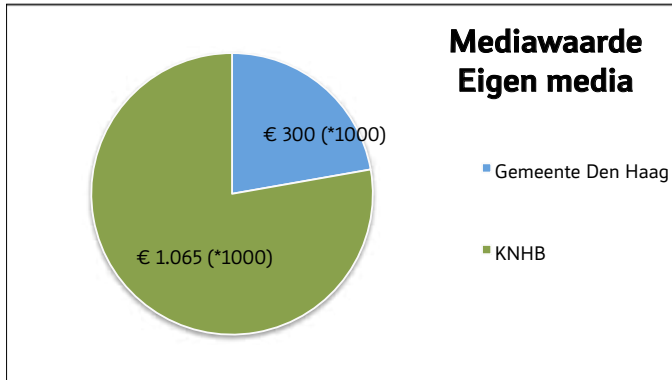
Wanneer gekeken werd naar het gemiddeld aantal artikelen per dag was Den Haag het meest in het nieuws voorafgaand aan het WK Hockey. Tijdens het WK Hockey en na afloop van het WK Hockey was het aantal online artikelen dat per dag verscheen stabiel. Voor de zoektermen KNHB, Rabobank en FIH was dit niet het geval. Het gemiddelde aantal online artikelen per dag was voor deze drie zoektermen alle drie het hoogst tijdens het WK Hockey.



Figuur 3.7. Volume online nieuwsberichten

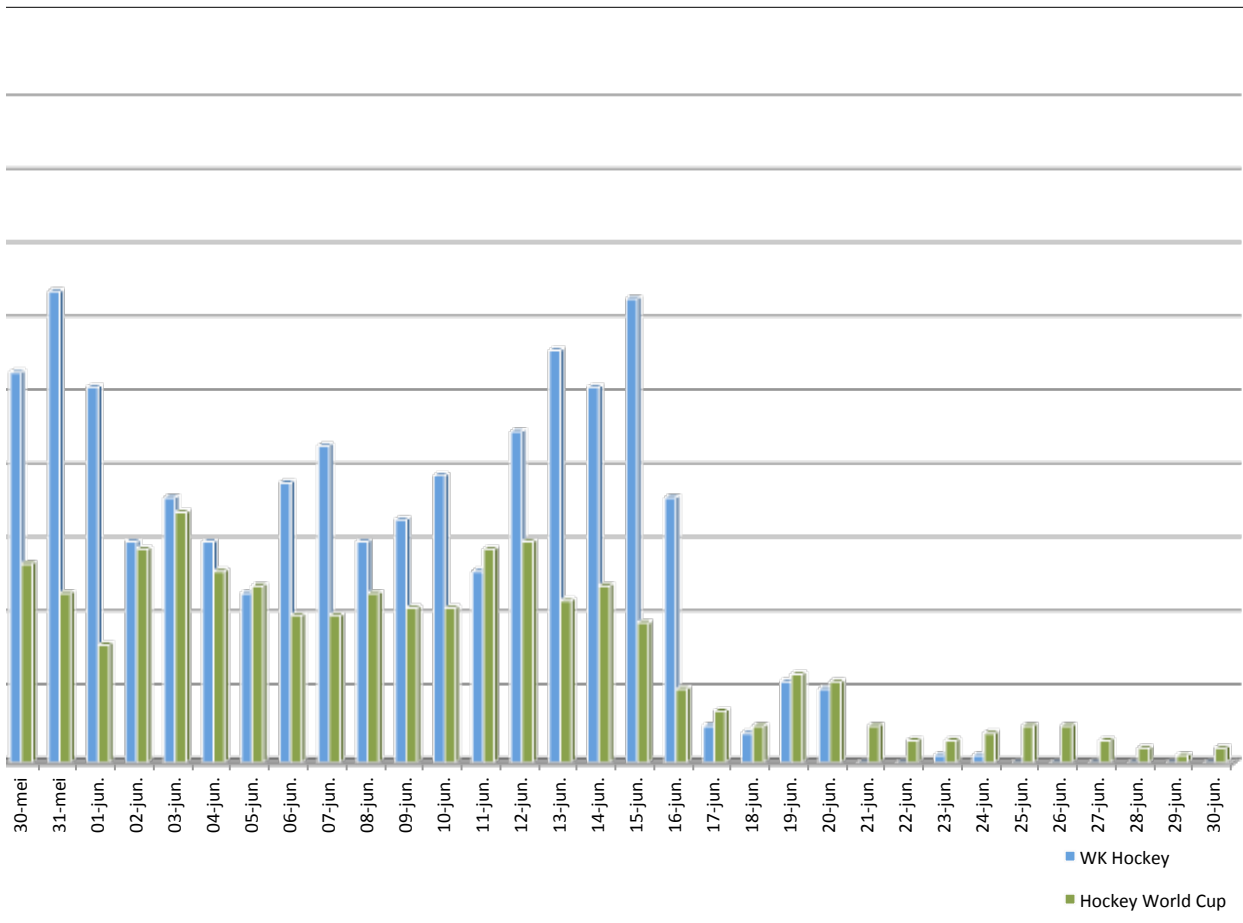
### 3.7 Eigen media

Na navraag bij de gemeente Den Haag en de KNHB bleek zij iets minder dan 1,4 miljoen euro hebben uitgegeven aan de promotie van het WK Hockey. De KNHB vertegenwoordigt meer dan drie kwart van dit bedrag met een bedrag van bijna 1,1 miljoen euro. De gemeente Den Haag heeft iets meer dan 300.000 euro uitgegeven aan promotie.



Figuur 3.8 Mediawaarde eigen media (\*1000)

**Promotie in gemeente.** De gemeente Den Haag heeft vooral promotie gemaakt binnen de regio Haaglanden en de gemeente Den Haag zelf. Om een indruk te geven wat de gemeente Den Haag gedaan heeft op het gebied van promotie voor het WK Hockey, worden hier een aantal in het oog springende uitingen benoemd. Er zijn bijvoorbeeld 121 stadsbussen bestickerd, er hingen 325 banieren en vlaggen in de stad en er zijn ruim 500 posters en 3500 flyers door de stad verspreid ter promotie van het WK Hockey. Andere opvallende zaken waren bijvoorbeeld de timelapsen van het hockeypark en de beide stadions die in diverse televisieprogramma's te zien waren en de helikopter vlucht die over Den Haag is gemaakt om beelden te schieten ter promotie van de gemeente Den Haag.



De KNHB heeft zich meer gericht op de landelijke promotie en de aankleding van het evenement zelf.

Wederom wordt een indruk gegeven wat de KNHB gedaan heeft op het gebied van promotie voor het WK Hockey aan de hand van een aantal opvallende voorbeelden. Er zijn in totaal 70.000 bierviltjes, 70.000 leaflets en 8.000 posters verstuurd naar alle hockeyvereniging binnen Nederland. Deze zijn ook verspreid binnen de gemeente Den Haag, diverse evenementen en bij de oefenwedstrijden van het Nederlands hockeyelftal. Verder zijn er bijvoorbeeld ook kosten gaan zitten in het creëren van een huisstijl van het evenement, het plaatsen van het toernooilogo op diverse uitingen en de promotie van het WK via bijvoorbeeld billboards langs de snelweg. Wegens de vertrouwelijkheid van deze informatie zullen niet alle details kenbaar worden gemaakt.

**Online eigen media.** Het twitteraccount van de WK organisatie (@RHWC2014) had op 16 mei 14,5 duizend volgers en 2.685 tweets geplaatst. Gedurende het WK Hockey zijn er met de hashtags #celebratehockey en #RHWC2014 115.200 tweets geplaatst. De facebookpagina van de WK organisatie (Rabobank Hockey World Cup) had op 16 mei 18.573 'likes'. Voorafgaand aan het evenement waren dat er 12.656. Op instagram had het WK Hockey 2320 volger na afloop van het evenement en zijn er op dat account 161 berichten geplaatst. Verder bleek er op instagram 9614 berichten geplaatst met #celebratehockey, #RHWC2014, #WKHockey, #WKhockey2014 of #RHWC. Verder bleken de video's van het Youtube kanaal celebratehockey in totaal bijna 280.000 keer bekeken (Hofman, 2014). Het twitteraccount van de gemeente Den Haag voor het WK Hockey (@DenHaagWKHockey) had op 16 mei 1.502 volgers en 268 tweets geplaatst. De facebookpagina van de gemeente Den Haag voor het WK Hockey (WK Hockey Den Haag) had op diezelfde datum 32.084 'likes', meer dan de facebook pagina van de WK organisatie.

De website van de organisatie van het WK rabobankhockeyworldcup2014.nl (Nederlandstalig) en rabobankhockeyworldcup2014.com (Engelstalig) zijn respectievelijk 1,2 miljoen en 1,4 miljoen keer bezocht. De Nederlandstalige website had iets minder dan 920.000 unieke bezoekers. De Engelstalige variant had er 100.000 meer (Hofman, 2014).

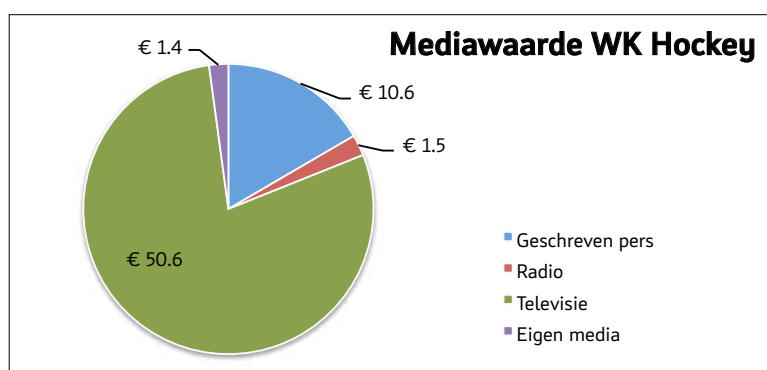
De website van de gemeente Den Haag voor het WK Hockey [www.wkhockeyindenhaag.nl](http://www.wkhockeyindenhaag.nl) is bijna 70.000 keer bezocht, waarvan bijna 53.000 keer tijdens het WK Hockey. Dit leverde een totaal van 44.000 unieke bezoekers op, waarvan 40,5 duizend tijdens het WK Hockey. Van deze bezoeken kwam 92% vanuit Nederland. De meeste bezoeken waren op 14 juni, ongeveer 4.500 bezoeken. Dit was de dag van de finale van de vrouwen.

Daarnaast is de Rabobank Hockey World Cup 2014 applicatie tijdens het WK 65.626 keer gedownload en ruim 535.000 keer gebruikt tijdens het evenement (Hofman, 2014).

32

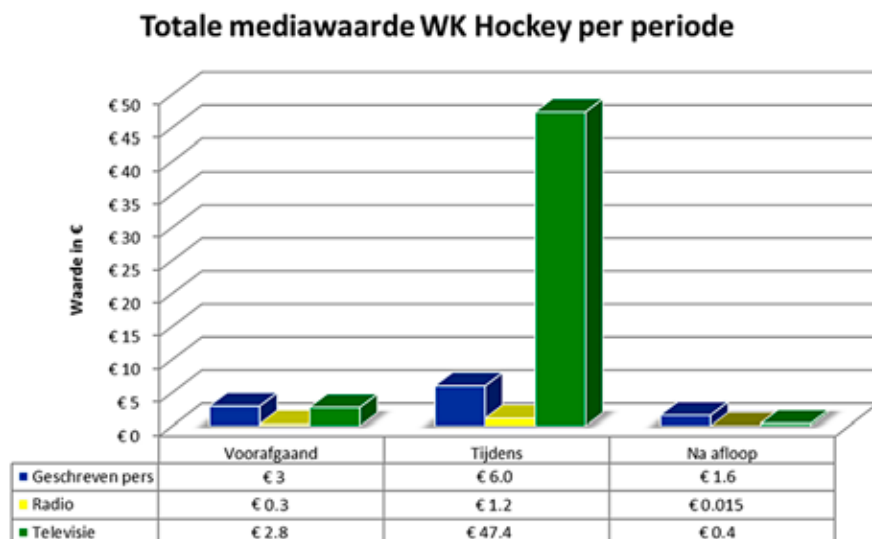
### 3.8 Totale mediawaarde

De totale mediawaarde van het WK Hockey 2014 bedraagt € 64.070.865,26. Dit bedrag is opgebouwd uit de mediawaarde van de geschreven pers, radio, televisie en de eigen media van het evenement die hierboven zijn beschreven (zie ook figuur 3.9). Televisie vertegenwoordigde meer dan driekwart van de totale mediawaarde van het WK Hockey met een bedrag van iets meer 50,5 miljoen euro. De overige 14 miljoen euro aan aandacht is verdeeld tussen geschreven pers (€ 10,6 miljoen), radio (bijna € 1,5 miljoen) en eigen media (€ 1,37 miljoen).



Figuur 3.9 Mediawaarde WK Hockey 2014 (\* 1 miljoen)

De mediawaarde van het WK Hockey per periode is weergegeven in figuur 3.10. Hierin is de eigen media niet opgenomen vanwege de onduidelijkheid over welke vormen van eigen media in welke periode behoren. Het merendeel van de aandacht vond plaats tijdens het WK Hockey. De mediawaarde tijdens het WK Hockey bedraagt ongeveer 54,5 miljoen euro. Dit is ongeveer 87% van de mediawaarde exclusief eigen media. Voorafgaand aan het WK was er iets meer dan 6 miljoen euro aan aandacht voor het WK en na afloop iets meer dan € 2 miljoen. Verder blijkt de geschreven pers zowel voorafgaand als na afloop van het WK het medium dat de meeste aandacht besteedde aan het WK Hockey. Tijdens het WK Hockey was dat met afstand de televisie.



Figuur 3.10 Totale mediawaarde WK Hockey per periode (\* 1 miljoen)

### 3.9 Conclusie

Op basis van de berekeningen in dit onderzoek komt de mediawaarde van het WK Hockey 2014 op een bedrag van iets meer dan 64 miljoen euro. Dit bedrag vertegenwoordigt het bedrag dat het WK Hockey 2014 aan aandacht genereerde in de Nederlandse media. Het bedrag staat gelijk aan het bedrag dat de gemeente Den Haag zou hebben moeten uit geven aan advertenties en reclames om dezelfde hoeveelheid aandacht te genereren. Een klein deel van dit bedrag (1,37 miljoen euro) is daadwerkelijk door de gemeente uitgegeven. De rest van het bedrag komt niet op rekening van de gemeente: de uitzendingen op de televisie met een bedrag van ruim 50 miljoen euro het grootste deel van de mediawaarde. Verder is de geschreven pers goed voor 10,6 miljoen euro en de radio voor bijna 1,5 miljoen euro.

Verder moet rekening gehouden worden met de volgende punten:

- De werkelijke mediawaarde van het WK Hockey ligt waarschijnlijk hoger, omdat in dit onderzoek zijn niet alle regionale dagbladen, regionale televisiezenders en alle nationale radiozenders als regionale radiozenders zijn betrokken. Bovendien zijn bedrijven die bijvoorbeeld betrokken zijn bij het WK Hockey door middel van sponsoring van het evenement of van bepaalde spelers niet in het onderzoek meegenomen. Ook de buitenlandse media-aandacht is niet meegenomen.
- Daarentegen kan in twijfel worden getrokken of 64 miljoen een nauwkeurige schatting van de waarde van het WK Hockey voor de gemeente Den Haag is. Advertenties zijn ontworpen om een gerichte boodschap te presenteren aan de consument. De boodschap door de exposure van sportevenementen is niet exact te sturen. De gastheer kan weinig genoemd worden in de media of de media kan een negatief effect hebben op het imago van de stad. Daarom is de werkelijke promotionele waarde van het evenement voor de gastheer niet de waarde van het aantal minuten reclame of advertentieruimte, maar is afhankelijk van de unieke bijdrage die een evenement kan leveren aan de marktpositie van de stad. Een onderzoek volgens de richtlijnen zoals die beschreven worden in het Richtlijnenhandboek Promotionele Waarde WESP versie 1.0 voorzien hier niet in. Daarom moet in twijfel worden getrokken of dit de juiste onderzoeksmethode is om te bepalen wat de promotionele waarde van het WK Hockey 2014 voor de gemeente Den Haag is.



# 4. Beleving inwoners Den Haag

Noud van Herpen, Gitte Kloek en Jessie Joosse

## 4.1 Inleiding

Dit hoofdstuk geeft antwoord op de vraag hoe de inwoners van Den Haag het WK Hockey 2014 hebben beleefd. Het belevingsonderzoek betreft de beleving van zowel de inwoners in Den Haag die het evenement hebben bezocht alsook van diegene die geen bezoek hebben afgelegd.

## 4.2 Methoden

Voor dit onderzoek is tevens de WESP methode als richtlijn gebruikt. Dit belevingsonderzoek heeft plaatsgevonden tot twee weken na afloop van het evenement (29 juni 2014). Dit om te voorkomen dat de beleving onder de inwoners van de stad is weggezaakt. Beleving wordt in dit onderzoek gedefinieerd als 'het geheel van overtuigingen, attitudes, oordelen en gevoelens maar ook sociale en culturele normen en waarden die mensen er op nahouden ten aanzien van het evenement' (WESP, 2010).

Om beleving te meten is een gestratificeerde steekproef van huishoudens ( $n=2.567$ ) getrokken uit de Gemeentelijke Basisadministratie. Voor de stratificatie is de gemeente Den Haag opgedeeld in 4 verschillende 'schillen'. De indeling van de schillen was gebaseerd op de afstand van het huishouden tot het evenement omdat de verwachting was dat afhankelijk van de afstand tot het evenement een verschil in beleving kan ontstaan. De geselecteerde huishoudens ontvingen een brief met daarin de link naar een digitale vragenlijst. In de vragenlijst stonden meerdere vragen en stellingen over het WK Hockey om zo de beleving van de inwoners van de stad Den Haag in kaart te brengen (voor de volledige vragenlijst zie bijlage 2a).

Op de uitnodiging om de vragenlijst in te vullen reageerden slechts 130 huishoudens, 5,0% van het totaal aantal verstuurd brieven. Vanwege de lage respons op de steekproef is besloten om de verschillende 'schillen' niet apart te analyseren, maar de 130 respondenten te bundelen.

Om de respons te verhogen is een aanvullende mogelijkheid gecreëerd om de beleving van de bewoners van Den Haag te meten. De vragenlijst van het belevingsonderzoek is opengesteld aan alle inwoners van Den Haag doordat zij via de algemene website van de gemeente Den Haag en de speciale website van de gemeente Den Haag die was ingericht met informatie over het WK Hockey de vragenlijst, ook konden invullen. De respons op de vragenlijst die gepubliceerd stond op de twee websites was 60 ingevulde vragenlijsten. In totaal zijn er dus 190 vragenlijsten ingevuld door de inwoners van Den Haag (tabel 4.1). Hierdoor is het streven van 385 enquêtes volgens de WESP niet behaald.

Tabel 4.1 Aantal respondenten (Website en steekproef)

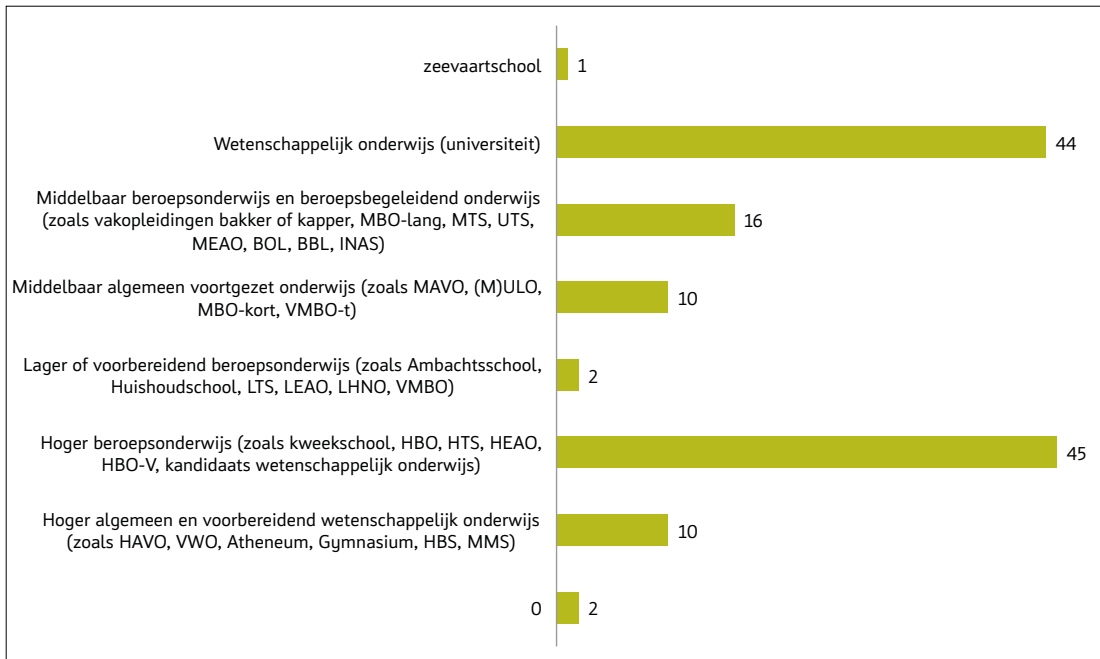
| Aantal respondenten |     |
|---------------------|-----|
| Steekproef          | 130 |
| Website             | 60  |
| Totaal              | 190 |

### 4.3 Demografische gegevens

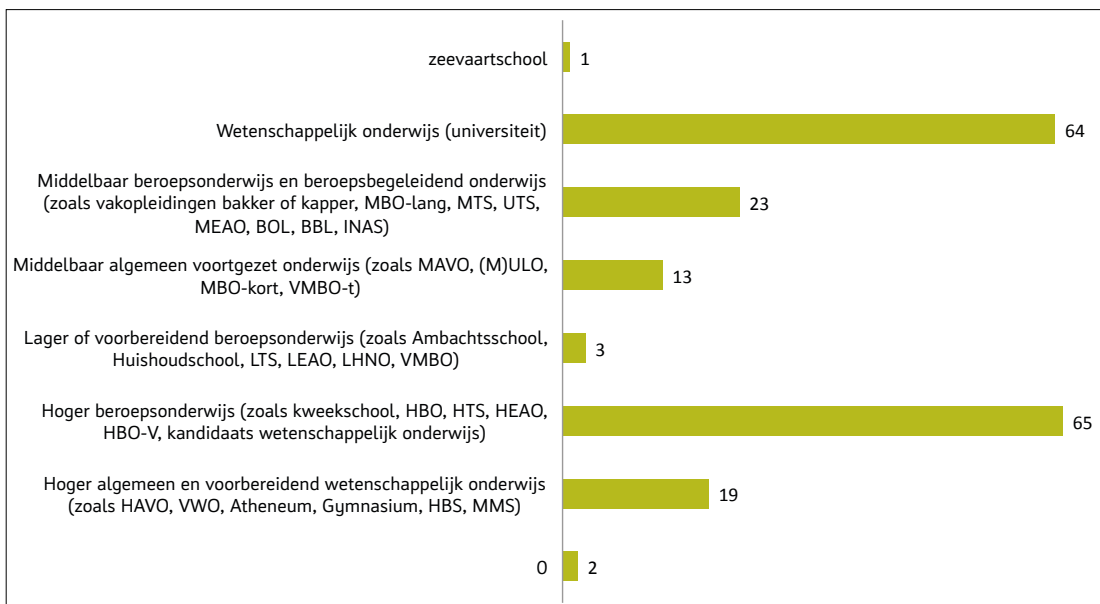
Van de respondenten was 55% man en 45% vrouw. De leeftijd van de respondenten varieerde van 18 tot 85 jaar en de gemiddelde leeftijd was 45 jaar.

De meeste respondenten (93%) waren van Nederlandse afkomst. Van de respondenten die benaderd zijn via de steekproef was 91% van Nederlandse afkomst, voor de respondenten die op eigen initiatief de enquête op Internet was dit 97%.

Ongeveer een derde van de respondenten had een WO diploma, een derde een HBO diploma en de overige respondenten had een MBO diploma of lager. In de onderstaande figuren 4.2a en 4.2b zijn de verschillen tussen de steekproef en de website te zien.



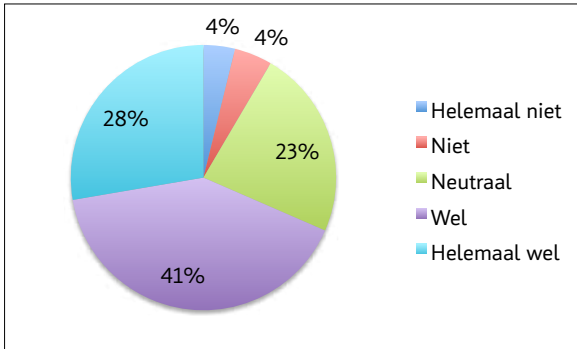
Figuur 4.2a Opleidingsniveau (steekproef)



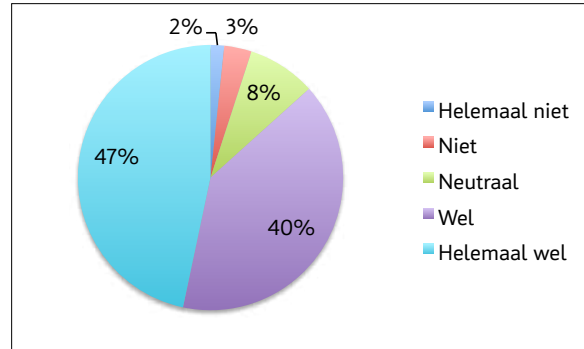
Figuur 4.2b Opleidingsniveau (website)

**Sportliefhebber.** Van de 130 respondenten uit de steekproef gaf ruim 8% aan ‘helemaal niet’ of ‘niet’ een liefhebber van sport te zijn. Ruim twee derde van de respondenten (68%) gaf aan ‘wel’ of ‘helemaal wel’ een liefhebber van sport te zijn. De rest van de respondenten was neutraal (Figuur 4.3a).

Van de 60 respondenten die de enquête hebben ingevuld op de websites zag 87% zich ‘wel’ of ‘helemaal wel’ als een sportliefhebber en 5% van deze 60 respondenten zag zichzelf ‘niet’ of ‘helemaal niet’ als een sportliefhebber. De overige respondenten voelden zich neutraal ten opzichte van de stelling (Figuur 4.3b).

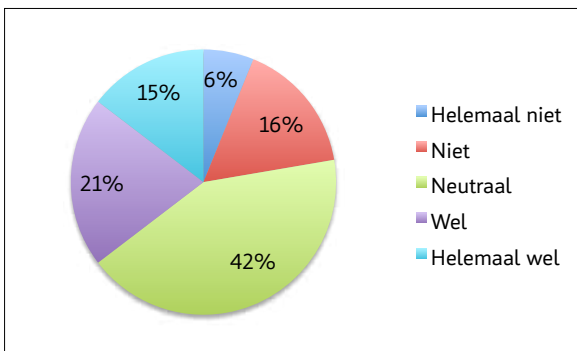


Figuur 4.3a Sportliefhebber (steekproef)

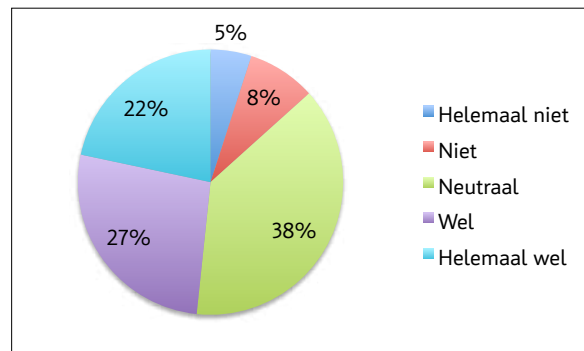


Figuur 4.3b Sportliefhebber(website)

Ruim een derde van de respondenten uit de steekproef (36%) vond zichzelf een liefhebber van de sport hockey en 22% was geen liefhebber van de sport hockey. Van de respondenten die de enquête op de websites hebben ingevuld was 49% een liefhebber van de sport hockey en 13% was geen liefhebber van de sport hockey. Zie ook figuur 4.4a en 4.4b.



Figuur 4.4a Liefhebber hockey (steekproef)



Figuur 4.4b Liefhebber hockey (website)

**Bezoek van wedstrijden en Haags Hockeyplein.** Een kwart van de 130 respondenten uit de steekproef (25%) had één of meer wedstrijden van het evenement daadwerkelijk bezocht. Van de 60 respondenten die via de websites de enquêtes hebben ingevuld, had 61% een bezoek gebracht aan één of meer wedstrijden. In totaal heeft 26% van de 190 respondenten tenminste één bezoek gebracht aan de wedstrijden van het WK Hockey. Daarnaast heeft in totaal 35% van de 190 respondenten een bezoek gebracht aan het Haags Hockey Plein.

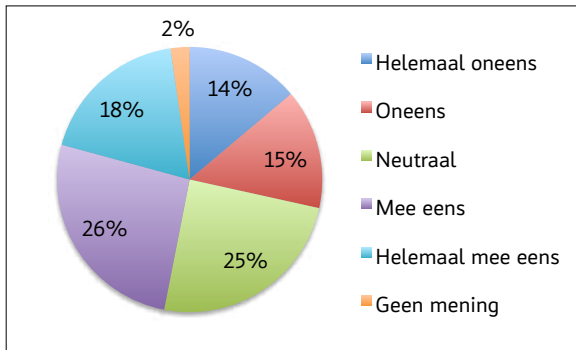
**Wedstrijden gevolgd via TV of andere media.** Bijna driekwart van de 130 respondenten van de steekproef (74%) gaf aan één of meer wedstrijden gekeken te hebben via de TV. Ruim de helft van de steekproef respondenten (58%) had de wedstrijden ook via andere media gevolgd. Van de 60 respondenten afkomstig van de website gaf 90% aan één of meer wedstrijden via de TV te hebben gevolgd. Twee derde van de website respondenten (67%) gaf aan de wedstrijden ook via andere media te hebben gevolgd.

## 4.4 Belevingswaarde van het evenement

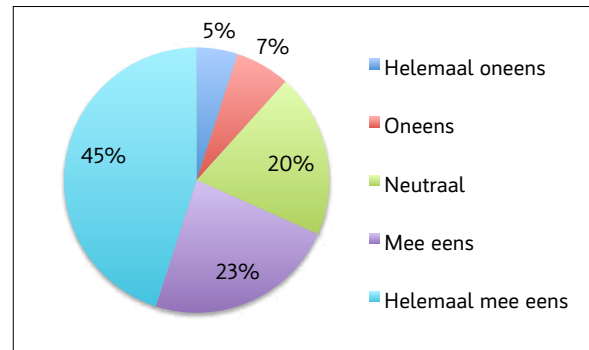
Door middel van stellingen en vragen in de enquête is onderzocht hoe de inwoners het WK Hockey hebben beleefd. In deze paragraaf wordt de persoonlijke beleving van de inwoners en de beleving van het WK Hockey in relatie tot de stad Den Haag beschreven. Verder wordt ingegaan op het draagvlak voor een dergelijk groot sportevenement en de waardering van het WK Hockey door de inwoners van Den Haag.

### Persoonlijk ervaring van het WK Hockey

**Herinneren van het evenement.** Eenentwintig procent de respondenten van de steekproef gaf aan het WK Hockey nog lang te zullen blijven herinneren en 28% gaf aan het WK Hockey niet lang te zullen blijven herinneren. Het overige percentage van de steekproef geeft aan neutraal te zijn of geen mening te hebben (Figuur 4.5a). Van de website respondenten gaf 68% aan dat ze het WK Hockey nog lang zal blijven herinneren en 12% geeft aan het WK Hockey niet lang te zullen blijven herinneren. De overige 20% van de respondenten is hier neutraal over of heeft er geen mening over (Figuur 4.5b).



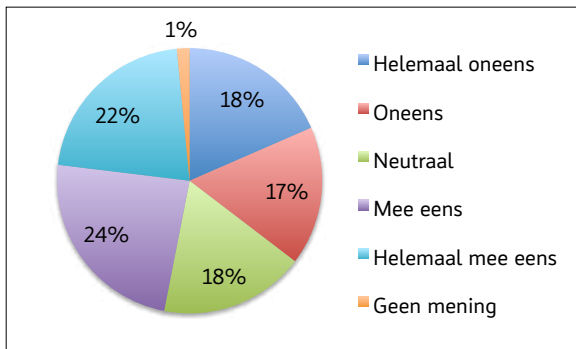
Figuur 4.5a Het wel of niet blijven herinneren van het WK Hockey 2014 (steekproef)



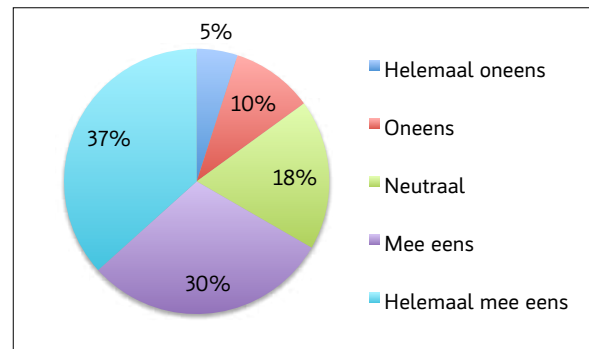
Figuur 4.5b Het wel of niet blijven herinneren van het WK Hockey 2014 (website)

38

**Indruk van het WK Hockey.** Van de respondenten vanuit de steekproef was 45% diep onder de indruk van het WK Hockey, ruim een derde (35%) was niet onder de indruk van evenement en 19% was neutraal of had geen mening. Twee derde van de respondenten vanuit de websites (67%) gaf aan diep onder de indruk van het WK Hockey. Daarnaast was 15% niet onder de indruk geraakt van het WK Hockey en had 18% een neutrale of geen mening (Figuur 4.6a en figuur 4.6b).



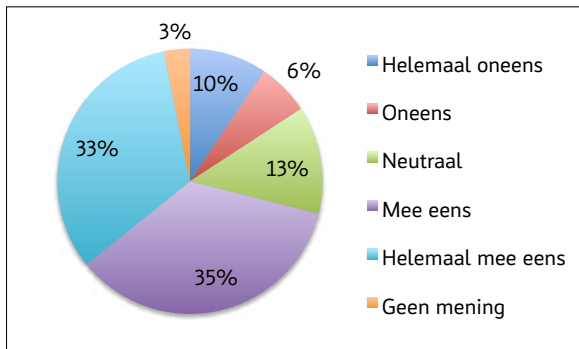
Figuur 4.6a Wel of niet onder de indruk van het WK Hockey 2014 (steekproef)



Figuur 4.6b Wel of niet onder de indruk van het WK Hockey 2014(website)

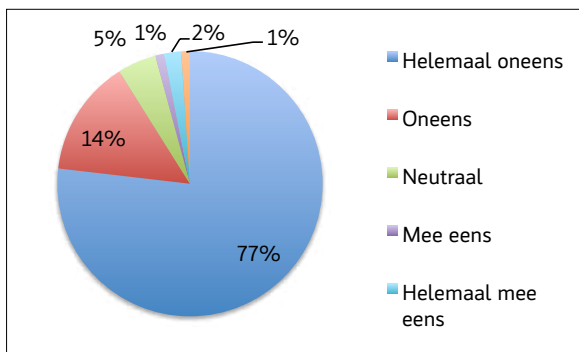
**Anders gedragen?** Van alle respondenten was 77% zich niet anders gaan gedragen door het WK Hockey, 18% was neutraal of had geen mening en 2% gaf aan zich wel anders te zijn gaan gedragen door het WK Hockey.

**Positief en negatief verrast.** In figuur 4.7 is te zien dat 61% van alle respondenten positief verrast waren door het WK Hockey. Daartegenover was 20% niet positief verrast door het WK Hockey en 19% gaf aan neutraal te zijn of geen mening te hebben..



Figuur 4.7 Ik ben positief verrast door het WK Hockey (percentage)

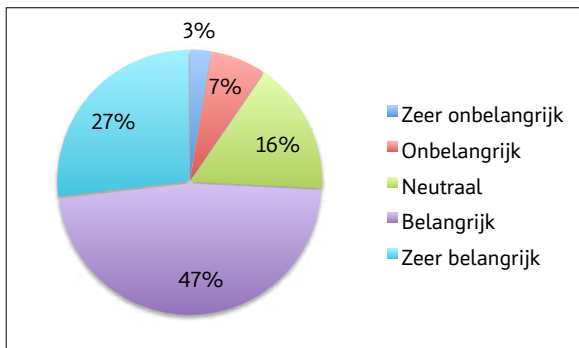
Op een andere stelling, of men negatief verrast is door het WK Hockey, geeft 90% van alle respondenten aan niet negatief verrast te zijn. Daarentegen antwoordt 4% van de respondenten wel negatief verrast te zijn door het WK Hockey en 6% was neutraal of heeft geen mening (Figuur 4.8).



Figuur 4.8 Ik ben negatief verrast door het WK Hockey (percentage)

## 4.5 Beleving van inwoners van WK Hockey en de relatie met de stad Den Haag

**Openbare voorzieningen.** Figuur 4.9 geeft weer dat 74% van de respondenten het belangrijk tot zeer belangrijk vond dat door het WK Hockey de regio Den Haag openbare voorzieningen verbetert. Daarnaast gaf 16% van de respondenten aan zich hierover neutraal te voelen en 10% vond dit onbelangrijk tot zeer onbelangrijk.

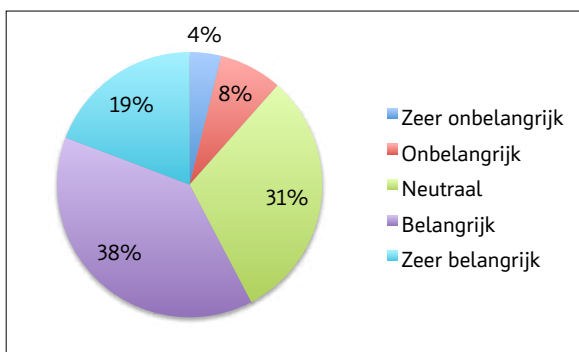


Figuur 4.9 Belang van verbeteren openbare voorzieningen.

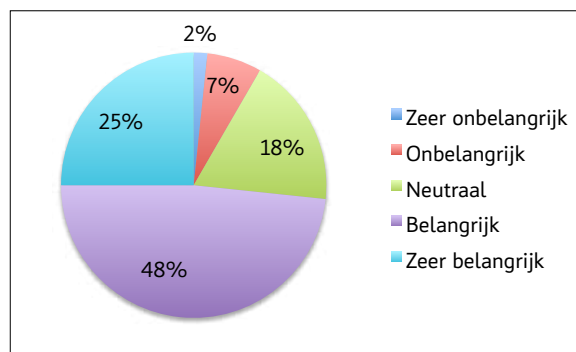
**Toerisme.** Voor 76% van alle respondenten was het belangrijk tot zeer belangrijk dat door het WK Hockey de regio Den Haag toeristisch aantrekkelijker wordt. Vijftien procent van de respondenten was hierover neutraal en 9% van de respondenten vond dit onbelangrijk tot zeer onbelangrijk.

**Sportparticipatie.** De respondenten zijn ook gevraagd hoe belangrijk men het vindt dat het WK Hockey er voor zorgt dat mensen meer gaan sporten. De figuren 4.10a en 4.10b geven van deze antwoorden een overzicht.

40



Figuur 4.10a Belang sportparticipatie (Steekproef)



Figuur 4.10b Belang sportparticipatie (Website)

Van de respondenten vanuit de steekproef vond 19% het zeer belangrijk dat door het WK Hockey meer mensen gaan sporten en 38% van de respondenten vond dit belangrijk. Bijna een derde (31%) was neutraal en 12% vond het onbelangrijk of zeer onbelangrijk. Een groter percentage van de website respondenten hecht belang aan een toegenomen sportparticipatie. Van deze respondenten vond 25% het zeer belangrijk dat door het WK Hockey meer mensen gaan sporten en 48% van de respondenten vond dit belangrijk. De rest is neutraal (18%) of vond dit onbelangrijk of zeer onbelangrijk (9%).

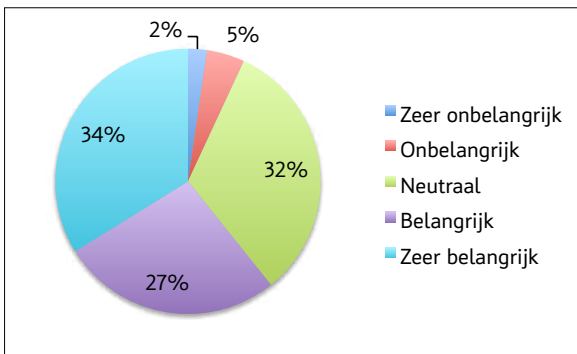
**Binding.** Op de stelling 'Hoe belangrijk vindt u het dat door het WK Hockey bewoners meer binding met elkaar krijgen', reageerde 44% van de respondenten vanuit de steekproef dat dit belangrijk tot zeer belangrijk is. Achtendertig procent was neutraal en 18% vond dit onbelangrijk tot zeer onbelangrijk. Net als bij sportparticipatie gaf een hoger percentage van de respondenten vanuit de website aan dat binding belangrijk is. Namelijk 58% vond het zeer belangrijk tot zeer belangrijk dat bewoners door het WK Hockey meer binding met elkaar krijgen. 32% was neutraal en 10% vond dit onbelangrijk tot zeer onbelangrijk.

## 4.6 Draagvlak, negatieve beleving en communicatie

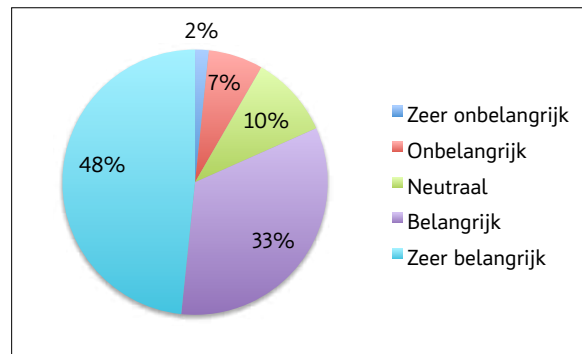
### 4.6.1 Draagvlak

Deze paragraaf belicht het draagvlak bij de inwoners om dergelijke topsportevenementen naar de regio te halen.

**Investeren in topsportevenementen.** De respondenten zijn gevraagd of zij het belangrijk vinden dat de gemeente Den Haag investeert in topsportevenementen. Van de respondenten vanuit de steekproef gaf 34% aan dit zeer belangrijk te vinden, 27% vond het belangrijk en 32% was hierover neutraal. Daarnaast vond 7% van de respondenten het onbelangrijk tot zeer onbelangrijk (Figuur 4.11a). Procentueel vonden de website respondenten het investeren in topsportevenementen belangrijker dan de respondenten uit de steekproef. Van de respondenten vanuit de websites vond namelijk 48% het zeer belangrijk en 33% vond het belangrijk. Tot slot was 10% neutraal en vond 9% het onbelangrijk tot zeer onbelangrijk (Figuur 4.11b).



Figuur 4.11a Belang van investeren in topsportevenementen door gemeente. (Steekproef)



Figuur 4.11b Belang van investeren in topsportevenementen door gemeente. (Website)

**Terecht WK Hockey in Den Haag.** Tevens is aan de respondenten gevraagd of het terecht is dat sportevenementen naar de stad Den Haag worden gehaald. Van alle respondenten was 79% het er helemaal mee eens of mee eens, 11% was neutraal en 7% van de respondenten was het oneens/ helemaal oneens. Van de respondenten had 3% geen mening.

### Negatieve beleving

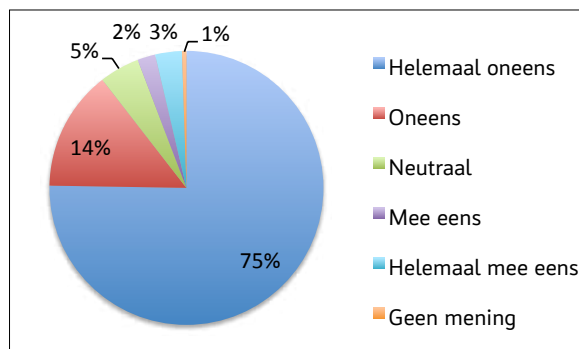
**Ontvluchten.** Voor de meeste respondenten lijkt het WK Hockey geen reden geweest om de stad te ontvluchten. Op de stelling 'Ik ben Den Haag gedurende het WK Hockey 2014 bewust ontvlucht' gaf 91% van alle respondenten aan hier oneens of helemaal oneens mee te zijn. Drie procent was het met de stelling eens of helemaal mee eens. Vijf procent was neutraal en de overig 1% van de respondenten had geen mening.

**Hinder.** Tevens gaven de meeste respondenten (89%) aan dat zij zich niet hebben gestoord aan het WK Hockey. Vijf procent was neutraal en 5% gaf aan zich wel of helemaal wel gestoord te hebben aan het evenement (Figuur 4.12).

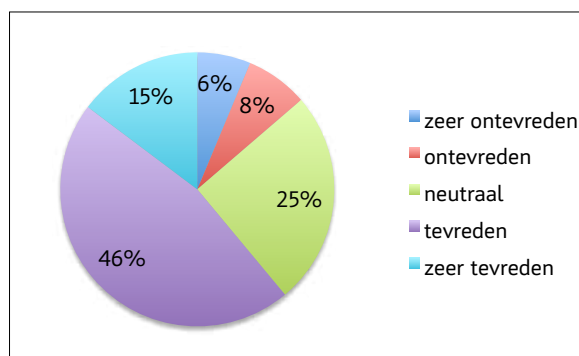
**Onveilig gevoel.** Een groot deel van de respondenten (95%) voelde zich niet onveilig tijdens het WK Hockey. Drie respondenten geven aan dat zij zich wel onveilig hebben gevoeld (2%) en zes respondenten waren neutraal (3%).

### 4.6.2 Communicatie

Daarnaast is er ook gevraagd aan de respondenten, hoe tevreden men is met de communicatie vanuit de gemeente Den Haag over het WK Hockey (zie ook figuur 4.13). Van alle respondenten geeft 15% aan zeer tevreden te zijn over de communicatie van het WK Hockey, 46% is hierover tevreden en 25% neutraal. Het percentage ontevreden tot zeer ontevreden is 14% (Figuur 4.13).



Figuur 4.12 In welke mate storen respondenten zich aan het WK Hockey.



Figuur 4.13 Tevredenheid over communicatie vanuit gemeente Den Haag

## 4.7 Rapportcijfer voor het WK Hockey

De respondenten konden hun beleving en tevredenheid over het WK Hockey in Den Haag in een rapportcijfer weergeven. Van alle respondenten gaf 93% een voldoende (6 of hoger) en gaf 7% een onvoldoende. Het evenement werd door alle respondenten gewaardeerd met een gemiddelde van 8,1. De respondenten vanuit de steekproef gaven het WK Hockey gemiddeld een 8,0 en de website respondenten beoordeelden het WK Hockey met gemiddeld een 8,4. De respondenten die een bezoek hebben gebracht aan het WK Hockey gaven gemiddeld een hoger cijfer dan respondenten die geen bezoek hebben gebracht aan het WK Hockey. Deze cijfers zijn respectievelijk een 8,7 en een 7,7.

## 4.8 Conclusie

Het belevingsonderzoek is afgenomen onder 190 inwoners van Den Haag. Deze respondenten van Den Haag zijn over het algemeen positief over de organisatie van het WK Hockey in Den Haag. Twee derde van de respondenten waarden het investeren in topsportevenementen positief en ruim driekwart vindt het terecht dat een gemeente als Den Haag het WK Hockey organiseert. Meer dan de helft van de respondenten was onder de indruk van het WK Hockey en zullen het evenement nog lang blijven herinneren. Respondenten hebben zich nauwelijks gestoord aan het WK Hockey en ook hebben de meesten zich niet onveilig gevoeld. Daarnaast is bijna niemand bewust gevluht uit de gemeente Den Haag vanwege het evenement. De meesten respondenten hechten belang aan een gunstige invloed van het evenement op de sportparticipatie onder de inwoners, de aantrekkelijkheid voor toeristen en de verbetering van openbare voorzieningen.

Over de communicatie van het WK Hockey is het merendeel tevreden en heeft aangegeven voldoende informatie te hebben gehad. Uiteindelijk is het WK Hockey door de respondenten van Den Haag gemiddeld gewaardeerd met het cijfer 8,1. De respondenten die geen bezoek hebben gebracht aan het evenement gaven waarden het evenement met een 7,7.

In dit hoofdstuk van de rapportage is bewust steeds gesproken over respondenten. Dit omdat de resultaten die zijn verzameld door middel van de steekproef en via de websites geen representatief beeld geven van alle inwoners van Den Haag. De respondenten waren voornamelijk van Nederlands afkomst, hoog opgeleid en erg sportief. Dit is geen juiste afspiegeling van alle inwoners van Den Haag. De steekproef die is getrokken onder de inwoners was wel representatief (gerandomiseerd) echter blijkt dat de bereidheid om mee te werken aan dit onderzoek niet onder alle inwoners van Den Haag even groot is. Een select gedeelte van de inwoners van Den Haag, mogelijk de liefhebbers van het WK Hockey of de hockeysport, heeft de moeite genomen de vragenlijst in te vullen. Daarnaast is het van belang te realiseren dat de enquêtes die ingevuld zijn via de websites over het algemeen positiever zijn over de organisatie van het WK Hockey. Van deze groep hebben ook meer mensen het WK Hockey bezocht en zijn meer mensen een liefhebber van sport of van de sport hockey. Dit kan de reden zijn waarom deze mensen over het algemeen positiever zijn over het WK Hockey dan de respondenten in de steekproef. In vervolg is het aan te raden de beleving te onderzoeken met face-to-face afgenomen interviews. In de WESP richtlijnen heeft deze methode ook de eerste voorkeur.

# Literatuurlijst

Boer de, W. (2013). *World League Volleyball Apeldoorn 2013*. Nijmegen/Arnhem: Hogeschool Arnhem Nijmegen

Chalip, L., Green, B. C. & Hill, B. (2003). *Effects of Sport Event Media on Destination Image and Intention to Visit*. *Journal of Sport Management*, 17(3), pp. 214-234.

Hover, P., Bakker, S., Pardal de Sousa, S., Slangen, H., Jong de, E., Gool van, W. & Schendel van, A. (2012). *Evaluatie WK Wielrennen 2012*. Utrecht: Mulier Instituut.

Hover, P., Oldenboom, E., Straatmeijer, J. & Kock, J. (2013). *Prognose economische impact Rabobank Hockey World Cup 2014*. Utrecht/Epse: Mulier Instituut/Meerwaarde.

Klein, K. (2010). *Den Haag naar Olympisch Niveau: Sportnota Gemeente Den Haag 2010-2014*. Den Haag: Gemeente Den Haag

Kock, J. & Boer de, W. (2013). *EK Baanwielrennen 2013*. Nijmegen/Arnhem: Hogeschool Arnhem Nijmegen

Preuss, H. (2007). 'FIFA WQorld Cup 2006 and its legacy on tourism' In: R. Conrady & M. Buck (red.). *Trends and issues in Global Tourism*, pp. 83-102. Berlijn/Heidelberg: Springer.

Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (2010). Richtlijnenhandboek 'Beleving'.

Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (2010). Richtlijnenhandboek 'Economische impact'.

# Bijlagen:

## Bijlage 1: Economische impact

### Bijlage 1a: vragenlijst

#### Vragenlijst WK Hockey 2014 - Bezoeker/VIP

Initialen Interviewer: \_\_\_\_

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
| <b>Location:</b><br><input type="checkbox"/> Haags Hockey Plein<br><input type="checkbox"/> Kyocera Stadion<br><input type="checkbox"/> WK Veteranen | <b>Date:</b><br><input type="checkbox"/> 31 Mei<br><input type="checkbox"/> 1 Juni<br><input type="checkbox"/> 2 Juni<br><input type="checkbox"/> 3 Juni<br><input type="checkbox"/> 4 Juni<br><input type="checkbox"/> 5 Juni<br><input type="checkbox"/> 6 Juni<br><input type="checkbox"/> 7 Juni<br><input type="checkbox"/> 8 Juni<br><input type="checkbox"/> 9 Juni<br><input type="checkbox"/> 10 Juni<br><input type="checkbox"/> 11 Juni<br><input type="checkbox"/> 12 Juni<br><input type="checkbox"/> 13 Juni<br><input type="checkbox"/> 14 Juni<br><input type="checkbox"/> 15 Juni<br><input type="checkbox"/> 16 Juni | <b>Time:</b><br><input type="checkbox"/> 08:00 – 12:00<br><input type="checkbox"/> 12:00 – 17:00<br><input type="checkbox"/> 17:00 – 21:00 | <b>Current weather:</b><br><input type="radio"/>  <input type="radio"/> <br><input type="radio"/>  <input type="radio"/>  |
|  |  | <b>Geslacht van de respondent:</b><br><input type="checkbox"/> Man<br><input type="checkbox"/> Vrouw                                       | <b>Ik interview een :</b><br><input type="checkbox"/> VIP<br><input type="checkbox"/> Reguliere bezoeker  |

44

*Dit schema is in te vullen door de interviewer.*

Goedendag mevrouw/meneer, wij willen u graag namens de gemeente Den Haag enkele vragen stellen over uw bezoek aan het WK Hockey.

#### 1. Bent u ...

- (1) Bezoeker op eigen initiatief
- (2) Bezoeker op uitnodiging van sponsor of organisatie van het WK Hockey 2014
- (3) Anders

#### 2. Wat is uw nationaliteit?

- (1) Nederlands
- (2) Belgisch
- (3) Duits
- (4) Frans
- (5) Engels
- (6) Spaans
- (7) Anders, namelijk .....

**3. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode of wat is het land waar u woont?**

(1) NL: postcode

(2) Buitenland: DUI BE FR GB SP anders, namelijk ..... → go to question 4

**4. Woont u in Den Haag?**

(1) Ja

(2) Nee

**5. In welk gezelschap bent u hier?**

*ENQ: Verschillende antwoorden mogelijk*

(1) Alleen

(2) Met partner / echtgeno(o)t(e) en zonder kinderen

(3) Met partner / echtgeno(o)t(e) en met kinderen

1. # ..... kind(eren) jonger dan 6 jaar

2. # ..... kind(eren) tussen 6 en 12 jaar

3. # ..... kind(eren) ouder dan 12 jaar

(4) Alleen met kinderen

1. # ..... kind(eren) jonger dan 6 jaar

2. # ..... kind(eren) tussen 6 en 12 jaar

3. # ..... kind(eren) ouder dan 12 jaar

(5) Met overige familie

(6) Met vrienden / kennissen

(7) Met school, bedrijf, vereniging, etc.

(8) Anders

**6. Uit hoeveel personen bestaat uw gezelschap?**

..... personen

**7. Hoeveel van deze personen zijn GEEN toeschouwer van het WK Hockey (bijv. Omdat ze andere interesses hebben / gaan winkelen e.d.)?**

..... personen

**8. Als het WK Hockey niet had plaatsgevonden in Den Haag, was u dan vandaag toch in Den Haag geweest?**

(1) Waarschijnlijk wel

(2) Waarschijnlijk niet

(3) Weet niet/neutraal

**9. Bent u langer in de gemeente Den Haag gebleven door het WK Hockey?**

- (1) Nee
- (2) Ja, namelijk ..... uur) / ..... dagen langer

**10. Stel dat het WK Hockey niet in Den Haag, maar in een andere Nederlandse gemeente had plaatsgevonden, was u dan naar die andere gemeente gegaan voor het WK Hockey?**

- (1) Waarschijnlijk wel
- (2) Waarschijnlijk niet
- (3) Weet niet/hangt ervan af

**11. Respondent ≠ inwoner Den Haag: Hoe lang bent u van plan Den Haag te bezoeken?  
Respondent = inwoner Den Haag: Hoe lang bent u van plan van huis te zijn?**

- (1) ..... uur → verder met vraag 16
- (2) ..... day (s) → verder met vraag 12

**12. Overnacht u, of heeft u afgelopen nacht(en) overnacht, ergens anders dan op uw vaste woonadres?**

- (1) Ja
- (2) Nee → verder met vraag 16

**13. Waar en hoe vaak overnacht u?**

- (1) ..... overnachtingen in Den Haag
- (2) ..... overnachtingen in Zuid - Holland
- (3) ..... overnachtingen in elders in Nederland
- (4) ..... overnachtingen in elders buiten Nederland

**14. In welk type accommodatie overnacht u en wat is de prijs van 1 overnachting?**

- (1) Bij vrienden/familie/kennissen
- (2) Bed & Breakfast → prijs per overnachting = € .....
- (3) Hotel 0 – 3 sterren → prijs per overnachting = € .....
- (4) Hotel 4 – 5 sterren → prijs per overnachting = € .....
- (5) Bungalowpark → prijs per overnachting = € .....
- (6) Camping → prijs per overnachting = € .....
- (7) Overig → prijs per overnachting = € .....

**15. Op hoeveel personen heeft deze overnachtingsprijs betrekking?**

..... personen

**16. Hoeveel dagen gaat u het WK Hockey bezoeken?**

..... personen

**17. Welke van deze onderstaande evenementen gaat u bezoeken (of heeft u bezocht) tijdens het WK Hockey 2014?**

- (1) WK Hockey (Kyocera Stadion)
- (2) Grand Master Hockey World Cup (WK Veteranen)
- (3) Haags Hockey Plein
- (4) Overige side – events

**18. Wat is vandaag voor u van toepassing?**

- (1) Ik doe alleen uitgaven voor mezelf
- (2) Ik betaal ook voor een ander, anderen
- (3) Ik betaal niets, iemand anders betaalt voor mij → verder met vraag 21

**19. Hoeveel denk u vandaag ongeveer uit te geven voor uzelf en / of uw gezelschap aan het volgende?**

ENQ: Controleer totaalbedrag, meerdere antwoorden mogelijk

| Uitgegeven in Den Haag |                                    |   |   |                                     |   |
|------------------------|------------------------------------|---|---|-------------------------------------|---|
| 1                      | Toegang evenement                  | € | 6 | Boodschappen                        | € |
| 2                      | Merchandising / souvenirs          | € | 7 | (Andere) dagattracties/recreatie    | € |
| 3                      | Eten en drinken                    | € | 8 | Parkeren en brandstof, huur fietsen | € |
| 4                      | Openbaarvervoer in de stad De Haag | € | 9 | Overige uitgaven                    | € |
| 5                      | Winkelen in de stad Den Haag       | € |   |                                     |   |
|                        | <b>Totaal (1 – 9)</b>              | € |   | <b>Weet alleen total</b>            | € |

**20. Voor hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?**

..... personen

**21. Met welk vervoersmiddel heeft u de langste afstand van uw vaste woonadres of verblijfplaats naar deze locatie afgelegd?**

- (1) Auto / motor
- (2) Trein
- (3) Vliegtuig
- (4) Bus / tram / metro
- (5) Taxi
- (6) (Brom)fiets / scooter
- (7) Boot
- (8) Lopend
- (9) Anders

## 22. Wat is uw geboortjaar?

Geboortjaar 

|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| 1 | 9 |  |  |
|---|---|--|--|

## 23. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

- (1) Geen onderwijs
- (2) Basisonderwijs
- (3) MAVO, VMBO (VLO, ULO, MULO, VBO, Ambachtsschool, Huishoudsschool, LEAO, LAS, LTS), HAVO, VWO, HBS
- (4) MBO (MTS, UTS, MEAO, VHBO, KMBO, leerlingwezen)
- (5) HBO, WO (HTS, HEAO, Hogeschool, Universiteit)
- (6) Anders

## 24. Tot slot: Wat voor rapportcijfer (1-10) zou u het WK Hockey geven?

**Cijfer: 1 is zeer slecht en 10 is zeer goed.**

Score: .....

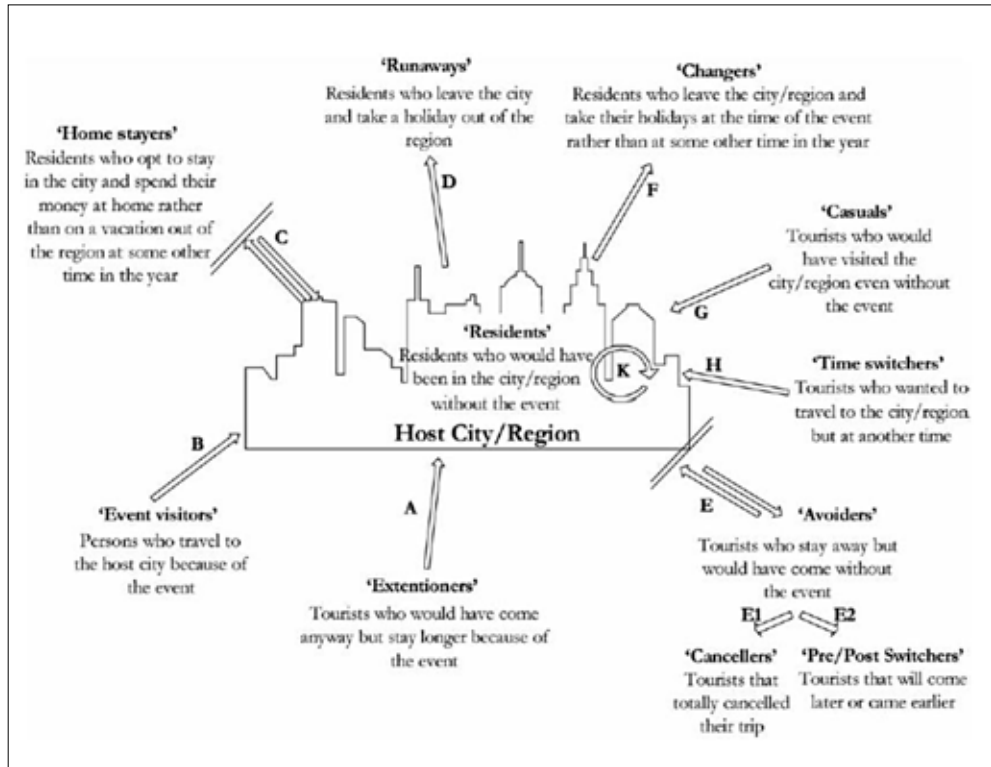
### Hartelijk dank voor uw medewerking!

N.B.! De vragenlijsten die zijn afgenomen op het HHP en het WK veteranen komen grotendeels overeen met deze vragenlijst en zijn daarom niet toegevoegd aan de bijlagen. Er zijn enkel aanpassingen gedaan die er voor zorgen dat de vragenlijst geschikt is voor afname op een andere locatie en tijdens een ander evenement. Het komt er op neer dat het WK Hockey is vervangen door het Haags Hockey Plein of door het WK Veteranen. Alle drie de vragenlijsten waren ook beschikbaar in het Engels. De interviewer koos na het aanspreken van de respondent de gewenste vragenlijst zodat de taal automatisch correct was.

**Bijlage 1b: Overzicht aantal enquêtes per locatie en dag.**

| Datum             | WK Hockey:<br>Reguliere bezoekers | WK Hockey:<br>VIPs | Haags<br>Hockey Plein | WK<br>Veteranen | Totaal per<br>dag |
|-------------------|-----------------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------|-------------------|
| Zondag 1 juni     | 160                               | 0                  | 30                    | 0               | 190               |
| Maandag 2 juni    | 90                                | 0                  | 40                    | 0               | 130               |
| Dinsdag 3 juni    | 250                               | 0                  | 0                     | 0               | 250               |
| Woensdag 4 juni   | 0                                 | 0                  | 9                     | 0               | 9                 |
| Donderdag 5 juni  | 102                               | 0                  | 0                     | 113             | 215               |
| Vrijdag 6 juni    | 86                                | 0                  | 0                     | 0               | 86                |
| Zaterdag 7 juni   | 0                                 | 0                  | 29                    | 88              | 117               |
| Zondag 8 juni     | 270                               | 0                  | 0                     | 0               | 270               |
| Maandag 9 juni    | 198                               | 61                 | 0                     | 0               | 259               |
| Dinsdag 10 juni   | 76                                | 66                 | 14                    | 0               | 156               |
| Woensdag 11 juni  | 0                                 | 0                  | 5                     | 74              | 79                |
| Donderdag 12 juni | 120                               | 0                  | 22                    | 0               | 142               |
| Vrijdag 13 juni   | 100                               | 0                  | 0                     | 0               | 100               |
| Zaterdag 14 juni  | 180                               | 0                  | 10                    | 0               | 190               |
| Zondag 15 juni    | 231                               | 0                  | 0                     | 0               | 231               |
| <b>Totaal</b>     | <b>1863</b>                       | <b>127</b>         | <b>159</b>            | <b>275</b>      | <b>2424</b>       |

## Bijlage 1c: Major Sporting Event Tourism Flow Model



Figuur 1. Major Sporting Event Tourism Flow Model (Preuss, 2007).

## Bijlage 1d: Overzicht inkomsten en uitgaven volgens de gemeente Den Haag en KNHB

| Prognose werkelijk kosten WK Hockey 1 september 2014             |                    |  |                           |  |
|--|--------------------|--|---------------------------|--|
| Omschrijving   | Bedrag<br>x €1.000 | "Haags"<br>x €1.000  | Subsidie<br>x €1.000      | Niet "Haags"<br>x €1.000   |
| Stadions   | 2.460              | 107  |                           | 2.353  |
| Evenementterrein/Parkeren  | 1.182              | 553  |                           | 629  |
| afkoop ADO Den Haag  | 500                | 490  |                           | 10   |
| Overige kosten*  | 630                | 188  |                           | 442  |
| Fee FIH/KNHB   | 1.300              |  | 1300                      | -  |
| Side Events/City Marketing                                       | 744                | 646  |                           | 98   |
| Inzet vrijwilligers  | 343                | 15   | 300                       | 28   |
|  | <b>7.159</b>       | <b>1.999</b>   | <b>1.600</b>              | <b>3.560</b>   |
| * bestaat o.a. uit de claim van ADO (175k) en hospitality (389k) |                    |  |                           |  |
|  |                    | DSB/Ingenieursbureau<br>AH Vrij<br>Pels Rijken&Drooglever<br>ADO<br>De Persgroep<br>Forecorner<br>Peter van Oosterhout<br>Zegwaard Beheer BV<br>HTM<br>Sligro<br>La Place<br>Capital Tours & Events<br>Rent a Bob<br>KPM Kantoer<br>De Boer<br>VCS Schoonmaakdiensten<br>St ADO Den Haag Vrouwenvoetbal<br>World Forum<br>TempoTeam<br>Kurhaus<br>Lustr<br>A la Carte Cruises<br>TV West<br>Q-park<br>Fred Zuiderwijk Producties<br>Zootz<br>Cimon<br>DB activiteiten<br>DPI | KNHB<br>OCW/Vrijwilligers | DGMR Raadgevende Ingenieurs B.V.<br>Heijmans Wegen B.V.<br>DTS (Dutch Television Services)<br>BHV Trbunes<br>Loxam BV<br>Kybys<br>LOC7000 eventmanagement<br>Seeticket<br>Oseven |
| Totale kosten  | 7.159              |  |                           |  |
| Subsidie VWS   | 840-               |  |                           |  |
| Bijdrage KNHB  | 300-               |  |                           |  |
| Kosten Den Haag  | 6.019              |  |                           |  |

Aldus Annemieke de Vries op 24-09-2014.

Verder gaf zij aan dat er vanuit mag worden gegaan dat de volledige fee aan de FIH /KNHB buiten Den Haag terecht is gekomen. Van de subsidie aan OCW/vrijwilligers is de aanname dat 50% terecht is gekomen in Den Haag.

## Bijlage 1e: Overzicht inkomsten en uitgaven volgens de KNHB

Uit onze begroting 2014

### 15. Evenementen

Voor 2014 betreffen dit vnl de kosten voor het WK 2014.

De onderverdeling van de WK kosten luidt:

|                                |        |
|--------------------------------|--------|
| Toernooitechnische organisatie | 1.076  |
| Opening en sluiting            | 123    |
| Stadioncomplex / Promodorp     | 1.423  |
| Huisvesting en voeding         | 797    |
| Transport                      | 437    |
| Toegangskaarten                | 77     |
| Media                          | 820    |
| Communicatie en publiciteit    | 482    |
| Sponsoring                     | 445    |
| Merchandising / producten      | 85     |
| Sociaal programma              | 720    |
| Dagorganisatie                 | 805    |
| Organisatie en fee             | 4.150  |
| Nevenactiviteiten              | 845    |
| Verzekeringen en diversen      | 500    |
| Begrote kosten voor WK         | 12.785 |
| Overige activiteiten           | 150    |
| Totaal                         | 12.935 |

Haags 1.433

in willekeurige volgorde

HTM, Ado, Vrolijk, Gemeente, Hotels, AH Vrij, Persgroep, Sligro, Kurhaus, Arlantic, Worldforum, Bour

Overige

Heijmans, De Boer, Oseven, FIH, Design & Communicatie, Eventsupport, NOS, Infostrada, PPS, PR&C

## Bijlage 2: Beleving

### Bijlage 2a: De vragenlijst voor de beleving van de inwoners.

## Vragenlijst WK Hockey 2014

Goedendag mevrouw/meneer, wij willen u graag namens de gemeente Den Haag enkele vragen stellen over uw ervaring met het WK Hockey 2014 wat plaats vond in uw stad Den Haag.

### 1. Algemene Gegevens

#### 1A Wat is uw geslacht?

- Man
- Vrouw

#### 1B Wat is uw geboortjaar?

Geboortjaar 

|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| 1 | 9 |  |  |
|---|---|--|--|

#### 1D Wat is uw Straatnaam & Postcode?

Straatnaam: .....

postcode 

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|

#### 1E Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden, uzelf meegerekend?

|  |
|--|
|  |
|--|

53

#### 1F Met welke personen woont u momenteel samen? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

- Ik woon alleen
- Met partner/echtgenoot of echtgenote
- Met kind(eren) jonger dan 18 jaar
- Met kind(eren) van 18 jaar of ouder
- Met mijn ouder(s)
- Met een andere volwassene/andere volwassenen

#### 1G Wat is uw land van herkomst?

- Nederland
- Suriname
- Nederlandse Antillen
- Aruba
- Turkije
- Marokko
- Anders, namelijk: .....

**1H Wat is uw hoogst voltooide opleiding? (een opleiding afgerond met diploma of voldoende getuigschrift)**

- Geen opleiding (lager onderwijs niet afgemaakt)
- Lager onderwijs (basisschool, speciaal basisonderwijs)
- Lager of voorbereidend beroepsonderwijs (zoals Ambachtsschool, Huishoudschool, LTS, LEAO, LHNO, VMBO)
- Middelbaar algemeen voortgezet onderwijs (zoals MAVO, (M)ULO, MBO-kort, VMBO-t)
- Middelbaar beroepsonderwijs en beroepsbegeleidend onderwijs (zoals vakopleidingen bakker of kapper, MBO-lang, MTS, UTS, MEAO, BOL, BBL, INAS)
- Hoger algemeen en voorbereidend wetenschappelijk onderwijs (zoals HAVO, VWO, Atheneum, Gymnasium, HBS, MMS)
- Hoger beroepsonderwijs (zoals kweekschool, HBO, HTS, HEAO, HBO-V, kandidaats wetenschappelijk onderwijs)
- Wetenschappelijk onderwijs (WO)
- Anders, namelijk: .....

**1I In hoeverre bent u een liefhebber van sport?**

- Helemaal niet
- Niet
- Neutraal
- Wel
- Helemaal wel

**1J In hoeverre bent u een liefhebber van de hockeysport?**

- Helemaal niet
- Niet
- Neutraal
- Wel
- Helemaal wel

**2. Bezoek aan het WK Hockey**

**2A Heeft u één of meer wedstrijden van het WK Hockey bezocht in het Kyocera en/of het Greenfields stadion?**

- Ja
- Nee

**2B Heeft u één of meer wedstrijden van het WK Hockey gevolgd op de TV?**

- Ja
- Nee

**2C Heeft u één of meer wedstrijden van het WK Hockey gevolgd via andere media (zoals internet, radio, krant)?**

- Ja
- Nee

**2D Heeft u één of meerdere keren het Haags Hockey Plein bezocht op het Plein in het centrum van Den Haag?**

- Ja
- Nee

**3. Hieronder staan een aantal stellingen over de belangrijkheid van effecten van het WK Hockey 2014.**

Kunt u per stelling aangeven hoe belangrijk u dit vindt. U kunt antwoorden met 1: zeer onbelangrijk t/m 5: zeer belangrijk en met 1: zeer ontevreden t/m 5: zeer tevreden.

| Hoe belangrijk vindt u....  | Belangrijkheid        |                       |                       |                       |                       |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|   | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| 1. ... dat door het WK Hockey 2014 bezoekers meer geld uitgegeven in de regio.                                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2. ... dat door het WK Hockey 2014 de werkgelegenheid groeit  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 3. ... dat door het WK Hockey 2014 de regio toeristisch aantrekkelijker wordt.                                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 4. ... dat door het WK Hockey 2014 de regio openbare voorzieningen verbetert.                                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 5. ... dat meer mensen sporten door het WK Hockey 2014  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 6. ... dat door het WK Hockey 2014 het imago van de regio wordt verstevigd.                                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 7. ... dat door het WK Hockey 2014 de bewoners meer binding krijgen met elkaar door dit evenement.              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 8. ... dat door het WK Hockey 2014 bewoners zich bewust worden van het imago van de regio.                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 10. ... dat door het WK Hockey 2014 de regio zich verbeterd op gebied van plannen en organiseren.               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 11. ... dat door het WK Hockey 2014 geen prijsverhogingen ontstaan.   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 12. ... dat de regio investeert in topsportevenementen zoals het WK Hockey 2014                                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 13. ... dat geen grote bezoekersdrukke of geluidsoverlast ontstaat tijdens het WK Hockey 2014                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 14. ... dat door het WK Hockey 2014 geen vijandschap tussen bezoekers en de plaatselijke bevolking is ontstaan. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 15. ... dat door het WK Hockey 2014 geen overheidsbeslissingen genomen worden ten koste van de bevolking.       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

55

**4. Hoe acceptabel vindt u...**

**4A Hoe acceptabel vindt u de negatieve effecten van het WK Hockey 2014?**

(ENQ: één antwoordt mogelijk)

- Zeer onacceptabel
- Onacceptabel
- Neutraal
- Acceptabel
- Zeer acceptabel

#### 4B Hoe acceptabel vindt u de positieve effecten van het evenement?

(ENQ: één antwoordt mogelijk)

- Zeer onacceptabel
- Onacceptabel
- Neutraal
- Acceptabel
- Zeer acceptabel

#### 5. Hieronder staan een aantal stellingen die gaan over uw beleving van het WK Hockey. Kunt U per stelling aangeven of u het er mee eens of helemaal mee eens bent?

| Stellingen over de beleving (van de effecten) van het evenement.<br>(Kleur bij elke stelling slechts één bolletje.) | Helemaal oneens       | Oneens                | Neutraal              | Mee eens              | Helemaal              | Geen Mening           |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1. Ik zal het WK Hockey 2014 nog bijzonder lang blijven herinneren.   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2. Ik ben diep onder de indruk geraakt van het WK Hockey 2014.  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 3. Ik ben mij door het WK Hockey 2014 anders gaan gedragen.   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 4. Ik ben trots op het feit dat het WK Hockey 2014 in mijn woonplaats heeft plaatsgevonden.                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 5. Ik vind het volkomen terecht dat topsportevenementen naar de regio worden gehaald.                               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 6. Ik heb het WK Hockey 2014 met plezier bezocht en/of gevolgd in de media.   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 7. Ik heb 'een kick' gekregen van het WK Hockey 2014  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 8. Ik heb gevoelens van blijdschap ervaren gedurende het WK Hockey 2014   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 9. Ik ben positief verrast door het WK Hockey 2014.   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 10. Ik vind het WK Hockey 2014 een grote aanwinst voor de regio.  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 11. Ik ben de regio gedurende het WK Hockey 2014 bewust ontvlucht.  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 12. Ik heb me behoorlijk gestoord aan het WK Hockey 2014 .  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 13. Ik heb me onveilig gevoeld gedurende het WK Hockey 2014.  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 14. Ik ben negatief verrast door het WK Hockey 2014 .   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 15. Ik kan het WK Hockey 2014 in de regio missen als kiespijn.  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

56

#### 6. Tevredenheid

##### 6A Hoe tevreden bent u over de communicatie (door de gemeente/organisatie/etc.) van het WK Hockey 2014 naar u toe als inwoner van Den Haag?

- Zeer ontevreden
- Ontevreden
- Neutraal
- Tevreden
- Zeer ontevreden

**6B Kunt u uw antwoord over uw tevredenheid met de communicatie toelichten?**

**7. Welk rapportcijfer tussen 1-10 geeft u aan het WK Hockey 2014? Een 1 staat hierbij voor 'zeer slecht' en een 10 voor 'uitstekend'.**

**of**

Weet niet

**8. VVV-BON**

**8A Wilt u kans maken op een VVV-bon ter waarden van 25 euro? Hiervoor is het van belang dat u de vragenlijst volledig heeft ingevuld.**

Ja

Nee

57

**8B Indien u de winnaar bent van een VVV-bon versturen wij die per post. Wilt u om die reden hieronder uw naam en adresgegevens noteren?**

Naam:

Adres + huisnummer:

Postcode:

Plaats:





