

DROOM SPORTEVENEMENTEN- ZOMER 2020 SPAT UITEEN

Door: Paul Hover i.s.m. SponsorMaps

Het coronavirus is wat in de economische wetenschap wordt aangeduid als een zwarte zwaan: een gebeurtenis die niemand van tevoren heeft zien aankomen. De door de rijksoverheid verstrekte gezondheidsadviezen en de beperkingen die in het openbare leven zijn opgelegd, treffen de sportevenementensector hard. De inschatting is een derving van 65 miljoen euro aan sponsorinkomsten voor sportevenementen in 2020 door het coronavirus.



Chase Carey, Hans-Erik Tuijt, Jan Lammers en Niek Meier bij de presentatie van de Heineken Dutch GP.

Iconische topsportevenementen in Nederland zijn afgelast of uitgesteld, zoals de Invictus Games, EURO 2020, Amstel Gold Race, Heineken Dutch Grand Prix, de start van de Vuelta, olympische kwalificatietoernooien en wedstrijden in het betaald voetbal. Ook sportevenementen voor recreanten konden niet doorgaan, zoals de Vierdaagse Nijmegen en grote stadsmarathons. Over de grens waren sportevenementen eveneens niet mogelijk, het uitstellen van de Olympische en Paralympische Spelen in Tokio tot zomer 2021 was wereldnieuws.

Met het gapende gat in de aanvankelijk rijkgevulde sportevenementenkalender van 2020, spat een droom van sportliefhebbers uiteen. Die impact is geen klein bier omdat bijna twee derde van de Nederlanders sport(evenementen) via de media volgt of betaalde sportwedstrijden bezoekt. Internationaal gezien is Nederland zelfs koploper sportevenementenbezoek: er is geen land in de Europese Unie waar het bezoeken van sportevenementen zo populair is.

Onderzoek van het Mulier Instituut leert dat twee derde van de volwassen Nederlanders die sportevenementen bezoeken de afgelastingen als vervelend ervaren. Bijna één op de drie staat hier neutraal tegenover en één op de twintig vindt de afgelasting prettig. Mogelijk dat de laatstgenoemde kleine groep de mening is toegedaan dat er overaanbod is, de internationale sportevenementenkalender is immers overvol.

“ NA 1 SEPTEMBER KAN HET BEDRAG VAN 65 MILJOEN NOG VERDER OPLOPEN ”

Sportevenementeneconomie door de knieën

Niet alleen fans en volgers van sportevenementen staan met lege handen, ook anderen in de sector ondervinden de gevolgen van de pandemie, in de eerste plaats de organisatoren en hun partners. De coronamaatregelen leiden ertoe dat de nationale sportevenementeneconomie door de knieën gaat. Om tot een schatting van de impact te komen, is gebruikgemaakt van de database van SponsorMaps (tweeduizend bedrijven), data van Respons (zeshonderd sportevenementen), jaarverslagen, sponsorproposities en (online) mediabronnen.

Uitgaande van de situatie medio juni 2020, schatten we in dat de niet-reguliere sportevenementen in Nederland in 2020 65 miljoen euro aan sponsorinkomsten mislopen door het coronavirus (zie figuur 1). Hierbij is zowel sponsoring in geld als de financiële waarde van sponsoring in producten en diensten meegenomen. Met name het schrappen van de Heineken Dutch GP, de Invictus Games, de wedstrijden van het EK voetbal en de start van de Vuelta in 2020 zijn daar debet aan. Tezamen zijn deze 'hors categorie'-sportevenementen goed voor ongeveer de helft van de miljoenenstrop. Afhankelijk van het wel of niet doorgaan van de sportevenementen na 1 september, kan het bedrag van 65 miljoen nog verder oplopen.

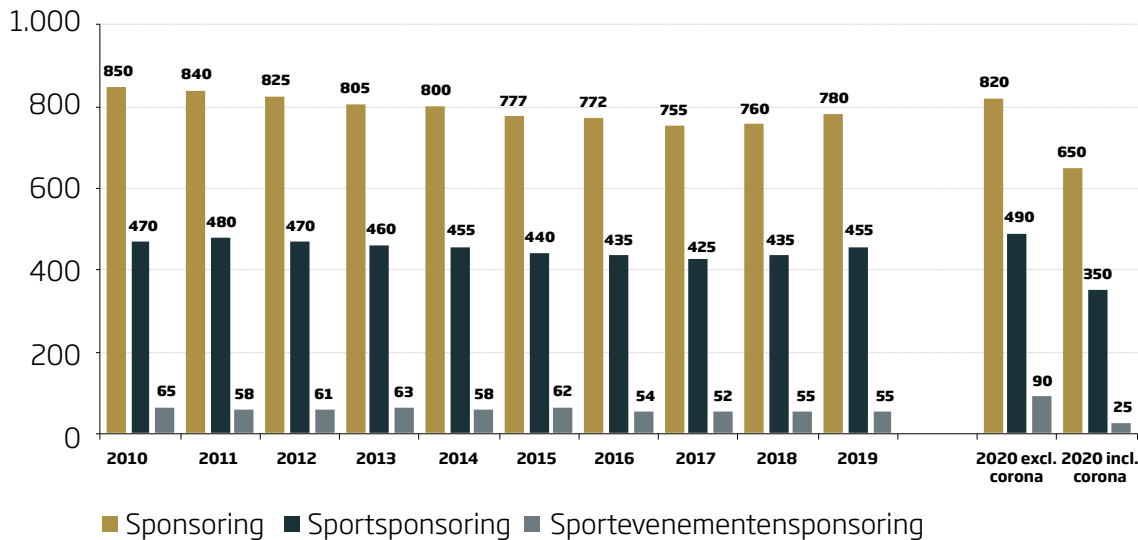
Als het coronavirus niet had rondgewaard, zouden de sportsponsoruitgaven in 2020 zijn opgelopen tot 490 miljoen euro en de sportevenementensponsoring tot 90 mil-



Asics Dam Tot Damloop.

“ ER IS GEEN LAND IN DE EUROPESE UNIE WAAR HET BEZOEKEN VAN SPORTEVENEMENTEN ZO POPULAIR IS ”

Figuur 1 Uitgaven aan sponsoring, sport sponsoring en sponsoring van niet-reguliere sportevenementen in Nederland, inclusief in-kind-bijdragen, exclusief activatiebudget, 2010-2020 (in miljoenen euro's).



Bron: SponsorMaps, bewerking Mulier Instituut.

joen (zie figuur 1). Dit zijn bedragen die aanzienlijk hoger liggen dan in de tien voorgaande jaren, toen in Nederland ook niet bepaald kleine evenementen werden georganiseerd, denk aan het European Youth Olympic Festival (2013), het WK hockey (2014) de Grand Départ (2015), het EK atletiek (2016) en het EK hockey (2017).

Kaarten opnieuw geschud

Aan het begin van deze bijdrage werd een zwarte zwaan als metafoor voor het coronavirus gebruikt: een gebeurtenis die niemand van tevoren heeft zien aankomen. Maar de watervogel wordt ook geassocieerd met de start van een volgende dag. Een dag met nieuwe mogelijkheden, en ook met drempels die geslecht moeten worden. Medio 2020 is het niet eenvoudig om in te schatten wanneer en onder welke voorwaarden sportevenementen in Nederland weer georganiseerd kunnen worden. Toch wagen we een blik vooruit.

Dit sportevenementenvacuüm biedt mogelijkheden om het conservatisme in de sportevenementensector (sneller) te doorbreken. De nood om het anders en vernieuwender te doen, is hoger dan ooit tevoren. Niet alleen ten aanzien van sponsorproposities, maar denk ook aan de fanbeleving waar – mede dankzij digitale mogelijkheden – kansen gloren (webcams, statistieken, virtual en augmen-

ted reality!). Deze ontwikkeling is niet nieuw, maar vindt als gevolg van het coronavirus wel versneld plaats. Sleutelwoorden voor sportevenementen in de nabije toekomst zijn digitaal, hybride, hygiënisch, nationaal/regionaal, duurzaam en innovatief.

Wat betreft het verwezenlijken van de ambities van het deelakkoord 'Topsport die inspireert' van het Nationaal Sportakkoord, is het plausibel dat een pas op de plaats wordt gemaakt. Ook in dit kader zijn de zes vermelde sleutelwoorden actueel. De ambitie die in het akkoord is opgetekend, is om in Nederland wereldwijd toonaangevende, toekomstbestendige topsportevenementen te organiseren met een maximale maatschappelijke waarde. Het ontwikkelen van een sportevenementenstrategie en -kalender tot en met 2030, maakt daar deel van uit. Momenteel zijn sportevenementen die buiten georganiseerd worden, zonder fysiek contact tussen deelnemers en bezoekers en met goed te managen bezoekersstromen, minder risicovol dan evenementen die binnen plaatsvinden, waarbij er fysiek contact is en waarbij bezoekersmanagement niet goed is in te richten. Dit ligt in lijn met de verzoeken van NOC*NSF-voorzitter Van Zanen aan minister Van Rijn: accommodaties voor zomer-/buitensporten zouden op korte termijn toegankelijk moeten worden en voor niet-contactsporten zou eerder plaatsgemaakt moeten worden.

Veel kan momenteel niet, maar er zijn ook voorbeelden van sportevenementen die de afgelopen maanden wél slaagden. Samen met partners organiseerde het NN Running Team een wereldwijde virtuele teammarathon (107.000 deelnemers uit meer dan honderd landen legden 843.000 kilometer op Strava af). Hardlopen.nl kent inmiddels ook een aparte kalender met virtuele hardloopwedstrijden voor recreanten, met inmiddels 25 evenementen tot en met augustus 2020. En bij gebrek aan mogelijkheden op asfalt, gaan ook Formule 1- en NASCAR-coureurs de strijd virtueel met elkaar aan. De Koninklijke Wandel Bond Nederland (KWB) introduceerde een nieuwe wandel.nl-app waarmee heel Nederland van 21-24 juli mee kan doen met een Alternatieve Vierdaagse.

Deze ontwikkelingen tonen aan dat er kansen liggen voor de sportevenementensector, maar dat de kaarten opnieuw geschud zijn. Virtuele evenementen bieden kansen voor technologiebedrijven maar leveranciers zoals tribunebouwers, hekkenleveranciers, cateraars en de hotelserie staan met lege handen. Toch zijn er signalen dat er voor de laatstgenoemde groep een lichtje aan het einde van de coronatunnel is, zo leert bijvoorbeeld de toewijzing van de organisatierechten van het EK petanque 2022 (in Den Bosch) aan een Nederlandse organisator.

Uitstel of afstel

Het is de vraag of de misgelopen 65 miljoen euro aan sponsorinkomsten op een ander moment wordt besteed, al dan niet in de aanvankelijk bedoelde vorm. In dat geval zou de financiële malheur tijdelijk zijn omdat er sprake is van uitstel en niet van afstel. Te verwachten is dat veel organisatoren en sponsors bekijken wat binnen het partnership gedeelde belangen zijn en hoe gezamenlijk tot een oplossing gekomen kan worden. Mits de sponsor niet in de financiële problemen verwacht te komen en er perspectief is voor de toekomst van het evenement, is het aannemelijk dat in 2020 in de meeste gevallen het sponsorgeld niet teruggevraagd zal worden. Het ligt meer voor de hand dat de middelen op een andere manier worden aangewend, bijvoorbeeld via digitale activiteiten of waar mogelijk opgelost via een verlenging van de contractperiode.

**ER LIGGEN KANSSEN VOOR DE
SPORTEVENEMENTENSECTOR MAAR DE
KAARTEN ZIJN OPNIEUW GESCHUD**

Mulier Instituut



Het Mulier Instituut is in 2002 ontstaan en heeft tot doel via (wetenschappelijk verantwoord) beleidsondersteunend onderzoek bij te dragen aan goed onderbouwd beleid, gericht op de bevordering van sport, sportief bewegen en

versterking van de sportsector. Het instituut werkt op project- en programmabasis intensief samen met universiteiten en hogescholen, onderzoeksinstituten als RIVM, SCP en CBS, koepelorganisaties zoals VSG en NOC*NSF en het Kenniscentrum Sport & Bewegen. Paul Hover is senior onderzoeker bij het Mulier Instituut.

De afgelopen maanden leren dat het dagelijks leven zonder sportevenementen doorgaat, waarbij in de media frequent wordt teruggesproken naar de pracht en praal van sportevenementen die in het verleden plaatsvonden. Toch is er genoeg bewijs dat erop wijst dat Nederlanders die sportevenementen missen. Sportevenementen geven miljoenen Nederlanders een gevoel van verbondenheid, internationale voetbalkampioenschappen doen de Oranjekoorts tot grote hoogten stijgen en zorgen op grote schaal voor feest en plezier. Als het uitstellen en annuleren van sportevenementen iets hebben laten zien, is het wel dat er in Nederland op grote schaal een elementaire menselijke behoefte bestaat om elkaar in een sportieve setting te ontmoeten, memorabele gebeurtenissen te delen en die herinneringen te koesteren. Laat dat een steun in de rug voor de sportevenementensector zijn.

Verantwoording

De uitgaven aan sponsoring, sportsponsoring en sportevenementensponsoring zijn gebaseerd op analyses van data van SponsorMaps en Respons. De database van SponsorMaps bevat sponsorgegevens van circa tweeduizend Nederlandse bedrijven. De database van Respons bevat gegevens over circa zeshonderd top- en breedtesportevenementen. Daarnaast zijn jaarverslagen, sponsorproposities en (online) mediabronnen geraadpleegd. De cijfers hebben betrekking op niet-reguliere sportevenementen (onder andere wedstrijden in vast competitieverband zoals in de Eredivisie, Keuken Kampioen Divisie of Hoofdklasse Hockey zijn niet meegenomen). Breedtesportevenementen met meer dan vijfduizend bezoeken zijn verdisconteerd. Activatiebudgetten – middelen voor additionele activiteiten waarmee het sponsorproject te gelde kan worden gemaakt – zijn buiten beschouwing gelaten omdat die gegevens niet door bedrijven als zodanig worden gecommuniceerd. De omvang van het activatiebudget kan soms wel gelijk zijn aan (of meer dan) het sponsorbudget.