



mulier instituut



KU LEUVEN



European
Commission



Managementplan voor impact van hardloopevenementen



Richtlijnen voor het creëren van
(gezondheids)impact bij hardloopevenementen

Paul Hover

Linda Ooms

Peter van Eldert

Jeroen Scheerder

Kobe Helsen

Kostas Alexandris

Managementplan voor impact van hardloopevenementen

Richtlijnen voor het creëren van (gezondheids)impact bij hardloopevenementen

Mulier Instituut

Paul Hover
Linda Ooms
Peter van Eldert

KU Leuven

Jeroen Scheerder
Kobe Helsen

Aristotle University of Thessaloniki

Kostas Alexandris

© Mulier Instituut

Utrecht, november 2020

Mulier Instituut

sportonderzoek voor beleid en samenleving

PO Box 85445 | 3508 AK Utrecht

Herculesplein 269 | 3584 AA Utrecht

T +31 (0)30 721 02 20 | I www.mulierinstituut.nl

E info@mulierinstituut.nl | T @mulierinstituut

Inhoudsopgave

1.	Achtergrond	4
1.1	RUN for HEALTH	4
1.2	Doel	5
1.3	Werkwijze	5
1.4	Leeswijzer	5
2.	Praktische richtlijnen	6
2.1	Basisrichtlijnen	6
2.2	Bevorderen van de lichamelijke gezondheid	9
2.3	Bevorderen van de mentale en sociale gezondheid	11
2.4	Bevorderen van toerisme en economische impact	13
2.5	Maximaliseren van ecologische duurzaamheid	14
3.	Tot slot	15
	Literatuur	16

1. Achtergrond¹

1.1 RUN for HEALTH

Dit document komt voort uit het project “Promoting health-enhancing physical activity and social welfare through outdoor running events/RUN for HEALTH”.

Het doel van dit project is om het sport- en beweeggedrag en het sociale welzijn van mensen te bevorderen door de organisatie van hardloopevenementen². Hierbij worden de volgende vier doelen nagestreefd:

- Het bestuderen van hardloopevenementen vanuit verschillende perspectieven - management, marketing, organisatiebeleid en communicatie - om bredere kennis hierover te verkrijgen.
- Het ontwikkelen van praktische richtlijnen en beleidsaanbevelingen voor de organisatie van hardloopevenementen.
- Het stimuleren van (internationale) communicatie tussen organisatoren van evenementen en beleidsmakers.
- Het vergroten van de kennis over de (on)mogelijkheden om sporten, bewegen en het sociale welzijn van mensen stimuleren doormiddel van (deelname aan) hardloopevenementen.

De volgende organisaties zijn bij dit project betrokken:

- Aristotle University of Thessaloniki.
- The European Association for Sport Management.
- KU Leuven.
- Breda University of Applied Sciences.
- Mulier Instituut.
- Lithuanian Sports University.
- European Culture and Sport Organisation.

De auteurs bedanken de volgende personen voor hun bijdrage:

Aristotle University of Thessaloniki

- Vassilis Barkoukis.
- Thomas Karagiorgos.
- Apostolia Ntovoli.

Breda University of Applied Sciences

- Marisa de Brito.
- Ellis Middelkamp.
- Ondrej Mitas.
- Lorainne van Liere.

¹ Vertaling naar het Nederlands door Eva Heijen, Kobe Helsen en Jeroen Scheerder.

² In de gehele rapportage wordt gesproken over hardloopevenementen. Een andere benaming voor hardloopevenementen is loopevenementen.

European Association for Sport Management

- Aila Ahonen.
- Vassil Girginov.

European Culture and Sport Organization

- Valerio Di Tommaso.
- Stefano Moliterni.
- Alessandro Ruggeri.

Lithuanian Sports University

- Rasa Kreivytė.
- Kristina Mejeryte-Narkeviciene.
- Irena Valantine.

1.2 Doel

Het doel van dit managementplan is om handvatten en inspiratie te bieden voor het vergroten van de impact van hardloopevenementen. Het bevorderen van gezondheidseffecten bij deelnemers en bezoekers staat centraal bij deze evenementen. Gezondheid wordt in dit kader breed gedefinieerd en omvat zowel het fysieke, mentale als sociale welzijn van mensen (WHO, 1998). Daarnaast is aandacht voor impact op toerisme, economie en ecologische duurzaamheid. Het managementplan biedt korte praktische adviezen aan organisatoren van hardloopevenementen en andere betrokkenen.

1.3 Werkwijze

Deze publicatie is gebaseerd op een literatuurstudie (zie Alexandris et al., 2019) en semigestructureerd interviews (met evenementenorganisatoren, sponsors en de Nederlandse Atletiekunie).

1.4 Leeswijzer

In het volgende hoofdstuk worden de praktische richtlijnen beschreven. De rapportage eindigt met een korte beschouwing in hoofdstuk 3.

2. Praktische richtlijnen

Hardloopevenementen kunnen ingezet worden om gezondheidseffecten bij deelnemers en bezoekers te stimuleren. Hierbij is het belangrijk dat goed over het evenementenconcept wordt nagedacht. Dit kost tijd en betrokkenheid van (beoogde) doelgroepen en andere betrokken partijen bij de ontwikkeling van het concept is essentieel. Hieronder staan 16 praktische richtlijnen om dit proces te ondersteunen. Eerst worden basisrichtlijnen voor het ontwikkelen van het concept gepresenteerd (paragraaf 2.1, richtlijnen 1-6), gevolgd door richtlijnen om gezondheidseffecten bij deelnemers en bezoekers te vergroten (paragrafen 2.2 en 2.3, richtlijnen 7-12). De richtlijnen 13-16 richten zich op mogelijke effecten van een hardloopevenement op de economie en omgeving (paragrafen 2.4 en 2.5).

2.1 Basisrichtlijnen

Deze paragraaf beschrijft de basisrichtlijnen of ‘randvoorwaarden’ voor een succesvol hardloopevenement. Hierbij gaat het om de ontwikkeling van het evenementenconcept, het nadenken over de beoogde impact en doelgroepen, het aanbieden van *side events*, het benoemen van verantwoordelijken en de promotie van het evenement.

1. Ontwikkel een onderscheidend en passend evenementenconcept

Het concept vormt de basis voor een succesvol hardloopevenement. Sterke evenementen zijn onderscheidend, overtreffen verwachtingen van betrokkenen (zoals deelnemers en bezoekers) en hebben een ideale plaats op de (evenementen)kalender. Daarnaast sluiten de doelstellingen van het evenement goed aan op de lokale of regionale beleidsagenda. Dit vergroot de kans op steun van belangrijke lokale partijen, (versterkende) samenwerkingsverbanden en positieve effecten. Een concept kan bijvoorbeeld ontwikkeld worden rondom het thema ‘innovatie’, maar ook rondom thema’s zoals ‘feest’ en ‘inclusie’.

Soms worden lokale sociale problemen of uitdagingen als uitgangspunt genomen bij de verkenning van verschillende thema’s voor een evenementenconcept (bijvoorbeeld: eenzaamheid, criminaliteit of inactiviteit). Maar het is juist goed om de sterktes van de lokale bevolking of gastregio als uitgangspunt te nemen (denk aan: talenten, sterke lokale sportverenigingen of informele sportnetwerken). Dit geeft een positieve draai aan het evenement. De sterktes kunnen voor het concept worden gebruikt en (daarmee) verder worden ontwikkeld.

Voorbeelden zijn: hardloopevenementen die bijdragen aan een goed doel, een color run of een evenementenconcept dat past bij het gewenste profiel van de gastregio. Een voorbeeld hiervan is de Eindhoven Marathon in Nederland, waarmee men zich wil profileren als de meest innovatieve marathon ter wereld. Deze ambitie past goed bij de gastregio aangezien Eindhoven zich wereldwijd profileert als een slimme stad met kernbegrippen als technologie, kennis en innovatie (en design) (Gemeente Eindhoven, 2019).

2. Focus op een soort impact en doelgroep

Om de impact van hardloopevenementen te optimaliseren, is het belangrijk om keuzes te maken over het soort impact dat wordt nagestreefd en de doelgroep. Een hardloopevenement kan bijvoorbeeld bijdragen aan het stimuleren van gezond gedrag, mentaal en sociaal welzijn, en/of economische of ecologische impact hebben. De keuze voor het soort impact en de doelgroep hangt af van het concept (zie boven) en wensen van betrokkenen, waaronder de doelgroep en lokale overheid. Het is belangrijk om hierover te beslissen wanneer het duidelijk is op welke doelgroepen andere hardloopevenementen in het land zich richten en welke impact ze in eerste instantie nastreven. Op deze manier kan het hardloopevenement beter in de markt worden gezet.

3. Creëer draagvlak voor het hardloopconcept

Creëer draagvlak bij de doelgroep

Om ervoor te zorgen dat de doelgroep deelneemt aan het evenement is het essentieel dat de doelgroep het concept ondersteunt en omarmt. Dit kan bereikt worden door de doelgroep actief te betrekken bij het ontwikkelen ervan. Door het concept aan te laten sluiten op de behoeften, wensen en (on)mogelijkheden van de doelgroep ten aanzien van participatie, wordt het draagvlak voor het concept vergroot. Dit zal ook de werving van de doelgroep stimuleren.

Creëer draagvlak bij potentiële stakeholders

Er zijn verschillende organisaties of mensen (in de gemeenschap) die kunnen bijdragen aan (de organisatie van) het hardloopevenement of *side events* (zie ook richtlijnen 4 en 5). Sportverenigingen in de omgeving kunnen bijvoorbeeld helpen bij de organisatie van het evenement, hun faciliteiten beschikbaar stellen (bijvoorbeeld kleedkamers) of trainingsprogramma's aanbieden ter voorbereiding op het evenement. Lokale organisaties kunnen bijvoorbeeld het evenement sponsoren, hulp bieden bij de promotie van het evenement of gezond eten en drinken verstrekken aan deelnemers en bezoekers. Daarnaast is het belangrijk om de lokale overheid bij het evenement te betrekken voor het verkrijgen van de nodige vergunningen (bijvoorbeeld voor tijdelijke wegafsluitingen). De overheid kan het evenement bovendien op verschillende manieren faciliteren (bijvoorbeeld door kosteloos toegang tot faciliteiten te verlenen). Door stakeholders te betrekken bij het ontwikkelen van het concept wordt het draagvlak vergroot.

Creëer draagvlak bij de lokale gemeenschap

Steun van de lokale gemeenschap voor het evenement is belangrijk, zeker als het een groot evenement is en het plaatsvindt in de openbare ruimte. Dit is vaak het geval bij recreatieve hardloopevenementen. Lokale inwoners kunnen worden gezien als gastheren/-vrouwen, maar ook als potentiële deelnemers. Mensen nemen bijvoorbeeld vaker deel aan sportevenementen die dicht bij huis zijn (Ooms et al., 2015). Idealiter is er veel steun van de lokale bevolking. Lokale steun zorgt er mede voor dat inwoners flexibeler omgaan met negatieve lokale effecten zoals tijdelijke wegafsluitingen en geluidsoverlast.

4. Organiseer *side events* en stel doelen op

Het organiseren van *side events* is een manier om het evenement een extra *boost* te geven (*leveraging*). Hierbij gaat het erom dat een evenement op zo'n manier wordt opgezet en benut, dat gewenste effecten worden bewerkstelligd (Taks et al., 2015; Chalip, 2006; Hover & Slender, 2018).

De impact van een hardloopevenement is te vergelijken met een druppel inkt die in een emmer water valt: even is de kleur zichtbaar en zorgt het voor een mooie kleur, maar een paar seconden later is dat verdwenen. Meer gerichte activiteiten rondom het evenement - ook wel *side events* genoemd - zorgen ervoor dat er meer druppels in de emmer vallen die het water uiteindelijk kleur geven (Hover et al., 2016).

Dit versterkende effect van *side events* is bij veel evenementen echter afwezig, deels vanwege onvoldoende kennis, en soms onwil om tijd en geld te investeren in activiteiten die verder gaan dan het hardloopevenement zelf. Doorgaans slokt het hoofdevenement alle tijd en geld op, waardoor weinig energie overblijft om na te denken over en in te zetten op activiteiten die verder gaan dan het evenement zelf (Hover et al., 2016).

In het kader van impact zijn *side events* en andere vergelijkbare activiteiten (zoals sportstimuleringscampagnes, een schoolproject of een cultureel festival), evenals het opstellen van doelen, dus van toegevoegde waarde. *Side events* kunnen, bijvoorbeeld, georganiseerd worden voor mensen die zich normaal niet aangetrokken voelen tot een hardloopevenement, zoals inactieven (zie ook richtlijn 7). Het leggen van verbindingen met andere sectoren, zoals de cultuursector, kan van nut zijn. *Side events* en andere vergelijkbare activiteiten kunnen voor, tijdens en na het evenement plaatsvinden.

Box 2.1 Run to The Start

Run to The Start is een voorbereidingsprogramma voor hardloopevenementen in Nederland dat wordt gefaciliteerd door de Nederlandse Atletiekunie. Het programma heeft de volgende kenmerken (Atletiekunie, 2020):

- Nationaal trainingsprogramma van twaalf weken;
- Eén groepstraining per week;
- Voor zowel beginnende als ervaren lopers;
- Bewezen succesvol en effectief;
- Deelnemers beoordelen het programma met een 8.1 op een schaal van 1-10;
- Meer dan 40 procent van de deelnemers aan het programma wil na het evenement doorgaan met trainen bij een atletiekvereniging.

5. Wijs personen aan die verantwoordelijk zijn voor de organisatie van het evenement en de *side events*

Om een succesvol hardloopevenement neer te kunnen zetten, is het belangrijk dat één of meerdere enthousiaste personen aangesteld worden om het evenement te

organiseren. Deze persoon of personen moeten voldoende tijd en middelen hebben om het evenement te organiseren. Bij voorkeur is een ander persoon/zijn andere personen verantwoordelijk voor de organisatie van (succesvolle) *side events* en andere activiteiten. De organisator van het evenement richt zich namelijk primair op het neerzetten van een succesvol hardloopevenement (bijvoorbeeld binnen het beschikbare budget, waarbij de veiligheid van deelnemers wordt gegarandeerd). Idealiter zijn er dus andere partijen die - in overleg met de evenementenorganisator - de organisatie van *side events* op zich nemen en verantwoordelijkheid nemen voor het resultaat daarvan. Sponsors van evenementen kunnen hierin een belangrijke rol spelen. Dit sluit ook aan bij de wens van een groeiend aantal sponsors dat op zoek is naar manieren om de sport te versterken of om bij te dragen aan het behalen van gezondheidsdoelen of sociale doelen. Bovendien hebben sponsors vaak interessante netwerken (medewerkers, klanten, leveranciers), specifieke kennis en ervaringen (bijvoorbeeld met sociale media, ICT, *human resources management*). Ook scholen, sportverenigingen en welzijnsorganisaties kunnen een belangrijke rol spelen bij de organisatie van *side events*.

6. Promoot het loopconcept en de *side events* op een manier die de doelgroep aanspreekt

Mensen nemen niet alleen deel aan hardloopevenementen om in beweging te zijn of om sportprestaties te leveren, maar ook (on)bewust voor het verbeteren van hun mentale welzijn en de bijkomende sociaalpsychologische effecten. Het ervaren van sterke emoties, adrenaline, plezier, ontspanning en de kans om sociale relaties op te bouwen, zijn allemaal voorbeelden van redenen voor volwassenen om deel te nemen aan een hardloopevenement (zie ook paragraaf 2.3 hoe je dit kunt stimuleren). Voor kinderen en jongeren zijn het hebben van plezier en (kunnen) genieten belangrijke motivaties om deel te nemen (Malchrowicz-Mo'sko & Poczta, 2018; Malchrowicz-Mo'sko, Castañeda-Babarro & Guereño 2020). Het is dan ook niet vreemd dat verschillende soorten evenementen (lees: ervaringen) verschillende soorten mensen aantrekken. Hiermee dient rekening te worden gehouden bij het promoten van het loopconcept richting een specifieke doelgroep.

2.2 Bevorderen van de lichamelijke gezondheid

Niet-overdraagbare ziekten, zoals hart- en vaatziekten, diabetes, kanker en chronische aandoeningen van de luchtwegen, vormen een grote bedreiging voor de gezondheid van mensen wereldwijd. Deze ziekten hebben vier gemeenschappelijke risicofactoren: lichamelijke inactiviteit, roken, overmatig alcoholgebruik en ongezonde voeding. Een goede gezondheid begint daarom met gezond gedrag (WHO, 2017). Een hardloopevenement en de *side events* kunnen gezond gedrag van deelnemers, bezoekers en de lokale inwoners stimuleren door onder meer 'de gezonde keuze, de gemakkelijke keuze' te maken (zie bijvoorbeeld: Convenant Gezonde Sportevenementen, 2020). Hoe hieraan kan worden bijgedragen, wordt hieronder beschreven.

Stimuleren van gezondheidsbevorderende lichaamsbeweging

Volgens de beweegrichtlijnen van de Wereldgezondheidsorganisatie moeten volwassenen elke week minimaal 150 minuten matig intensief bewegen (bijvoorbeeld stevig wandelen) of elke week minimaal 75 minuten zwaar intensief bewegen (bijvoorbeeld hardlopen) om ziekte te voorkomen en gezond te blijven. Voor kinderen en jongeren geldt dat zij dagelijks tenminste 60 minuten matig tot zwaar intensieve lichamelijke activiteiten moeten doen om gezondheidseffecten te ervaren (WHO, 2010). Hardlopen verlaagt bijvoorbeeld het risico op hart- en vaatziekten, diabetes en vroegtijdige sterfte (Lee et al., 2014; Lee et al., 2017; Porter et al., 2019). Hierbij dient opgemerkt te worden dat hardlopen, zelfs 5-10 minuten per dag en op lage snelheden (<10 km/uur), al het risico op overlijden in het algemeen en door hart- en vaatziekten in het bijzonder, aanzienlijk vermindert (Lee et al., 2014). Daarnaast heeft hardlopen positieve effecten op het lichaamsgewicht, het lichaamsvet, het cholesterolgehalte en de rusthartslag. Ook vermindert het het risico op lichamelijke beperkingen op latere leeftijd (Chakravarty et al., 2008; Hespanhol Junior et al., 2015; Wang et al., 2002).

In het kader van sport- en beweegstimulering, is het idee dat het kijken naar (top) hardloopevenementen mensen (zoals bezoekers of tv-publiek) stimuleert om zelf (meer) te sporten. Dit wordt ook wel het demonstratie-effect of *trickle-down-effect* genoemd (Van Bottenburg, 2003; Van Bottenburg et al., 2012; Breedveld & Hover, 2015). Het is echter niet zo dat dit effect altijd aanwezig is (bijvoorbeeld Frawley, 2013). Er is wel wat onderzoek dat aantoont dat het kijken naar een hardloopevenement - onder bepaalde omstandigheden - een positief effect kan hebben op de bereidheid tot (regelmatig) bewegen en deelname aan deze sport in de toekomst (Malchrowicz Mo' sko, Poczta & Adamczewska, 2019). Daarnaast toont onderzoek aan dat de deelnemers van een hardloopevenement meer gaan bewegen als voorbereiding op het evenement (Schoemaker, van Genderen & de Boer, 2019). Er zijn ook andere manieren waarop meer bewegen onder deelnemers en bezoekers actief kan worden gestimuleerd. Een toelichting volgt hieronder.

7. Focus op inactieve mensen/niet-sporters

Een belangrijke uitdaging voor organisatoren van hardloopevenementen en andere betrokken partijen is om de energie en kracht van (top)sport te vertalen naar programma's die niet-hardlopers inspireren. Dit kan met behulp van aanvullende activiteiten c.q. side events, georganiseerd door derden, zoals het combineren van het hardloopevenement met een cultureel festival (zie richtlijn 4 of Weed et al., 2012). Daarnaast kan het aanbieden van trainingsprogramma's aan inactieve mensen ter voorbereiding op het hardloopevenement ervoor zorgen dat zij meer gaan bewegen, zowel voor als na afloop van het evenement. Deze trainingsprogramma's kunnen door lokale sportverenigingen worden aangeboden, evenals passende vervolgvacatures na het evenement (bijvoorbeeld doorgaan met hardlopen in een beginnersgroep) om duurzame sportparticipatie te stimuleren (Ooms, Veenhof & de Bakker, 2013). Het aanbieden van trainingsprogramma's aan beginnende hardlopers zou ook het risico op hardlooperelateerde blessures kunnen verminderen. Beginnende hardlopers hebben namelijk een grotere kans op blessures dan recreatieve of meer gevorderde hardlopers (Videbæk et al., 2015).

8. Stimuleer actief vervoer van en naar het evenement

Bij de keuze van een locatie voor het hardloopevenement en de *side events* is het uitgangspunt dat mensen hun auto niet hoeven te gebruiken om op de locatie te kunnen komen. Het is daarom belangrijk dat de locatie van het evenement en de *side events* dichtbij een bus- of treinstation ligt en te voet of met de fiets bereikbaar is. Deze vervoersmogelijkheden moeten ook aantrekkelijk zijn voor deelnemers en bezoekers. Dit kan worden gestimuleerd door deelnemers en bezoekers te informeren over veilige wandel- en fietsroutes, door voldoende fietsenstallingen te creëren, openbaarvervoer (OV) bedrijven te informeren over de verwachte drukte en te kijken naar mogelijkheden voor kortingen op het OV of het aanbieden van combinatiekaarten (European Healthy Stadia Network, 2014).

Bevorderen van ander gezond gedrag

9. Zorg voor gezond eten en drinken

Zorg ervoor dat er voor, tijdens en na het hardloopevenement gezonde eet- en drinkopties beschikbaar zijn voor deelnemers. Dit kan gratis of tegen een lage prijs. Denk hierbij bijvoorbeeld aan fruit, groenten, water en thee zonder suiker. Bied geen producten aan die te veel vet, suiker en/of zout bevatten en zorg voor (gezonde) alcoholvrije dranken. Een ‘pastafeest’ na afloop van de run kan een gezonde (en leuke) manier zijn voor deelnemers om te herstellen en hun prestatie samen te vieren. Hetzelfde geldt voor bezoekers. Ook voor hen moeten gezonde eet- en drinkopties (tegen redelijke prijzen) beschikbaar zijn. Denk bijvoorbeeld aan *foodtrucks* waar bezoekers gezonde broodjes of fruit kunnen kopen. Het creëren van eet- en drinkgelegenheden, zoals horecapleinen, grenzend aan of nabij het evenement kan ook de sociale interactie met andere mensen bevorderen (zie ook richtlijn 11).

10. Kies sponsors die met hun producten of diensten gezond gedrag stimuleren

Voor commerciële bedrijven is het sponsoren van sport(eventementen) een aantrekkelijke manier om hun producten te promoten. Kies sponsors die met hun producten of diensten gezond gedrag stimuleren, zoals een winkel die biologische producten verkoopt of een bedrijf dat sporthorloges maakt. Vermijd bedrijven die tabak, alcohol of ongezond eten en drinken verkopen. Naast commerciële sponsors kunnen ook gezondheidssponsors (bijvoorbeeld een gezondheids promotie organisatie; een organisatie gericht op (de preventie van) een specifieke ziekte) worden benaderd om hun gezondheidsboodschap te promoten via het hardloopevenement of de *side events*. Dit zou het bewustzijn voor en de intentie tot gezond gedrag bij deelnemers en bezoekers kunnen vergroten (Rosenberg & Ferguson, 2014).

2.3 Bevorderen van de mentale en sociale gezondheid

Naast de positieve effecten op de lichamelijke gezondheid, kan regelmatig sporten en bewegen de mentale en sociale gezondheid van mensen verbeteren. Regelmatig sporten en bewegen vermindert bijvoorbeeld depressieve symptomen en stressgevoelens. Het sporten en bewegen met anderen stimuleert daarnaast de sociale gezondheid: het

verbetert het sociaal functioneren van mensen en helpt ze om hun sociale netwerken te vergroten (Bailey et al., 2013; Ooms, van den Dool & Elling, 2020).

Hardloopevenementen kunnen ook de mentale en sociale gezondheid van mensen bevorderen. Een belangrijke eigenschap van hardloopevenementen is dat zij de kracht hebben om mensen in één collectieve emotie te slepen: een bijzondere en positieve mentale ervaring voor zowel deelnemers als bezoekers. Het gevoel van eenheid en eenwording met anderen is ook een belangrijke reden voor mensen om aan een hardloopevenement deel te nemen (Malchrowicz-Mo'isko & Poczta, 2018). De volgende richtlijnen kunnen dit (gevoel) stimuleren:

11. Creëer ontmoetingsplekken

Ontmoetingsplekken voor deelnemers, bezoekers en andere betrokkenen bevorderen de sociale interactie. Dat is een belangrijke randvoorwaarde voor het creëren van saamhorigheid en het kunnen delen van ervaringen. Een goed voorbeeld is het Holland Heineken Huis op de Olympische en Paralympische Spelen, dat in eerste instantie is opgezet vanwege een gebrek aan ontmoetingsplekken voor sporters en hun families. Maar ook bij kleinere sportevenementen bieden fanzones, ontmoetingsplekken voor vrijwilligers, viplounges en de eerdergenoemde horecapleinen (en een 'pastafeest' voor deelnemers; zie richtlijn 9) mogelijkheden tot sociale interactie met andere mensen. Op deze manier zullen mensen eerder aanwezig zijn en langer blijven na een evenement. Dit bevordert weer de sociale cohesie en hun positieve ervaringen met het evenement.

12. Creëer een festival effect

Hardloopevenementen spreken niet iedereen aan. Meestal sluiten zij alleen aan bij de wensen van hardlopers. Dit biedt kansen en uitdagingen om naast de deelnemers ook anderen iets te bieden. In de eerste plaats de bezoekers, die vaak in groten getale aanwezig zijn. Dit kunnen familieleden of vrienden van hardlopers zijn, die hun hardloper langs de weg komen aanmoedigen. Maar het kunnen ook mensen zijn die het gewoon interessant vinden om naar een evenement te kijken. Het is bijzonder dat deze belangrijke doelgroep (de bezoekers) vaak wordt vergeten door organisatoren van evenementen. Organisatoren zouden bijvoorbeeld het aantal bezoekers kunnen monitoren, evenals hun sociaaleconomische profielen. Dit is namelijk belangrijke informatie voor (potentiële) sponsors. De betrokkenheid van bezoekers kan worden vergroot door het hardloopevenement te combineren met een festival, waardoor een *festival effect* ontstaat (Weed et al., 2012). Zo'n effect ontstaat als mensen (niet-hardlopers, inactieve mensen) worden aangetrokken tot een hardloopevenement vanwege de feestelijke sfeer, een gevoel van gemeenschappelijkheid en soms zelfs een *'once in a life time'* ervaring. Voorbeelden van activiteiten die een *festival effect* kunnen bevorderen zijn: muziek, entertainment en eventueel het informeren van de niet-lopers over de relevante aspecten van het evenement (bijvoorbeeld deelnemers, regels, geschiedenis) door middel van een gratis app. Ook zou in de aanloop naar een hardloopevenement een kunst- of cultuurfestival kunnen worden georganiseerd om mensen aan te trekken die zich in eerste instantie niet aangetrokken voelen tot het hardloopevenement.

2.4 Bevorderen van toerisme en economische impact

Met economische impact worden de extra uitgaven in een regio, als direct gevolg van de organisatie van een sportevenement, bedoeld (Turco & Kelsey, 1992; Burns & Mules, 1986). Bij het berekenen van de economische impact is het belangrijk om rekening te houden met het feit dat sponsors van publieke en private evenementen alternatieve investeringen hadden kunnen doen, wat tot een ander economisch rendement zou hebben geleid (alternatieve kosten doen zich voor). Verder moet rekening worden gehouden met een mogelijk verdringingseffect (evenementbezoekers en deelnemers die omwonenden en/of toeristen verdringen) (Preuss, 2011).

13. Focus op deelnemers en bezoekers van buiten de regio

De economische impact wordt vergroot als mensen (zoals deelnemers en bezoekers) die niet in de gastregio wonen, naar het hardloopevenement reizen. Vooral mensen uit het buitenland vergroten de economische impact, omdat ze het gebied vaak voor een langere periode bezoeken en daardoor meer geld uitgeven aan plaatselijk vervoer, eten en drinken, accommodatie en toeristische diensten. In dit kader is het ook belangrijk om rekening te houden met ecologische duurzaamheid (zie paragraaf 2.5) door milieuvriendelijke manieren van vervoer en accommodatie te promoten en toeristische activiteiten te stimuleren die niet schadelijk zijn voor het milieu (bijvoorbeeld wandelen door de natuur/stad).

14. Verleid, vertraag en blijf

Hiervoor ging het over het ‘verleiden’ van mensen om deel te nemen of het evenement te bezoeken. Na ‘verleiding’ volgen twee andere belangrijke zaken: ‘vertragen’ en ‘blijven’. Hoe langer mensen (deelnemers, bezoekers van het evenement) in een bepaald gebied blijven, hoe meer ze uitgeven aan lokale producten en diensten. ‘Vertragen’ betekent dus dat er inspanningen moeten worden gedaan om rondom het evenement een aantrekkelijk aanbod te creëren van relevante producten, zoals sportartikelen en *merchandising* om extra uitgaven te stimuleren. Aan de andere kant zijn er mogelijkheden om arrangementen aan te bieden, waarbij een bezoek aan het evenement wordt gecombineerd met andere activiteiten zoals het bezoeken van *side events*, winkelen, het bezoeken van restaurants, cafés en musea en toeristische rondleidingen. Daarnaast kunnen meerdaagse bezoeken worden gestimuleerd, waarbij deelnemers, bezoekers en andere belanghebbenden blijven overnachten. Dit betekent dat hierop actief ingezet moet worden door passende overnachtingsmogelijkheden aan te bieden. Het is daarom belangrijk om samen te werken met lokale hotels, *bed & breakfasts* of andere accommodaties waar mensen kunnen verblijven. Om deelnemers en andere bezoekers passende arrangementen aan te bieden, is het belangrijk om te weten wie deze mensen zijn (zie richtlijnen 3 en 15).

15. Investeer in kennis over doelgroepen

Het is belangrijk dat arrangementen (zie richtlijn 14) afgestemd zijn op de behoeften en belangen van de verschillende betrokkenen (dit geldt ook voor het hardloopevenement zelf en de *side events*, zie richtlijnen 3 en 4). Kennis over doelgroepen kan worden

verkregen door vragenlijsten onder die groepen uit te zetten. Investeren in kennis over doelgroepen draagt ook bij aan het succesvol implementeren van de andere beschreven richtlijnen.

2.5 Maximaliseren van ecologische duurzaamheid

De gezondheid van mensen wordt beïnvloed door hun omgeving. Er kunnen verschillende initiatieven op het gebied van ecologische duurzaamheid worden ondernomen om bij te dragen aan een gezonde omgeving (Philpott & Seymour, 2017). Het promoten van actief transport en openbaarvervoersmogelijkheden van en naar het evenement is een manier om hieraan bij te dragen (zie richtlijn 8). Zoals eerder vermeld, is het ook belangrijk om bij het promoten van toerisme rekening te houden met de ecologische duurzaamheid (zie richtlijn 13). Hieronder volgen voorbeelden van hoe het hardloopevenement zelf kan bijdragen aan ecologische duurzaamheid.

16. Zorg voor minder gebruik van elektriciteit, energie, papier, water en beperk geluidsoverlast tijdens het evenement

Gebruik zoveel mogelijk energiezuinige en duurzame apparatuur, zoals spaarlampen en waterbesparende douchekoppen. Sluit de apparatuur aan op het elektriciteitsnet in plaats van aan een aparte generator. Verder kan de ecologische duurzaamheid worden vergroot door het evenement overdag te organiseren (waarbij geprofiteerd wordt van het daglicht), de horeca weinig verpakkingsmaterialen te laten gebruiken, vegetarische en biologische producten aan te bieden, voldoende afvalbakken te plaatsen en bezoekers afval te laten scheiden. Geluidsoverlast kan bijvoorbeeld worden geminimaliseerd door gebieden met lawaai, zoals harde muziek, te centraliseren en te beperken.

3. Tot slot

Het hoofddoel van de richtlijnen in dit managementplan is om organisatoren van hardloopevenementen handvatten te bieden om gezondheidseffecten van hun evenementen op deelnemers en bezoekers te vergroten. Hetzelfde geldt voor de effecten van hun evenementen op de economie en de omgeving.

Hardloopevenementen verschillen in grootte, doelgroep en locatie, variërend van kleine evenementen voor lokale bewoners tot massa-evenementen die mensen van over de hele wereld aantrekken (Alexandris et al., 2019). Bovendien zijn de mogelijkheden voor het ontwikkelen van een succesvol hardloopevenement afhankelijk van vele andere factoren, zoals de beschikbaarheid van financiële, personele en materiële middelen. Toch kunnen deze richtlijnen, rekening houdend met de lokale beperkingen, organisatoren van evenementen helpen om een concept te ontwikkelen dat aansluit bij de wensen van de doelgroep en andere betrokkenen. Dit zal uiteindelijk de kans op succesvolle implementatie en (gezondheids)impact vergroten.

In deze richtlijnen is geen rekening gehouden met het risico op besmetting met het COVID-19-virus. Op het moment van schrijven is het organiseren van (recreatieve) hardloopevenementen in Nederland verboden.

Box 3.1 De toekomst van hardlopen en hardloopevenementen

“Er zijn goede kansen voor de toekomst. De evenementorganisator kan samenwerken met lokale verenigingen en organisaties. Voor de promotie van het evenement, maar ook voor het coachen van deelnemers in aanloop naar en na afloop van het evenement. Buiten de gevolgen van het coronavirus, verwacht ik dat kleine evenementen langzaam zullen verdwijnen: kleinere evenementen trekken niet zoveel deelnemers of zullen verdwijnen. ”

“Het wordt een uitdaging voor hardloopevenementen om aantrekkelijk te blijven. Zoals de inhaalrace, Wings for Life. Dat is geweldig. Dat is aantrekkelijk. Dat moet je gewoon verzinnen, toch? [...] Maar aan de andere kant denk ik dat hardloopevenementen een betere toekomst hebben dan de competitieve atletiek. Als er niets verandert om het competitieve atletiek aantrekkelijker te maken, sterft het langzaam uit. ”

“Ik denk dat het [hardlopen] geleidelijk meer gedigitaliseerd zal worden [in de toekomst]. Dat mensen gaan rennen met hun app. Dat ze effectief zullen hardlopen, maar het dan vergelijken met anderen. Iets digitaals. ”

(vertegenwoordigers Atletiekunie)

Literatuur

Alexandris, K., Karagiorgos, T., Ntovoli, A., Helsen, K., Scheerder, J., Hover, P., Eldert, P. van, Girginov, V., Brito, M. de, Middelkamp, E. & Mitas, O. (2019). *Promoting health enhancing physical activity and social welfare through outdoor running events. Run for Health*. Literature review.

Atletiekunie (2020). *Run to the start*. Gedownload van: <https://www.atletiekunie.nl/voor-clubs/loopsport/programmas/run-to-the-start>.

Bailey R., Hillman, C., Arent, S. & Petitpas, A. (2013). Physical activity: an underestimated investment in human capital? *J Phys Act Health*, 10(3):289-308.

Bottenburg, M. van (2003). Top- en breedtesport: een siamese tweeling? In: K. Breedveld (Red.), *Rapportage Sport 2003* (pp. 285-312). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Bottenburg, M. van, Brinkhof, S., Elling, A., Hover, P. & Romijn, D. (2012). De maatschappelijke betekenis van topsport. *Literatuurstudie in opdracht van het Ministerie van VWS*. Nieuwegein: Arko Sports Media/Utrecht: Universiteit Utrecht en Mulier Instituut.

Breedveld, K., & Hover, P. (2015). Elite sports: what is it good for?: the case of EYOF Utrecht 2013. In R. Bailey, *Elite sport and sport-for-all*, pp. 14-29.

Bums, J.P.A. & Mules, T.J. (1986). An economic evaluation of the Adelaide Grand Prix. In: G.J. Syme, B.J. Shaw, P.M. Fenton, & W.S. Mueller (Eds.), *The planning and evaluation of hallmark events*, pp. 172-185. Aldershot, England: Avebury.

Chalip, L. (2006). Towards social leverage of sport events. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 109-127.

Chakravarty, E.F., Hubert, H.B., Lingala, V.B. & Fries, J.F. (2008). Reduced disability and mortality among aging runners: a 21-year longitudinal study. *Arch Intern Med*, 168:1638-1646.

Convenant Gezonde Sportevenementen. (2019). *Samen naar een gezonde omgeving 2020-2025-2030*. Gedownload van: <https://jongerenopgezondgewicht.nl/userfiles/Convenant%20Gezonde%20Sportevenementen.pdf>

European Healthy Stadia Network (2014). *Active travel guidance for sports stadia*. Liverpool: European Healthy Stadia Network.

Frawley, S. (2013). Sport participation legacy and the hosting of mega-sport events. In: Richards, W., de Brito, M.P. & Wilks, L. (Red.), *Exploring the Social Impacts of Events* (pp. 97-110). London/ Nefraw York: Routledge, Taylor & Francis Group.

Gemeente Eindhoven (2019). *Nota digitalisering van de stad*.

Hespanhol Junior, L.C., Pillay, J.D., van Mechelen, W. & Verhagen, E. (2015). Meta-analyses of the effects of habitual running on indices of health in physically inactive adults. *Sports Med*, 45:1455-1468

Hover, P., Dijk, B., Breedveld, K., Eekeren, F. van, & Slender, H. (2016). *Creating social impact with sport events*. Utrecht: Mulier Instituut.

Hover, P., & Slender, H. (2018). *Sociale impact van sportevenementen: state of research*. Den Haag: Nederlandse Sportraad.

Lee, D., Brellenthin, A.G., Thompson, P.D., Sui, X., Lee, I. & Lavie, C.J. (2017). Running as a key lifestyle medicine for longevity. *Prog Cardiovasc Dis*, 60(1):45-55.

Lee, D., Pate, R.R, Lavie, C.J., Sui, X., Church, T.S., & Blair, S.N. (2014). Leisure-time running reduces all-cause and cardiovascular mortality risk. *J Am Coll Cardiol*, 64(5):472-481.

Malchrowicz-Mo' sko, E., Castañeda-Babarro, A. & Guereño, P.L. (2020). On the way to the marathon-motivation for participating in mass running events among children and adolescents: results of the Poznan half marathon pilot study. *Int J Environ Res Public Health*, 17(4):5098.

Malchrowicz-Mo' sko, E. & Poczta, J. (2018). Running as a form of therapy socio-psychological functions of mass running events for men and women. *Int J Environ Res Public Health*, 15(10):2262.

Malchrowicz-Mo' sko, E., Poczta, J. & Adamczewska, K. (2019). The potential of non-mega sporting events for the promotion of physical activity among inactive supporters at the Poznan half marathon: a case study. *Int J Environ Res Public Health*, 16:4193.

Ooms, L., van den Dool, R. & Elling, A. (2020). *Psychische gezondheid, bewegen en sport. De rol van bewegen en sport voor mensen met (ernstige) psychische klachten*. Utrecht: Mulier Instituut.

Ooms, L., Veenhof, C. & de Bakker, D.H. (2013). Effectiveness of Start to Run, a 6-week training program for novice runners, on increasing health-enhancing physical activity: a controlled study. *BMC Public Health*, 13:697.

Ooms, L., Veenhof, C., Schipper-van Veldhoven, N. & de Bakker, D.H. (2015). Sporting programs for inactive population groups: factors influencing implementation in the organized sports setting. *BMC Sports Sci, Med Rehabil*, 7:12.

Philpott, M. & Seymour, R. (2017). *The European Healthy Stadia Network: Sports stadia, public health and sustainability*. Gedownload van: <https://healthystadia.eu/resources->

publications/download-info/healthy-stadia-sports-stadia-public-health-and-sustainability/.

Physical Activity Guidelines Advisory Committee (PAGAC). (2018). *2018 Physical Activity Guidelines Advisory Committee Scientific Report*. Washington, DC: U.S. Department of Health and Human Services.

Porter, A.K., Schilsky, S., Evenson, K.R., Florido, R., Palta, P., Holliday, K.M. & Folsom, A.R. (2019). The association of sport and exercise activities with cardiovascular disease risk: The Atherosclerosis Risk in Communities (ARIC) study. *J Phys Act Health*, 16(9):698-705.

Preuss, H. (2011). A method for calculating the crowding-out effect in sport mega-event impact studies: The 2010 FIFA World Cup. *Development Southern Africa*, 28(3), pp. 367-385.

Rosenberg, M. & Ferguson, R. (2014). *Maintaining relevance: an evaluation of health message sponsorship at Australian community sport and arts events*. BMC Public Health, 14:1242.

Schoemaker, J., van Genderen, S. & de Boer, W.I.J. (2019). Increased physical activity in preparation for a women-only mass participation sport event: a framework for estimating the health impact. *Int J Environ Res Public Health*, 17(1):98.

Taks, M., Chalip, L., & Green, B. C. (2015). Impacts and strategic outcomes from non-mega sport events for local communities. *European sport management quarterly*, 15(1), 1-6.

Turco, D. M. & Kelsey, C. (1992). *Conducting economic impact studies of recreation and parks special events*. National Recreation & Park Association.

Videbæk, S., Bueno, A.M., Nielsen, R.O. & Rasmussen, S. (2015). Incidence of running-related injuries per 1000 h of running in different types of runners: a systematic review and meta-Analysis. *Sports Med*, 45(7):1017-1026.

Wang, B.W.E., Ramey, D.R., Schettler, J.D., Hubert, H.B. & Fries, J.F. (2002). Postponed development of disability in elderly runners. *Arch Intern Med*, 162:2285-2294.

Weed, M., Coren, E., Fiore, J., Wellard, I., Mansfield, L., Chatziefstathiou, D. & Dowse, S. (2012). Developing a physical activity legacy from the London 2012 Olympic and Paralympic Games: a policy-led systematic review. *Perspect Public Health*, 132(2):75-80.

World Health Organisation (WHO) (1998). *Health Promotion Glossary*. Geneva: WHO.

World Health Organisation (WHO). (2010). *Global recommendations on physical activity for health*. Geneva: WHO.

World Health Organisation (WHO). (2017). *Non-communicable diseases, the slow motion disaster*. Geneva: WHO.



Mulier Institute | Research for Sport and Public Policy
Herculesplein 269 | 3584 AA Utrecht | PO Box 85445 | 3508 AK Utrecht
T +31 (0)30 721 02 20 | info@mulierinstituut.nl | www.mulierinstituut.nl