



Nationale Topsportevenementen Strategie 2021-2030

Bekendheid en toepassing door professionals in de
Nederlandse sportevenementensector

Eva Heijnen

Paul Hover

Mogelijk gemaakt met financiële steun van het ministerie van VWS

Inhoudsopgave

1. <u>Inleiding</u>	3
2. <u>Nationale Topsportevenementen Strategie 2021-2030</u>	4
3. <u>Hoofdpijn 1: afstemming en samenhang</u>	8
4. <u>Hoofdpijn 2: aantrekkelijke en maatschappelijk verantwoorde evenementen</u>	12
5. <u>Hoofdpijn 3: creëren van een ‘podium’</u>	16
6. <u>Conclusie</u>	19
 <u>Bijlage: kenmerken professionals</u>	 20

1. Inleiding

Nationale Topsportevenementen Strategie 2021–2030

De [Nationale Topsportevenementen Strategie \(NTS\) 2021-2030](#) is door het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS), NOC*NSF en Vereniging Sport en Gemeenten (VSG) ontwikkeld met als doel om met internationale topsportevenementen meer Nederlanders te bereiken en te inspireren. De NTS is opgesteld naar aanleiding van het deelakkoord ‘Topsport die inspireert’ van het Nationaal Sportakkoord.

De strategie kent drie hoofdlijnen: 1) creëren van afstemming en samenhang, 2) bevorderen van aantrekkelijke en maatschappelijk verantwoorde evenementen en 3) creëren van een podium voor maatschappelijke vraagstukken en het bedrijfsleven. In het kader van de monitoring van het deelakkoord ‘Topsport die inspireert’ heeft het Mulier Instituut onderzoek uitgevoerd.

Doel

Het doel van dit onderzoek is tweeledig: 1) het bepalen van de bekendheid van de NTS onder professionals uit de Nederlandse sportevenementensector en de mate waarin de NTS door die groep wordt geïmplementeerd en 2) het bepalen van de stand van zaken ten aanzien van de hoofdlijnen van de NTS door professionals uit Nederlandse sportevenementensector.

Dit onderzoek is gericht op internationale topsportevenementen die incidenteel of jaarlijks in Nederland plaatsvinden. Wedstrijden in het betaald voetbal en andere nationale competities zijn buiten beschouwing gelaten.

Methode

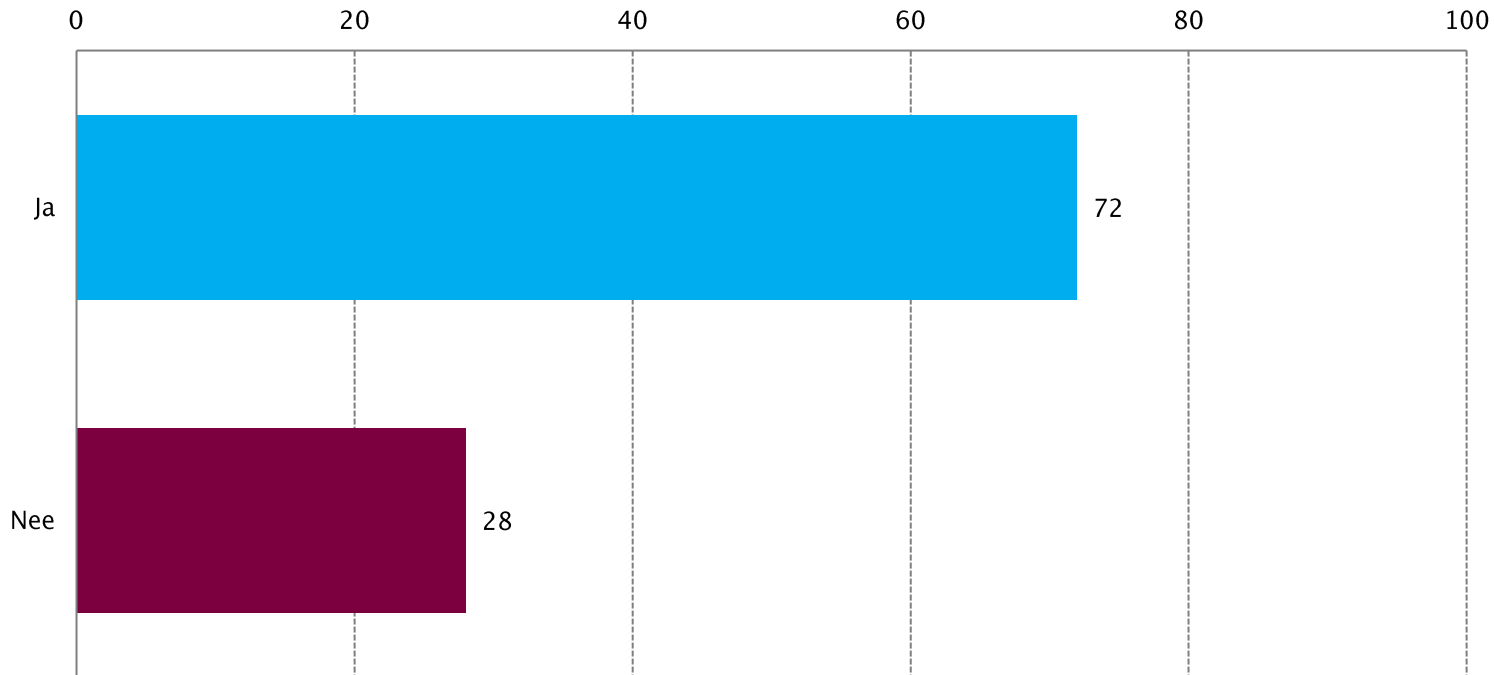
De data zijn in maart en april 2022 verzameld met een online enquête. Professionals die werkzaam zijn in de Nederlandse sportevenementensector vormden de doelgroep.

126 professionals uit de doelgroep zijn persoonlijk per e-mail uitgenodigd voor het onderzoek. Dit zijn personen die zich hadden aangemeld voor de online partnerbijeenkomst van het Coördinatie- en Informatiepunt Topsportevenementen (CIT) over de NTS (in juni 2021). Daarnaast zijn professionals via sociale media voor het onderzoek uitgenodigd. 68 respondenten hebben de vragenlijst compleet ingevuld (49 van deze respondenten zijn persoonlijk uitgenodigd), 32 vulden de enquête deels in.

Professionals van uiteenlopende organisaties vulden de enquête in, onder andere van gemeenten, sportbonden en organisatoren. De respondenten zijn werkzaam in alle Nederlandse provincies. Deze diversiteit neemt niet weg dat de resultaten indicatief zijn. Dat komt doordat niet nagegaan kan worden in welke mate de respondenten een juiste afspiegeling van de onderzoekspopulatie zijn omdat er geen beeld van de populatie bestaat. Mogelijk zijn personen die bij deelakkoord 6 en de NTS zijn betrokken oververtegenwoordigd. In de bijlage staat aanvullende informatie over de samenstelling van de steekproef.

2. Nationale Topsportevenementen Strategie 2021–2030

Figuur 2.1 Bekendheid met de ontwikkeling van de NTS 2021–2030 door het ministerie van VWS, NOC*NSF en VSG, professionals werkzaam in de Nederlandse sportevenementensector (n=100, in procenten)



Resultaten deelgroepen (% ja)

Overheden (n=29): 90%

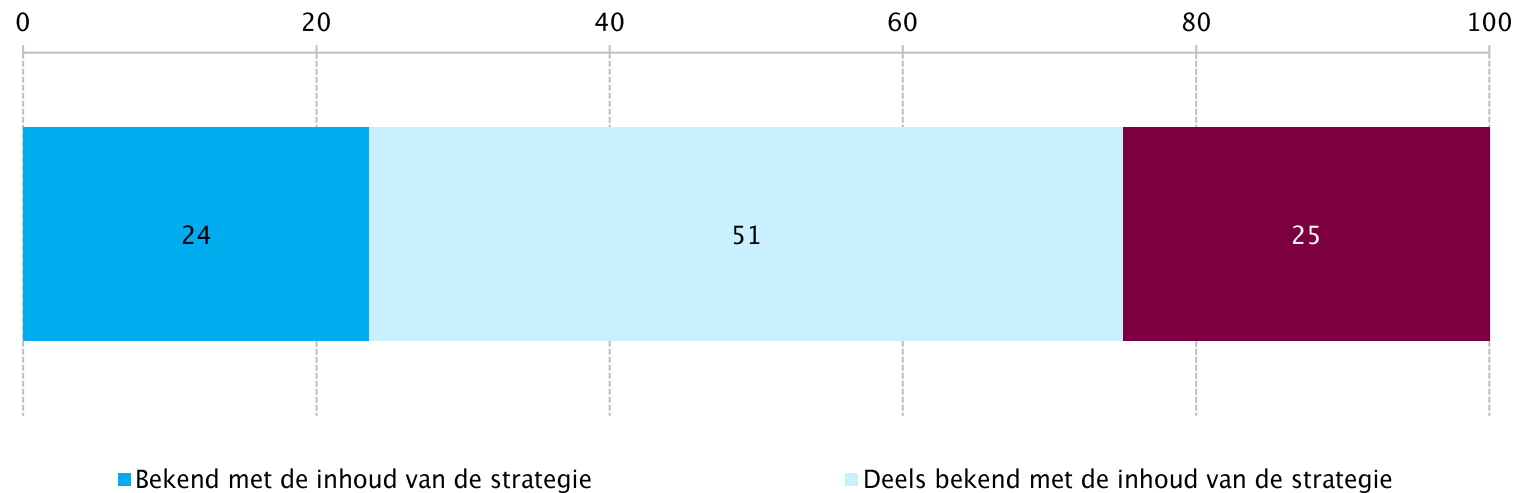
Sportbonden (n=24): 83%

Andere organisaties (n=14): 50%

Bron: Peiling onder professionals in de sportevenementensector in Nederland, maart/april 2022, Mulier Instituut.

Bekendheid met inhoud NTS

Figuur 2.2 Bekendheid met de inhoud van de NTS 2021–2030, professionals werkzaam in de Nederlandse sportevenementensector die bekend zijn met de strategie (n=72, in procenten)



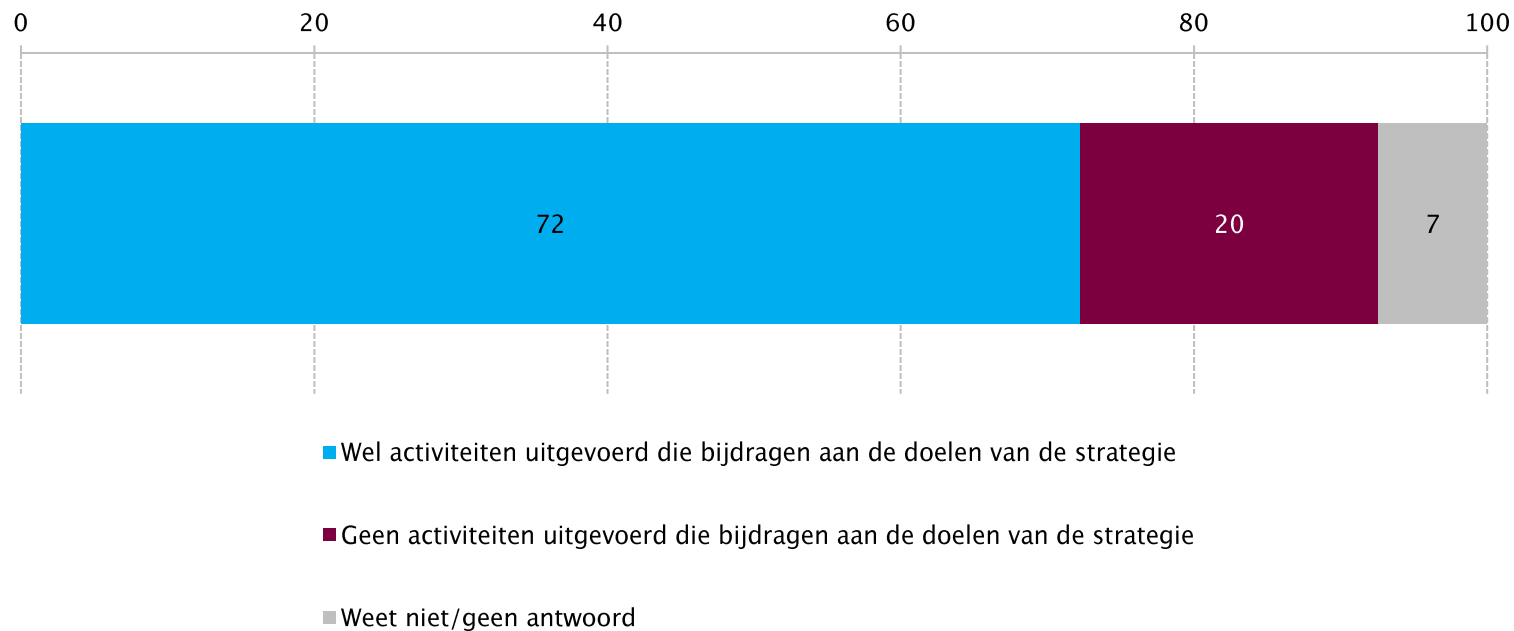
Resultaten deelgroepen (% bekend)

Overheden (n=26):	23%
Sportbonden (n=20):	20%
Andere organisaties (n=7):	43%

Bron: Peiling onder professionals in de sportevenementensector in Nederland, maart/april 2022, Mulier Instituut.

Activiteiten die bijdragen aan realiseren doelen NTS

Figuur 2.3 Activiteiten uitgevoerd die bijdragen aan het behalen van de doelen van de NTS 2021–2030 door professionals werkzaam in de Nederlandse sportevenementensector die (deels) bekend zijn met de inhoud van de strategie (n=54, in procenten)



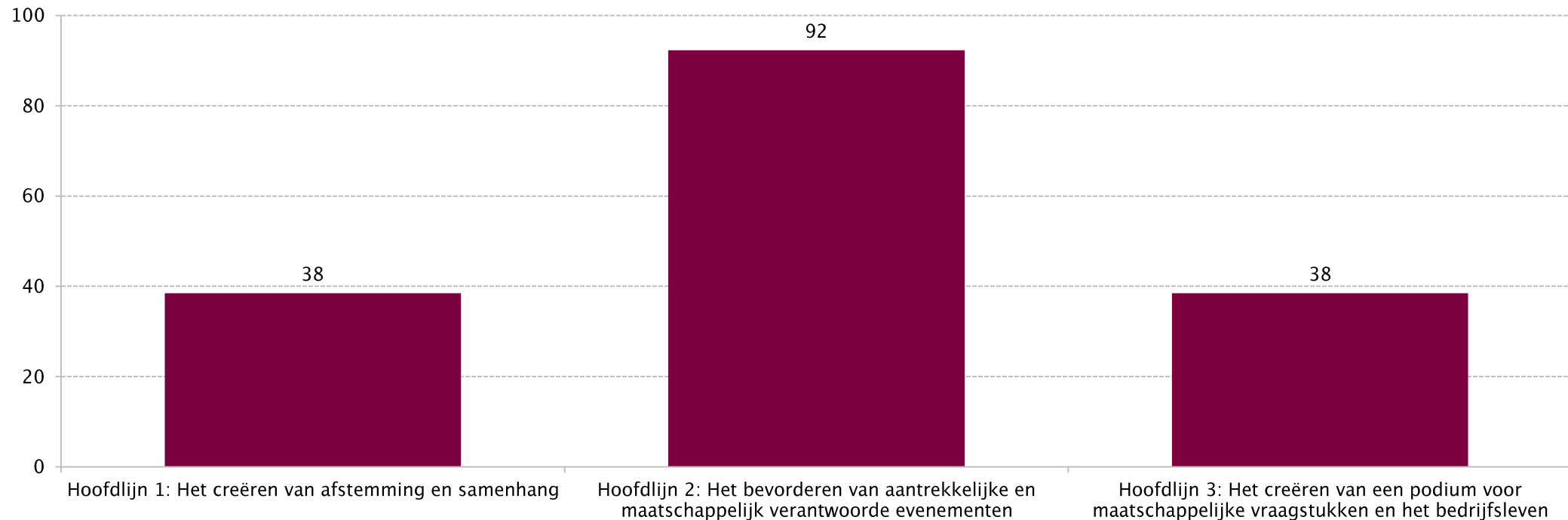
Resultaten deelgroepen (% wel activiteiten uitgevoerd)

Overheden (n=22):	86%
Sportbonden (n=15):	69%
Andere organisaties (n=5):	100%

Bron: Peiling onder professionals in de sportevenementensector in Nederland, maart/april 2022, Mulier Instituut.

Activiteiten die bijdragen aan realiseren doelen NTS, naar hoofdlijn

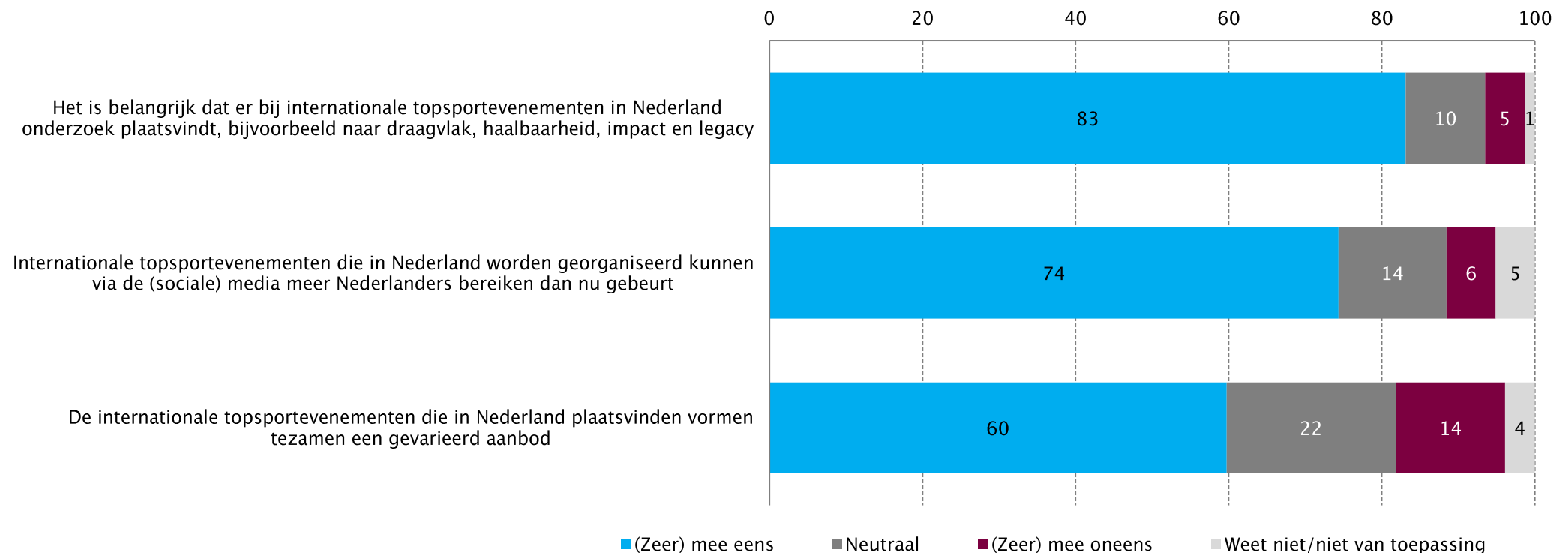
Figuur 2.4 Activiteiten uitgevoerd die bijdragen aan het behalen van de doelen van de NTS 2021–2030 door professionals werkzaam in de Nederlandse sportevenementensector die (deels) bekend zijn met de inhoud van de strategie, naar hoofdlijn (n=54, in procenten)



Bron: Peiling onder professionals in de sportevenementensector in Nederland, maart/april 2022, Mulier Instituut.

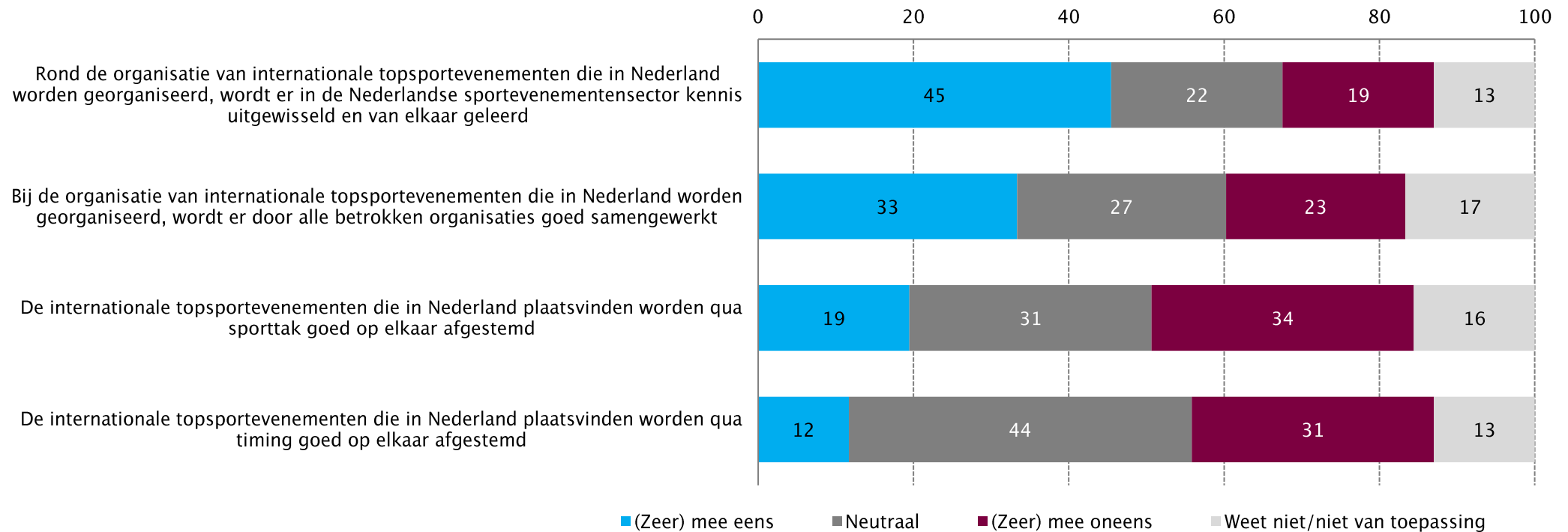
3. Hoofdlijn 1: afstemming en samenhang

Figuur 3.1 Houding van professionals werkzaam in de Nederlandse sportevenementensector ten aanzien van de aspecten van hoofdlijn 1: het creëren van afstemming en samenhang (n=77, in procenten)



Bron: Peiling onder professionals in de sportevenementensector in Nederland, maart/april 2022, Mulier Instituut.

Figuur 3.2 Houding van professionals werkzaam in de Nederlandse sportevenementensector ten aanzien van de aspecten van hoofdlijn 1: het creëren van afstemming en samenhang (n=77, in procenten)



Bron: Peiling onder professionals in de sportevenementensector in Nederland, maart/april 2022, Mulier Instituut.

Mogelijke acties ten aanzien van hoofdlijn 1

Wat betrokken organisaties (nog meer) zouden kunnen doen ten aanzien van hoofdlijn 1 | Kernpunten volgens professionals (o.b.v. n=58)

Wat?	Hoe?	Toelichting
1. Meer regie en afstemming	Benoem een organisatie/persoon die hiervoor verantwoordelijk is	NOC*NSF en het ministerie van VWS worden genoemd als mogelijke regisseurs. Niet alle bijeenkomsten zijn voor alle betrokkenen toegankelijk (o.a. het Platform Evenementen Managers)
2. Meer uitwisseling van ambities	Stel een sportevenementen- en bidkalender op en maak die toegankelijk voor alle betrokkenen	Verschillende organisaties beschikken over deze overzichten, maar die zijn niet allemaal compleet, zijn niet op elkaar afgestemd en worden onvoldoende gedeeld
3. Meer uitwisseling van kennis	Organiseer structureel overleg met alle betrokkenen	Uitwisseling van kennis is te vaak ad hoc en te vaak in kleine kring
4. Vaker vaststellen van realistische doelen voor sportevenementen door alle betrokkenen	Stimuleer dat alle betrokkenen vaststellen wat zij met het sportevenement willen bereiken en zie toe op evaluatie	Betrokkenen kunnen meer met sportevenementen bereiken als vooraf heldere doelen worden gesteld

Wat betrokken organisaties (nog meer) zouden kunnen doen ten aanzien van hoofdlijn 1 | Selectie citaten over kernpunten

1. *'VWS (of NOC*NSF) zou meer de regie kunnen pakken op de agendering van internationale sportevenementen en dat is meer dan alleen maar een evenementenkalender opstellen. Sportbonden kan gevraagd worden naar hun lange termijn strategie voor het binnenhalen van evenementen.'*

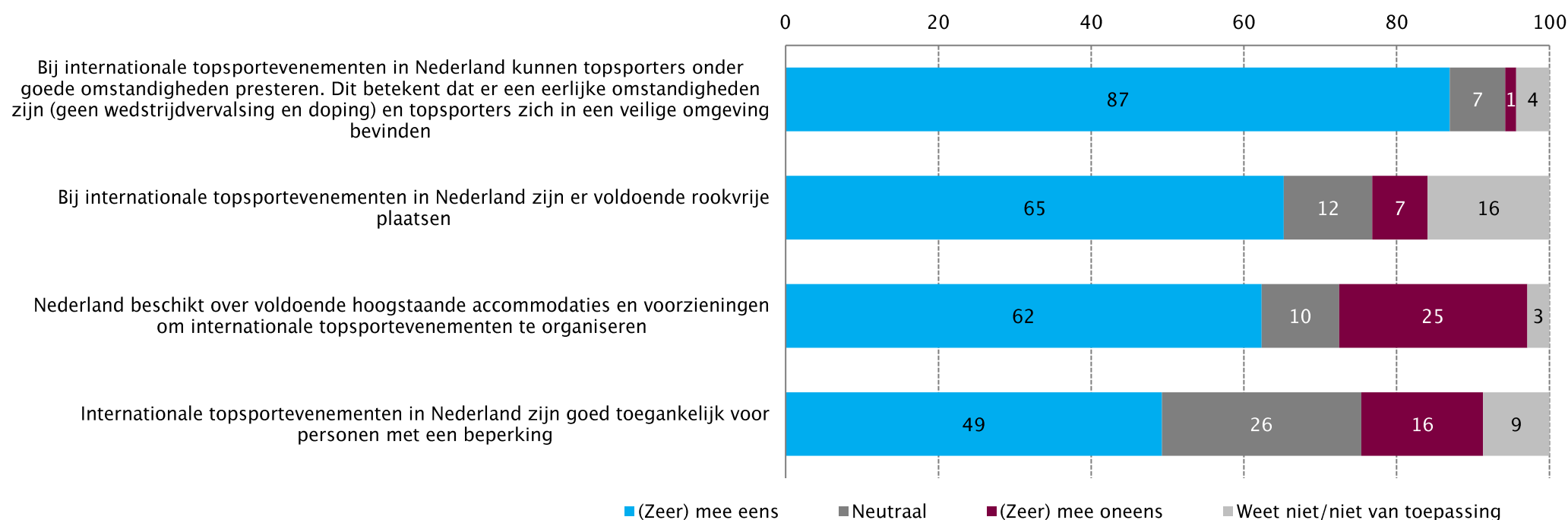
2. *'Afstemming zoeken over de verscheidenheid van evenementen die prioriteit krijgen. Nederland kent veel sporten waar publieke belangstelling voor is. Toch focussen we ons op de bekende sporten: voetbal, schaatsen en wielrennen. Daarmee kom je in een vicieuze cirkel terecht en zijn andere sporten niet in staat om de publieke belangstelling te doorbreken.'*

3. *'Er kan veel meer worden samengewerkt qua kennis en ervaring (wat werkt wel en wat niet, zeker in de promotie), maar ook in het delen van vrijwilligers. Of wellicht zelfs in het in dienst nemen van een evenementencoördinator die voor meerdere sporten evenementen coördineert. Er kan ook meer worden samengewerkt in het delen van locaties/faciliteiten om kosten te drukken.'*

4. *'Eerlijker en transparanter zijn over de (beperkte) maatschappelijke impact van het evenement. Er wordt vaak verkondigd dat het "goed voor de stad is" en "dat het mensen beweegt tot meer sporten". Really?'*

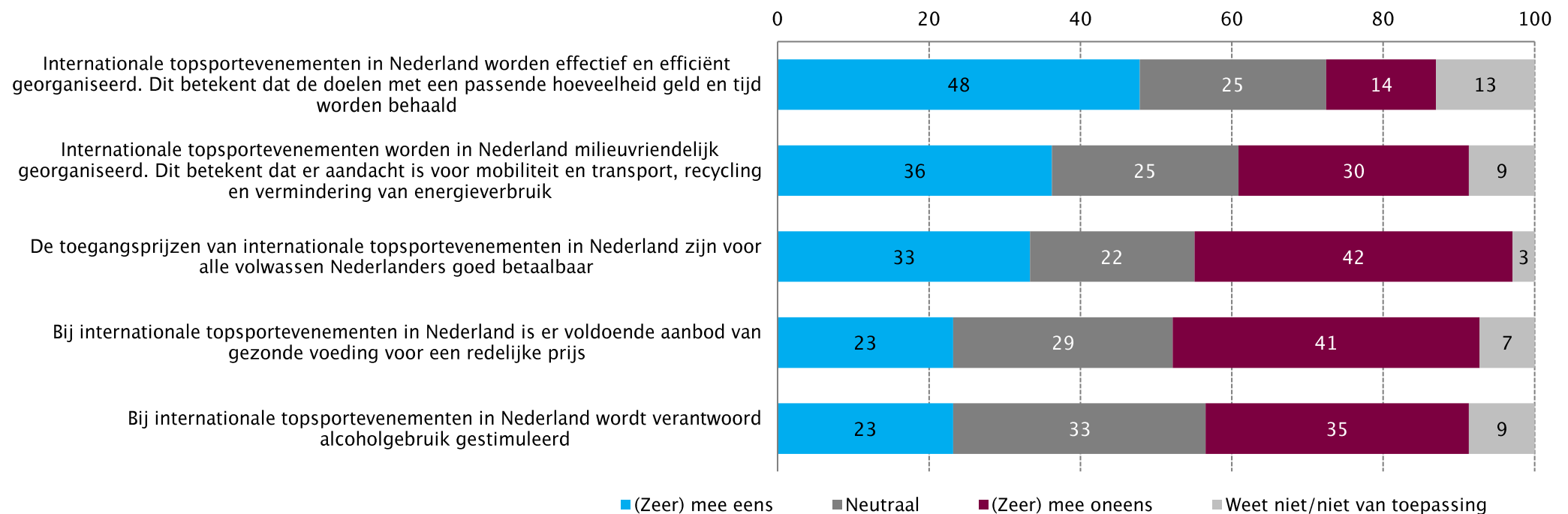
4. Hoofdpijn 2: aantrekkelijke en maatschappelijk verantwoorde evenementen

Figuur 4.1 Houding van professionals werkzaam in de Nederlandse sportevenementensector ten aanzien van de aspecten van hoofdpijn 2: het bevorderen van aantrekkelijke en maatschappelijk verantwoorde evenementen (n=69, in procenten)



Bron: Peiling onder professionals in de sportevenementensector in Nederland, maart/april 2022, Mulier Instituut.

Figuur 4.2 Houding van professionals werkzaam in de Nederlandse sportevenementensector ten aanzien van de aspecten van hoofdlijn 2: het bevorderen van aantrekkelijke en maatschappelijk verantwoorde evenementen (n=69, in procenten)



Bron: Peiling onder professionals in de sportevenementensector in Nederland, maart/april 2022, Mulier Instituut.

Mogelijke acties ten aanzien van hoofdlijn 2

Wat betrokken organisaties (nog meer) zouden kunnen doen ten aanzien van hoofdlijn 2 | Kernpunten volgens professionals (o.b.v. n=71)

Wat?	Hoe?	Toelichting
1. Meer inzicht krijgen in de mate waarin sportevenementen 'maatschappelijk verantwoord' worden georganiseerd	Bepalen wat precies onder 'maatschappelijk verantwoord' wordt verstaan en stand van zaken in kaart brengen	Er wordt in deze context met regelmaat gesproken over het thema duurzaamheid
2. Meer inzicht krijgen in kosten en baten voor alle separate betrokkenen	Uitvoeren van maatschappelijke kosten-batenanalyses (MKBA's)	Meer transparantie over financiën is gewenst, waaronder de verdeling van publieke en private investeringen
3. Meer toezien op (financieel) toegankelijke sportevenementen	Waar mogelijk drempels wegnemen om zoveel mogelijk volgers (live en via de media) te kunnen trekken	Kostenefficiënte organisatie is gewenst en het bedrijfsleven kan (meer) betrokken worden
4. Meer inzetten op integrale 'maatschappelijk verantwoorde' sportevenementen	Eerder en intensiever betrekken van andere beleidsvelden door overheden	Financiers kunnen aan financiering meer bindende voorwaarden koppelen en hier (beter) op toezien

Wat betrokken organisaties (nog meer) zouden kunnen doen ten aanzien van hoofdpijn 2 | Selectie quotes over kernpunten

1. *'Weten wij eigenlijk of wij met ons evenement wel zo maatschappelijk en verantwoord bezig zijn als wij denken? Of is er alsnog veel te veel uitstoot van CO2 na een evenement. Wat is acceptabel en wat niet? Daar inzicht in krijgen zou helpen.'*

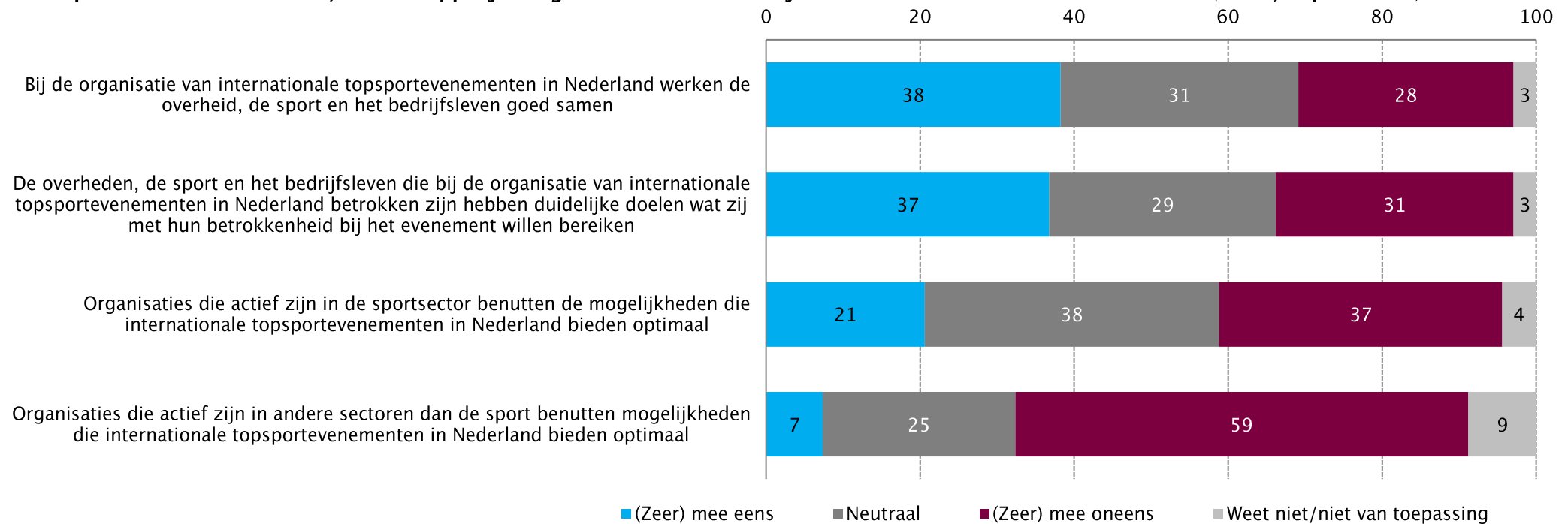
2. *'De politiek wil scoren en ze kunnen scoren met het binnenhalen van een topsportevenement, met als gevolg dat er veel publiek geld in topsportevenementen wordt gepompt. Dit dient veel transparanter te zijn. Laat maar zien hoeveel publiek geld erin wordt gepompt en hoeveel het (nauwelijks) oplevert.'*

3. *'Het enigszins laag houden van de prijzen van tickets waardoor het voor iedere Nederlander mogelijk blijft om een sportevenement te bezoeken. Dit kan door subsidies vanuit de overheid, meer sponsoring vanuit het bedrijfsleven en kosten laag te houden.'*

4. *'Overheden zouden een integrale benadering moeten kiezen; tijdig en intensiever betrekken van andere beleidsvelden (...). Dat wordt nu bij de organisatoren neergelegd, maar die hebben niet de goede ingangen bij overheden. Bijkomend voordeel: het boort ook andere financieringsbronnen aan (...). Nu wordt er te vaak alleen naar de sportbudgetten gekeken.'*

5. Hoofdlijn 3: creëren van een ‘podium’

Figuur 5.1 Houding van professionals werkzaam in de Nederlandse sportevenementensector ten aanzien van de aspecten van hoofdlijn 3: het creëren van een ‘podium’ waar overheden, maatschappelijke organisaties en het bedrijfsleven hun ambities kunnen realiseren (n=68, in procenten)



Bron: Peiling onder professionals in de sportevenementensector in Nederland, maart/april 2022, Mulier Instituut.

Mogelijke acties ten aanzien van hoofdlijn 3

Wat betrokken organisaties (nog meer) zouden kunnen doen ten aanzien van hoofdlijn 3 | Kernpunten volgens professionals (o.b.v. n=73)

Wat?	Hoe?	Toelichting
1. Meer concretiseren wat er met 'podium' wordt bedoeld, vooral voor organisaties buiten de sport	Potentieel betrokken organisaties inspireren op welke manieren het 'podium' kan worden gebruikt, vooral voor organisaties buiten de sport	Er is nood aan meer structuur en toelichting van deze hoofdlijn
2. Beter faciliteren van een match tussen het aanbod (sportevenementen als 'podium') en de vraag (organisaties die sportevenementen als 'podium' willen benutten)	Stimuleren dat potentieel betrokken organisaties een beeld hebben van de mogelijkheden (welke evenementen op welke manier benutten)	Wanneer de sportevenementenkalender voor iedereen inzichtelijk is, kunnen daar voorstellen voor het benutten van het 'podium' aan gekoppeld worden
3. Meer structurele samenwerking rond sportevenementen	Meer structurele, meerjarige samenwerking tussen sportevenementen en partners	Van ad hoc naar structureel en van sponsorship naar partnership
4. Meer inzetten op zichtbaarheid en bereik van alle sportevenementen	Groter mediabereik en hogere betrokkenheid onder volgers door marketing van sportevenementen	Evenwichtiger spreiding media-aandacht wenselijk: veel aandacht gaat uit naar de grote evenementen in enkele takken van sport

Wat betrokken organisaties (nog meer) zouden kunnen doen ten aanzien van hoofdlijn 3 | Selectie quotes over kernpunten

1. *'Het feit dat podium tussen haakjes staat, geeft al aan dat we te weinig concreet zijn met elkaar. Scherper verwoorden is belangrijk. Dat begint bij de partijen die het beleid formuleren.'*

2. *'Sportbond en belangrijkste stakeholders zouden een goed op elkaar afgestemd pakket van (haalbare) eisen op kunnen stellen om een optimaal podium te kunnen creëren. Dat betekent niet dat de organisator ook alle initiatieven moet nemen (focus op hoofdevent), maar wel een goede "kapstok" creëert om op aan te haken.'*

3. *'Probeer een structurele samenwerking met het bedrijfsleven te krijgen. Niet sponsoring maar partnership. Denk daarbij breder dan alleen in geld en een VIP-tent. Denk bijvoorbeeld ook een koppeling met vitaliteit op de werkvloer, koppeling met arbeidsmarkt en onderwijs.'*

4. *'Het bedrijfsleven moet een maatschappelijke rol pakken en een deel van haar winst reserveren voor het sponsoren van sportevenementen. VWS moet er mede zorg voor dragen dat evenementen onder de aandacht worden gebracht bij het grote publiek. Marketing voor sportevenementen, bv. als vast onderdeel van het sportjournaal. Dat maakt het ook interessant voor het bedrijfsleven.'*

6. Conclusie

Bekendheid en toepassing NTS

Ruim zeven op de tien professionals (72%) weten dat het ministerie van VWS, NOC*NSF en VSG de NTS hebben ontwikkeld. Van degenen die dit weten is drie kwart (75%) (deels) bekend met de inhoud van de NTS. Dit is 52 procent van alle professionals.

Van de professionals die (deels) bekend zijn met de NTS heeft 72 procent zelf (c.q. de organisatie waar zij werken) activiteiten uitgevoerd die bijdragen aan de doelen van de NTS. Dit is 39 procent van alle professionals.

Professionals die activiteiten hebben uitgevoerd die bijdragen aan de doelen van de NTS, hebben vooral activiteiten ontplooid die bijdragen aan hoofdlijn 2 (92%). 38 procent droeg bij aan hoofdlijn 1 en eveneens 38 procent aan hoofdlijn 3.

Afstemming en samenhang

60 procent van de professionals vindt het topsportevenementenaanbod in Nederland gevarieerd. 19 procent vindt dat de topsportevenementen qua sporttak goed op elkaar zijn afgestemd, 12 procent vindt dat qua timing. Wat nog meer gedaan zou kunnen worden rond deze hoofdlijn: meer regie en afstemming, meer uitwisseling van ambities, meer uitwisseling van kennis en vaker realistische doelen vaststellen.

Aantrekkelijk en maatschappelijk verantwoord

87 procent van de professionals is van mening dat topsporters bij topsportevenementen in goede omstandigheden kunnen presteren. 48 procent

vindt dat die sportevenementen effectief en efficiënt worden georganiseerd. Wat nog meer gedaan zou kunnen worden rond deze hoofdlijn: meer inzicht krijgen in de mate waarin sportevenementen 'maatschappelijk verantwoord' worden georganiseerd, meer inzicht krijgen in kosten en baten voor alle betrokkenen, meer toezien op (financieel) toegankelijke sportevenementen en meer inzetten op integrale 'maatschappelijk verantwoorde' sportevenementen.

Creëren van podium

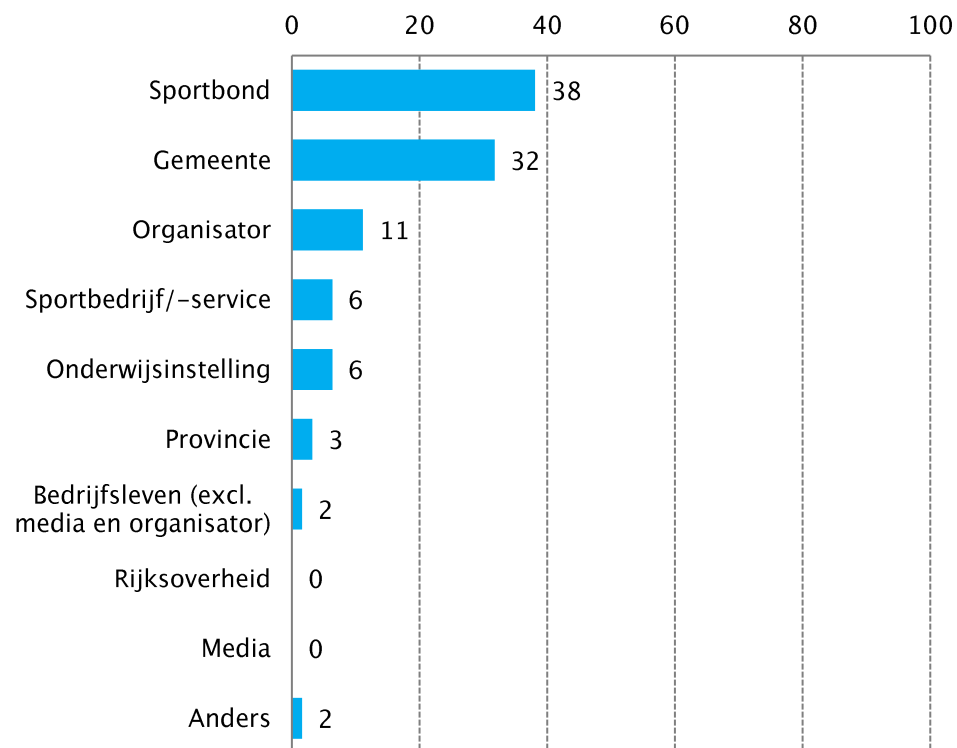
38 procent van de professionals vindt dat de overheid, de sport en het bedrijfsleven goed samenwerken bij de organisatie van topsportevenementen. 37 procent is van mening dat overheden, de sport en het bedrijfsleven die bij die evenementen betrokken zijn duidelijke doelen hebben die zij willen bereiken. Wat nog meer gedaan zou kunnen worden rond deze hoofdlijn: meer concretiseren wat er met deze hoofdlijn wordt bedoeld, beter faciliteren van een match tussen het aanbod (sportevenementen als 'podium') en de vraag (organisaties die sportevenementen als 'podium' willen benutten), meer structurele samenwerking rond sportevenementen en meer inzetten op de zichtbaarheid en het bereik van sportevenementen in alle sporttakken.

Vervolg

Advies is om dit onderzoek in de toekomst te herhalen, zodat ontwikkelingen kunnen worden geïdentificeerd en beleid op de actualiteit kan worden afgestemd.

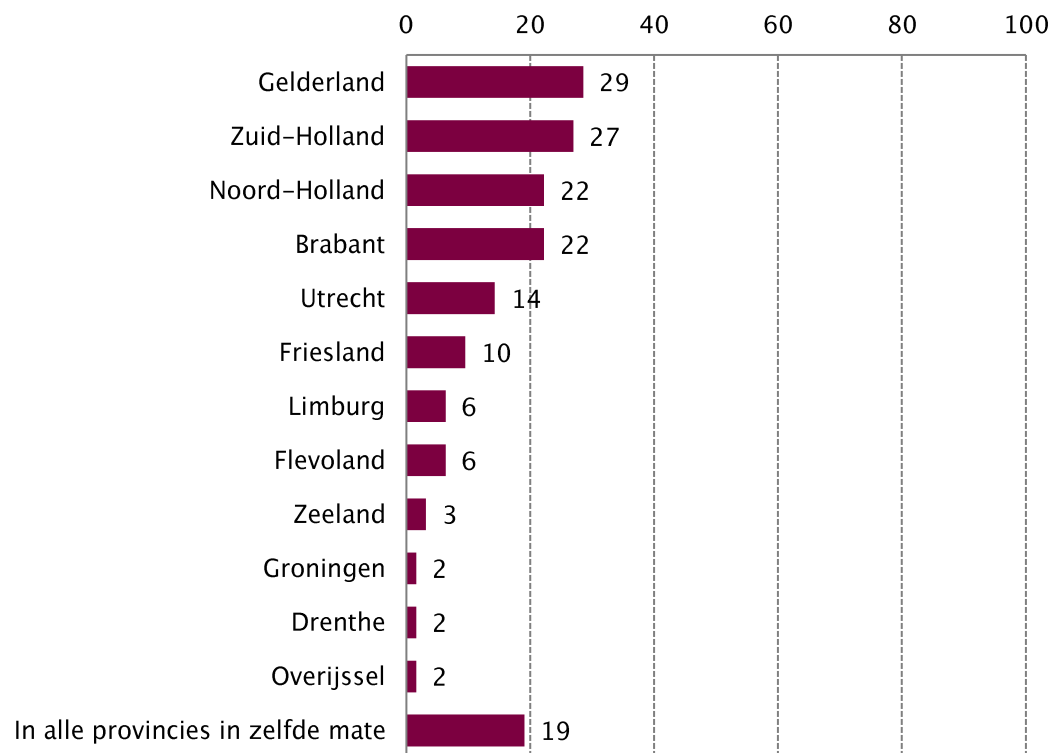
Bijlage: kenmerken professionals

Figuur B1. Typen organisaties waar de professionals in de sportevenementensector in Nederland werkzaam zijn (n=67, in procenten, best passende antwoord)



Bron: Peiling onder professionals in de sportevenementensector in Nederland, maart/april 2022, Mulier Instituut.

Figuur B2. Provincie(s) waar de organisaties van de professionals in de sportevenementensector in Nederland werkzaam zijn (n=67, in procenten, meerdere antwoorden mogelijk)



Bron: Peiling onder professionals in de sportevenementensector in Nederland, maart/april 2022, Mulier Instituut.



www.mulierinstituut.nl

@mulierinstituut

(030) 721 02 20



mulier instituut