mulier instituut

Fontys ECONOMISCHE HOGESCHOOL TILBURG

Kansen voor provinciaal sportevenementenbeleid

Meta-analyse van vijftien Brabantse sportevenementen

Paul Hover

Eva Heijnen

Lisanne Balk

Kansen voor provinciaal sportevenementenbeleid

Meta-analyse van vijftien Brabantse sportevenementen

In opdracht van de provincie Noord-Brabant

Paul Hover
Eva Heijnen
Lisanne Balk

Met medewerking van Bart van Bezooijen en Monique van Rooijen (Fontys Economische Hogeschool Tilburg)

© Mulier Instituut
Utrecht, augustus 2021

Mulier Instituut
sportonderzoek voor beleid en samenleving

Postbus 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

Samenvatting **4**

1. Inleiding **6**
1.1 Sportprovincie 6
1.2 Doel en onderzoeksvragen 7
1.3 Methode 7
1.4 Leeswijzer 9

2. Kernresultaten bezoekersonderzoek sportevenementen **10**
2.1 Kenmerken sportevenementen 10
2.2 Persoonskenmerken 12
2.3 Verwachtingen en oordeel 21
2.4 Bestedingen en economische impact 23
2.5 Verbondenheid 28
2.6 Imago 32
2.7 Bewegen 35
2.8 Conclusie 37

3. Bezoekers sportevenementen nader belicht **38**
3.1 Bezoekerskenmerken 38
3.2 Evenementenkenmerken 42
3.3 Bezoekersprofielen 44
3.4 Conclusie 46

4. Mogelijkheden voor beleid en onderzoek **48**
4.1 Situering onderzoek 48
4.2 Mogelijkheden voor beleid 51
4.3 Mogelijkheden voor onderzoek 53
4.4 Conclusie 55

5. Conclusie **56**

Literatuur **60**

Bijlage 1 Kernresultaten deelnemersonderzoek **63**

Bijlage 2 Gestelde vragen per sportevenement **64**

Samenvatting

In deze samenvatting worden de doelstelling, de methode en de onderzoeksvragen beschreven. Daarnaast passeren de belangrijkste resultaten de revue.

De provincie Noord-Brabant sponsort jaarlijks acht tot tien evenementen. Daarnaast wordt aan internationale sportevenementen subsidie verstrekt. Een selectie van de door de provincie gesteunde evenementen, die plaatsvonden tussen 2015 en 2019, staat centraal in dit onderzoek. Die vijftien evenementen zijn op grotendeels identieke wijze geëvalueerd. Het doel van dit onderzoek is om op basis van deze evaluaties inzichten te verwerven die bijdragen aan het realiseren van doelen van het nieuwe provinciale sportevenementenbeleid, dat nog in ontwikkeling is. Onderzoeksvragen zijn:

1. Wat zijn de belangrijkste uitkomsten van vijftien onderzoeken onder de bezoekers van Brabantse sportevenementen en hoe verhouden die zich tot elkaar?
2. Welke kenmerken van bezoekers en van evenementen hangen samen met het realiseren van effecten die betrekking hebben op de vier provinciale beleidsdoelen?
3. Welke bezoekersprofielen kunnen bij Brabantse sportevenementen worden onderscheiden?
4. Hoe ver reikt de sturingskracht van het provinciaal beleid en tot welke mogelijkheden voor provinciaal beleid leidt dit onderzoek?
5. Hoe kan de provincie het onderzoek naar de impact van sportevenementen verbeteren?

De vragen zijn door middel van analyse van de data van de evaluatieve onderzoeken en literatuurstudie beantwoord.

Ruim zes op de tien bezoekers waren man, meer dan vier op de tien bezoekers waren 30–50 jaar en bijna zes op de tien hebben een afgeronde opleiding van minstens hbo-niveau. Meer dan negen op de tien bezoekers sportten minstens eens per week; het zijn dus vooral sporters die werden bediend. Ruim vier op de tien bezoekers waren woonachtig in Brabant en de gemiddelde reisafstand naar het evenement bedroeg 43 kilometer.

Zes op de tien bezoekers waren zonder het evenement niet in de gastgemeente geweest en droegen daarom bij aan de economische impact, die per evenement varieerde van 31.000 euro tot 2,5 miljoen euro. Meer dan acht op de tien bezoekers van sportevenementen in Brabant ervoeren een gevoel van saamhorigheid onder de bezoekers. Ruim acht op de tien Brabantse bezoekers van sportevenementen in Brabant vonden dat het evenement bijdroeg aan een positief imago van Brabant. Bijna een kwart van de bezoekers van Brabantse sportevenementen gaf aan zich naar aanleiding van het bezoek aan het evenement aangemoedigd te voelen om (meer) te gaan bewegen of sporten.

Het ontstaan van een gevoel van saamhorigheid hangt samen met leeftijd (de jongste leeftijdsgroep ervoer dit minder), opleidingsniveau (hogeropgeleiden ervoeren dit minder) en het oordeel over het sportevenement (bezoekers die het evenement lager beoordeelden ervoeren dit minder). De mate waarin bezoekers vonden dat het sportevenement bijdroeg aan een positief imago van de provincie hangt samen met leeftijd (de jongste leeftijdsgroep ervoer dit minder), reisafstand (degenen die in de buurt woonden ervoeren dit meer) en het oordeel (bezoekers die het evenement lager beoordeelden ervoeren dit minder). De mate waarin het bezochte sportevenement eraan bijdroeg dat de bezoekers zich (meer) aangemoedigd voelden om (meer) te gaan bewegen of sporten hangt samen met leeftijd (de jongste leeftijdsgroep ervoer dit vaker), opleiding (lageropgeleiden ervoeren dit vaker) en oordeel over het sportevenement (bezoekers die het evenement lager beoordeelden ervoeren dit minder).

Voor het thema verbondenheid zijn er twee bezoekersprofielen: bezoekers die tijdens het sportevenement een gevoel van verbondenheid ervoeren (69%) en bezoekers die dit gevoel weinig tot niet ervoeren (31%).

Wat betreft imago kwamen twee profielen naar voren: bezoekers die vonden dat het sportevenement een positieve bijdrage heeft geleverd aan een sterker imago van Brabant (46%) en bezoekers die vonden dat deze positieve bijdrage er weinig tot niet is (54%). Ook voor het concept bewegen zijn twee profielen van bezoekers gevonden: de bezoekers die door het sportevenement werden geïnspireerd (30%) en de bezoekers die dat niet werden (70%).

De investeringen van de provincie zijn van grote betekenis voor de organisatoren van de sportevenementen. De sturingskracht van de provincie mag evenwel niet worden overschat, omdat er veel (andere) zaken zijn die effect hebben op de prestaties en de effecten van de financieel gesteunde sportevenementen. Dat gezegd hebbende worden de volgende mogelijkheden voor beleid meegegeven: overweeg uitbreiding van het instrumentarium, overweeg meer prestatiesturing; selecteer sportevenementen voor financiële steun op basis van beleidsdoelen; stimuleer economische impact, bevorder gevoelens van saamhorigheid, contact, trots en gastvrijheid; bevorder ervaring van positief imago Brabant, innovatie en herhalingsbezoek; en bevorder nadenken over voldoende bewegen en aanmoediging van bewegen en sporten. De mogelijkheden zijn in het rapport uitgewerkt.

Naast de mogelijkheden voor beleid zijn er mogelijkheden om het onderzoek naar sportevenementen naar een hoger plan te tillen: stimuleer het gebruik van onderzoeksresultaten; overweeg een meting van het totale bereik, een investering in de kennis over mechanismen, het meten van prestaties en effecten van aanpalende activiteiten, het meten van legacy, en het meten van prestaties en effecten van meer doelgroepen; ken de beperkingen van economische-impactstudies; verken mogelijkheden voor het vaststellen en meten van kernindicatoren voor sportevenementen in de provincie en overweeg om per sportevenement louter de belangrijke, te verwachten impact te laten evalueren.

1. Inleiding

1.1 Sportprovincie

Met het sportbeleid dat de provincie Brabant de afgelopen jaren heeft ontwikkeld neemt de provincie een bijzondere positie in. Een provincie met sportbeleid is immers geen vanzelfsprekendheid sinds de commissie-Lodders in 2008 stelde dat sport geen (wettelijke) taak voor een provincie is. Medio 2021 is er geen separaat sportbeleid in Brabant. Het vigerende beleidskader 2021-2022 heeft betrekking op drie beleidsvelden: cultuur, sport en vrijetijdseconomie (Provincie Noord-Brabant, 2021a). De provincie werkt toe naar het beleidskader 'Levendig Brabant 2030', waar sport, cultuur, vrije tijd (toerisme, recreatie) en erfgoed deel van uitmaken (Provincie Noord-Brabant, 2021b). Met dit onderzoek wordt beoogd om bij te dragen aan de totstandkoming van het nieuwe beleidskader, met name waar dat het onderwerp sportevenementen betreft. Daarnaast biedt dit onderzoek adviezen voor de provincie en voor (andere) publieke en private organisaties om sportevenementen optimaal bij te laten dragen aan het realiseren van provinciale beleidsdoelen.

Hiervoor wordt geput uit studies uit de periode dat de nota 'Brabant beweegt 2016-2019' actueel was (Provincie Noord-Brabant, 2016), voor zover dat het thema sportevenementen betrof. De doelen die de provincie met de financiële steun aan sportevenementen beoogde waren:

1. additionele bestedingen genereren;
2. een gevoel van verbondenheid en saamhorigheid onder bezoekers realiseren;
3. het imago van Brabant versterken;
4. bewegen onder evenementenbezoekers stimuleren.

Aan deze doelen heeft de provincie destijds kritieke prestatie-indicatoren (kpi's) gekoppeld. Uit de evaluatie van het sportbeleid blijkt dat de kpi's van de eerste twee thema's behaald zijn en die van de andere twee niet (Van Hulsteijn & Bode, 2019). Dit laat zien dat de uitdagingen om maatschappelijke doelen door middel van de organisatie van sportevenementen en side-events te realiseren niet onderschat mogen worden.

Jaarlijks sponsort de provincie acht tot tien sportevenementen met een gemiddeld bedrag van 400.000-500.000 euro per evenement. Daarnaast is er de provinciale subsidie voor de grotere, internationale sportevenementen. Vijftien van de sportevenementen die tussen 2015 en 2019 door de provincie zijn gesteund staan in dit onderzoek centraal. In totaal ging het bij die selectie van vijftien evenementen om een financiële steun van 1.220.000 euro, waarbij in negen van de vijftien gevallen is gekozen voor sponsoring en in zes gevallen voor het verstrekken van subsidie (tabel 1.1).

Tabel 1.1 Omvang en type financiële steun provincie Noord-Brabant aan een selectie van sportevenementen (in euro's)

	Bedrag (x 1.000 euro)	Type financiële steun
Champions Trophy 2018	250	Subsidie
WK (Para) Handboogschieten 2019	225	Subsidie
EK Cross 2018	150	Subsidie
FINA/Airweave Swimming World Cup 2017	110	Sponsoring
EK Veldrijden 2018	75	Subsidie
Euro Hockey League 2017	50	Sponsoring
GP Adrie van der Poel Hoogerheide 2017	50	Sponsoring
Marathon Eindhoven 2017	50	Sponsoring
RICOH Open 2017	50	Sponsoring
WEURO Tilburg 2017	50	Subsidie
WEURO Breda 2017	50	Subsidie
Ster ZLM Toer, slotetappe Oss 2017	30	Sponsoring
Warandeloop 2015	30	Sponsoring
Fed Cup 2019	30	Sponsoring
Concours Hippique Mierlo 2019	20	Sponsoring
Totaal	1.220	

Bron: Provincie Noord-Brabant (2021). Bewerking: Mulier Instituut.

1.2 Doel en onderzoeksvragen

Het doel van dit verkennende onderzoek is om inzichten te verwerven die bijdragen aan het realiseren van doelen van het nieuwe provinciale sportevenementenbeleid. De bezoekers van de evenementen vormen de doelgroep. Onderzoeksvragen zijn:

1. Wat zijn de belangrijkste uitkomsten van vijftien onderzoeken onder de bezoekers van Brabantse sportevenementen en hoe verhouden die zich tot elkaar?
2. Welke kenmerken van bezoekers en van evenementen hangen samen met het realiseren van effecten die betrekking hebben op de vier beleidsdoelen?
3. Welke bezoekersprofielen kunnen bij Brabantse sportevenementen worden onderscheiden?
4. Hoe ver rijkt de sturingskracht van het provinciaal beleid en tot welke mogelijkheden voor provinciaal beleid leidt dit onderzoek?
5. Hoe kan de provincie het onderzoek naar de impact van sportevenementen verbeteren?

De bezoekers van de sportevenementen staan in deze rapportage centraal. Bij twee evenementen heeft onderzoek onder deelnemers plaatsgevonden. De kernresultaten van het onderzoek onder bezoekers staan in bijlage 1.

1.3 Methode

Voor dit onderzoek zijn analyses op bestaande data uitgevoerd door middel van IBM SPSS Statistics 25 en heeft literatuurstudie plaatsgevonden. De data zijn verzameld tijdens de uitvoering van vijftien ex-post-impactstudies waarvoor de provincie opdracht heeft gegeven (tabel 1.2).[1] Dit type onderzoek wordt een

[1] Elf onderzoeken zijn uitgevoerd door Fontys Economische Hogeschool Tilburg (lectoraat Sportbusiness, 2015-2017) en vier onderzoeken (mede) door de kenniskring Fontys

meta-analyse genoemd: een onderzoek waarbij de resultaten van reeds uitgevoerde onderzoeken samen worden genomen.

Tabel 1.2 Legenda afkorting evenementen en steekproefgrootte bezoekers en deelnemers[1] (in aantallen)

Naam evenement	Afkorting sportevenement	Steekproefgrootte bezoekers	Steekproefgrootte deelnemers
Champions Trophy 2018	CHA	263	
Concours Hippique Mierlo 2019	CON	221	
EK Cross 2018	EKC	180	
EK Veldrijden 2018	EKV	320	
Euro Hockey League 2017	EUR	403	
Fed Cup 2019[2]	FED	106	
FINA/Airweave Swimming World Cup 2017	FIN	133	
GP Adrie van der Poel Hoogerheide 2017	GPA	316	
Marathon Eindhoven 2017	MAR	237	995
RICOH Open 2017	RIC	128	
Warandeloop 2015	WAR	63	438
WEURO Breda 2017	WEB	901	
WEURO Tilburg 2017	WET	610	
WK (Para) Handboogschieten 2019	WKH	523	
Ster ZLM Toer, slotetappe Oss 2017	ZLM	69	
Totaal		4.473	1.433

[1] De totale respons per evenement is hoger dan in deze tabel weergegeven, maar voor dit onderzoek zijn alleen de bezoekers en deelnemers meegenomen. Naast bezoekers en deelnemers hebben begeleiders of coaches van deelnemers, vertegenwoordigers van media en vrijwilligers ook (een relatief klein aantal) vragenlijsten ingevuld.
[2] Thans bekend onder de naam 'Billie Jean King Cup'.

De onderzoeken zijn grotendeels uitgevoerd aan de hand van de evaluatiemethode die door het Mulier Instituut en Fontys Economische Hogeschool Tilburg in opdracht van de provincie is ontwikkeld (Hover & Van den Heuvel, 2017). Doordat dezelfde evaluatiemethodiek is toegepast voor alle sportevenementen, kunnen de data voor deze studie gebundeld worden. Voor de vragenlijst behorende bij de evaluatiemethode, zie bijlage 2.

Het proces van databewerking kende de volgende stappen:

1. Harmoniseren van de vijftien databestanden van de studies naar de sportevenementen. Elk databestand heeft in deze fase dezelfde opbouw en samenstelling gekregen.
2. Samenvoegen van de databestanden tot één bestand met data van alle sportevenementen.

Economische Hogeschool Tilburg (2018-2019). De evaluatie van de WK (para) handboogschieten is in opdracht van Team TOC uitgevoerd door het Mulier Instituut, in samenwerking met de kenniskring Fontys Economische Hogeschool Tilburg.

3. Verrijken van de dataset. Aan elke case (respondent) zijn extra variabelen (kenmerken) gekoppeld. Dit zijn variabelen met informatie over de respondent, over het sportevenement en over de omstandigheden waarin het sportevenement plaatsvond.[2]
4. Analyse van de data. Dit betreft zowel bivariate analyses (analyses met twee variabelen, waarvan de resultaten in een eenvoudige kruistabel weergegeven kunnen worden) als multivariate analyses (analyses met meer dan twee variabelen).

De multivariate analyses worden hieronder kort toegelicht.

Logistische multilevel analyse

Bij de logistische multilevel analyse zijn de data van alle evenementen samengevoegd en is bij de analyse gecorrigeerd voor het feit dat bezoekers gegroepeerd zijn binnen evenementen. Op die manier is rekening gehouden met de aanname dat de kenmerken van bezoekers van één evenement verschillen van die van bezoekers van andere evenementen.

Bij deze analyse is gekeken naar de mate waarin bezoekerskenmerken samenhangen met de vier provinciale beleidsdoelen (kortweg bestedingen, verbondenheid, imago en beweeggedrag, zie paragraaf 1.1), met als doel te achterhalen welke van deze kenmerken eventuele verschillen in effecten op de beleidsdoelen kunnen verklaren. Per beleidsdoel is gekeken in hoeverre dit samenhangt met de volgende persoonskenmerken: leeftijd, geslacht, opleiding, reisafstand naar het evenement, oordeel over het evenement en sportgedrag van de respondent. Ook is gekeken naar de mate waarin evenementenkenmerken samenhangen met de provinciale beleidsdoelen. Dit betreft het succes van Nederlandse topsporters en de hoeveelheid regenval op de dag van het evenement. Bij de analyses is voor de interpretatie van de p-waarde een grens van 0.05 gebruikt, waarbij p-waarden onder de 0.05 als statistisch significant werden beschouwd. De samenhang tussen de verschillende kenmerken en uitkomsten is weergegeven als *odds ratio* met een betrouwbaarheidsinterval van 95 procent.

Clusteranalyse

Door middel van een clusteranalyse is gekeken of op basis van de gegevens over de vier beleidsdoelen (zie paragraaf 1.1) profielen van bezoekers kunnen worden onderscheiden binnen de grote groep van Brabantse sportevenementenbezoekers. Per beleidsdoel zijn de gegevens van vragen samengevoegd, waaruit vervolgens clusters zijn gevormd. Hierbij is gebruik gemaakt van de tweetrapsclustermethode. Vervolgens is het vóórkomen van deze clusters per evenement in beeld gebracht.

1.4 Leeswijzer

In het volgende hoofdstuk worden de belangrijkste uitkomsten van vijftien onderzoeken onder de bezoekers van Brabantse sportevenementen gepresenteerd. Hoofdstuk 3 gaat over de factoren die (het meest) bepalend waren voor het realiseren van de vier beleidsdoelen. Ook worden bezoekersprofielen geschetst. In hoofdstuk 4 wordt verwoord in hoeverre de bepalende factoren met provinciaal beleid te beïnvloeden zijn en op welke manier het onderzoek naar de impact van sportevenementen in Brabant naar een hoger plan kan worden getild. Tot besluit worden in de conclusie de onderzoeksvragen bondig beantwoord. Aan het begin van deze publicatie is een samenvatting opgenomen.

[2] Deze informatie is opgehaald uit databases van het Mulier Instituut en externen (SCP, KNMI, CBS).

2. Kernresultaten bezoekersonderzoek sportevenementen

In dit hoofdstuk worden de kerncijfers van de onderzoeken onder de bezoekers van de vijftien sportevenementen beschreven. Dit zijn resultaten die zijn voortgevloeid uit analyses waarbij telkens twee variabelen zijn meegenomen: het betreffende sportevenement en een variabele die hoort bij een vraag uit de vragenlijst (bivariate analyses). Op deze manier wordt de eerste onderzoeksvraag beantwoord. Als een evenement niet is opgenomen in een tabel of figuur, is de betreffende vraag niet voorgelegd.

2.1 Kenmerken sportevenementen

Alle sportevenementen in dit onderzoek hebben plaatsgevonden tussen 2015 en 2019 (tabel 2.1). De meeste sportevenementen waren meerdaagse evenementen. Vier evenementen vonden op één dag plaats. Bijna alle sportevenementen hadden een internationaal belang, behalve Concours Hippique Mierlo 2019 en de Marathon Eindhoven 2017. De sportevenementen waren zowel gericht op teamsporten als op individuele sporten.

Tabel 2.1 Sportevenementen naar datum, locatie, belang en sport

Evenement	Datum	Gemeente	Belang	Sport
CHA	23 juni-1 juli 2018	Breda	Internationaal	Hockey
CON	25-28 april 2019	Geldrop-Mierlo	Nationaal	Paardrijden
EKC	9 december 2018	Tilburg	Internationaal	Veldlopen
EKV	1-4 november 2018	‘s-Hertogenbosch	Internationaal	Veldrijden
EUR	14-7 april 2017	Eindhoven	Internationaal	Hockey
FED	9-10 februari 2019	‘s-Hertogenbosch	Internationaal	Tennis
FIN	11-12 augustus 2017	Eindhoven	Internationaal	Zwemmen
GPA	22 januari 2017	Woensdrecht	Internationaal	Veldrijden
MAR	8 oktober 2017	Eindhoven	Nationaal	Hardlopen
RIC	12-18 juni 2017	Rosmalen	Internationaal	Tennis
WAR	21-22 november 2015	Tilburg	Internationaal	Hardlopen
WEB	17 juli-3 augustus 2017	Breda	Internationaal	Voetbal
WET	17 juli-3 augustus 2017	Tilburg	Internationaal	Voetbal
WKH	3-16 juni 2019	‘s-Hertogenbosch	Internationaal	(Para) handboogschieten
ZLM	18 juni 2017	Oss	Internationaal	Wegwielrennen

Bron: Van Bezooijen & Kersemaekers, 2019; Van den Heuvel & Kersemaekers, 2016, 2017a, 2017b, 2017c, 2017d, 2018a, 2018b; Hover, Van Eldert & Van Bezooijen, 2019; Kersemaekers, 2018, 2019a, 2019b, 2019c.

De RICOH Open 2017 trok met 51.700 bezoeken de meeste bezoeken (tabel 2.2). De Fed Cup 2019 had de minste bezoeken. Het merendeel van de Brabantse sportevenementen vond niet in een schoolvakantie plaats. Bij alle sportevenementen zijn side-events georganiseerd. Het merendeel van de sportevenementen had een betaalde entree. Bij tien van de vijftien Brabantse sportevenementen zijn nationale successen behaald. Dit betekent dat een Nederlandse sporter of een Nederlands team bij de top drie is geëindigd op minimaal één onderdeel tijdens dat evenement.

Tabel 2.2 Sportevenementen naar totaal aantal bezoeken, het plaatsvinden in de schoolvakantie, de organisatie van side-events naast het evenement, betaalde entree en of er tijdens het evenement nationaal succes is behaald

Evenement	Aantal bezoeken	Organisatie in schoolvakantie	Side-events	Betaalde entree	Nationaal succes[1]
CHA	32.084	Nee	Ja	Ja	Ja
CON	4.656	Deels	Ja	Nee	N.v.t.
EKC	3.181	Nee	Ja	Ja	Ja
EKV	7.100	Nee	Ja	Ja	Ja
EUR	13.901	Nee	Ja	Ja	Ja
FED	1.936	Nee	Ja	Ja	Nee
FIN	6.336	Ja	Ja	Ja	Ja
GPA	7.486	Nee	Ja	Ja	Ja
MAR	n.b.	Nee	Ja	Nee	N.v.t.
RIC	51.700	Nee	Ja	Ja	Nee
WAR	8.000	Nee	Ja	Nee	Ja
WEB	27.297	Ja	Ja	Ja	Ja
WET	20.493	Ja	Ja	Ja	Ja
WKH	10.200	Nee	Ja	Ja	Ja
ZLM	2.500	Nee	Ja	Nee	Nee

Bron: Van Bezooijen & Kersemaekers, 2019; Van den Heuvel & Kersemaekers, 2016, 2017a, 2017b, 2017c, 2017d, 2018a, 2018b; Hover, Van Eldert & Van Bezooijen, 2019; Kersemaekers, 2018, 2019a, 2019b, 2019c.
[1] Nationaal succes betekent een Nederlandse sporter of een Nederlands team in de top drie bij minimaal één onderdeel van het sportevenement met een internationaal belang (bij nationale evenementen was dit n.v.t.).

Bijna alle evenementen hebben in de buitenlucht plaatsvonden (niet in tabel). Omdat het mogelijk is dat de weersomstandigheden tijdens het evenement invloed uitoefenden op de resultaten van het onderzoek, is gekeken naar de gemiddelde temperatuur, het aantal zonuren en het aantal millimeter regen dat (gemiddeld) is gevallen tijdens het evenement (tabel 2.3). Het koudst was het bij de GP Adrie van der Poel Hoogerheide 2017. De gemiddelde temperatuur lag die dag onder het vriespunt. De Ster ZLM Toer, slotetappe Oss 2017 was de warmste dag met ook bijna de meeste zonuren. De meeste regen viel tijdens de Fed Cup 2019.

Tabel 2.3 Gemiddelde temperatuur (in graden Celsius), aantal zonuren (in uren) en hoeveelheid regen (in millimeters) tijdens evenementen[1]

Evenement	Gemiddelde temperatuur	Zonuren	Mm regen
CHA	19,3	13,7	0,0
CON	10,6	3,0	2,8
EKC	8,1	1,8	10,5
EKV	6,0	7,0	0,2
EUR	8,4	4,7	4,2
FED	7,2	1,8	20,0
FIN[2]	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
GPA	-1,7	7,5	0,0
MAR	5,2	2,9	8,3
RIC	17,8	10,4	0,2
WAR	3,8	2,0	4,7
WEB	19,3	7,0	6,7
WET	17,4	9,1	1,4
WKH	16,2	6,6	4,6
ZLM	20,8	12,8	0,0

Bron: KNMI, 2021. Bewerking: Mulier Instituut.

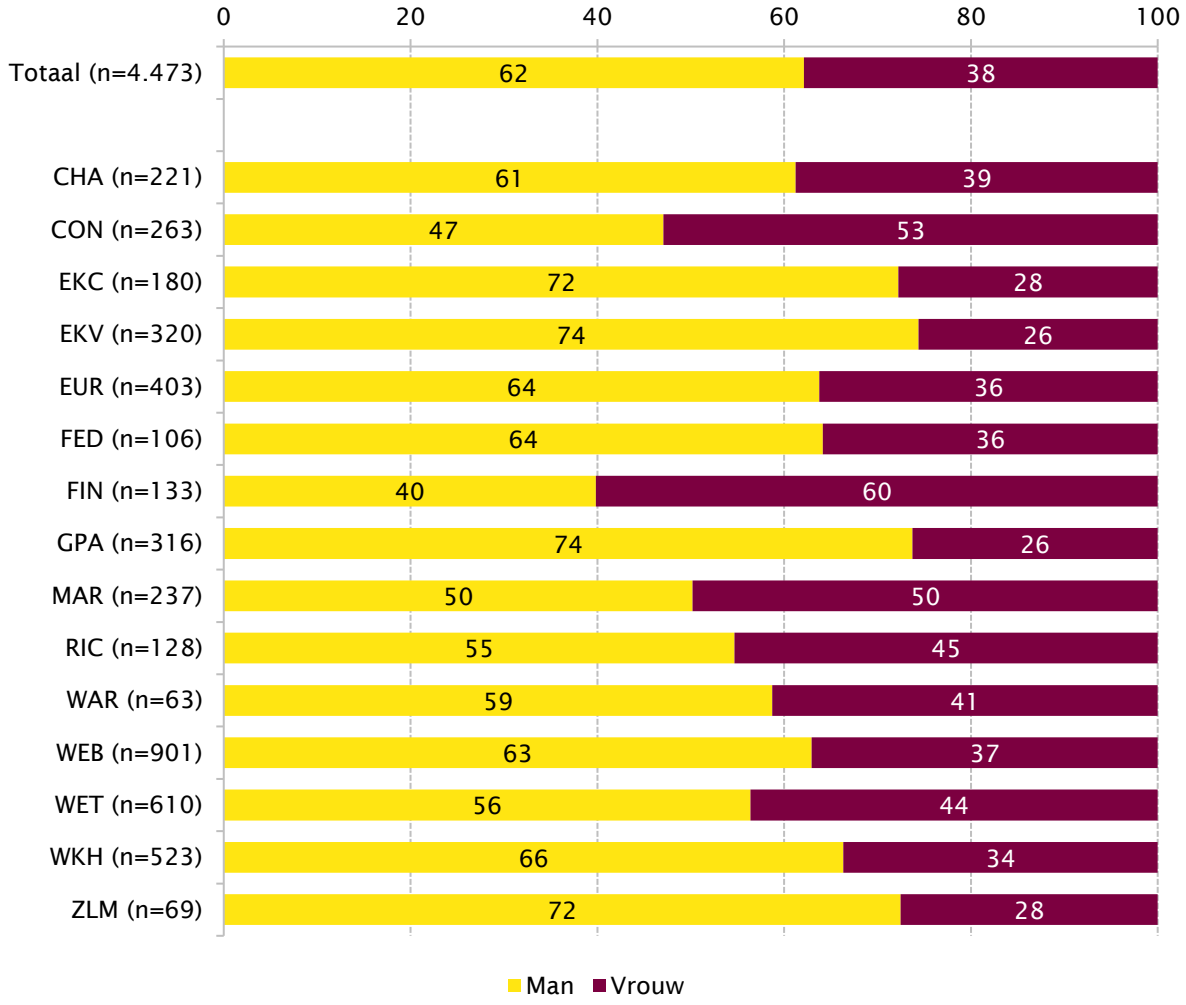
[1] Bij meerdaagse evenementen is het gemiddelde van alle dagen berekend.

[2] Dit evenement vond binnen plaats.

2.2 Persoonskenmerken

Ruim de helft van de bezoekers was man (62%; figuur 2.1). Het EK Veldrijden en de GP Adrie van der Poel Hoogerheide 2017 hadden het hoogste aandeel mannelijke bezoekers (74%). Het hoogste aandeel vrouwelijke bezoekers was er bij FINA/Airweave Swimming World Cup 2017 (60%).

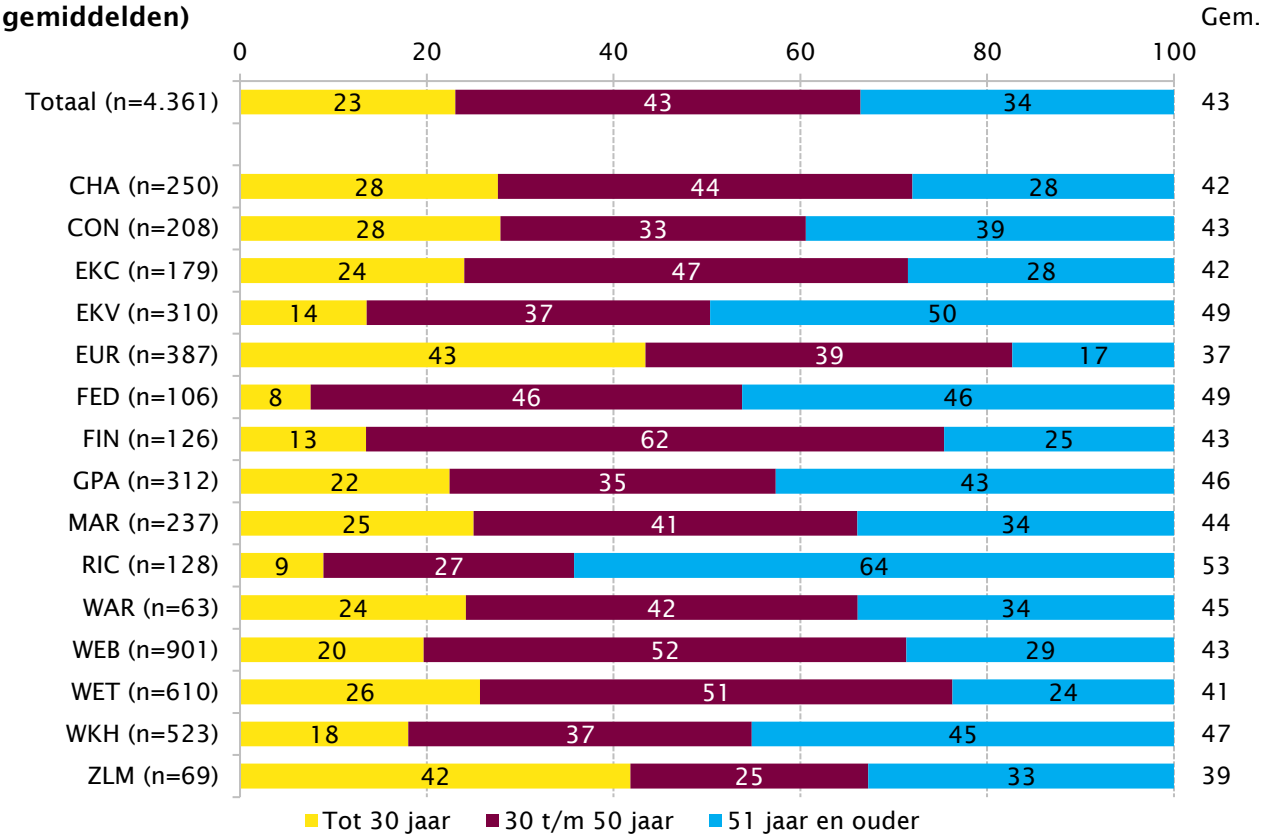
Figuur 2.1 Bezoekers naar geslacht, totaal en per evenement (in procenten)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

De bezoekers waren gemiddeld 43 jaar (figuur 2.2). De bezoekers waren gemiddeld het oudst bij de RICOH Open 2017 (53 jaar) en het jongst bij de Euro Hockey League 2017 (37 jaar).

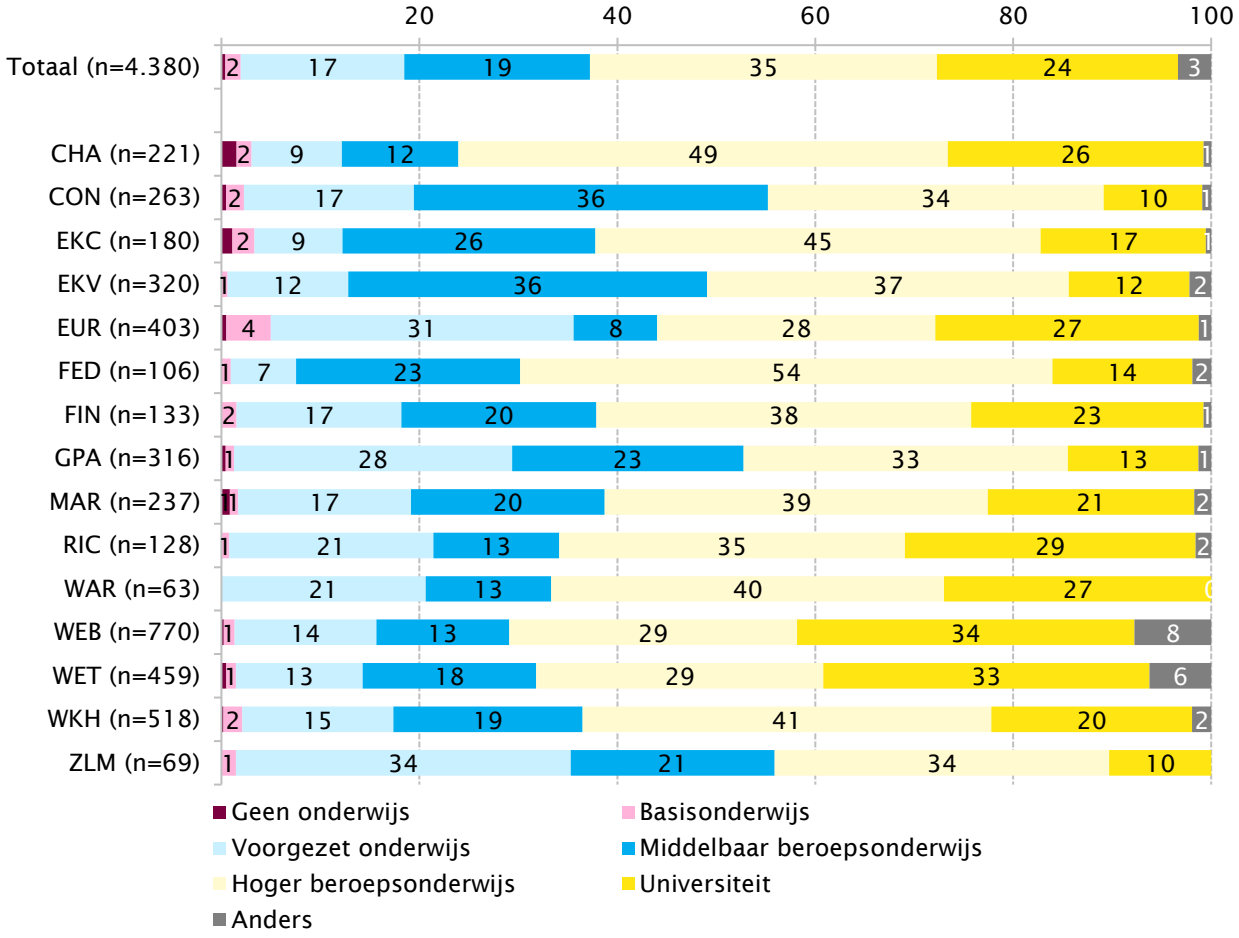
Figuur 2.2 Bezoekers naar leeftijdsklasse, totaal en per evenement (in procenten en gemiddelden)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Bijna zes op de tien bezoekers van sportevenementen (59%) waren hoogopgeleid (hbo of wo; figuur 2.3). Bij de Champions Trophy 2018 waren er de meeste hoogopgeleide bezoekers (75%). Bij het Concours Hippique Mierlo 2019 en Ster ZLM Toer, slotetappe Oss 2017 waren er de minste hoogopgeleide bezoekers (44%).

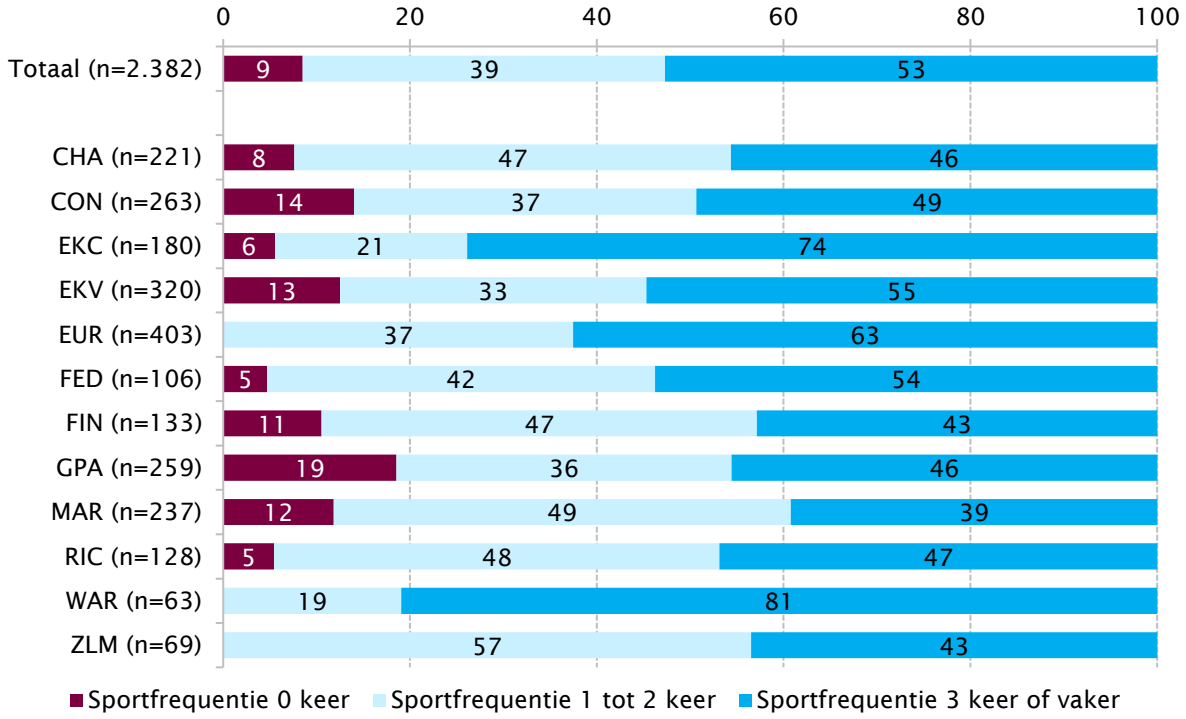
Figuur 2.3 Bezoekers naar opleidingsniveau, totaal en per evenement (in procenten)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Iets meer dan de helft van de bezoekers (53%) gaf aan in de twaalf maanden voorafgaand aan het evenement gemiddeld drie keer of vaker per week te sporten (figuur 2.4). Met name de Warandeloop 2015 en het EK Cross 2018 trokken sportieve bezoekers. De GP Adrie van der Poel Hoogerheide 2017 trok met 19 procent de meeste niet-sportende bezoekers.

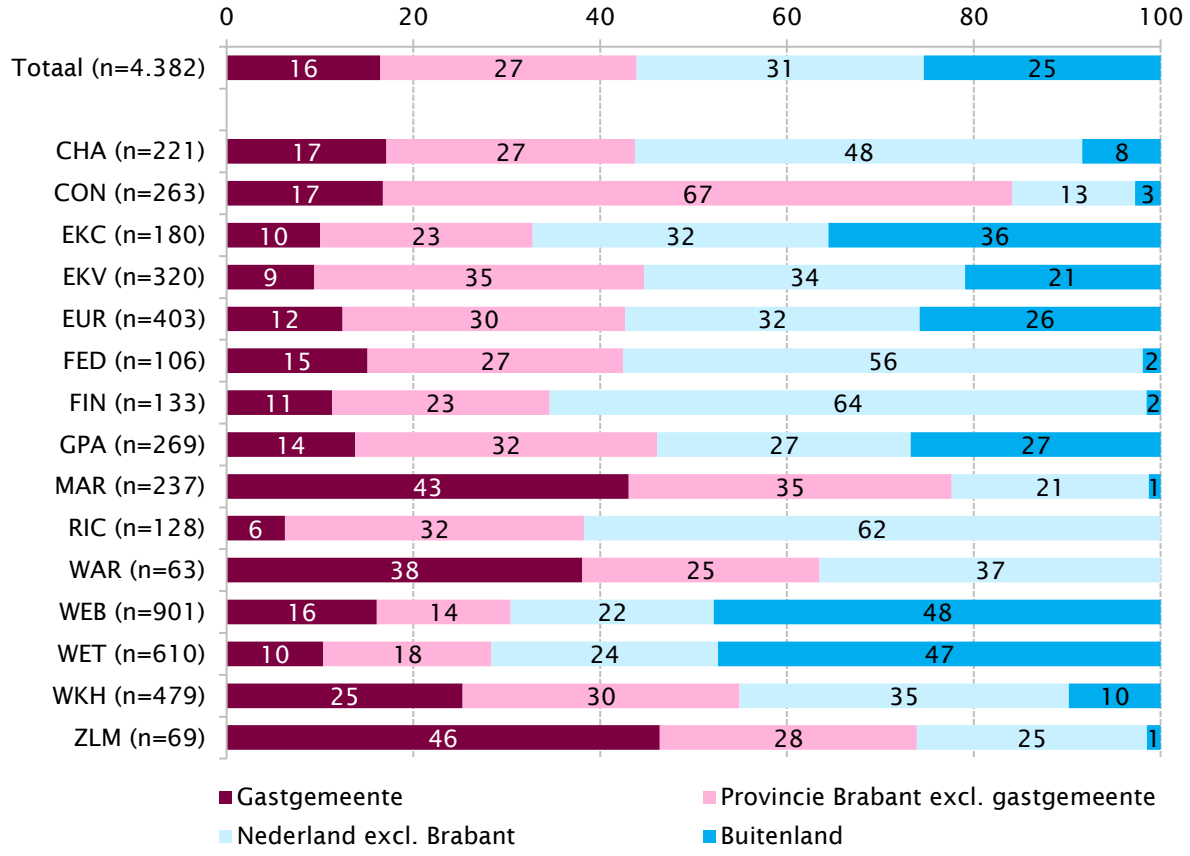
Figuur 2.4 Bezoekers naar wekelijkse sportfrequentie, totaal en per evenement (in procenten)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Meer dan de helft van de bezoekers van sportevenementen in Brabant (56%) kwam van buiten de provincie Brabant (figuur 2.5). WEURO Breda 2017 en WEURO Tilburg 2017 trokken de meeste buitenlandse bezoekers (48% en 47%). Het Concours Hippique Mierlo 2019 trok de meeste bezoekers uit de provincie Brabant (84%). De Ster ZLM Toer, slotetappe Oss 2017 trok de meeste bezoekers uit de gastgemeente (46%) met daarop volgend de Marathon Eindhoven 2017 (43%).

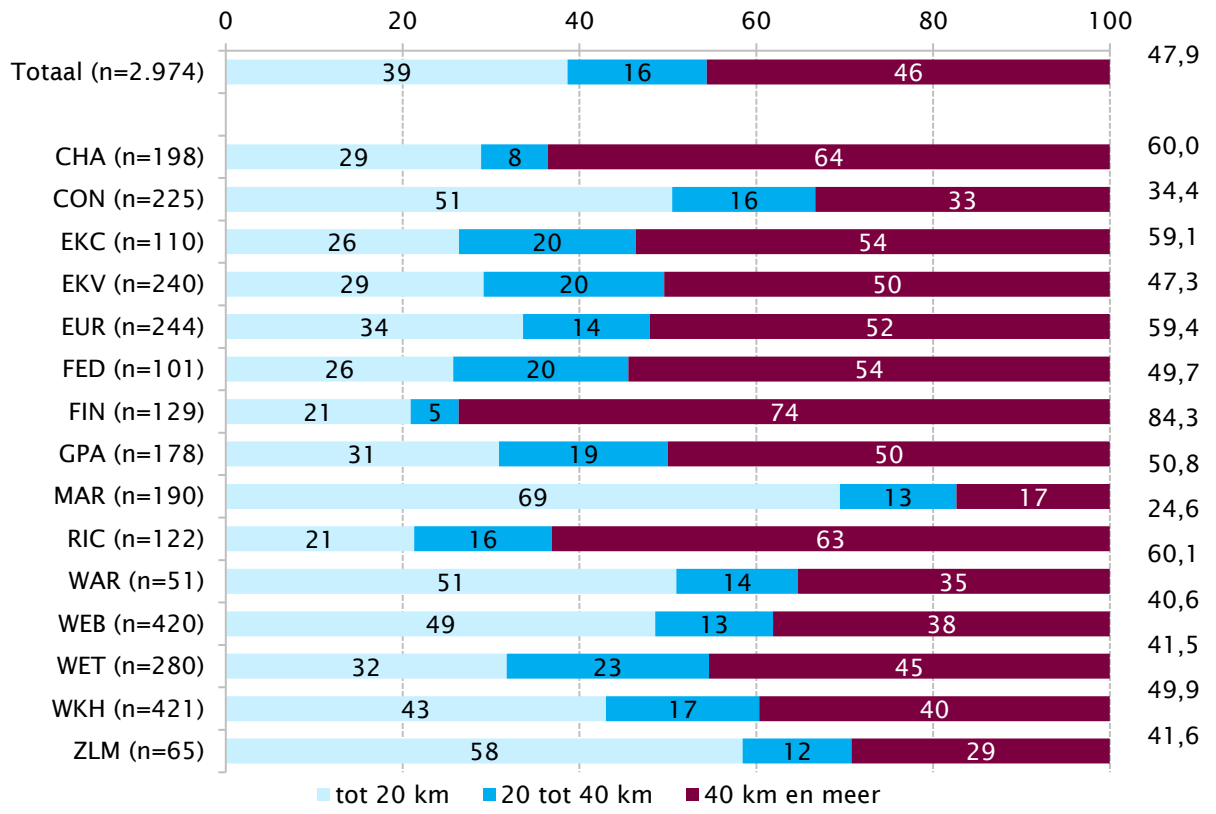
Figuur 2.5 Bezoekers naar herkomst, totaal en per evenement (in procenten)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

De gemiddelde reisafstand voor bezoekers van Brabantse sportevenementen was 47,9 km (figuur 2.6). Voor de RICOH Open 2017 en de Champions Trophy 2018 hebben bezoekers gemiddeld de meeste kilometers afgelegd (60 km). Bij de Marathon Eindhoven 2017 kwamen de meeste bezoekers uit de buurt (gemiddelde reisafstand 24,6 km).

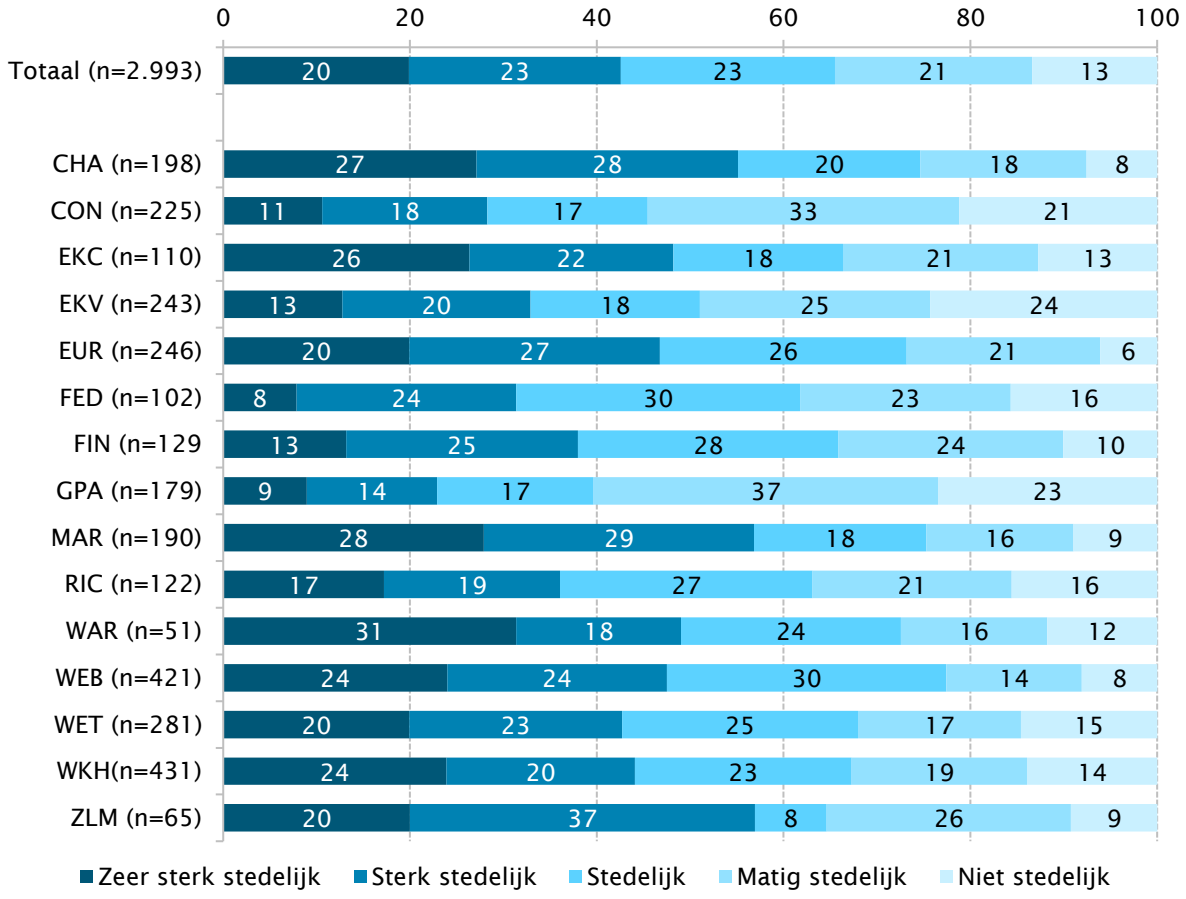
Figuur 2.6 De reisafstand van bezoekers naar het evenement, totaal en per evenement (in procenten en gemiddeld aantal km)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

66 procent van de bezoekers kwam uit een (zeer sterk) stedelijk gebied (figuur 2.7). Bij de WEURO-wedstrijden in Breda in 2017 lag het percentage bezoekers uit (zeer) sterk stedelijke gebieden het hoogst (77%) en bij de GP Adrie van der Poel Hoogerheide 2017 het laagst (40%).

Figuur 2.7 Bezoekers naar stedelijkheid herkomstgemeente, totaal en per evenement (in procenten)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Het profiel van de Nederlandse bezoekers van de vijftien Brabantse sportevenementen (georganiseerd tussen 2015 en 2019) krijgt meer betekenis wanneer het wordt vergeleken met dat van de Nederlandse bevolking (peiljaar 2018). Die vergelijking wordt gepresenteerd in tabel 2.4. Ten opzichte van de Nederlandse bevolking zijn de Nederlandse bezoekers van de vijftien Brabantse sportevenementen vaker man (63% vs. 50%) en vaker hogeropgeleid (60% vs. 30%).

Tabel 2.4 Profiel Nederlandse bezoekers vijftien Brabantse sportevenementen (georganiseerd tussen 2015-2019) en profiel Nederlandse bevolking (15-79 jaar; in 2018) (in procenten)

	Nederlandse bezoekers vijftien Brabantse sportevenementen (n=2.898)	Nederlandse bevolking (15-79 jaar)
Geslacht		
Man	63	50
Vrouw	37	50
Leeftijd		
16 t/m 29 jaar	23	24
30 t/m 50 jaar	40	32
51 t/m 79 jaar	36	44
Hoogste voltooide opleiding[1]		
Hbo en wo	60	30
Overige onderwijsniveaus	40	70
Herkomstprovincie		
Groningen	0	3
Friesland	1	4
Drenthe	1	3
Overijssel	1	7
Flevoland	1	2
Gelderland	7	12
Utrecht	5	7
Noord-Holland	6	17
Zuid-Holland	10	21
Zeeland	2	2
Noord-Brabant	61	15
Limburg	4	7

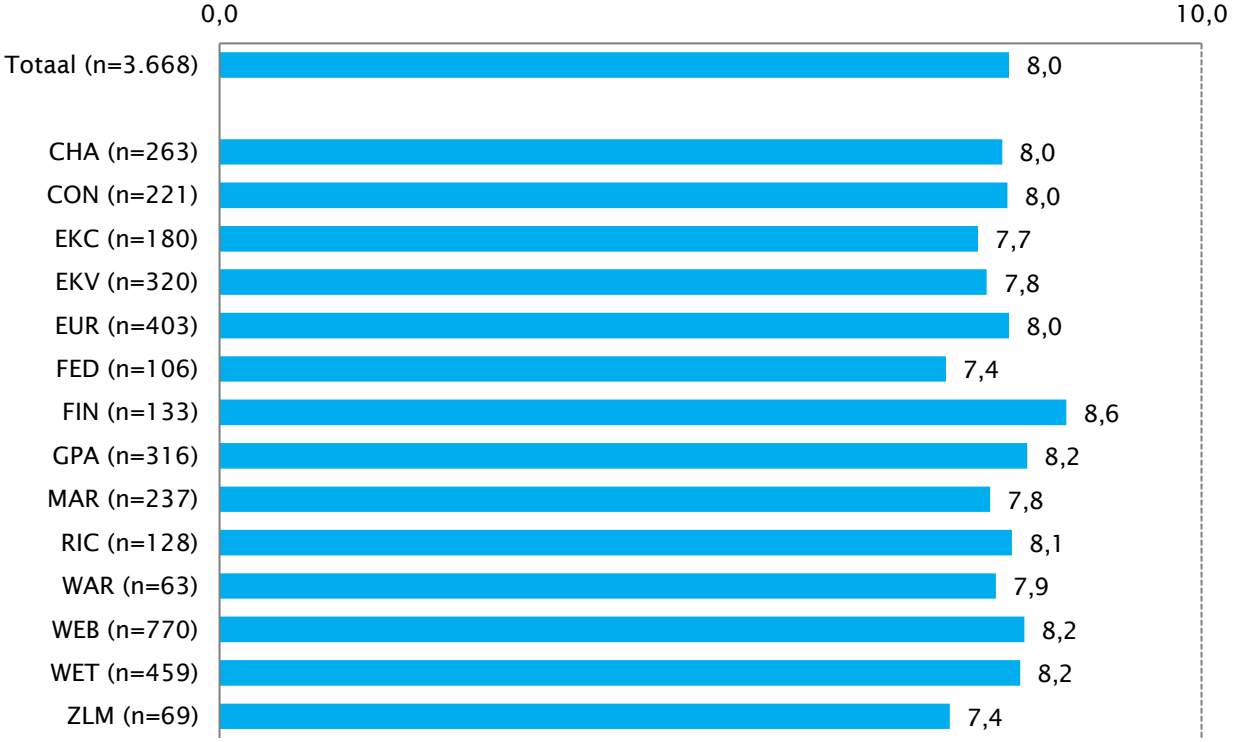
Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019; CBS Statline, 2021a, 2021b. Bewerking: Mulier Instituut.

[1] De hoogste voltooide opleiding bij de Nederlandse bevolking in zijn geheel betreft personen van 15 jaar en ouder.

2.3 Verwachtingen en oordeel

De bezoekers van Brabantse sportevenementen waardeerden deze sportevenementen gemiddeld met het rapportcijfer 8 (figuur 2.8). De FINA/Airweave Swimming World Cup 2017 kreeg met een 8,6 de hoogste waardering en de Fed Cup 2019 en de Ster ZLM Toer, slotetappe Oss 2017 met een 7,4 de laatste. Gebaseerd op deze resultaten kan worden gesteld dat vanuit de optiek van de bezoekers in Brabant sportevenementen van hoge kwaliteit worden georganiseerd.

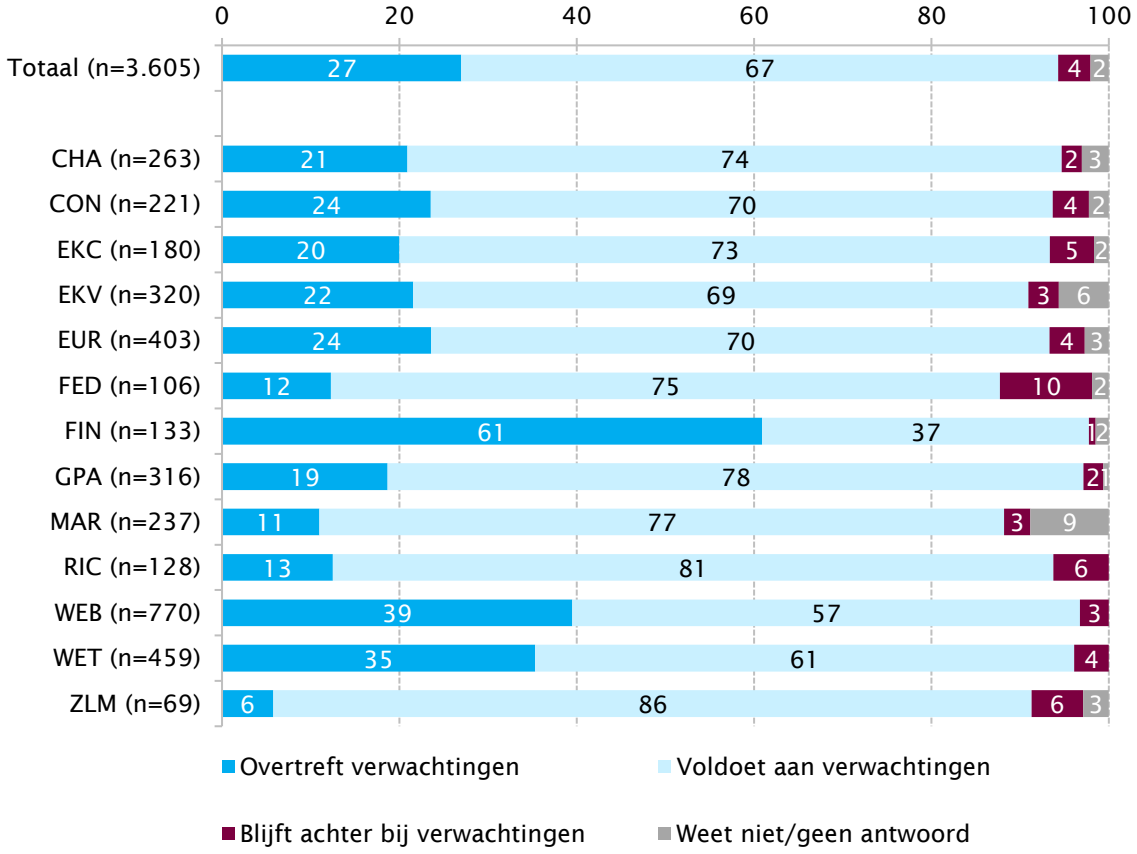
Figuur 2.8 Beoordeling van het evenement als geheel door bezoekers, totaal en per evenement (in gemiddeld rapportcijfer)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Voor bijna alle bezoekers (94%) voldeden de sportevenementen in Brabant aan hun verwachtingen of werden deze verwachtingen overtroffen (figuur 2.9). Van alle sportevenementen overtrof de FINA/Airweave Swimming World Cup 2017 het meest de verwachtingen van bezoekers (61%). De Fed Cup 2019 bleef in verhouding het meest achter bij verwachtingen (10%), al blijft dat aandeel relatief klein.

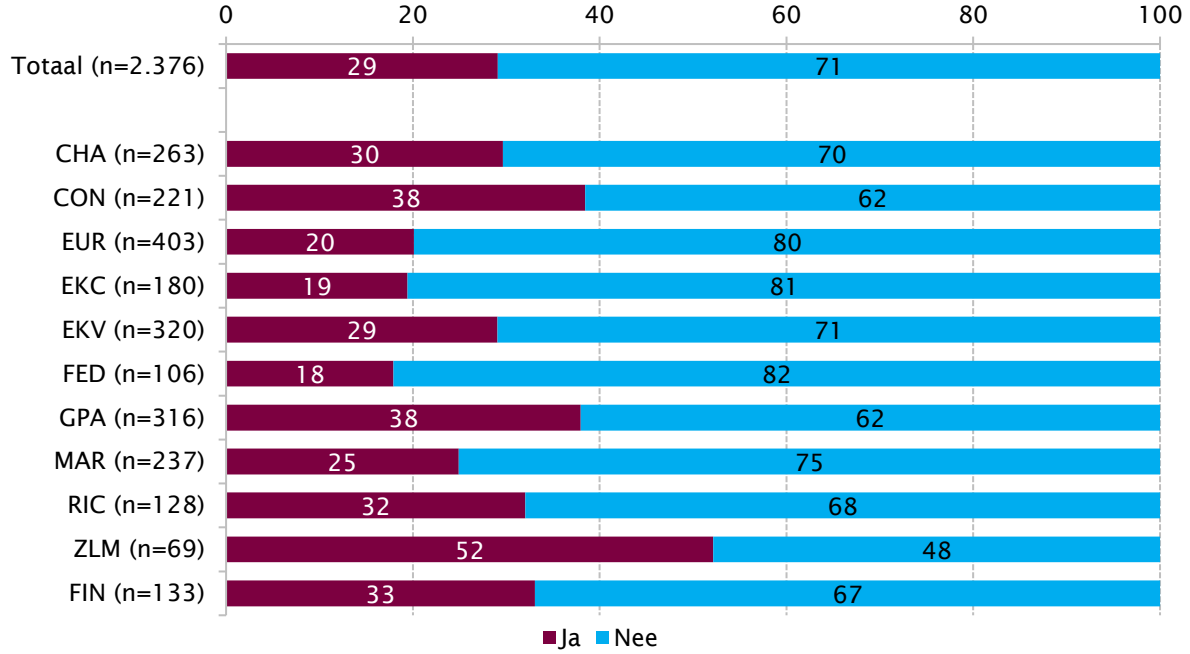
Figuur 2.9 Mate waarin het evenement voldeed aan de verwachtingen van bezoekers, totaal en per evenement (in procenten)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Aan de bezoekers is gevraagd of zij wisten dat de provincie Noord-Brabant de sportevenementen financieel steunde (figuur 2.10). Bijna drie op de tien bezoekers wisten dat. De bezoekers van de Ster ZLM Toer, slotetappe Oss 2017 waren hiervan het meest op de hoogte (52%) en de bezoekers van de Fed Cup 2019 het minst (18%).

Figuur 2.10 Bekendheid met financiële ondersteuning provincie Noord-Brabant, totaal en per evenement (in procenten)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

2.4 Bestedingen en economische impact

Aan de bezoekers is gevraagd hoeveel geld zij dachten op de dag van het evenement in de gastgemeente uit te geven voor zichzelf en/of voor hun gezelschap (bij meerdaagse evenementen gaat het om de dag dat de bezoekers de enquête invullen). Het ging om bestedingen in de gastgemeente, zoals eten, drinken, vervoer, parkeren en winkelen. Vervolgens is gevraagd op hoeveel personen deze uitgaven betrekking hadden, om daarmee de uitgaven per persoon op de dag van het evenement te berekenen.

Doordat enkele bezoekers veel meer of veel minder geld uitgaven dan het gemiddelde bedrag (de uitgaven varieerden tussen de 0 en 800 euro), is de variabele scheef verdeeld en is het gemiddelde geen goede weergave van de werkelijkheid. De mediaan (de middelste waarde) geeft een betrouwbaarder beeld. De mediaan qua bestedingen van de bezoekers van Brabantse sportevenementen lag op 17,50 euro per persoon per dag in de gastgemeente (tabel 2.5). De hoogste mediaan was 25 euro bij de Champions Trophy 2018, GP Adrie van der Poel Hoogerheide 2017 en RICOH Open 2017. De laagste mediaan was bij WEURO Breda 2017 (8,33 euro).

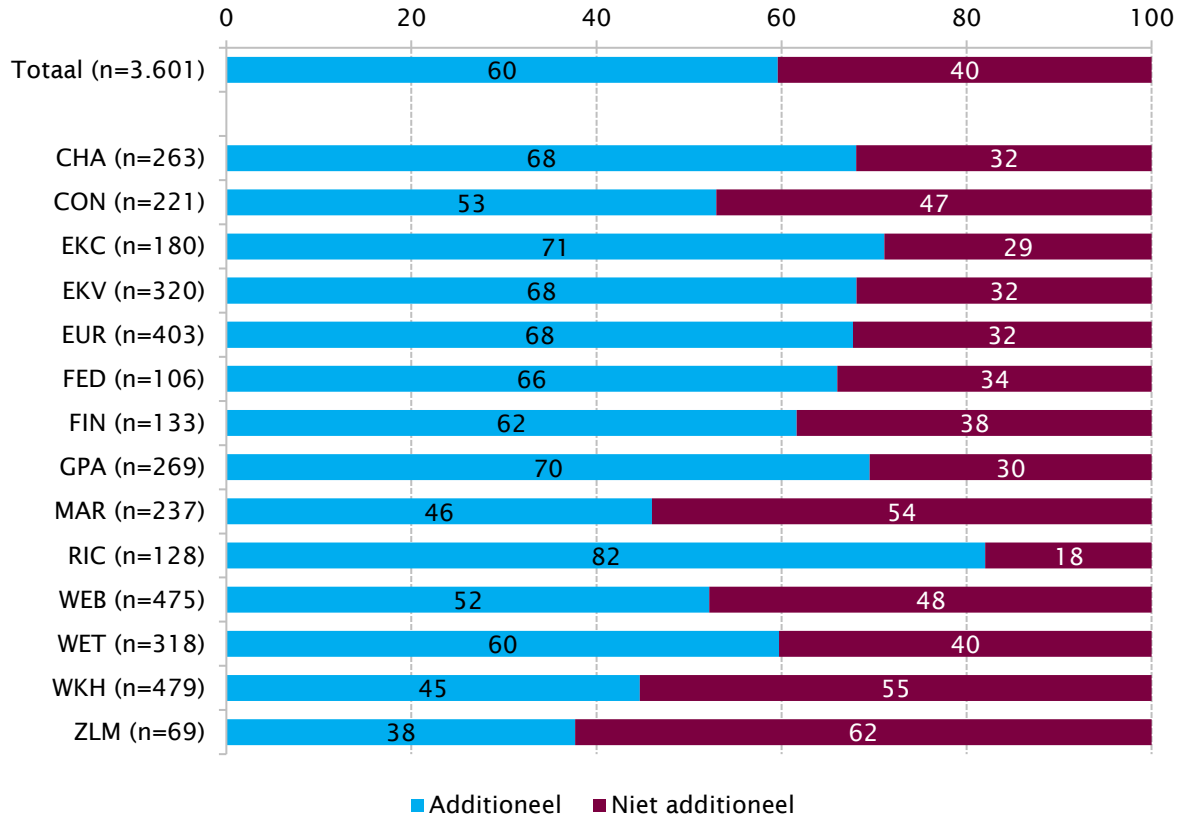
Tabel 2.5 Uitgaven per betalende bezoeker op de dag van het evenement in de gastgemeente (mediaan, laagste bedrag, hoogste bedrag, in euro's)

	Mediaan	Laagste bedrag	Hoogste bedrag
Totaal (n=2.596)	17,50	0	800,00
CHA (n=225)	25,00	0	300,00
CON (n=174)	20,00	0	500,00
EKC (n=132)	12,92	0	75,00
EKV (n=281)	20,00	0	250,00
EUR (n=345)	20,00	0	166,67
FED (n=98)	10,00	0	50,00
FIN (n=100)	10,00	0	100,00
GPA (n=274)	25,00	0	80,00
MAR (n=159)	12,50	0	100,00
RIC (n=116)	25,00	0	150,00
WEB (n=203)	8,33	0	348,33
WET (n=140)	11,83	0	143,00
WKH (n=296)	16,83	1,00	800,00
ZLM (n=53)	12,50	1,67	400,00

Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Economische impact wordt gegenereerd door additionele bezoekers. Dit zijn bezoekers die niet in de gastgemeente zouden zijn indien het sportevenement er niet georganiseerd zou zijn. Ook alle inwoners van de gastgemeente zijn niet additioneel. Zes op de tien bezoekers van sportevenementen in Brabant kon worden aangemerkt als additioneel (figuur 2.11). Bij de RICOH Open 2017 waren de meeste additionele bezoekers (82%) en bij de Ster ZLM Toer, slotetappe Oss 2017 de minste (38%).

Figuur 2.11 Aandeel additionele bezoekers, totaal en per evenement (in procenten)

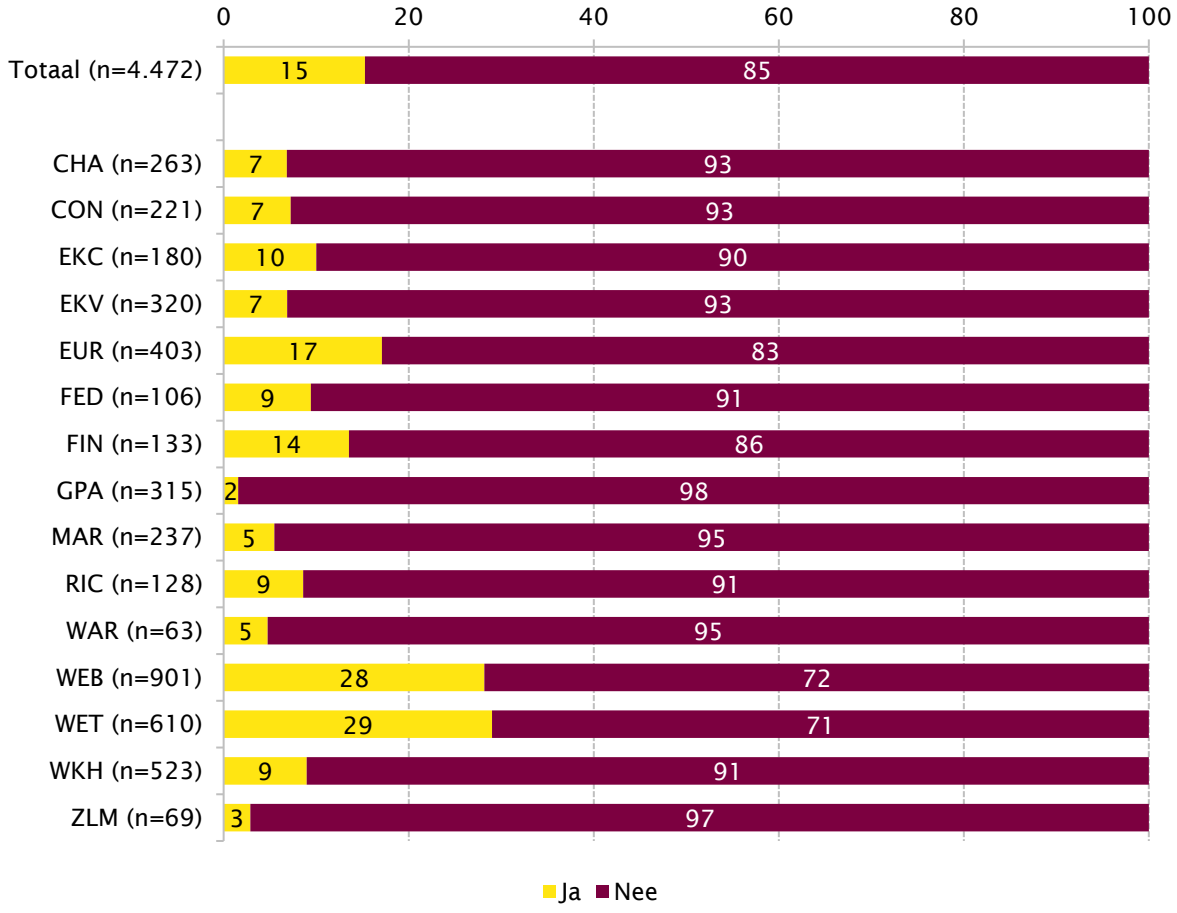


Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Naast de bestedingen die overdag werden gedaan, bleef 15 procent van de bezoekers voor het evenement overnachten buiten hun eigen woning (figuur 2.12). Bij de WEURO-wedstrijden in Breda en Tilburg in 2017 was het aandeel overnachtende bezoekers het hoogst (28% en 29%). Bij de GP Adrie van der Poel Hoogerheide 2017 lag het aandeel bezoekers dat bleef overnachten het laagst (2%).

Vervolgens is aan de bezoekers gevraagd wat de prijs van één overnachting voor één persoon was en hoeveel overnachtingen zij hadden geboekt. De mediaan van de overnachtingsprijs van de bezoekers die ervoor hadden gekozen om te blijven was 60 euro per persoon per nacht en deze bezoekers verbleven gemiddeld 2,4 nachten.[3]

Figuur 2.12 Het aandeel bezoekers dat voor het evenement heeft overnacht buiten de eigen woning, totaal en per evenement (in procenten)

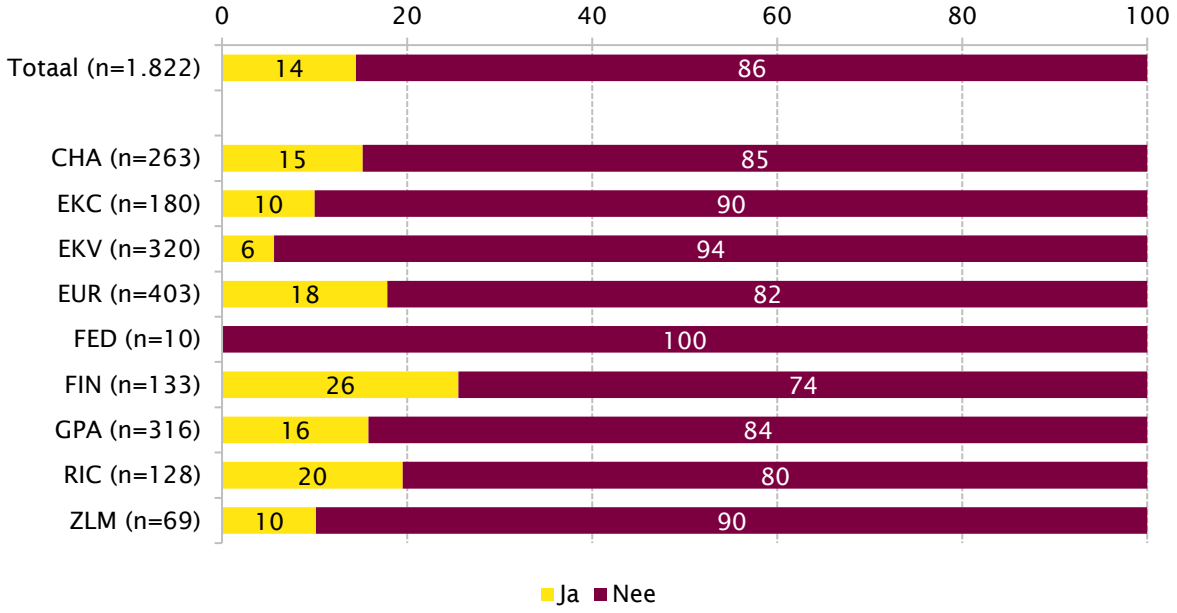


Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

[3] De uitsplitsing naar evenementen wordt hierbij niet gemaakt, omdat de cijfers per evenement op relatief weinig bezoekers zijn gebaseerd en dat een vertekend beeld kan opleveren.

14 procent van de bezoekers van sportevenementen in Brabant is langer in de gastgemeente gebleven vanwege het evenement (figuur 2.13). De FINA/Airweave Swimming World Cup 2017 had de meeste bezoekers die langer in de gastgemeente verbleven (26%).

Figuur 2.13 Het aandeel bezoekers dat door het evenement langer in de gastgemeente is gebleven, totaal en per evenement (in procenten)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

De economische impact van de sportevenementen is berekend op basis van de gegevens die hiervóór de revue zijn gepasseerd, zoals het aantal additionele bezoekers en hun bestedingen. In tabel 2.6 worden per evenement de resultaten van die analyses gepresenteerd. De RICOH Open 2017 had de hoogste economische impact van bezoekers (2.226.545 euro) en de Ster ZLM Toer, slotetappe Oss 2017 de laagste (25.832 euro).

Voor de economische impact van de organisatie is gekeken naar de uitgaven van de organisatie in de gastgemeente en naar de inkomsten vanuit de gastgemeente. Het saldo daarvan is de netto economische impact van de organisatie (die kan negatief zijn). Bij het WK (Para) Handboogschieten 2019 was de economische impact van de organisatie het meest positief (766.000 euro) en bij de Champions Trophy het meest negatief (-154.540 euro). Naast de economische impact van bezoekers en organisatie is bij sommige evenementen ook gekeken naar de economische impact van deelnemers en/of de media, maar dit type impact is hier niet meegenomen.

Tabel 2.6 Economische impact in gastgemeente als gevolg van bestedingen door bezoekers en evenementenorganisatie (in euro's)

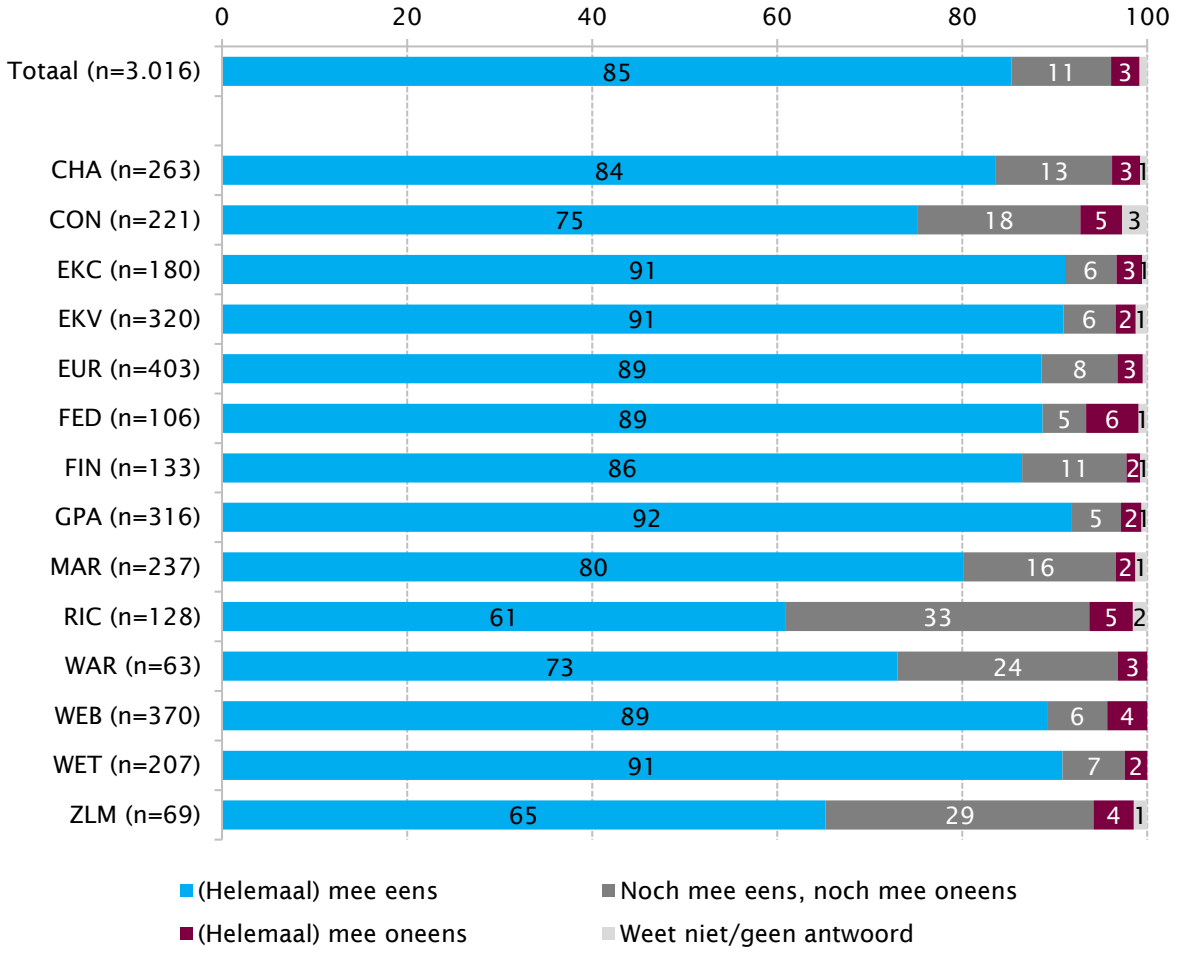
	Bezoekers	Organisatie	Totaal
CHA	883.441	-154.540	728.901
CON	94.740	12.765	107.505
EKC	51.847	130.250	182.097
EKV	117.429	-44.550	72.879
EUR	376.399	-60.984	315.415
FED	26.887	42.292	69.179
FIN	125.970	145.200	271.170
GPA	99.753	14.550	114.303
RIC	2.226.545	318.500	2.545.045
WAR[1]	46.800	51.530	98.330
WEB	1.424.000	46.000	1.470.000
WET	1.524.000	260.000	1.784.000
WKH	217.000	766.000	983.000
ZLM[2]	25.832	5.300	31.132

Bron: Van Bezooijen & Kersemaekers, 2019; Van den Heuvel & Kersemaekers, 2016, 2017a, 2017b, 2017c, 2017d, 2018a, 2018b; Hover, Van Eldert & Van Bezooijen, 2019; Kersemaekers, 2018, 2019a, 2019b, 2019c.
[1] Zowel de economische impact van bezoekers als de economische impact van de organisatie is anders berekend.
[2] Dit is het minimumscenario.

2.5 Verbondenheid

85 procent van de bezoekers van de sportevenementen in Brabant ervoer een gevoel van saamhorigheid onder de bezoekers (figuur 2.14). Onder de bezoekers van de GP Adrie van der Poel Hoogerheide 2017 was het gevoel van saamhorigheid het grootst (92%) en onder bezoekers van de RICOH Open 2017 werd dat relatief weinig ervaren (61%).

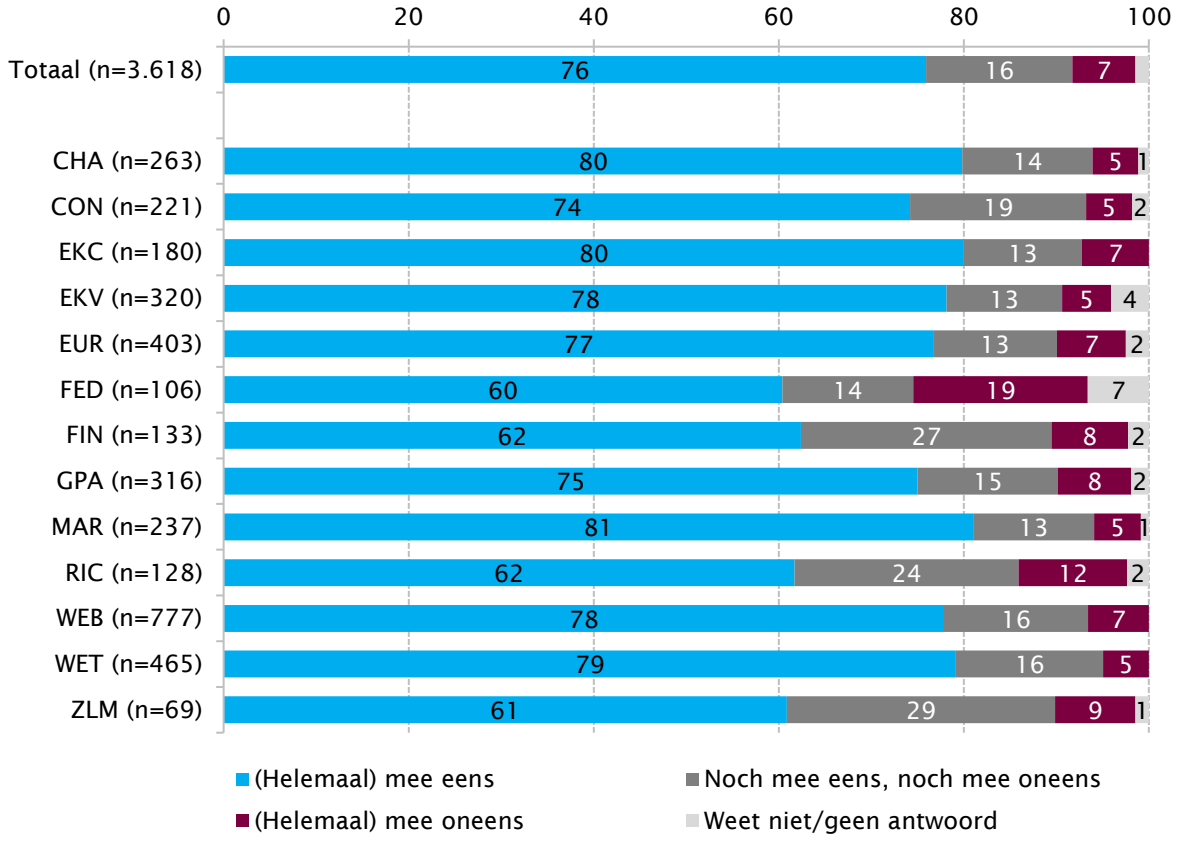
Figuur 2.14 'Ik ervaar een gevoel van saamhorigheid onder de bezoekers van dit evenement', volgens de bezoekers, totaal en per evenement (in procenten)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Drie kwart van de bezoekers van Brabantse sportevenementen (76%) gaf aan prettig contact te hebben gehad met personen buiten hun gezelschap tijdens het evenement (figuur 2.15). De bezoekers van de Marathon Eindhoven 2017 gaven het vaakst aan dat zij prettig contact hadden met personen buiten hun gezelschap (81%) en bezoekers van de Fed Cup 2019 het minst vaak (60%).

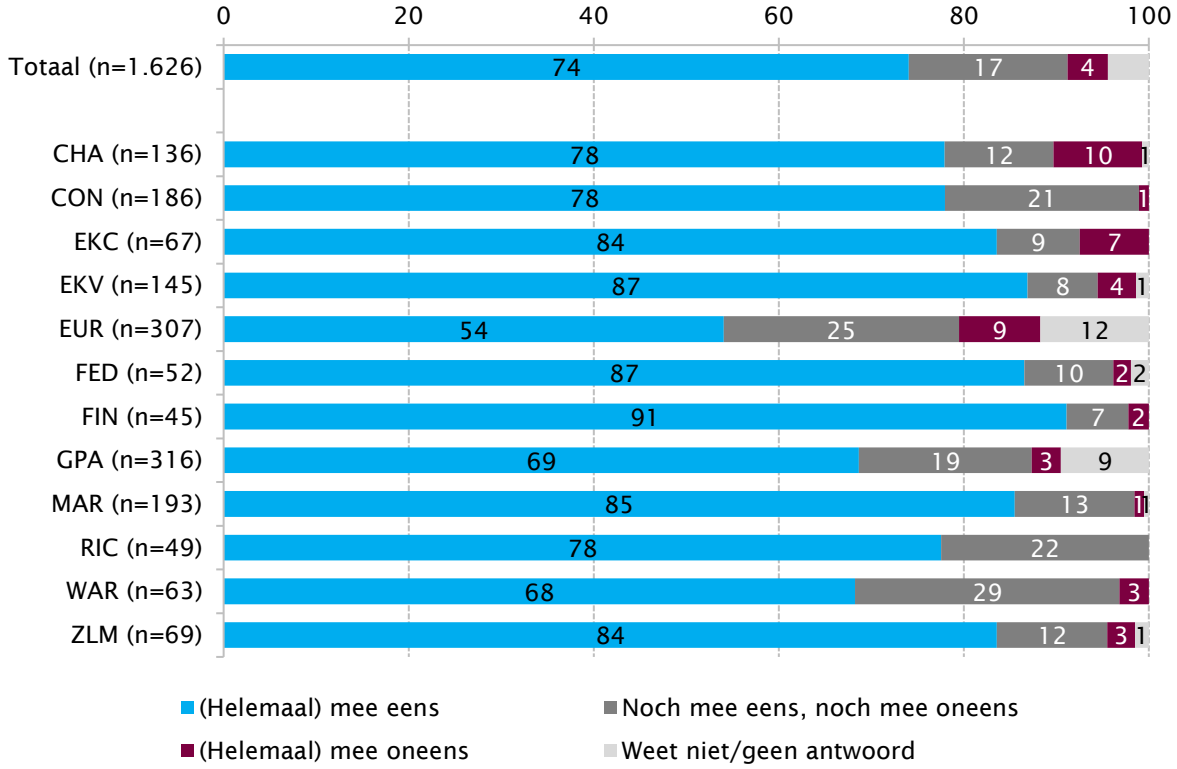
Figuur 2.15 'Tijdens dit evenement heb ik prettig contact gehad met personen die niet tot mijn gezelschap behoorden', volgens de bezoekers, totaal en per evenement (in procenten)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Van de Brabantse bezoekers gaf drie kwart (74%) aan trots te zijn op het feit dat het evenement in Brabant plaatsvond (figuur 2.16). Het aandeel Brabantse bezoekers dat trots was op het feit dat het evenement in Brabant plaatsvond is het grootst bij de FINA/Airweave Swimming World Cup 2017 (91%) en het kleinst bij de Euro Hockey League 2017 (54%).

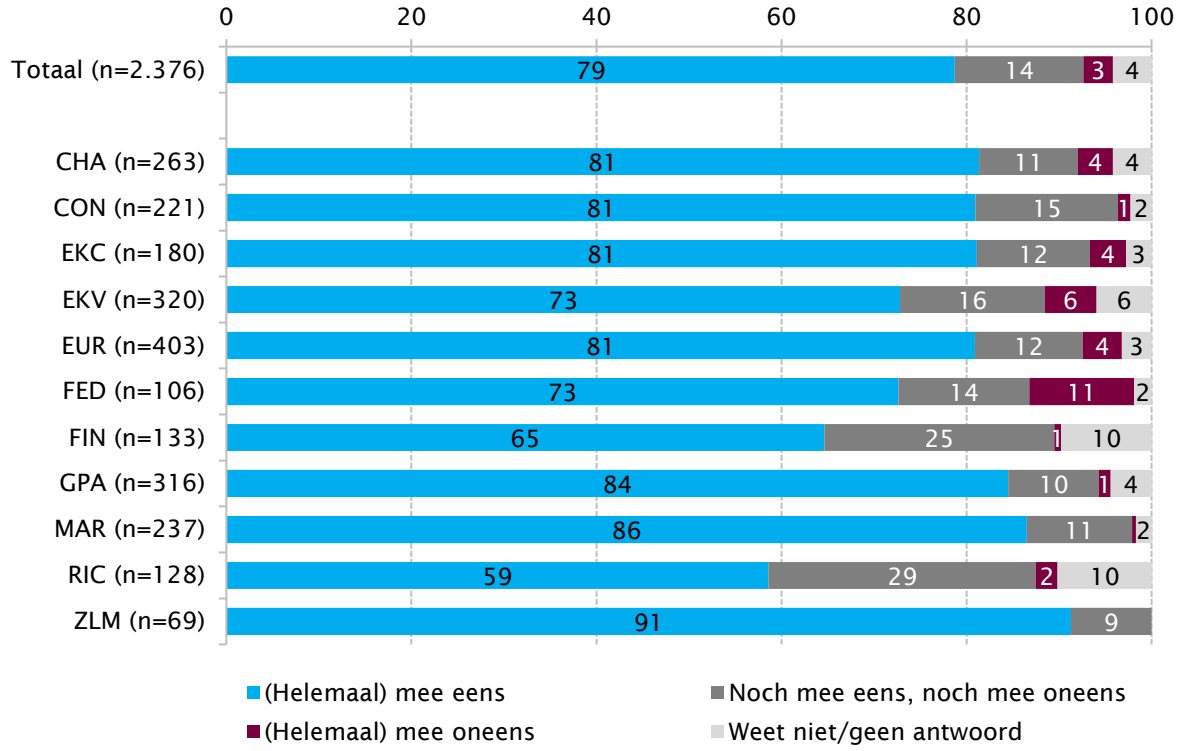
Figuur 2.16 'Ik ben er trots op dat dit evenement in Brabant plaatsvindt', volgens de Brabantse bezoekers, totaal en per evenement (in procenten)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Acht op de tien bezoekers van Brabantse sportevenementen (79%) ervoeren gastvrijheid tijdens het bezoek aan het evenement (figuur 2.17). Bij de Ster ZLM Toer, slotetappe Oss 2017 ervoeren de meeste bezoekers gastvrijheid tijdens het evenement (91%) en tijdens de RICOH Open 2017 de minste bezoekers (59%).

Figuur 2.17 'Ik ervaar in {gemeente} gastvrijheid tijdens mijn bezoek aan dit evenement', volgens de bezoekers, totaal en per evenement (in procenten)

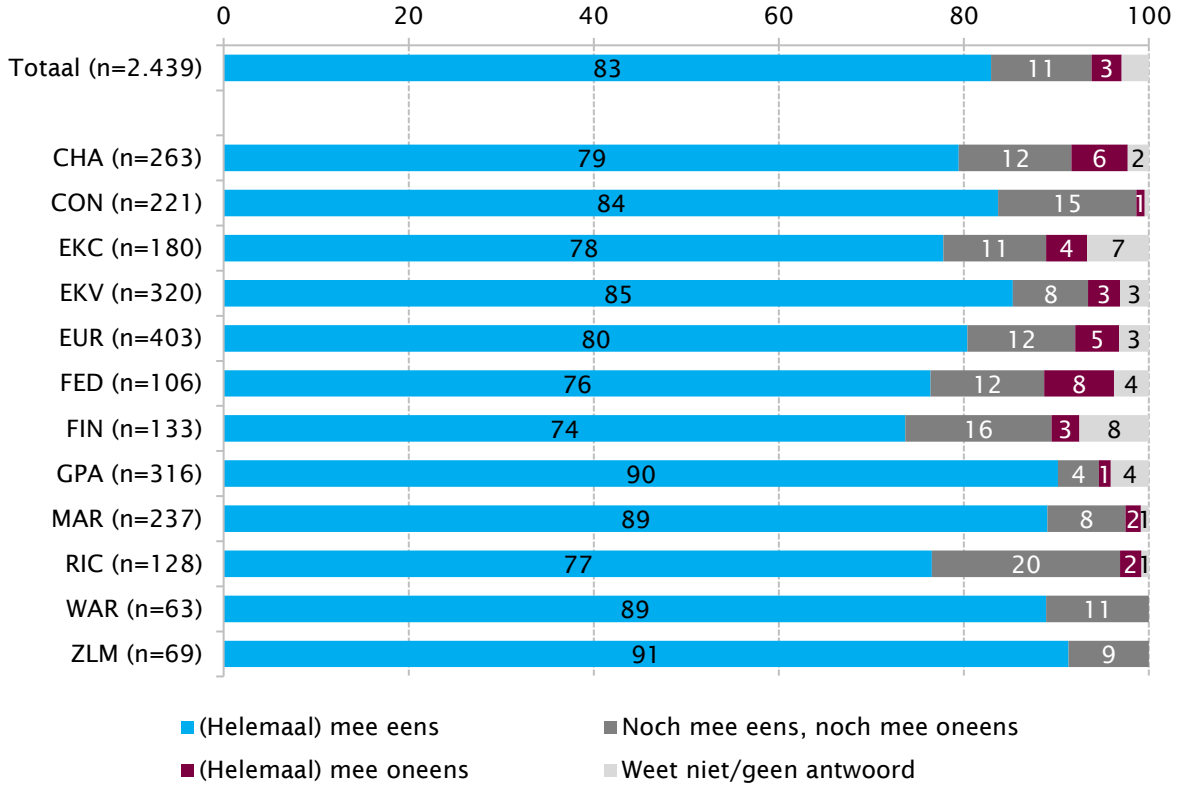


Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

2.6 Imago

83 procent van de Brabantse bezoekers van de sportevenementen in Brabant vond dat het evenement bijdroeg aan een positief imago van Brabant (figuur 2.18). De bezoekers van de Ster ZLM Toer, slotetappe Oss 2017 waren het het meest eens met deze stelling (91%) en de bezoekers van de FINA/Airweave Swimming World Cup 2017 het minst (74%).

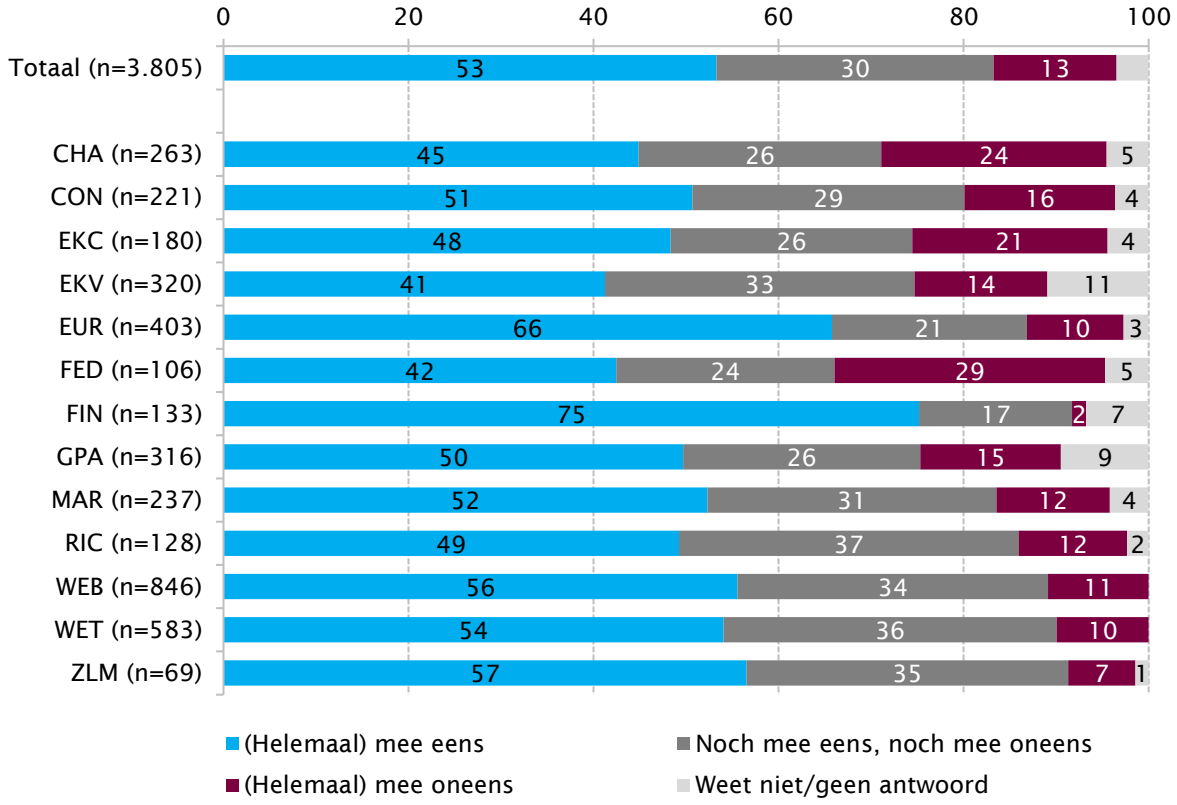
Figuur 2.18 'Dit evenement draagt bij aan een positief imago van Brabant', volgens de bezoekers die in Brabant wonen, totaal en per evenement (in procenten)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Iets meer dan de helft van de bezoekers van Brabantse sportevenementen (53%) vond het evenement waar zij waren innovatief of vernieuwend (figuur 2.19). De bezoekers van de FINA/Airweave Swimming World Cup 2017 waren het het meest eens met deze stelling (75%) en de bezoekers van het EK Veldrijden 2018 het minst (41%).

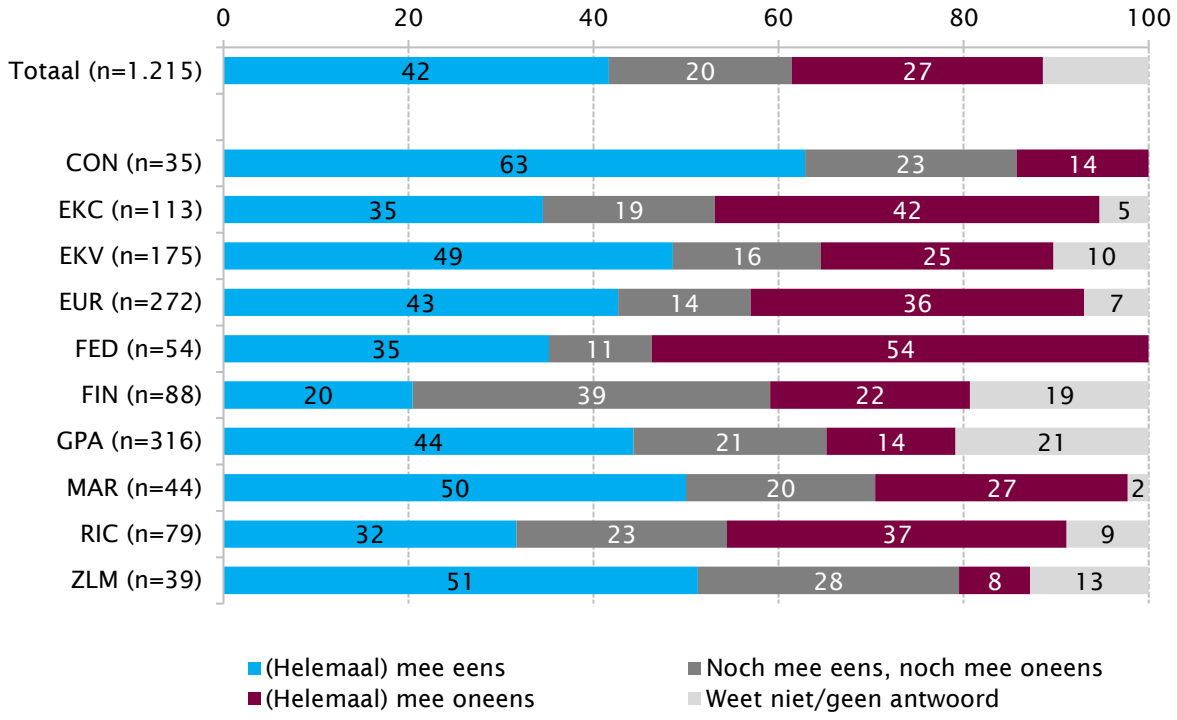
Figuur 2.19 'Dit evenement is innovatief of vernieuwend', volgens de bezoekers, totaal en per evenement (in procenten)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Van de niet-Brabantse bezoekers gaf 42 procent aan dat zij Brabant binnen een jaar minstens nog een keer zouden bezoeken (figuur 2.20). De niet-Brabantse bezoekers van het Concours Hippique Mierlo 2019 waren het het vaakst eens met deze stelling (63%) en de niet-Brabantse bezoekers van de FINA/Airweave Swimming World Cup 2017 het minst (20%).

Figuur 2.20 'Dit evenement draagt eraan bij dat ik Brabant binnen een jaar minstens nog een keer bezoek', volgens de bezoekers die niet in Brabant wonen, totaal en per evenement (in procenten)

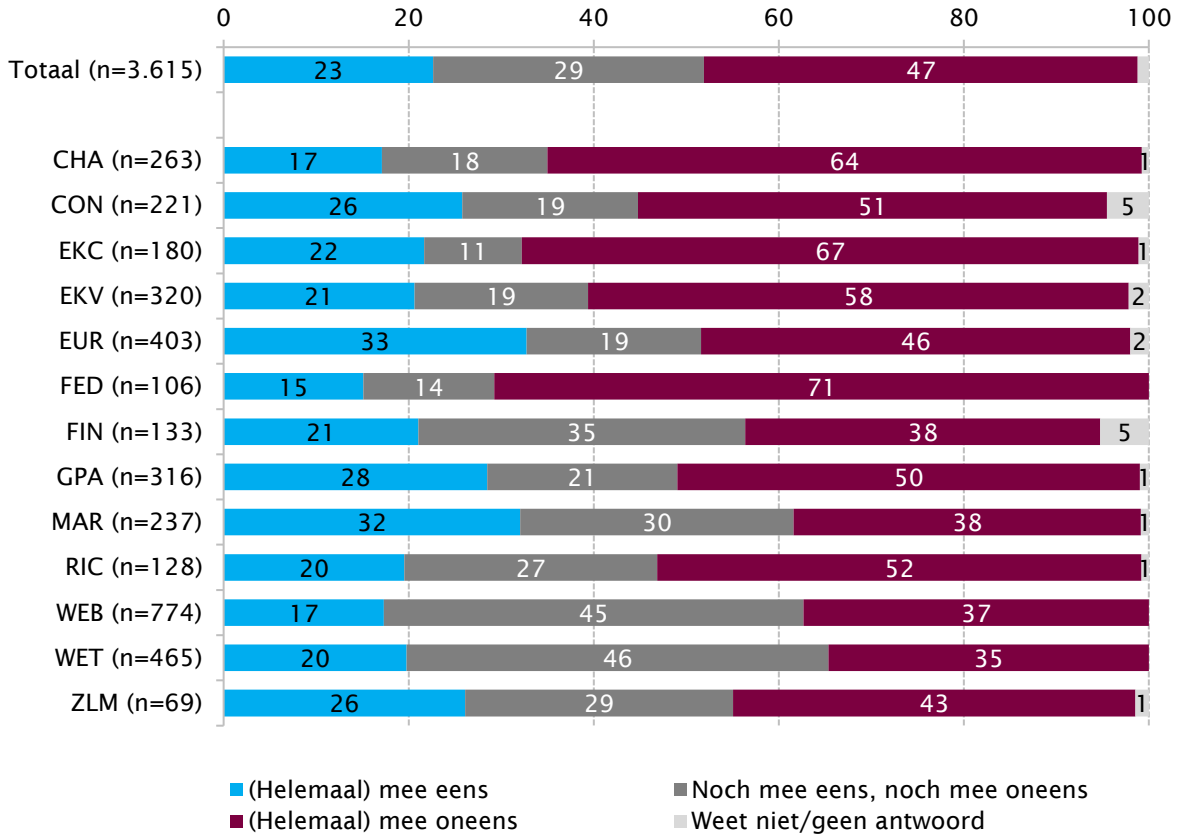


Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

2.7 Bewegen

Bijna een kwart van de bezoekers van Brabantse sportevenementen (23%) gaf aan door het bezoek aan het evenement meer te zijn gaan nadenken over het belang van voldoende bewegen in het dagelijks leven (figuur 2.21). De bezoekers van de Euro Hockey League 2017 zijn het het meest eens met deze stelling (33%) en bezoekers van de Fed Cup 2019 het minst (15%).

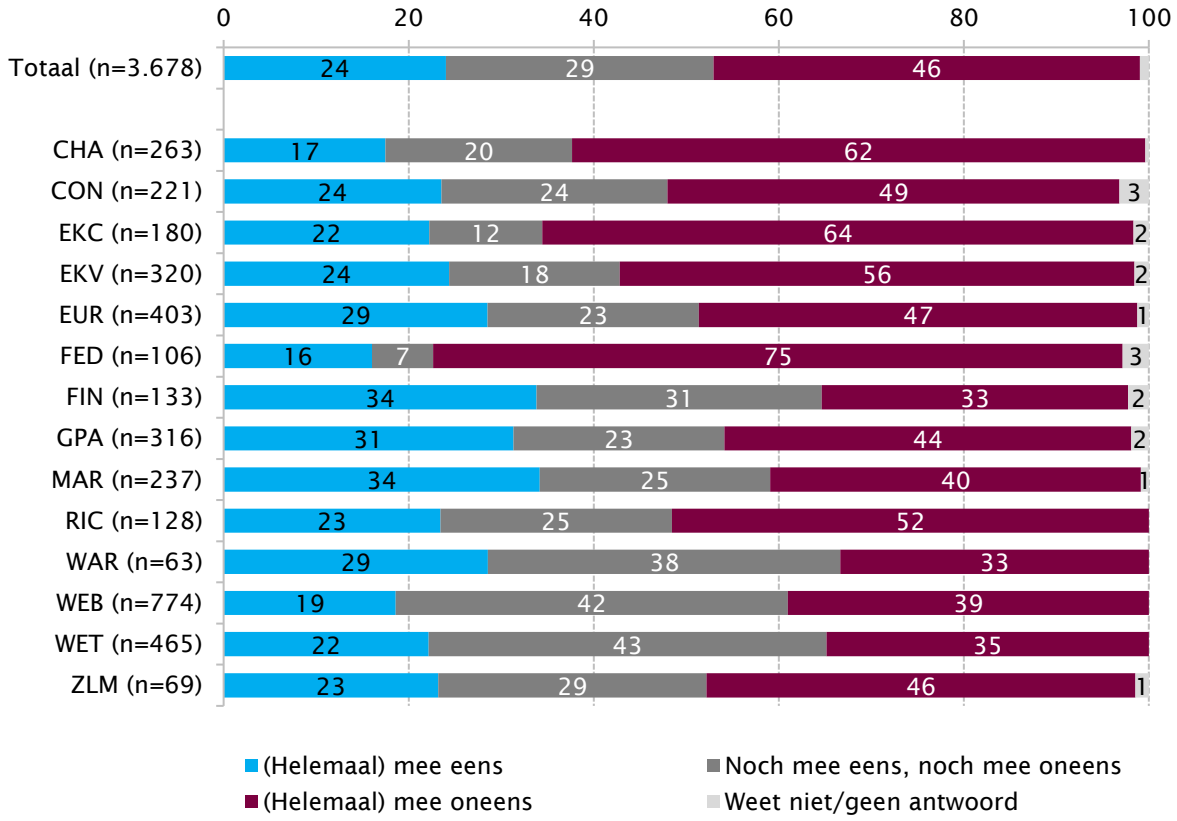
Figuur 2.21 'Door het bezoek aan dit evenement ben ik meer gaan nadenken over het belang van voldoende bewegen in het dagelijks leven', volgens de bezoekers, totaal en per evenement (in procenten)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Eveneens bijna een kwart van de bezoekers van Brabantse sportevenementen (24%) gaf aan zich naar aanleiding van het bezoek aan het evenement aangemoedigd te voelen om (meer) te gaan bewegen of sporten (figuur 2.22). De bezoekers van de Marathon Eindhoven 2017 zijn het het meest eens met deze stelling (34%) en bezoekers van de Fed Cup 2019 het minst (16%).

Figuur 2.22 'Naar aanleiding van het bezoek aan dit evenement voel ik me aangemoedigd om (meer) te gaan bewegen of sporten', volgens de bezoekers, totaal en per evenement (in procenten)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

2.8 Conclusie

Ruim de helft van de bezoekers van Brabantse sportevenementen was man. De bezoekers waren gemiddeld 43 jaar en 59 procent van de bezoekers was hoogopgeleid (hbo of wo). 43 procent van de bezoekers kwam uit de provincie Brabant en de gemiddelde reisafstand naar het sportevenement was 47,9 kilometer. De Brabantse sportevenementen werden door de bezoekers gewaardeerd met het gemiddeld rapportcijfer 8. 60 procent van alle bezoekers kon worden aangemerkt als additioneel. Dat betekent dat de bestedingen van deze bezoekers zonder het sportevenement niet binnen de gastgemeente waren gedaan. De RICOH Open 2019 heeft van de vijftien sportevenementen in Brabant de hoogste economische impact (bezoekers en organisatie) voor de gastgemeente opgeleverd.

3. Bezoekers sportevenementen nader belicht

In het vorige hoofdstuk zijn resultaten van analyses van twee variabelen geschetst (bivariate analyses). Om een verdiepend en scherper beeld te krijgen worden de gegevens van de verschillende evenementen nu gecombineerd. Om te achterhalen welke kenmerken bijdragen aan het wel of niet behalen van de provinciale beleidsdoelen is gekeken in welke mate kenmerken van bezoekers die op eigen initiatief een evenement bezochten en evenementenkenmerken samenhangen met de vier provinciale beleidsdoelen. Daarnaast is door middel van een clusteranalyse in beeld gebracht welke bezoekersprofielen gemaakt kunnen worden op basis van de stellingen en vragen over drie van de vier beleidsdoelen.[4] Vervolgens is gekeken in hoeverre deze typen bezoekers aanwezig waren bij de vijftien sportevenementen. Zodoende worden in dit hoofdstuk de antwoorden op de tweede en derde onderzoeksvraag gegeven.

3.1 Bezoekerskenmerken

Analyse

Voor de vier beleidsdoelen is gekeken in hoeverre deze samenhangen met de volgende persoonskenmerken: leeftijd (in drie categorieën, met de categorie 18-29 jaar als referentiecategorie[5]), geslacht (referentiecategorie man), opleiding (in twee categorieën, met de categorie lagere opleiding als referentie), reisafstand naar het evenement (in twee categorieën, met de categorie relatief korte reisafstand als referentie), oordeel over het evenement (rapportcijfer van 0 tot 10) en sportgedrag (in drie categorieën, met de categorie niet sporten als referentie).

Bestedingen

De uitgaven van bezoekers die op eigen initiatief een evenementen bezochten liepen uiteen van 0 euro tot 800 euro per dag (zie ook hoofdstuk 2). Hoeveel iemand uitgeeft op een dag is niet afhankelijk van leeftijd, geslacht of opleiding. Wel hangt het uitgavenpatroon sterk samen met de reisafstand. Wanneer bezoekers verder hebben moeten reizen (>30 km) naar het evenement, is de kans dat zij meer dan 20 euro uitgaven bijna twee keer zo groot als bij mensen die minder ver moesten reizen (tabel 3.1).

[4] Het beleidsdoel over bestedingen bestaat uit slechts één variabele (uitgave per persoon per dag), waardoor voor dit beleidsdoel geen clusteranalyse is uitgevoerd.

[5] Een referentiecategorie is de categorie waarmee de andere categorieën vergeleken worden. Het beschreven effect (de odds ratio) is hierdoor altijd te interpreteren als het effect voor de betreffende categorie ten opzichte van de referentiecategorie.

Tabel 3.1 Relatie tussen persoonskenmerken en de hoogte van de besteding van bezoekers op de dag van een evenement

Kenmerk/thema	Odds ratio (betrouwbaarheidsinterval 95%) **Besteding**
Leeftijd	
18-29 jaar (ref)	-
30-50 jaar	1,1 (0.8 – 1.3)
51 jaar en ouder	0.9 (0.7 – 1.1)
Geslacht (ref man)	0.9 (0.8 – 1.1)
Opleiding (ref lage opleiding)	0.9 (0.8 – 1.1)
Reisafstand (ref ≤30 km)	1.6 (1.3 – 1.9)**
Oordeel	1.0 (0.9 – 1.1)
Sportfrequentie	
0 (ref)	-
1-2 keer per week	1.0 (0.7 – 1.5)
3 keer per week of meer	1.1 (0.8 – 1.6)

Ref: referentiecategorie
* $p < 0.05$
** $p < 0.001$

Verbondenheid

Bezoekers reageerden op de stelling 'Ik ervaar een gevoel van saamhorigheid onder de bezoekers van het evenement' (vijfpunts-schaal). Bijna zes op de zeven bezoekers gaven aan het (helemaal) eens te zijn met deze stelling. Dit hing samen met de leeftijd van de bezoeker. Jongeren (18-29 jaar) waren het er minder vaak mee eens dan de 30-50-jarigen en de groep van 51 jaar en ouder. Ook ervoeren bezoekers die het evenement een hoge beoordeling gaven vaker een gevoel van saamhorigheid dan bezoekers die een lagere beoordeling gaven.

Ruim 75 procent van de bezoekers was het (helemaal) eens met de stelling 'Tijdens het evenement heb ik prettig contact gehad met personen die niet tot mijn gezelschap behoorden'. Deze verbondenheid was met name zichtbaar in de leeftijdsgroep 30-50 jaar. Voor jongeren (18-29 jaar) was de kans het kleinst dat ze het eens waren met de stelling. Daarnaast was duidelijk te zien dat er een sterke positieve samenhang bestond tussen de beoordeling van het evenement en de kans dat iemand het eens was met de stelling. Ten slotte hing ook het eigen sportgedrag samen met de stelling. Hoe vaker iemand zelf sportte, hoe groter de kans dat hij of zij prettig contact had gehad met personen die niet tot zijn of haar gezelschap behoorden.

Bezoekers die woonachtig zijn in Brabant kregen deze stelling voorgelegd: 'Ik ben er trots op dat het evenement in Brabant plaatsvindt'. Drie kwart van alle Brabantse bezoekers was het hiermee eens. Dit percentage was onder de groep van 51 jaar en ouder het hoogst. Daarnaast hing de beoordeling van het evenement sterk samen met de mate van trots. Hoe hoger de beoordeling, hoe groter de kans dat iemand trots was dat het evenement in Brabant plaatsvond. Hoewel alle bezoekers die deze stelling hebben beantwoord in Brabant woonden, hing de reisafstand duidelijk samen met de mate van trots. Wanneer het evenement dicht bij huis plaatsvond (<30 km) was de kans bijna drie keer zo groot dat men trots ervoer dat het evenement in Brabant plaatsvond dan wanneer het evenement verder weg was.

De mate van gastvrijheid die bezoekers ervoeren hangt samen de beoordeling van het evenement. Hoe positiever het evenement beoordeeld werd, hoe groter de kans dat iemand gastvrijheid in de gemeente

van het evenement had ervaren. De resultaten van de analyses binnen het thema verbondenheid staan beschreven in tabel 3.2.

Tabel 3.2 Relatie tussen persoonskenmerken en de ervaren verbondenheid volgens bezoekers van een evenement

	Odds ratio (betrouwbaarheidsinterval 95%)			
Kenmerk	**Saamhorigheid**	**Contact**	**Trots**	**Gastvrijheid**
Leeftijd				
18-29 jaar (ref)	-	-	-	-
30-50 jaar	1.5 (1.1 – 2.0)*	1.4 (1.1 – 1.7)*	0.9 (0.7 – 1.3)	0.8 (0.6 – 1.1)
51 jaar en ouder	1.3 (0.9 – 1.7)	1.1 (0.9 – 1.4)	1.8 (1.3 – 2.5)**	0.8 (0.6 – 1.2)
Geslacht (ref man)	1.0 (0.8 – 1.2)	1.0 (0.8 – 1.2)	1.2 (0.9 – 1.5)	0.9 (0.7 – 1.1)
Opleiding (ref lage opleiding)	0.7 (0.6 – 0.9)*	1.1 (0.9 – 1.3)	1.0 (0.8 – 1.3)	0.9 (0.7 – 1.1)
Reisafstand (ref ≤30 km)	0.9 (0.7 – 1.2)	1.1 (0.9 – 1.4)	0.4 (0.3 – 0.5)**	0.7 (0.6 – 0.9)*
Oordeel	1.8 (1.6 – 2.0)**	1.3 (1.2 – 1.4)**	1.4 (1.3 – 1.6)**	1.4 (1.3 – 1.6)**
Sportfrequentie				
0 (ref)	-	-	-	-
1-2 keer per week	0.8 (0.5 – 1.3)	1.4 (1.0 – 2.0)	1.0 (0.6 – 1.6)	1.0 (0.7 – 1.5)
3 keer per week of meer	1.0 (0.6 – 1.6)	1.5 (1.1 – 2.2)*	1.2 (0.7 – 2.0)	1.1 (0.8 – 1.7)

Ref: referentiecategorie
* $p<0.05$
** $p<0.001$

Imago

Voor bezoekers die een korte reisafstand hadden naar het evenement was de kans dat ze het eens waren met de stelling 'Het evenement draagt bij aan een positief imago van Brabant' drie keer zo groot als voor mensen die langer moesten reizen. Daarnaast was te zien dat mensen het er vaker mee eens waren wanneer zij het evenement een hogere beoordeling gaven.

Ongeveer één op de twee bezoekers vond het bezochte evenement innovatief of vernieuwend. In hoeverre men het eens was met deze stelling hing samen met de beoordeling van het evenement: hoe hoger de beoordeling, hoe groter de kans dat een evenement als innovatief of vernieuwend werd gezien.
Aan bezoekers die niet in Brabant wonen is de volgende stelling voorgelegd: 'Het evenement draagt eraan bij dat ik Brabant binnen een jaar minstens nog een keer bezoek'. Of het evenement volgens de bezoeker bijdraagt aan een herhaalbezoek aan Brabant hing niet af van de beoordeling van het evenement. De resultaten van de analyses binnen het thema imago staan beschreven in tabel 3.3.

Tabel 3.3 Relatie tussen persoonskenmerken en het effect van evenementen op het imago van Brabant volgens bezoekers van een evenement

	Odds ratio (betrouwbaarheidsinterval 95%)		
Kenmerk/Thema	**Imago**	**Innovatief**	**Herhaalbezoek**
Leeftijd			
18-29 jaar (ref)	-	-	-
30-50 jaar	0.7 (0.5 – 0.9)*	0.8 (0.7 – 1.0)*	0.8 (0.6 – 1.2)
51 jaar en ouder	1.0 (0.7 – 1.4)	1.0 (0.8 – 1.2)	1.1 (0.8 – 1.6)
Geslacht (ref man)	0.9 (0.7 – 1.1)	1.0 (0.8 – 1.2)	0.8 (0.6 – 1.1)
Opleiding (ref lage opleiding)	0.9 (0.7 – 1.1)	0.9 (0.7 – 1.0)	0.9 (0.7 – 1.7)
Reisafstand (ref ≤30 km)	0.3 (0.2 – 0.4)**	0.7 (0.6 – 0.9)*	0.6 (0.4 – 0.9)*
Oordeel	1.4 (1.4 – 1.5)**	1.6 (1.5 – 1.7)**	1.1 (1.0 – 1.3)
Sportfrequentie			
0 (ref)	-	-	-
1-2 keer per week	0.8 (0.5 – 1.3)	0.9 (0.7 – 1.3)	0.6 (0.4 – 0.9)*
3 keer per week of meer	0.8 (0.5 – 1.3)	1.2 (0.8 – 1.6)	0.7 (0.4 – 1.1)

Ref: referentiecategorie

* $p<0.05$

** $p<0.001$

Bewegen

De bezoekers is gevraagd of zij door het bezoeken van het evenement meer zijn gaan nadenken over het belang van voldoende bewegen in het dagelijks leven. Dit was bij jongeren (18-29 jaar) duidelijk vaker het geval dan bij de groepen oudere bezoekers (30-50 jaar en 51 jaar en ouder). Daarnaast bleek dat bij mensen met een lagere opleiding de kans groter was dat zij door het evenement meer zijn gaan nadenken over het belang van voldoende bewegen in het dagelijks leven dan bij mensen met een hoge opleiding. De hoogte van de beoordeling van het evenement hangt hiermee samen: hoe hoger het gegeven rapportcijfer, hoe groter de kans dat iemand door het evenement meer is gaan nadenken over het belang van voldoende bewegen in het dagelijks leven. Tot slot is het eigen sportgedrag hierin van belang: bezoekers die al regelmatig of vaak sporten geven vaker aan dat zij door het evenement over het belang van bewegen zijn gaan nadenken dan mensen die niet sporten.

De bezoekers kregen de vraag of men zich door het evenement voelt aangemoedigd om (meer) te gaan bewegen of sporten. In hoeverre men het bezoek als aanmoediging ervoer hangt sterk af van de leeftijd van de bezoeker: hoe jonger de bezoeker, hoe groter de kans dat hij of zij zich door het evenement voelde aangemoedigd om (meer) te gaan bewegen of sporten. De aanmoedigende werking van het bezoeken van een evenement op het eigen sport- of beweeggedrag hangt samen met het opleidingsniveau. Mensen met een lagere opleiding hadden een grotere kans dat ze zich door het evenement voelden aangemoedigd om (meer) te gaan bewegen of sporten dan mensen met een hoge opleiding. Na correctie voor het eigen sportgedrag bleef dit effect bestaan. Tot slot was voor deze vraag te zien dat hoe hoger iemand het evenement beoordeelde, hoe groter de kans dat hij of zij zich door het evenement voelde aangemoedigd om (meer) te gaan bewegen of sporten. De resultaten van de analyses binnen het thema bewegen staan beschreven in tabel 3.4.

Tabel 3.4 Relatie tussen persoonskenmerken en het effect van evenementen op het beweeggedrag volgens bezoekers van een evenement

	Odds ratio (betrouwbaarheidsinterval 95%)	
Kenmerk/Thema	**Belang van bewegen**	**Aanmoediging voor bewegen**
Leeftijd		
18-29 jaar (ref)	-	-
30-50 jaar	0.7 (0.6 – 0.9)*	0.6 (0.5 – 0.7)**
51 jaar en ouder	0.8 (0.6 – 0.9)*	0.5 (0.4 – 0.6)**
Geslacht (ref man)	1.2 (1.0 – 1.4)*	1.2 (1.0 – 1.4)
Opleiding (ref lage opleiding)	0.7 (0.6 – 0.9) **	0.84 (0.7 – 1.0) *
Reisafstand (ref ≤30 km)	0.9 (0.7 – 1.1)	1.18 (0.95 – 1.5)
Oordeel	1.3 (1.2 – 1.4)**	1.3 (1.2 – 1.4)**
Sportfrequentie		
0 (ref)	-	-
1-2 keer per week	1.6 (1.1 – 2.5)*	1.4 (0.9 – 2.0)
3 keer per week of meer	1.6 (1.0 – 2.4)*	1.4 (0.9 – 2.0)

Ref: referentiecategorie
* p<0.05
** p<0.001

3.2 Evenementenkenmerken

Analyse

Naast de persoonskenmerken is op dezelfde wijze gekeken naar twee kenmerken van de sportevenementen, namelijk het succes van Nederlandse topsporters (gedefinieerd door wel of niet behalen van een podiumplaats door een Nederlandse deelnemer) en de mate van regenval op de dag van het evenement in millimeter per dag.

Bestedingen

De hoeveelheid regen die viel op de dag van het evenement hangt samen met het bedrag dat werd uitgegeven op de dag van het evenement. Hierbij geldt: hoe meer regen, hoe kleiner de kans dat iemand meer dan 20 euro uitgaf (zie tabel 3.5). De hoogte van de besteding hing niet samen met Nederlands topsportsucces op het evenement.

Tabel 3.5 Relatie tussen evenementenkenmerken en de hoogte van de besteding van bezoekers op de dag van een evenement

	Odds ratio (betrouwbaarheidsinterval 95%)
Kenmerk/thema	**Besteding**
Nederlands succes	1.6 (0.6 – 3.9)
Regenval (mm/dag)	0.97 (0.94 – 0.99)*

Ref: referentiecategorie
* p<0.05
** p<0.001

Verbondenheid

Nederlands topsportsucces op een evenement draagt positief bij aan de mate van saamhorigheid die bezoekers ervoeren en in hoeverre men contact had met andere bezoekers. Ook regenval draagt hieraan

bij. Wanneer meer regen viel op de dag van een evenement, is de kans groter dat bezoekers contact hebben gehad met andere bezoekers. Daarentegen was er geen samenhang tussen Nederlands succes en de mate van trots of gastvrijheid die bezoekers ervoeren (tabel 3.6).

Tabel 3.6 Relatie tussen evenementenkenmerken en de ervaren verbondenheid volgens bezoekers van een evenement

	Odds ratio (betrouwbaarheidsinterval 95%)			
Kenmerk	**Saamhorigheid**	**Contact**	**Trots**	**Gastvrijheid**
Nederlands succes (ref nee)	2.5 (1.4 – 4.6)*	1.5 (1.0 – 2.4)*	0.6 (0.3 – 1.4)	1.1 (0.5 – 2.6)
Regenval (mm/dag)	1.01 (0.97 – 1.06)	1.02 (1.00 – 1.05)*	0.97 (0.90 – 1.03)	1.04 (0.98 – 1.10)

Ref: referentiecategorie
* p<0.05
** p<0.001

Imago

Wanneer gekeken wordt naar het imago van Brabant, is te zien dat de mate waarin bezoekers vonden dat het evenement bijdroeg aan een positief imago van Brabant niet samenhing met het succes van Nederlandse deelnemers (zie tabel 3.7). Ook de kans op het opnieuw bezoeken van Brabant na het bezoeken van een evenement hing niet samen met Nederlands succes of regenval op de dag van het evenement.

Tabel 3.7 Relatie tussen evenementenkenmerken en het effect van evenementen op het imago van Brabant volgens bezoekers van een evenement

	Odds ratio (betrouwbaarheidsinterval 95%)		
Kenmerk/Thema	**Imago**	**Innovatief**	**Herhaalbezoek**
Nederlands succes (ref nee)	0.9 (0.5 – 1.6)	1.1 (0.7 – 1.9)	0.8 (0.5 – 1.7)
Regenval (mm/dag)	1.02 (0.97 – 1.07)	1.01 (0.99 – 1.03)	0.99 (0.95 – 1.04)

Ref: referentiecategorie
* p<0.05
** p<0.001

Bewegen

Het effect van het evenement op hoe iemand denkt over het belang van bewegen of op de intentie om zelf te gaan sporten of bewegen, hangt niet af van Nederlands topsportsucces of regenval (tabel 3.8).

Tabel 3.8 Relatie tussen evenementenkenmerken en het effect van evenementen op het beweeggedrag volgens bezoekers van een evenement

	Odds ratio (betrouwbaarheidsinterval 95%)	
Kenmerk/Thema	**Belang van bewegen**	**Aanmoediging voor bewegen**
Nederlands succes (ref nee)	0.9 (0.6 – 1.4)	0.9 (0.6 – 1.4)
Regenval (mm/dag)	1.0 (0.99 – 1.03)	1.02 (0.99 – 1.04)

Ratio, ref: referentiecategorie
* p<0.05
** p<0.001

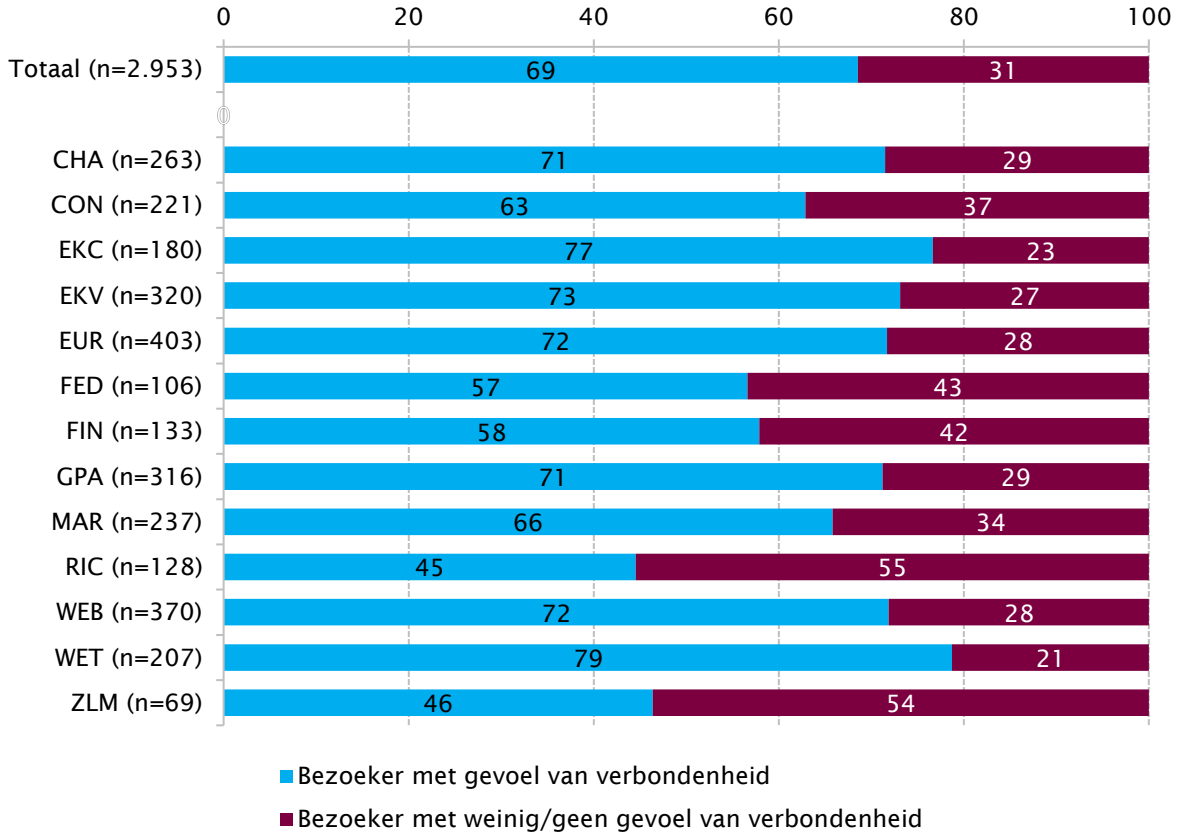
3.3 Bezoekersprofielen

Om vast te kunnen stellen of binnen de gehele groep evenementenbezoekers specifieke profielen te vormen zijn, is op basis van de stellingen over drie beleidsdoelen (verbondenheid, imago en bewegen) een clusteranalyse uitgevoerd.

Verbondenheid

In de clusteranalyse op het thema verbondenheid zijn twee van de vier stellingen meegenomen (saamhorigheid en prettig contact met anderen), omdat de stelling over trots alleen aan Brabanders was gesteld en de stelling over gastvrijheid niet bij de WEURO in Breda en Tilburg was gesteld. Uit deze analyse zijn twee bezoekersprofielen naar voren gekomen: bezoekers die tijdens het sportevenement een gevoel van verbondenheid hebben ervaren (69%) en bezoekers die dit gevoel weinig tot niet ervoeren (31%). De profielen verschilden niet in leeftijd of geslacht. Bezoekers met een gevoel van verbondenheid sporten zelf vaker en gaven het evenement een hogere beoordeling dan bezoekers met weinig of geen gevoel van verbondenheid. De groep bezoekers met een gevoel van verbondenheid was het grootst bij het WEURO 2017 in Tilburg (79%) en het kleinst bij RICOH Open 2017 (45%) en de Ster ZLM Toer, slotetappe Oss 2017 (46%; zie figuur 3.1).

Figuur 3.1 Bezoekers met een gevoel van verbondenheid tijdens het evenement en bezoekers met weinig/geen gevoel van verbondenheid, totaal en per evenement (in procenten)



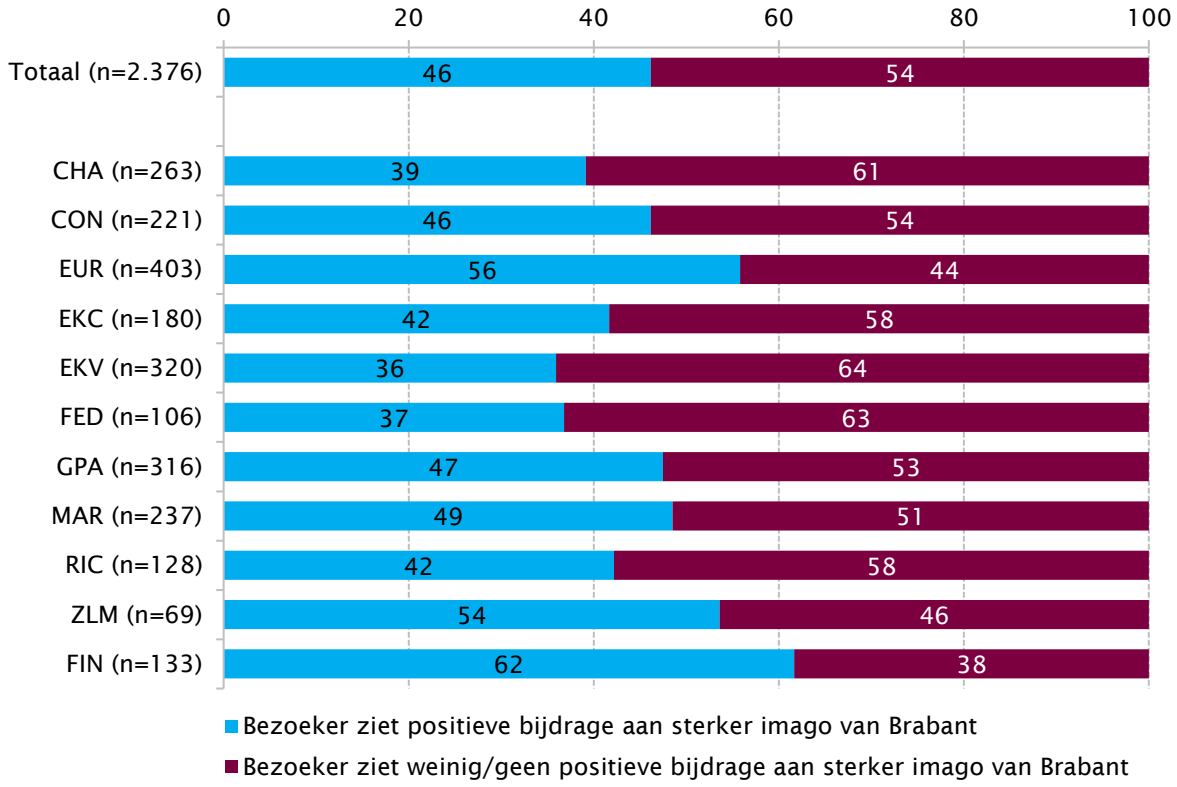
Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Imago

Bij de clusteranalyse van het concept imago kwamen twee profielen naar voren: bezoekers die vonden dat het sportevenement een positieve bijdrage heeft geleverd aan een sterker imago van Brabant (46%) en bezoekers die vonden dat deze positieve bijdrage er weinig tot niet is (54%; zie figuur 3.2). De profielen

verschilden niet in leeftijd of geslacht. De groep bezoekers die het evenement als een positieve bijdrage aan het imago van Brabant zagen gaven het evenement een hogere beoordeling. Deze groep was het grootst bij de FINA/Airweave Swimming World Cup 2017 (62%) en het kleinst bij het EK Veldrijden 2018 (36%).

Figuur 3.2 Bezoekers die het evenement als een positieve bijdrage zien aan een sterker imago van Brabant en bezoekers die dat weinig of niet zien, totaal en per evenement (in procenten)

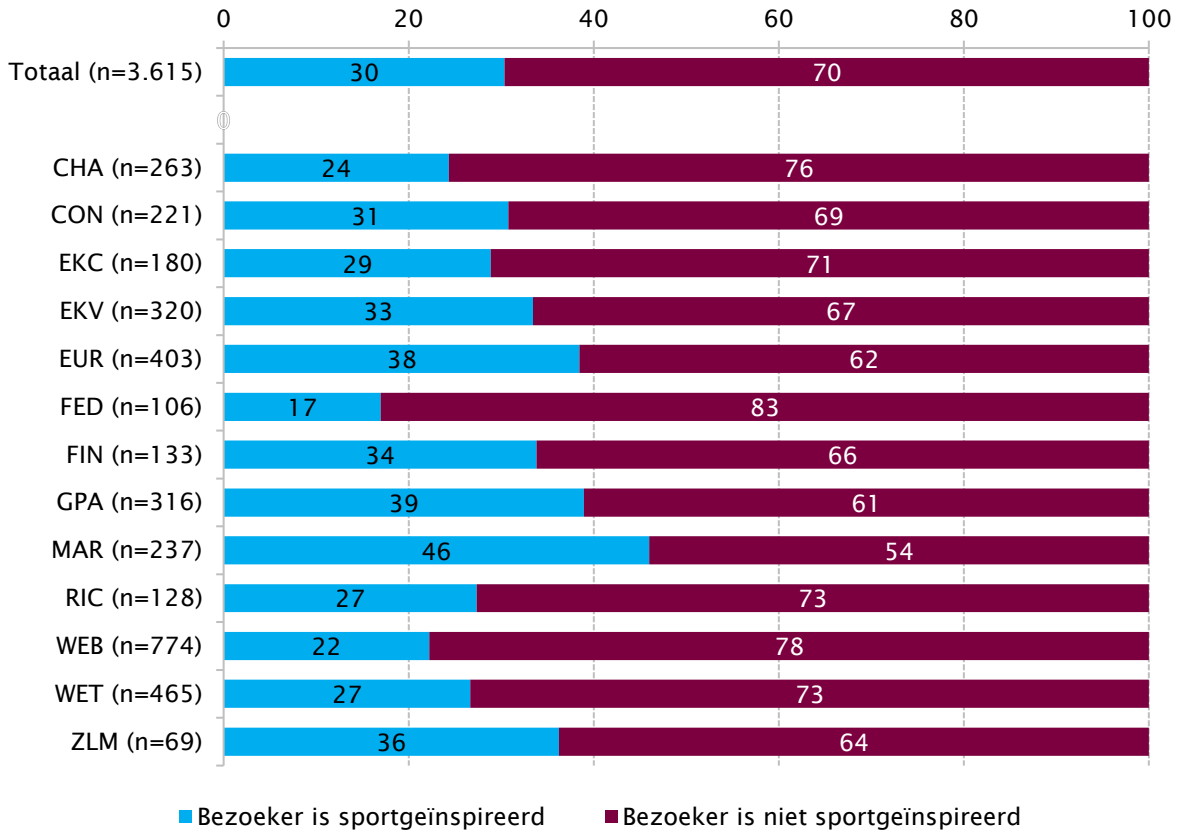


Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Bewegen

De derde analyse is uitgevoerd op het concept bewegen en daarbij zijn beide stellingen meegenomen. Wederom werden er twee profielen van bezoekers gevonden: de bezoekers die door het sportevenement werden geïnspireerd (30%) en bezoekers die dat niet werden (70%; zie figuur 3.3). Bezoekers die door het evenement zijn geïnspireerd zijn bezoekers die zowel meer zijn gaan nadenken over het belang van voldoende bewegen in het dagelijks leven als zich aangemoedigd voelden om (meer) te gaan bewegen of sporten. De door sport geïnspireerde bezoekers waren vaker vrouw, waren vaker lageropgeleid en beoordeelden het evenement hoger dan de bezoekers die niet of minder door sport zijn geïnspireerd. Het eigen sportgedrag verschilde niet tussen de twee profielen. De groep geïnspireerde bezoekers was het grootst bij de Marathon Eindhoven 2017 (46%) en het kleinst bij de Fed Cup 2019 (17%).

Figuur 3.3 Bezoekers die zijn geïnspireerd om (meer) te bewegen door het evenement en bezoekers die dat niet zijn, totaal en per evenement (in procenten)



Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

3.4 Conclusie

Uit de analyses van de samengevoegde data van alle evenementen blijkt dat de hoeveelheid geld die een bezoeker uitgeeft tijdens een evenement enkel samenhangt met hoe ver iemand moest reizen naar het evenement. Wanneer bezoekers van ver komen om het evenement te bezoeken, is de kans groter dat ze relatief veel geld uitgeven. De mate van verbondenheid hing sterk samen met de beoordeling die een bezoeker gaf aan het evenement. Wanneer bezoekers een positief oordeel over het evenement velden, ervoeren zij duidelijk een hogere mate van verbondenheid. Ook leeftijd speelt hierbij een rol: de mate van verbondenheid was doorgaans lager bij bezoekers jonger dan 30 jaar. De impact van een evenement op het imago van Brabant hing samen met de beoordeling van het evenement, waarbij mensen die een hoger cijfer gaven een hogere mate van trots ervoeren. Opvallend was dat ook de reisafstand van de bezoeker daarmee samenhing. Wanneer bezoekers naar een evenement dicht bij huis gingen, waren zij vaker van mening dat het evenement positief bijdroeg aan het imago van Brabant.

Tot slot heeft het bezoeken van een evenement bij ongeveer één op de vier bezoekers effect op hoe zij denken over het belang van bewegen of hun eigen beweeggedrag. Dit positieve effect was vaker te zien bij jongere bezoekers (18-29 jaar), bezoekers met een lagere opleiding en bij bezoekers die zelf al regelmatig sportten.

Uit de clusteranalyse blijkt dat de grote meerderheid van de bezoekers verbondenheid ervoer, maar dat dit sterk verschilt tussen evenementen. Bij evenementen zoals WEURO 2017 in Tilburg en de EK Cross 2018 is duidelijk een hogere mate van verbondenheid te zien dan bij de RICOH Open 2017 of de Ster ZLM Toer, slotetappe Oss 2017. Uit deze analyse blijkt ook dat het inspirerende effect op het eigen beweeggedrag

bij alle evenementen zichtbaar is en relatief weinig verschilt tussen evenementen. Bij de evenementen GP Adrie van der Poel Hoogerheide 2017 en de Marathon Eindhoven 2017 was deze groep sportgeïnspireerde bezoekers het grootst.

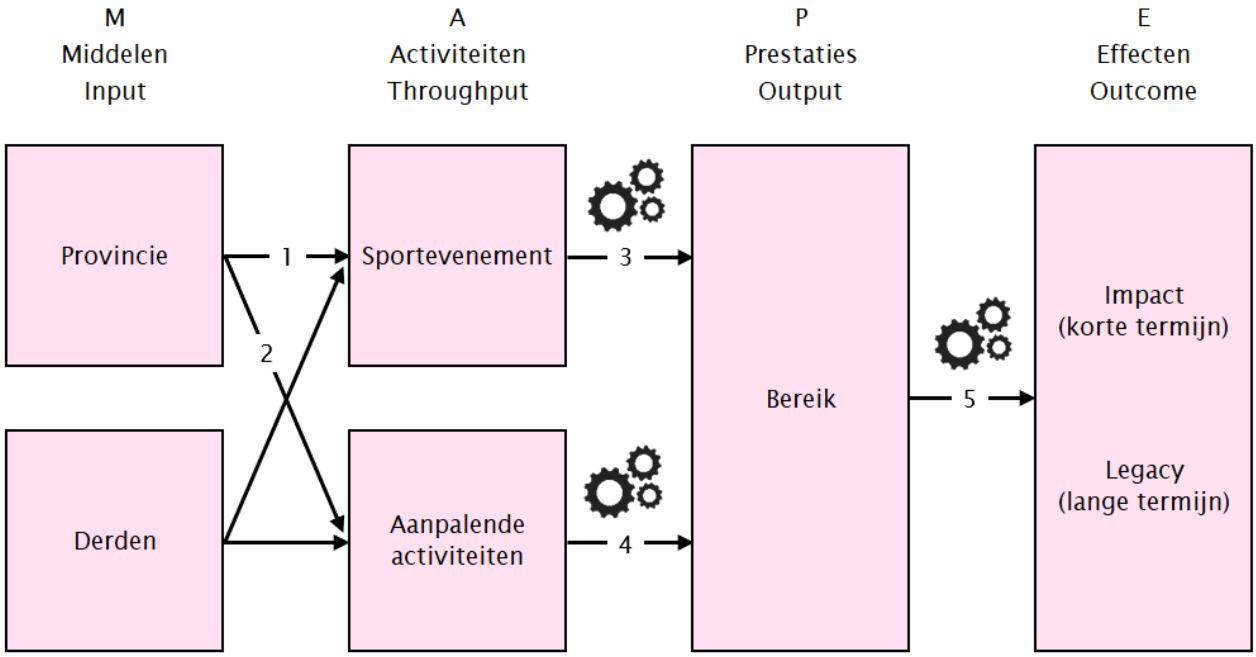
4. Mogelijkheden voor beleid en onderzoek

In het voorgaande hoofdstuk is beschreven wat de meest bepalende factoren zijn voor het realiseren van provinciale beleidsdoelen, voor zover deze betrekking hebben op de bezoekers van sportevenementen. In dit hoofdstuk wordt aangegeven in welke mate die bepalende factoren met provinciaal beleid te beïnvloeden zijn. Ook passeren mogelijke verbeterpunten voor onderzoek naar de effecten van sportevenementen de revue. Het is aan de provincie om binnen de financiële kaders eventueel keuzes te maken tussen de geschetste mogelijkheden. Op deze wijze worden de vierde en vijfde onderzoekvraag beantwoord.

4.1 Situering onderzoek

Om de mogelijke bijdrage van de resultaten van dit onderzoek aan het nieuwe provinciale beleid te kunnen schetsen is het eerst nodig om zicht te krijgen op de fasen in het beleidsproces en de situering van dit onderzoek daarbinnen. Het MAPE-raamwerk biedt hiervoor houvast. MAPE is de afkorting voor Middelen, Activiteiten, Prestaties en Effecten (Bouckaert & Auwers, 1999) (figuur 4.1).

Figuur 4.1 MAPE-model, toegepast op provinciale steun voor sportevenementen



Bron: Bouckaert & Auwers (1999). Bewerking: Mulier Instituut.

Middelen

Onder middelen vallen hier de investeringen van de provincie (al dan niet uitgegeven via taakorganisatie BrabantSport), in geld, personeel en/of natura. Die kunnen worden geïnvesteerd in het sportevenement (stap 1 in de figuur) en/of in aanpalende activiteiten (stap 2). In de praktijk betekent dit vaak dat bedrijven die de activiteiten organiseren worden gesubsidieerd of gesponsord.

In de beleidsperiode die in dit onderzoek onder de loep is genomen heeft de provincie gekozen voor financiële steun door middel van zowel subsidie als sponsoring (stap 1 in figuur 4.1). De selectie van een (financierings)instrument kan worden gemaakt op basis van rechtmatigheid (wettelijke mogelijkheden),

doeltreffendheid (effectief bereiken van doel), doelmatigheid (efficiënt bereiken van doel) en uitvoerbaarheid (praktisch haalbaar).

Wat betreft de sturing door de provincie is er het onderscheid tussen budgetsturing en prestatiesturing. Budgetsturing is het sturen op (financiële) middelen. Hierbij is het vooral van belang dat budgetten niet worden overschreden. Prestatiesturing is het sturen op resultaten (prestatie-indicatoren) door de uitvoerder (de organisatie die de middelen ontvangt). De sturingsvormen sluiten elkaar niet uit; ze kunnen ook aanvullend worden ingezet. De kans op een bijdrage aan het realiseren van doelen is met prestatiesturing vaak groter dan bij budgetsturing en verdient daarom (mits juridisch mogelijk) de voorkeur.

Activiteiten

Om effecten te bewerkstelligen worden activiteiten uitgevoerd. Dit zijn het sportevenement en eventuele aanpalende activiteiten, zoals een educatief programma of een breedtesportevenement naast een topsportevenement. Zoals gevisualiseerd in figuur 4.1 leiden beide tot prestaties (en effecten), wat wil zeggen dat die activiteiten een aantal personen bedienen of bereiken (zoals deelnemers, vrijwilligers en bezoekers).

Een cruciale stap in deze fase is de selectie van te ondersteunen sportevenementen en aanpalende activiteiten. In de beleidsperiode waarin de onderzoeken zijn uitgevoerd die in dit onderzoek centraal staan, hanteerde de provincie elf criteria.[6]

Prestaties

De grootte van de effecten van het sportevenement en de aanpalende activiteiten is afhankelijk van de prestaties (het bereik), zoals het aantal bezoekers aan een evenement, of het bereik op televisie of sociale media. Wat betreft volgers kan onderscheid worden gemaakt tussen live bezoekers en volgers via de media.

Het aantal personen dat met het sportevenement of met de aanpalende activiteiten wordt bereikt is afhankelijk van veel factoren, die kunnen worden onderverdeeld in factoren aan de aanbodkant (die horen bij de activiteit, zoals de prijs van een toegangskaartje), factoren aan de vraagkant (die horen bij de personen, zoals het vrij besteedbaar inkomen en de beschikbare vrije tijd) en factoren in de samenleving (zoals de economie en demografie).

Daarnaast zijn er mechanismen actief, in figuur 4.1 weergegeven met de drie radertjes. Mechanismen kunnen worden gezien als hefbomen die er verantwoordelijk voor zijn hoe en waarom een beleidsprogramma (op onderdelen) werkt om gewenste veranderingen tot stand te brengen in (de beweegredenen en) het gedrag van degenen op wie het beleid gericht is (Leeuw & Mevissen, 2015; Astbury & Leeuw, 2010). Mechanismen zijn binnen dit onderzoek geen onderwerp van studie geweest.

De prestaties kunnen betrekking hebben op uiteenlopende personen en organisaties die bij het sportevenement betrokken zijn. In veel gevallen kunnen de volgende betrokkenen worden onderscheiden (daar kunnen ook de effecten optreden, zie hierna):

[6] De elf aspecten zijn: aantal bezoekers, mate van economische spin-off, mate van sociaal maatschappelijke spin-off, side-events, innovatief karakter, regionale sterktes, verbinding met andere sportlijnen provinciaal beleid, mediabereik, zakelijke netwerken, zichtbaarheid provincie en de verhouding publieke en private financiering.

1. evenementenorganisator;
2. gaststad;
3. rechtenhouder;
4. deelnemers;
5. toeschouwers:
    a. live (bezoekers);
    b. via media;
6. lokale inwoners;
7. sponsoren;
8. vrijwilligers;
9. sportbond en -verenigingen;
10. mediaorganisaties.

Effecten

Effecten zijn onder te verdelen in effecten op de korte termijn (impact) en blijvende effecten of nalatenschap (legacy). Impact betreft effecten die vaak automatisch ontstaan, zoals de bedbezetting in hotels door deelnemers aan evenementen. Legacy betreft duurzame (blijvende) effecten van een sportevenement.[7] Zoals zichtbaar in de figuur werken er mechanismen die ervoor zorgen dat effecten (niet) bereikt worden. Ook op dit niveau is er geen zicht op de werking van mechanismen.

Er zijn veel verschillende soorten effecten mogelijk. De categorisering van Ritchie (1984) biedt overzicht:

1. economisch (o.a. meer bestedingen);
2. toerisme/commercieel (o.a. *place marketing*);
3. fysiek (o.a. verbetering infrastructuur);
4. sociaal-cultureel (o.a. groei sportdeelname);
5. psychologisch (o.a. toegenomen trots);
6. politiek (o.a. uitdragen politieke waarden).

Elk type impact kent zowel een positieve als een negatieve verschijningsvorm. Een effect kan ook tegelijkertijd positief en negatief zijn, afhankelijk van het perspectief: voor de ene groep betrokkenen positief (de drukte van een sportevenement kan gezelligheid onder bezoekers met zich meebrengen) en voor de andere groep negatief (drukte kan door lokale inwoners als hinderlijk worden ervaren).

Focus van dit onderzoek

Dit onderzoek is primair gericht op de eerste fase (omvang investeringen), een deel van de derde fase (focus op bezoekers) en een deel van de vierde fase (focus op impact). Deze focus begrenst de mogelijkheden om met data onderbouwde mogelijkheden voor het beleid te schetsen. Bepaalde zaken zijn immers ongemeten, waaronder de werking van de mechanismen tussen de verschillende fasen, maar bijvoorbeeld ook de wijze waarop een organisator met welke partijen (o.a. leveranciers) het evenement heeft georganiseerd. Als gevolg hiervan zijn er belangrijke uitkomsten, maar is het niet goed mogelijk om het verband tussen die uitkomsten goed te duiden.

[7] Die effecten kunnen gepland en ongepland, positief en negatief, tastbaar en niet-tastbaar zijn (Preuss, 2007).

4.2 Mogelijkheden voor beleid

Beleid: brug tussen heden en wenselijke toekomst

De provincie werkt medio 2021 aan het beleidskader 'Levendig Brabant 2030', waar het onderwerp sport(evenementen) deel van uit gaat maken (Provincie Noord-Brabant, 2021b). Dit betekent dat de nuloptie – om geen beleid te maken en het zelfregulerend vermogen in de samenleving zijn werk te laten doen – van de baan is. Er zijn (nog) geen doelen gesteld voor het thema sport(evenementen), maar de provincie geeft aan dat die waarschijnlijk in lijn liggen met de thema's die in dit onderzoek onder de loep zijn genomen. In het kort: verhogen van bestedingen, versterken van verbondenheid, verbeteren van het provinciale imago en stimuleren van bewegen en sporten (Provincie Noord-Brabant, 2016). Het is volgens de provincie nog ongewis of de uitvoeringsprogramma's, net als het beleid, een integraal karakter krijgen.

Samenhang versus causaliteit

Alvorens de mogelijkheden te schetsen is het van belang de fenomenen samenhang en (omgekeerde) causaliteit uit te leggen. Dit onderzoek levert bewijslast voor de samenhang (of: het verband) tussen variabelen. Maar samenhang betekent niet dat er een oorzaak-gevolgrelatie (causaliteit) is, laat staan dat de richting van dat verband duidelijk wordt (wat de oorzaak is en wat het gevolg).

Voorbeeld: dit onderzoek leert dat het oordeel van bezoekers over het sportevenement samenhangt met de mate van de ervaren saamhorigheid. Er is echter geen bewijs voor een oorzaak-gevolgrelatie en ook niet voor de richting daarvan. Zo is het mogelijk dat de ervaren saamhorigheid positief bijdraagt aan een hoge beoordeling, maar die relatie kan ook andersom zijn (een hoge beoordeling draagt bij aan ervaren saamhorigheid).

Op sommige onderwerpen kan er tot op zekere hoogte wél duidelijkheid zijn over de richting van een oorzakelijk verband. Dit is het geval bij kenmerken die niet kunnen worden beïnvloed, zoals de leeftijd en het geslacht van een bezoeker of de regenval op de dag van het evenement. Bij de interpretatie van de uitkomsten en de adviezen moet hier rekening mee gehouden worden.

Aanbevelingen

1. Overweeg uitbreiding van het instrumentarium

De provincie heeft in de afgelopen periode de instrumenten sponsoring en subsidie gehanteerd. Kort gesteld kiest de provincie voor het instrument subsidie wanneer primair 'de samenleving' profiteert en voor sponsoring wanneer in eerste instantie 'de provinciale organisatie' er de vruchten van plukt (en meer indirect 'de samenleving'). In de meeste gevallen verloopt het verlenen van de financiële steun via taakorganisatie BrabantSport.

Hoewel subsidie en sponsoring bekende en passende instrumenten zijn (en noodzakelijk bij het verlenen van financiële steun), kan worden bezien of die instrumenten kunnen worden aangevuld met andere instrumenten. Het Kenniscentrum Wetgeving en Juridische zaken (2021) van het ministerie van Justitie en Veiligheid onderscheidt tientallen beleidsinstrumenten. Denk bijvoorbeeld aan *best practices* (op basis van praktijkervaring wordt vergeleken op welke wijze efficiënter resultaat behaald kan worden), een convenant (afspraak van de overheid met een of meer partijen gericht op het realiseren van doelstellingen), het bieden van voorlichting (actieve vorm van informatieverstrekking met de bedoeling om kennis, houding en/of gedrag te beïnvloeden of bewustwording te bereiken) en vouchers (subsidie in de vorm van een tegoedbon die onder bepaalde voorwaarden kan worden ingeleverd in ruil voor een dienst).

2. Overweeg meer prestatiesturing
Aangezien de kans op een bijdrage aan het realiseren van doelen met prestatiesturing vaak groter is dan bij budgetsturing, kan overwogen worden om (naast budgetsturing ook) in te zetten op prestatiesturing. Gezien de aard van het instrument biedt sponsoring meer mogelijkheden voor prestatiesturing dan subsidie. Volgens de provincie dienen die prestaties op voordelen voor de eigen organisatie gericht te zijn en kunnen die derhalve niet op maatschappelijke doelen zijn gericht. Dit zou een belangrijke belemmering voor de stuurkracht van het provinciaal beleid zijn. In het geval van subsidie is er een uitruil van subsidiegeld van de provincie en publicitaire uitingen, waarbij het realiseren van zichtbaarheid de boventoon voert. Bij sponsoring is er een uitruil van sponsorgeld van de provincie en verschillende rechten.

In het geval van sponsoring van een hardloopevenement kan de provincie bijvoorbeeld het logo van het evenement gebruiken, samen met de organisator een communicatieplan ontwikkelen, de deelnemers aan het evenement mailen en VIP-arrangementen verkrijgen. Aan een dergelijke uitruil kan prestatiesturing worden gekoppeld. Dit kan op het niveau van fase 3 (prestaties, o.a. aantal bezoeken en bereik van berichten op sociale media) en/of op het niveau van fase 4 (effecten, o.a. na te streven gemiddeld rapportcijfer opgegeven door bezoekers).

3. Selecteer sportevenementen voor financiële steun op basis van beleidsdoelen
Zie erop toe dat bij de selectie van te steunen activiteiten de activiteiten worden gesteund waarvan de grootste bijdrage aan de provinciale doelen verwacht mag worden. Bij voorkeur sportevenementen met de grootste hefboom: relatief weinig sponsoring of subsidie en veel opbrengsten op het niveau van prestaties en effecten. Dit vergt een doordachte en gedocumenteerde aanpak voor het selecteren van aanvragen die aansluit op de beleidsdoelen. Onafhankelijkheid, deskundigheid en transparantie zijn belangrijke voorwaarden.

In 2019 is geadviseerd hoe dit proces aangescherpt kon worden. De drie belangrijkste adviezen, die ook nu nog van kracht zijn, waren: zorg voor een betere spreiding van steun over regio's, sporttakken en tijdvakken; realiseer meerjarige partnerschappen met organisatoren van jaarlijks terugkerende sportevenementen; en verzamel, borg en verspreid de gegenereerde kennis over sportevenementen (Hover, Van den Eijnden en Van Bezooijen, 2019). De structurele samenwerking bij meerjarige partnerschappen biedt mogelijkheden voor lerend beleid en experimenten.

4. Stimuleer economische impact
Wat betreft het bevorderen van additionele bestedingen: zet in op het aantrekken van bezoekers (en deelnemers) die woonachtig zijn buiten de regio waarin economische impact gegenereerd moet worden. Stimuleer extra uitgaven (o.a. door het aanbieden van toeristische arrangementen) en promoot een verlenging van het verblijf (bij voorkeur met een overnachting in de regio).[8] Daarnaast verdient het aanbeveling om een slimme spreiding in de tijd na te streven, bijvoorbeeld in perioden waarop de bedbezetting in hotels laag is en congrescentra en accommodaties over capaciteit beschikken.

5. Bevorder gevoelens van saamhorigheid, contact, trots en gastvrijheid
Wat betreft gevoelens van saamhorigheid, contact met bezoekers uit andere gezelschappen en gevoelens van trots is gebleken dat de jongste leeftijdsgroep deze gevoelens relatief weinig ervaart. De organisator en partners kunnen meer saamhorigheid en contacten met andere bezoekers faciliteren, bijvoorbeeld door ontmoetingsplaatsen te creëren, zoals *fan zones* en horecapleinen. In het geval van Formule E-races zijn

[8] Zie ook Hover & Stam (2017).

er bijvoorbeeld e-villages met een groot aanbod aan e-sports. Dit biedt bezoekers van het evenement niet alleen de gelegenheid om het evenement te bezoeken, maar ook om zelf actief te zijn en andere bezoekers te ontmoeten.
Het ervaren van gastvrijheid hangt vooral bij sportevenementen in de openbare ruimte samen met de houding van de lokale inwoners. Daarom kan het zinvol zijn om de lokale gemeenschap te betrekken, zoals lokale sporttalenten, sterke lokale sportverenigingen en (zakelijke) netwerken. Daarnaast is het zaak lokale inwoners vooraf goed over het evenement te informeren. Een jaarlijks terugkerend evenement op dezelfde locatie is naar verwachting beter in staat om een relatie op te bouwen met lokale inwoners dan een eenmalig evenement.

6. Bevorder ervaring van positief imago Brabant, innovatie en herhalingsbezoek
Innovatie is mogelijk op uiteenlopende manieren en rond verschillende thema's en doelgroepen. Dat neemt niet weg dat technologie een (grotere) rol kan gaan spelen bij het bedienen van bezoekers van sportevenementen. Verwacht mag worden dat drones vaker ingezet zullen worden (o.a. voor lichtshows) en dat holografie, *virtual reality* en *augmented reality* de beleving van sportevenementen door bezoekers naar een hoger plan kunnen trekken. Met apps kunnen bezoekers worden geïnformeerd over interessante achtergronden van de sport en de sporters. Dit gebeurt momenteel nog niet op grote schaal.

7. Bevorder nadenken over voldoende bewegen en aanmoediging bewegen en sporten
Dit onderzoek leerde dat meer dan negen op de tien bezoekers minstens eens per week aan sport deden. Het bereiken en bedienen van die doelgroep is waardevol. Dat neemt niet weg dat het zinvol kan zijn óók niet-sporters te bereiken, met name wanneer het provinciaal beleid is gericht op het bevorderen van bewegen en sporten. Dit kan mogelijk door zogenaamde superthema's te benadrukken die iedereen aanspreken, zoals gezondheid, gelijkheid of geluk (Billings & Wenner, 2017).

Ogenschijnlijk is het een tegenspraak, maar het bereik van en de betrokkenheid bij sportevenementen kunnen toenemen als de sport niet meer alleen om de sport draait (Hover, Heijnen, Tiessen-Raaphorst & Westerbeek, 2020). Er kan niet van uit worden gegaan dat bezoekers van een sportevenement die niet sporten, als gevolg van hun bezoek automatisch ook zelf aan sport gaan deelnemen. In het beste geval kan er een vonkje inspiratie ontstaan. Empirisch bewijs voor de stellingname dat sportevenementen gepaard gaan met een toename van het aantal sportbeoefenaren is dan ook schaars. Het betrekken van sportaanbieders (sportverenigingen, fitnesscentra) en topsporters (team BrabantSport) bij het sportevenement en aanpalende activiteiten biedt mogelijkheden om sportdeelname te promoten.

4.3 Mogelijkheden voor onderzoek

De mogelijkheden voor (vervolg)onderzoek op basis van deze meta-analyse en literatuurstudie worden hieronder opgesomd. Het verdient aanbeveling dat hierover afstemming met taakorganisatie BrabantSport plaatsvindt.

1. Stimuleer het gebruik van onderzoeksresultaten
Het rendement van onderzoek ligt in het gebruik ervan en dus verdient het aanbeveling om dat te stimuleren (Mevissen & Prince, 2015).[9] Onderzoek kan intensief en minder intensief worden gebruikt. Landry, Amara & Lamari (2001) onderscheiden zes cumulatieve stadia van kennisgebruik (zie

[9] Dit rendement kan de provincie zelf ervaren (direct rendement), maar ook andere organisaties zoals uitvoeringsinstanties en private partijen (indirect rendement, ook wel *spillover*-effect genoemd).

onderstaand).[10] Op korte termijn geven wij de optie mee om de uitkomsten van dit onderzoek in een interactieve sessie met betrokkenen uit de sector te bespreken. Hierbij wordt idealiter de stap gezet van *transmission* naar *cognition* op deze schaal:

a. *Transmission*: alleen overdracht van onderzoeksresultaten aan gebruikers.
b. *Cognition*: het onderzoek is gelezen en begrepen door gebruikers.
c. *Reference*: het onderzoek is gebruikt als referentie in andere studies en gebruikers werken acties uit.
d. *Effort*: er worden inspanningen gedaan om de gebruikers zich de resultaten eigen te laten maken.
e. *Influence*: het onderzoek beïnvloedt de keuze en beslissingen van de gebruikers.
f. *Application*: het onderzoek leidt tot toepassingen en uitbreidingen door de gebruikers.

2. Overweeg een meting van het totale bereik
Overweeg om stelselmatig het complete bereik (prestaties) te meten, inclusief de volgers via de media. Momenteel gebeurt dat op ad hoc basis en die resultaten worden separaat gepubliceerd (het verdient aanbeveling om al het evaluatieve onderzoek naar een sportevenement te bundelen).

3. Overweeg prestaties en effecten van aanpalende activiteiten te meten
Overweeg om de prestaties en effecten van aanpalende activiteiten stelselmatig te laten meten. Vaak is onderzoek gericht op het betreffende sportevenement en blijven prestaties en effecten van aanpalende activiteiten (side-events) grotendeels ongemeten.

4. Overweeg legacy te meten
Overweeg om bij sportevenementen waar dat van toepassing is, onderzoek naar de effecten niet te beperken tot impact (korte termijn, veelal automatische effecten), maar uit te breiden naar het meten van legacy (lange termijn). Hierdoor wordt ook geanticipeerd op een lacune in de huidige aanpak: de evaluatiemethode is nu deels gericht op voorgenomen gedrag (intentie), onder andere qua beweegdeelname en herhalingsbezoek aan Brabant. Voorgenomen gedrag is lang niet altijd een goede voorspeller van toekomstig gedrag, zeker niet als het gaat om een structurele gedragsverandering.

5. Overweeg om prestaties en effecten bij meer doelgroepen te meten
Overweeg om bij sportevenementen waar dat van toepassing is, niet alleen onderzoek te doen onder bezoekers (en deelnemers), maar ook onder andere relevante doelgroepen (zie paragraaf 4.1 voor de doelgroepen).[11]

6. Ken de beperkingen van economische-impactstudies
Een economische-impactstudie registreert additionele geldstromen die worden gegenereerd als gevolg van de organisatie van een sportevenement (Késenne, 2012). Er wordt geen onderscheid gemaakt tussen kosten en baten, die verschillen afhankelijk van het gekozen perspectief. Bovendien blijven bepaalde economische aspecten frequent ongemeten, waaronder verdringing (door het evenement mijden lokale inwoners en toeristen de regio), weglekeffecten (uitgaven verdwijnen naar een andere regio, bijvoorbeeld als een cateraar bij een evenement niet in Brabant is gevestigd), opportuniteitskosten (de opbrengsten

[10] Deze zes stadia zijn gebaseerd op de zeven – enigszins vergelijkbare - stadia die Knott & Wildavsky (1980) onderscheiden.

[11] Bijvoorbeeld: onderzoek onder sportverenigingen (ontwikkelt het ledental zich in Brabant anders dan in andere provincies?), onder toeristisch-recreatieve bezoekers (hebben sportevenementen bijgedragen aan de reden voor bezoek?) en vrijwilligers (hebben zij hun netwerk en competenties uitgebreid?).

van een alternatieve investering van de provincie) en substitutie (publieke investeringen in de ene Brabantse regio gaan ten koste van investeringen in een andere Brabantse regio) (o.a. Crompton, 2006).

7. Verken mogelijkheden voor het vaststellen en meten van kernindicatoren
Overweeg een set kernindicatoren te ontwikkelen op basis waarvan per periode (bijvoorbeeld een jaar) kan worden gemeten wat de stand van zaken is voor Brabantse sportevenementen. Dit onderzoek overstijgt het onderzoek dat nu per sportevenement wordt gedaan. Dit kunnen indicatoren aan de vraagkant van de markt zijn (o.a. aantal deelnemers, aantal bezoekers, aantal volgers via de media, draagvlak voor publieke steun voor sportevenementen onder Brabanders), maar ook aan de aanbodkant (o.a. hoeveel evenementen, welk type evenementen, locatie van evenementen).

8. Overweeg per sportevenement de belangrijke, te verwachten impact te laten evalueren
Elk sportevenement wordt tot heden op dezelfde wijze geëvalueerd. Dat heeft voordelen omdat zo veel typen impact in kaart worden gebracht. Daar staat tegenover dat er sportevenementen op punten worden geëvalueerd waarvan op voorhand bekend is dat daar relatief weinig impact mee wordt gegenereerd. Internationale, grootschalige sportevenementen zorgen vaak voor een relatief grote economische impact. Andere evenementen dragen meer bij aan andere beleidsdoelen.

4.4 Conclusie

Het is een uitdaging om op basis van dit onderzoek vast te stellen hoe het provinciaal sportevenementenbeleid en het uitvoeringsprogramma eruit moeten zien. Tussen de fase van de investering van middelen en het creëren van effecten bestaan namelijk twee andere fasen (activiteiten en prestaties), die maar zeer beperkt object van onderzoek waren, maar wel veel invloed uitoefenen op de effecten. Dat gold ook voor de werking van mechanismen die bijdragen aan de gegenereerde effecten.

Met die kanttekeningen zijn er mogelijkheden voor beleid en onderzoek geschetst. Enkele mogelijkheden voor beleid zijn: overweeg naast sponsoring en subsidie aanvullende instrumenten, overweeg meer prestatiesturing en richt je op sportevenementen die het best aansluiten bij de beleidsdoelen. Inzetten op verspreiding en gebruik van onderzoek, het meten van prestaties en effecten van aanpalende activiteiten en effecten op de langere termijn zijn enkele mogelijkheden voor onderzoek.

5. Conclusie

In dit hoofdstuk worden de onderzoeksvragen bondig beantwoord.

1. Wat zijn de belangrijkste uitkomsten van vijftien onderzoeken onder de bezoekers van Brabantse sportevenementen en hoe verhouden die zich tot elkaar?

Ruim zes op de tien bezoekers waren man, meer dan vier op de tien bezoekers waren 30–50 jaar en bijna zes op de tien hebben een afgeronde opleiding van minstens hbo-niveau. Meer dan negen op de tien bezoekers sportten minstens eens per week (meer dan de helft minstens drie keer per week). Ruim vier op de tien bezoekers waren woonachtig in Brabant en de gemiddelde reisafstand naar het evenement bedroeg ongeveer 43 kilometer.

Ten opzichte van de Nederlandse bevolking zijn de Nederlandse bezoekers van de vijftien Brabantse sportevenementen vaker man (63% tegenover 50%) en vaker hogeropgeleid (60% tegenover 30%). De bezoekers waardeerden deze sportevenementen als geheel gemiddeld met het rapportcijfer 8.

Economische impact wordt gegenereerd door additionele bezoekers. Dit zijn bezoekers die niet in de gastgemeente zouden zijn indien het sportevenement er niet georganiseerd was (inclusief de inwoners van de gastgemeente). Zes op de tien bezoekers van sportevenementen in Brabant konden worden aangemerkt als additioneel. Het mediane bedrag dat bezoekers per dag in de gastgemeente besteedden was 17,50 euro. De economische impact voor de gastgemeente door uitgaven van bezoekers en de organisatie varieerde van circa 31.000 euro (Ster ZLM Toer, slotetappe Oss 2017) tot ruim 2,5 miljoen euro (RICOH Open 2017).

Meer dan acht op de tien bezoekers van sportevenementen in Brabant ervoeren een gevoel van saamhorigheid onder de bezoekers. Drie kwart van de bezoekers van Brabantse sportevenementen gaf aan prettig contact te hebben gehad met personen buiten hun gezelschap tijdens het evenement. Van de Brabantse bezoekers gaf drie kwart aan trots te zijn op het feit dat het evenement in Brabant plaatsvond. Acht op de tien bezoekers van Brabantse sportevenementen ervoeren gastvrijheid tijdens het bezoek aan het evenement. Ruim acht op de tien Brabantse bezoekers van sportevenementen in Brabant vonden dat het evenement bijdroeg aan een positief imago van Brabant. Ruim de helft van de bezoekers van Brabantse sportevenementen vond het evenement innovatief of vernieuwend. Van de niet-Brabantse bezoekers gaven vier op de tien aan dat zij Brabant binnen een jaar minstens nog een keer zouden bezoeken. Bijna een kwart van de bezoekers van Brabantse sportevenementen gaf aan door het bezoek aan het evenement meer te zijn gaan nadenken over het belang van voldoende bewegen in het dagelijkse leven. Eveneens bijna een kwart van de bezoekers van Brabantse sportevenementen gaf aan zich naar aanleiding van het bezoek aan het evenement aangemoedigd te voelen om (meer) te gaan bewegen of sporten.

2. Welke kenmerken van bezoekers en van evenementen hangen samen met het realiseren van effecten die betrekking hebben op de vier provinciale beleidsdoelen?

Het uitgavenpatroon van bezoekers hangt samen met:

- reisafstand (bezoekers die langer moeten reizen, gaven relatief veel uit);
- regenval (bij meer regen waren er minder uitgaven).

Het ontstaan van een gevoel van saamhorigheid hangt samen met:

- leeftijd (de jongste leeftijdsgroep ervoer dit minder);
- opleidingsniveau (hogeropgeleiden ervoeren dit minder);
- oordeel over het sportevenement (bezoekers die het evenement lager beoordeelden ervoeren dit minder);
- Nederlands succes (bij Nederlands succes werd dit vaker ervaren).

Contact met bezoekers uit andere gezelschappen hangt samen met:

- leeftijd (de jongste leeftijdsgroep ervoer dit minder);
- oordeel over het sportevenement (bezoekers die het evenement lager beoordeelden ervoeren dit minder);
- sportfrequentie (niet-sporters ervoeren dit minder);
- regenval (bij meer regen was er vaker contact);
- Nederlands succes (bij Nederlands succes werd dit vaker ervaren).

Gevoelens van trots dat het evenement in Brabant plaatvond (gemeten onder inwoners van Noord-Brabant) hangt samen met:

- leeftijd (de jongere leeftijdsgroepen ervoeren dit minder);
- reisafstand (degenen die in de buurt woonden waren trotser);
- oordeel (bezoekers die het evenement lager beoordeelden ervoeren dit minder).

De gastvrijheid die werd ervaren in de gemeente waarin het evenement plaatsvond hangt samen met:

- reisafstand (degenen die in de buurt woonden ervoeren dit meer);
- oordeel (bezoekers die het evenement lager beoordeelden ervoeren dit minder).

De mate waarin bezoekers vonden dat het sportevenement bijdroeg aan een positief imago van de provincie hangt samen met:

- leeftijd (de jongste leeftijdsgroep ervoer dit minder);
- reisafstand (degenen die in de buurt woonden ervoeren dit meer);
- oordeel (bezoekers die het evenement lager beoordeelden ervoeren dit minder).

De mate waarin bezoekers vonden dat het sportevenement innovatief of vernieuwend was hangt samen met:

- leeftijd (de jongste leeftijdsgroep ervoer dit minder);
- reisafstand (degenen die in de buurt woonden ervoeren dit meer);
- oordeel (bezoekers die het evenement lager beoordeelden ervoeren dit minder).

Of het sportevenement eraan bijdraagt dat Brabant binnen een jaar minstens nog een keer bezocht wordt (stelling voorgelegd aan niet-Brabanders) hangt samen met:

- reisafstand (degenen die in de buurt woonden ervoeren dit meer);
- sportfrequentie (sporters ervoeren dit vaker dan niet-sporters).

De mate waarin het bezochte sportevenement eraan bijdroeg dat de bezoekers meer zijn gaan nadenken over het belang van voldoende bewegen in het dagelijks leven hangt samen met:

- leeftijd (de jongste leeftijdsgroep ervoer dit vaker);
- geslacht (vrouwen ervoeren dit vaker);
- opleiding (lageropgeleiden ervoeren dit vaker);
- oordeel over het sportevenement (bezoekers die het evenement lager beoordeelden ervoeren dit minder);
- sportdeelname (niet-sporters ervoeren dit minder dan sporters).

De mate waarin het bezochte sportevenement eraan bijdroeg dat de bezoekers zich (meer) aangemoedigd voelden om (meer) te gaan bewegen of sporten hangt samen met:

- leeftijd (de jongste leeftijdsgroep ervoer dit vaker);
- opleiding (lageropgeleiden ervoeren dit vaker);
- oordeel over het sportevenement (bezoekers die het evenement lager beoordeelden ervoeren dit minder).

3. Welke bezoekersprofielen kunnen bij Brabantse sportevenementen worden onderscheiden?

Voor het thema verbondenheid zijn twee bezoekersprofielen naar voren gekomen: bezoekers die tijdens het sportevenement een gevoel van verbondenheid hebben ervaren (69%) en bezoekers die dit gevoel weinig tot niet ervoeren (31%). De groep bezoekers mét een gevoel van verbondenheid was het grootst bij het WEURO 2017 in Tilburg en het kleinst bij RICOH Open 2017.

Wat betreft imago kwamen twee profielen naar voren: bezoekers die vonden dat het sportevenement een positieve bijdrage heeft geleverd aan een sterker imago van Brabant (46%) en bezoekers die vonden dat deze positieve bijdrage er weinig tot niet is (54%). De groep bezoekers die het evenement als een positieve bijdrage aan het imago van Brabant zagen was het grootst bij FINA/Airweave Swimming World Cup 2017 en het kleinst bij het EK Veldrijden 2018.

Ook voor het concept bewegen zijn twee profielen van bezoekers gevonden: bezoekers die door het sportevenement werden geïnspireerd (30%) en bezoekers die dat niet werden (70%). Bezoekers die door het evenement zijn geïnspireerd zijn bezoekers die zowel meer zijn gaan nadenken over het belang van voldoende bewegen in het dagelijks leven als zich aangemoedigd voelden om (meer) te gaan bewegen of sporten. Deze groep geïnspireerde bezoekers was het grootst bij de Marathon Eindhoven 2017 en het kleinst bij de Fed Cup 2019.

4. Hoe ver rijkt de sturingskracht van het provinciaal beleid en tot welke mogelijkheden voor provinciaal beleid leidt dit onderzoek?

De resultaten van dit onderzoek bieden bewijslast voor de impact van de door de provincie financieel gesteunde sportevenementen. Door de impact van de verschillende sportevenementen naast elkaar te plaatsen wordt bovendien goed zichtbaar in hoeverre de impact van de evenementen verschilt. Dit is niet alleen voor de provincie, maar ook voor de betrokken partijen uit de sportevenementensector een belangrijke opbrengst.

Het is niet eenvoudig om op basis van deze studie aan te geven op welke manier het sportevenementenbeleid van de provincie kan worden verbeterd. In deze studie is de aandacht namelijk uitgegaan naar de door de provincie geïnvesteerde middelen enerzijds en de impact anderzijds. Er zijn veel (andere) invloeden op de effecten van de sportevenementen, met name de werkwijze van de evenementenorganisator en (andere) partners. Daarnaast was het vaak niet mogelijk om oorzaak-gevolgrelaties te duiden, maar kon alleen samenhang worden vastgesteld.

Desalniettemin kunnen mogelijkheden voor beleid worden geschetst. In het kort: overweeg uitbreiding van het instrumentarium, overweeg meer prestatiesturing en selecteer sportevenementen voor financiële steun op basis van beleidsdoelen. Daarnaast kwamen interessante verbanden naar voren voor de thema's bestedingen, verbondenheid, imago en bewegen. Bezoekers die een relatief lange reisafstand aflegden gaven meer geld uit in de gastgemeente. Voor alle thema's gold dat er een positieve samenhang was met het algemene oordeel over het sportevenement.

5. Hoe kan de provincie het onderzoek naar de impact van sportevenementen verbeteren?

Omdat er nog geen nieuw beleid voor sport(evenementen) is, kunnen geen mogelijkheden voor onderzoek op basis van bestaand beleid worden geschetst. Wel kunnen de volgende overwegingen worden meegegeven: stimuleer het gebruik van onderzoeksresultaten; overweeg een meting van het totale bereik; overweeg prestaties en effecten van aanpalende activiteiten te meten; overweeg legacy te meten; overweeg prestaties en effecten van meer doelgroepen te meten; verken mogelijkheden voor het vaststellen en meten van kernindicatoren voor sportevenementen en overweeg per sportevenement alleen de belangrijke, te verwachten impact te laten evalueren.

Literatuur

Astbury, B., & Leeuw, F. L. (2010). Unpacking Black Boxes: Mechanisms and Theory Building in Evaluation. *American Journal of Evaluation*, *31*(3), 363–381. https://doi.org/10.1177/1098214010371972

Billings, A. C., & Wenner, L. A. (2017). The curious case of the megasporting event: media, mediatization and seminal sports events. In L. A. Wenner, & A. C. Billings (Reds.), *Sport, media and mega-events* (pp. 3-18). Routledge, Taylor & Francis Group.

Bouckaert, G., & Auwers, T. (1999). *Prestaties meten in de overheid*. Die Keure.

CBS Statline (2021a). *Bevolking; hoogstbehaald onderwijsniveau en onderwijsrichting* [Dataset]. Geraadpleegd op 5 juli 2021, van https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/82816NED/table?ts=1625485755923

CBS Statline (2021b). *Bevolking op 1 januari en gemiddeld; geslacht, leeftijd en regio* [Dataset]. Geraadpleegd op 5 juli 2021, van https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/03759ned/table

Crompton, J. L. (2006). Economic impact studies: instruments for political shenanigans? *Journal of Travel Research*, *45*(1), 67-82. https://doi.org/10.1177/0047287506288870

Hover, P., Van Eldert, P., & Van Bezooijen, B. (2019*). Hyundai World Archery (Para) Championships 201: economic, social and media impact*. Mulier Instituut/Fontys Economische Hogeschool Tilburg.

Hover, P., & Van den Heuvel, M. (2017). *Evaluatiemethode Brabantse sportevenementen*. Mulier Instituut.

Hover, P., Van den Eijnden, F., & Van Bezooijen, B. (2019). *Notitie | Aanscherping sponsoring Brabantse sportevenementen*.

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

Hover, P., Heijnen, E., Tiessen-Raaphorst, A., & Westerbeek, H. (2020). *Beleving van sportevenementen in Nederland*. Mulier Instituut.

Kenniscentrum Wetgeving en Juridische zaken (2021). *Beleidsinstrumenten A-Z. Integraal afwegingskader voor beleid en regelgeving*. Geraadpleegd op 29 juni 2021, van https://www.kcwj.nl/kennisbank/integraal-afwegingskader-beleid-en-regelgeving/6-wat-het-beste-instrument/61/index

Kersemaekers, B. (2018). *Champions Trophy 2018. Een onderzoek naar het bezoekersprofiel, de waardering, economische impact en maatschappelijk betekenis van het evenement*. Fontys Economische Hogeschool Tilburg.

Kersemaekers, B. (2019a). *EK Cross 2018. Een onderzoek naar het bezoekersprofiel, de waardering, economische impact en maatschappelijk betekenis van het evenement*. Fontys Economische Hogeschool Tilburg.

Kersemaekers, B. (2019b). *EK Veldrijden 2018. Een onderzoek naar het bezoekersprofiel, de waardering, economische impact en maatschappelijk betekenis van het evenement*. Fontys Economische Hogeschool Tilburg.

Kersemaekers, B. (2019c). *Fed Cup 2019. Een onderzoek naar het bezoekersprofiel, de waardering, economische impact en maatschappelijk betekenis van het evenement*. Fontys Economische Hogeschool Tilburg.

Késenne, S. (2012). The economic impact, costs and benefits of the FIFA World Cup and the Olympic Games: Who wins, who loses? In W. Maennig, & A. Zimbalist, *International Handbook on the Economics of Mega Sporting Events* (pp. 270-278). Edward Elgar Publishing.

KNMI (2021) *Daggegevens van het weer in Nederland*. Geraadpleegd op 20 april 2021, van https://www.daggegevens.knmi.nl/klimatologie/dag

Knott, J., & Wildavsky, A. (1980). If Dissemination Is the Solution, What Is the Problem ? *Knowledge*, *1*(4), 537–578. https://doi.org/10.1177/107554708000100404

Landry, R., Amara, N., & Lamari, M. (2001). Utilization of social science research knowledge in Canada. *Research Policy*, *30*(2), 333-349. https://doi.org/10.1016/S0048-7333(00)00081-0

Leeuw, F., & Mevissen, J. (2015). Beleidstheorieën, gedragsmechanismen en evaluatieonderzoek. In P. H. M. van Hoesel, J. W. M. Mevissen, & B. Dekker (Reds.), *Kennis voor beleid, Beleidsonderzoek in Nederland* (pp. 83-104). Koninklijke Van Gorcum BV.

Mevissen, J., & Prince, Y. (2015). Wat is het rendement van beleidsonderzoek? In P. H. M. van Hoesel, J. W. M. Mevissen, & B. Dekker (Reds.), *Kennis voor beleid, Beleidsonderzoek in Nederland* (pp. 169-189). Koninklijke Van Gorcum BV.

Preuss, H. (2007). The Conceptualisation and Measurement of Mega Sport Event Legacies. *Journal of Sport & Tourism*, *12*(3-4), 207–228. https://doi.org/10.1080/14775080701736957

Provincie Noord-Brabant (2016). *"Brabant beweegt", sportagenda 2016-2019*.

Provincie Noord-Brabant (2021a). *Beleidskader vrije tijd, cultuur en sport 2021-2022*.

Provincie Noord-Brabant (2021b). *Levendig Brabant 2030. Bijlage startnotitie beleidskader vrije tijd, cultuur, erfgoed en sport*.

Ritchie, J. R. (1984). Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues. *Journal of Travel Research*, *23*(1), 2-11. https://doi.org/10.1177/004728758402300101

Van Bezooijen, B., & Kersemaekers, B. (2019). *Concours Hippique Mierlo 2019. Economische maatschappelijk impact*. Fontys Economische Hogeschool Tilburg.

Van den Heuvel, M., & Kersemaekers, B. (2016). *Internationale Loket.nl Warandeloop Tilburg. Bezoekers- en deelnemersprofiel, waardering en imago, sociale impact en economische impact*. Fontys Economische Hogeschool Tilburg.

Van den Heuvel, M., & Kersemaekers, B. (2017a). *Eurohockeyleague 2017. Eindhoven, 14-17 april. Bezoekersprofiel, waardering, economische impact en maatschappelijke betekenis.* Fontys Economische Hogeschool Tilburg.

Van den Heuvel, M., & Kersemaekers, B. (2017b). *GP Adrie van der Poel, Hoogerheide 2017. Bezoekersprofiel, waardering, economische impact en maatschappelijke betekenis.* Fontys Economische Hogeschool Tilburg.

Van den Heuvel, M., & Kersemaekers, B. (2017c). *RICOH Open 2017. Bezoekersprofiel, waardering, economische impact en maatschappelijke betekenis.* Fontys Economische Hogeschool Tilburg.

Van den Heuvel, M., & Kersemaekers, B. (2017d*). Ster ZLM Toer, slotetappe Oss 2017. Bezoekersprofiel, waardering, economische impact en maatschappelijke betekenis.* Fontys Economische Hogeschool Tilburg.

Van den Heuvel, M., & Kersemaekers, B. (2018a*). WEURO 2017 Breda. Bezoekersprofiel, waardering, economische impact en maatschappelijke betekenis.* Fontys Economische Hogeschool Tilburg.

Van den Heuvel, M., & Kersemaekers, B. (2018b*). Uefa Women's EURO 2017 Tilburg. Bezoekersprofiel, waardering, economische impact en maatschappelijke betekenis.* Fontys Economische Hogeschool Tilburg.

Van Hulsteijn, M. J. C., & Bode, D. F. J. (2019). *Evaluatie Sportagenda Brabant Beweegt 2016-2019.* BMC Advies BV.

Bijlage 1 Kernresultaten deelnemersonderzoek

Tabel b1.1 Kenmerken deelnemers van de Warandeloop 2015 en Marathon Eindhoven 2017, totaal en per evenement (in procenten)

		Totaal (n=1.433)	WAR (n=438)	MAR (n=995)
Geslacht	Man	63	67	54
	Vrouw	37	33	46
Leeftijd	Tot 30 jaar	22	15	38
	30 t/m 50 jaar	48	54	37
	51 jaar en ouder	30	32	25
Opleiding	Geen onderwijs	0	0	0
	Basisonderwijs	5	1	13
	Voorgezet onderwijs	15	14	18
	Middelbaar beroepsonderwijs	18	19	17
	Hoger beroepsonderwijs	39	42	32
	Universiteit	23	24	20
	Anders			
Sportfrequentie	0 keer	0	0	0
	1 tot 2 keer	26	26	32
	3 keer of vaker	73	73	68
Omgeving	Gastgemeente	26	21	37
	Provincie Brabant excl. gastgemeente	37	38	35
	Nederland excl. Brabant	26	27	24
	Buitenland	11	15	4
Reisafstand	tot 20 km	53	49	63
	20 tot 40 km	16	18	11
	40 km en meer	31	33	26
Stedelijkheid	Zeer sterk stedelijk	22	18	31
	Sterk stedelijk	23	23	23
	Stedelijk	24	24	25
	Matig stedelijk	20	23	15
	Niet stedelijk	10	13	6

Bron: Dataverzameling door Fontys Economische Hogeschool Tilburg, 2015-2019. Bewerking: Mulier Instituut.

Bijlage 2 Gestelde vragen per sportevenement

Tabel b2.1 Een overzicht van de vragen uit de onderzoekrichtlijn van Mulier Instituut en Fontys Economische Hogeschool Tilburg die zijn gesteld bij de sportevenementen[1]

	CHA	CON	EKC	EKV	EUR	FED	FIN	GPA	MAR	RIC	WAR	WEB	WET	WKH	ZLM
1. Bent u ... (meerdere antwoorden mogelijk)															
2. Wat is uw geboortejaar?															
3. Wat is uw geslacht?															
4. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode (indien Nederlander) of wat is het land waar u woont?															
5. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?															
6. Hoeveel keer heeft u in de afgelopen twaalf maanden gemiddeld per week gesport?															
7. Als u {evenement} als totaal beoordeelt, welk rapportcijfer zou u dat dan geven?															
8. In hoeverre voldoet {evenement} aan uw verwachtingen?															
9. Wist u dat de provincie Brabant {evenement} financieel steunt?															
10A. Als dit evenement niet had plaatsgevonden in {gemeente}, was u dan vandaag toch in {gemeente} geweest?															
10B. Stel dat dit evenement niet in {gemeente}, maar in een andere Nederlandse gemeente had plaatsgevonden, was u dan voor dit evenement naar die andere gemeente gereisd?															
11. Overnacht u voor {evenement} niet in uw eigen woning maar in een huis of accommodatie?															
12. Is dit huis of die accommodatie gevestigd in {gemeente} of in een andere gemeente?															
13. Hoeveel overnachtingen telt uw verblijf buiten uw eigen woning?															
14. Wat is de prijs van één overnachting voor één persoon?															
15. Hoeveel uur denkt u vandaag {evenement} te bezoeken?															

Vervolg tabel b2.1 Een overzicht van de vragen uit de onderzoekrichtlijn van Mulier Instituut en Fontys Economische Hogeschool Tilburg die zijn gesteld bij de sportevenementen[1]

	CHA	CON	EKC	EKV	EUR	FED	FIN	GPA	MAR	RIC	WAR	WEB	WET	WKH	ZLM
16. Hoeveel dagen denkt u {evenement} te bezoeken?															
17. Bent u door het bezoek aan {evenement} langer in {gemeente} gebleven dan voor het evenement noodzakelijk was, of bent u dat van plan? Bijvoorbeeld voor winkelen of restaurantbezoek.															
18. Hoeveel langer bent u in {gemeente} gebleven dan voor het evenement noodzakelijk was? Het gaat om extra uren of dagen, het bezoek aan {evenement} zelf niet meegerekend.															
19. Wat is vandaag op u van toepassing?															
20. Hoeveel denkt u vandaag ongeveer uit te geven voor uzelf en/of uw gezelschap aan het volgende? Het gaat om bestedingen in {gemeente}?															
21. Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?															
22. Ik ervaar een gevoel van saamhorigheid onder de bezoekers van dit evenement															
23. Tijdens dit evenement heb ik prettig contact gehad met personen die niet tot mijn gezelschap behoorden															
24. Ik ben er trots op dat dit evenement in Brabant plaatsvindt (ENQ: vraag voor Brabanders)															
25. Ik ervaar in {gemeente} gastvrijheid tijdens mijn bezoek aan dit evenement												NL	NL		
26. Dit evenement draagt bij aan een positief imago van Brabant												NL	NL		
27. Dit evenement is innovatief of vernieuwend															
28. Dit evenement draagt eraan bij dat ik Brabant binnen een jaar minstens nog een keer bezoek (ENQ: vraag voor niet-Brabanders)												NL	NL		
29. Door het bezoek aan dit evenement ben ik meer gaan nadenken over het belang van voldoende bewegen in het dagelijks leven															
30. Naar aanleiding van het bezoek aan dit evenement voel ik me aangemoedigd om (meer) te gaan bewegen of sporten															

[1] Toelichting oranje: bij FED betekent oranje dat de vraag wel is gesteld, maar door slechts tien respondenten is ingevuld. Oranje bij WET en WEB betekent dat deze stellingen niet voor Brabant zijn gesteld, maar voor Nederland.

Mulier Instituut | Sportonderzoek voor beleid en samenleving
Herculesplein 269 | 3584 AA Utrecht | Postbus 85445 | 3508 AK Utrecht
T +31 (0)30 721 02 20 | info@mulierinstituut.nl | www.mulierinstituut.nl