

**De maatschappelijke betekenis van het WK 2018
Een verkennende notitie**

Ministerie van VWS

Februari 2010

1. Inleiding

Nederland en België werken aan het uitbrengen van een bid voor de organisatie van het WK 2018 of 2022. De verantwoordelijke organisatie daarvoor is *The HollandBelgiumbid*. In mei 2010 overhandigt zij aan de FIFA het officiële bidbook waarin wordt uitgelegd op welke manier het WK in Nederland en België zal worden georganiseerd. In december 2010 beslist de FIFA wie de WK's in 2018 en 2022 mag organiseren.

Steeds meer zijn overheden bereid te investeren in organisatie en infrastructuur van grote sportevenementen. Zo waren bij de voorbereidingen voor het EK 2000 in Nederland veel minder gemeenten bereid speelstad te zijn dan bij de voorbereidingen voor het WK 2018. De redenen voor overheden om evenementen mogelijk te maken hebben betrekking op de veronderstelde positieve economische en maatschappelijke (lange termijn) effecten van sportevenementen. Dit wordt ook wel aangeduid als 'legacy'.

Deze verkennende notitie gaat in op deze effecten. Hierbij gaat de aandacht uit naar zowel economische als sociaal-maatschappelijke effecten. De beschrijving hiervan is gebaseerd op (de inmiddels redelijk omvangrijke) literatuur over de economische en maatschappelijke effecten van grote, internationale sportevenementen, vooral de EK's en WK's voetbal.

Daarnaast is een aantal gesprekken gevoerd met deskundigen. De notitie begint met een model van mogelijke effecten van evenementen; vervolgens wordt stilgestaan bij de mate waarin de diverse effecten zijn opgetreden bij grote sportevenementen van de afgelopen jaren. Tot slot volgt de conclusie.

2. Maatschappelijke en economische effecten van evenementen: een model

Het onderstaande model geeft de mogelijke effecten aan van een (groot, internationaal) evenement. Het is een uitgebreid model dat als een kader kan dienen om tijdens de voorbereidingen van een evenement na te denken over mogelijke effecten c.q. het proberen te bewerkstelligen van deze effecten en om een ex ante of een ex post evaluatie onderzoek uit te voeren.

Tabel 1 Model van diverse effecten van evenementen

Effect	Uitingsvorm
Economische effecten	<ul style="list-style-type: none"> - Additionele bestedingen - Extra inkomen - Vergroting werkgelegenheid
Promotionele effecten	<ul style="list-style-type: none"> - Veel buitenlandse bezoekers - Versterking van het imago - Versterking toerisme na het evenement
Sociaal-maatschappelijke effecten	<ul style="list-style-type: none"> - Positieve beleving van het toernooi - Versterking nationale of lokale identiteit - Gevoelens van trots op land of stad - Versterking gemeenschapszin, sociale binding, regionale tradities
Sportieve effecten	<ul style="list-style-type: none"> - Toename participatie aan sport verbonden met evenement - Verhoging betrokkenheid bij sport (bv. vrijwilligersinzet) - Investerings in sportinfrastructuur - Investerings in sportprojecten
Fysiek/infrastructurele effecten	<ul style="list-style-type: none"> - Verbetering bestaande infrastructuur (OV, wegen enz.) - Verbetering toeristisch/recreatieve infrastructuur - versterking stedelijke vernieuwing
Politieke effecten	<ul style="list-style-type: none"> - Lokale, nationale en internationale waardering voor evenement - Verbetering bestuur en beleid

Hall (1992), bewerking Mulier Instituut (2010)

De uitingsvormen zijn als positieve effecten verwoord. Nadrukkelijk moet hierbij worden vermeld dat het positieve van deze effecten niet vanzelfsprekend is. Alle soorten effecten kunnen ook negatieve uitingsvormen hebben. Een slecht georganiseerd, sfeerloos toernooi kan juist schade toebrengen aan de economie, imago, toerisme of gemeenschapszin. Daarnaast moet worden opgemerkt dat deze effecten zich niet alleen voordoen tijdens of na het toernooi maar ook in de tijd voorafgaand aan het toernooi.

In het vervolg van deze notitie ligt de nadruk op de economische, de promotionele, de sociaal-culturele effecten en de sportieve effecten. De fysiek/infrastructurele en politieke effecten vallen als niet direct maatschappelijke effecten buiten het kader van deze notitie.

In het algemeen geldt dat in de impactstudies van evenementen de aandacht primair uitgaat naar de economische effecten. Over de methoden om deze effecten in kaart te brengen, bestaat internationaal een behoorlijke mate van consensus hoewel er altijd verschillen van inzicht zijn en niet iedere studie op dezelfde manier de economische effecten meet. Ondanks de gerichtheid op de economische effecten, komen in diverse studies ook de andere effecten aan bod. Dit gebeurt echter niet altijd even uitgebreid en ook de methoden om deze in kaart

te brengen variëren. Daarnaast is het in ex ante studies (die in de voorbereidingen van een evenement een belangrijke rol spelen) vrijwel niet mogelijk om niet-economische effecten hard te maken, anders dan bij de economische effecten waarbij wel wordt gekwantificeerd.

3. Economische effecten van een groot, internationaal sportevenement

De economische effecten van evenementen worden in veel studies vastgesteld op basis van de bestedingen door de organisatie (organisatiekosten, ITC, transport, gastheerschap) en bestedingen

door de bezoekers (uitgaven van stadionbezoekers, meereizigers en public viewing (grote schermen) bezoekers). Deze bestedingen zijn te beschouwen als reële additionele bestedingen, dat wil zeggen, het bestede geld was anders niet in het land c.q. de speelstad terechtgekomen.

Voor iedere investering worden de bruto omvang berekend, de toegevoegde waarde op de economie en het effect op de werkgelegenheid. Deze berekeningen vinden plaats op nationaal niveau, dus voor het land dat het evenement organiseert, en op lokaal niveau, dus voor de verschillende speelsteden. De bestedingen door de bezoekers sorteren het grootste economische effect. Hierbij gaat het dan wel om extra bezoekers en niet om bestedingen van reeds aanwezige inwoners van het land of de speelstad (additionele bestedingen). Bij de schattingen van het aantal extra bezoekers moet het zogenaamde crowding out effect worden betrokken dat verwijst naar die personen die als gevolg van het evenement juist niet naar het betreffende land afreizen terwijl ze dit anders wel hadden gedaan. Om zoveel mogelijk economisch effect te genereren is het dus van belang om veel bezoekers aan te trekken en deze zo lang mogelijk vast te houden. Verder moet rekening worden gehouden als het gaat om werkgelegenheid met bijvoorbeeld de mate waarin de extra werkgelegenheid ook wordt benut door inwoners van het land of de stad/regio.

Een apart verhaal is dat van de investeringen in de stadions en de economische effecten hiervan. Of er bij de investeringen in stadions sprake is van positieve economische effecten is sterk afhankelijk van het perspectief dat wordt gehanteerd. Investeringen in stadions door binnenlandse investeerders (overheid, marktpartijen) zijn op nationaal niveau kosten, geen baten. Alleen als de investeringen op langere termijn kunnen worden terugverdiend door een goede exploitatie treden er positieve economische effecten op. Bij geen goede exploitatiemogelijkheid kunnen de kosten erg hoog oplopen.

Vanuit het perspectief van projectontwikkelaars en bouwondernemingen echter kunnen investeringen in de stadions wel direct positieve economische effecten genereren. En ook vanuit het perspectief van de lokale/regionale werkgelegenheid kunnen stadioninvesteringen een positief effect hebben.

In het algemeen blijkt dat er sprake is van positieve economische effecten bij de EK's en WK's voetbal. Bij de onderstaande cijfers moet worden aangetekend dat de effecten zich grotendeels voordoen in het jaar waarin het evenement plaatsvindt (daarna ebben de effecten weg) en dat er weliswaar sprake is van additionele werkgelegenheid maar dat die zoveel mogelijk wordt opgevangen met de bestaande capaciteit aan personeel.

Bij het laatste WK noteerde Duitsland een groei van het Bruto Nationaal Product van 2-3 miljard en een extra werkgelegenheid van 35.000 – 50.000 mensjaren werk, waarbij de stadioninvesteringen niet zijn meegenomen. Het laatste EK, in Zwitserland en Oostenrijk, bracht voor Zwitserland een toegevoegde waarde (extra inkomen) van 185 miljoen euro en

3.470 FTE werkgelegenheid en voor Oostenrijk respectievelijk 640 miljoen en 11.781 FTE (stadioninvesteringen meegenomen). Het EK voetbal in 2000, in Nederland en België, genereerde voor Nederland een toegevoegde waarde van €103 miljoen euro en aan extra werkgelegenheid 1.800 mensjaren (stadioninvesteringen niet meegenomen). Dit zijn cijfers op nationaal niveau maar er doen zich ook economische effecten voor op lokaal/regionaal niveau. Het EK 2000 bracht voor Amsterdam een extra inkomen van 35 miljoen euro, voor Rotterdam 26 miljoen euro en voor Eindhoven en Arnhem, waar minder wedstrijden werden gespeeld, respectievelijk 7 en 5 miljoen euro. Ook het EK 2008 bracht voor de speelsteden in Zwitserland en Oostenrijk extra inkomen en werkgelegenheid met zich mee. De extra inkomsten en werkgelegenheid komen terecht in verschillende sectoren. De horeca- en hotelsector, de bouwsector en de detailhandel profiteren het meeste van een EK of WK voetbal.

Tot slot is voor het EK 2000 in Nederland nog het saldo uitgerekend voor de overheden zelf. De Rijksoverheid kende een batig saldo van 15 miljoen euro, maar de overheden van de speelsteden noteerden een negatief saldo, behalve Arnhem. Het negatief saldo voor Amsterdam was 360.000 euro, voor Rotterdam 117.000 euro, voor Eindhoven 103.500 euro en het batig saldo voor Arnhem bedroeg 45.000 euro. Samengevat kan worden gezegd dat de kosten voor de lokale overheden gering waren in verhouding tot het lokale economische effect dat het EK 2000 heeft opgeleverd.

Tot slot lijkt er ook een verband te zijn tussen de prestaties van een landenteam en het consumentenvertrouwen en de handelsrelaties. Toen Nederland in 1988 Europees kampioen werd, steeg het consumentenvertrouwen in de zes maanden daarna. En toen Zuid Korea onder leiding van Guus Hiddink goed presteerde op het WK in 2002 namen de handelsrelaties tussen Nederland en Zuid Korea toe, met name de uitvoer naar Zuid Korea steeg aanzienlijk.

4. Promotionele effecten

Bij het promotionele effect kan onderscheid worden gemaakt in:

1. aantallen bezoekers (toeristen) die tijdens het evenement het land en de speelsteden bezoeken;
2. het effect van het evenement op het imago van een land of speelstad;
3. het effect op het toerisme na het evenement.

1. Het is duidelijk dat een WK of een WK een enorme stroom bezoekers aantrekt. Dit zijn voor een groot deel bezoekers van wedstrijden maar het blijkt dat veel bezoekers ook vrienden of familie meenemen die geen wedstrijden bezoeken maar wel toeristische bestemmingen in het land. Aan de andere kant moet rekening worden gehouden met het wegblijven van toeristen of het wegtrekken van inwoners van een land of speelstad als gevolg van het evenement, crowding out. Toeristische steden waar een EK of WK wordt gehouden zouden meer last kunnen hebben van crowding out dan niet toeristische steden. Zo kwamen er veel minder bezoekers naar Parijs (en naar Frankrijk als geheel) gedurende het WK 1998. Maar het aantal extra bezoekers is altijd groter dan de omvang van de crowding out.

In het aantrekken van bezoekers zijn side-events een steeds belangrijkere rol gaan spelen. Een EK of WK voetbal is niet alleen meer een evenement in stadions maar strekt zich uit over de gehele stad of het gehele land. Zo waren de 'Fan feste' gedurende het WK in Duitsland een groot succes. De evenementen samen trokken 21 miljoen bezoekers. Berlijn trok alleen al 9 miljoen bezoekers, een mijlpaal omdat het in Duitsland niet eerder voorkwam dat een

evenement meer bezoekers trok dan het Oktoberfest (het grootste publieksfestival ter wereld). Ook tijdens het EK 2008 in Oostenrijk en Zwitserland trokken de side events en het vertonen van de wedstrijden op grote schermen in de stad (public viewing) veel bezoekers.

Tabel 2 Evenementkenmerken

Kenmerk	EK 2000	WK 2006	EK 2008
Verkochte tickets	1.12 2.833	3.359.439	1.140.902
Organisatie	Nederland, België	Duitsland	Oostenrijk, Zwitserland
Teams	16	32	16
Wedstrijden	31	64	31
Stadions	8	12	8

2. Wat voor imago-effecten treden nu op na een EK of WK voetbal? Een aantal ex post evaluaties wijzen op positieve imago-effecten. Het EK 2000 versterkte het over het algemeen redelijk positieve imago van Nederland in grote landen als Duitsland, Frankrijk, Engeland en Spanje. Het imago van Nederland werd in Italië niet versterkt, waarschijnlijk als gevolg van een enkel incident met Italiaanse verslaggevers. Daarnaast werd de naamsbekendheid van de speelsteden groter, behalve voor Amsterdam omdat de naamsbekendheid van deze stad in de genoemde landen vrijwel op 100% ligt.

Het effect op de naamsbekendheid van speelsteden is groter in die landen waarvan de nationale elftallen ook wedstrijden in die speelsteden hebben gespeeld.

Het WK 2006 heeft voor Duitsland sterke imago-effecten opgeleverd. De Duitse overheid wilde ook nadrukkelijk met de organisatie van het WK het stereotype Duitse imago (conformistisch, serieus en dominerend) veranderen. Onder veel Europese en niet-Europese bezoekers versterkte het imago van Duitsland. Het land werd beoordeeld als goed georganiseerd, modern, economisch sterk maar ook op aspecten als vriendelijkheid, tolerantie en gastvrijheid scoorde Duitsland hoog.

Het imago-effect vindt niet alleen plaats als gevolg van de vele bezoekers aan het organiserend land maar natuurlijk ook door de enorme media-aandacht over de gehele wereld voor een WK en, in iets mindere mate, een EK voetbal.

3. Het effect van een WK of EK voetbal op het toerisme na afloop van het evenement is een minder eenduidig verhaal. Diverse onderzoekers wijzen erop dat het lange termijn effect van een evenement op het toerisme overschat worden. Het aantonen van een directe relatie tussen een evenement en de ontwikkeling van het toerisme in de jaren daarna is lastig. Het toerisme hangt van diverse factoren af waarvan een WK of een EK er mogelijk één van is. Het onderzoek onder bezoekers van het EK 2000 leverde geen toeristische effecten op. Er was geen sprake van een grote groep bezoekers dat in de periode na het evenement Nederland zou gaan bezoeken vanwege de positieve ervaringen gedurende het evenement. Bezoekersonderzoek tijdens het WK 2006 leverde echter op dat 90% van de bezoekers Duitsland als reisbestemming zou aanbevelen. In hoeverre dat daadwerkelijk heeft geleid tot meer toerisme is niet bekend. Het WK 1998 betekende voor Frankrijk een daling van het toerisme in de periode direct voorafgaand en tijdens het evenement. Maar in de maanden daarna steeg het toerisme weer en uiteindelijk bleek 1998 een goed toeristisch jaar.

In dit verband is een verwijzing naar de toeristische effecten van de Olympische Spelen relevant. Uit onderzoek blijkt dat het reguliere toerisme de neiging heeft terug te lopen in de jaren na de Spelen. Zo investeerde Barcelona voor de Spelen van 1992 flink in extra capaciteit aan overnachtingsmogelijkheden, maar deze werden in de jaren daarna bij lange na niet goed bezet. Pas tien jaar na de Spelen was sprake van acceptabele bezettingsgraden. Overigens hebben de Spelen de stad Barcelona in het algemeen geen windeieren gelegd.

5. Sociaal-maatschappelijke effecten

Deze effecten hebben betrekking op de bevolking van het land of de speelstad zelf. Hoe heeft men het evenement ervaren, heeft het evenement de trots op land of stad versterkt en zijn er effecten in termen van sociale binding? Evaluaties wijzen uit dat het grootste deel van de bevolking een WK of een EK positief waardeert. Het EK 2000 werd door het merendeel van de Nederlanders en door de inwoners van de speelsteden zeer positief gewaardeerd. Een groot deel vond de gezelligheid met vrienden, familie en kennissen een groot pluspunt. Ook waren veel Nederlanders trots op het feit dat hun land het toernooi organiseerde en kende men gedurende het toernooi een oranjegevoel.

In Duitsland werd het WK in 2006 zeer intensief beleefd en positief gewaardeerd. Zo vonden de inwoners van München het positief dat de infrastructuur door het WK werd verbeterd, dat het gevoel van veiligheid werd versterkt en dat de contacten met de voetbalfans over het algemeen prettig waren. Het toernooi bracht een miljoenenpubliek op de been via de succesvolle side events en de vertoning van wedstrijden op grote schermen, gebeurtenissen die het saamhorigheidsgevoel versterkten.

Daarnaast werd in Duitsland het WK aangegrepen om op scholen de deelnemende landen centraal te stellen in lespakketten. Het project 'World Cup Schools – Fair Play for Fair Life' had tot doel tegen de achtergrond van het voetbalevenement Duitse kinderen en jongeren beter kennis te laten maken met andere landen en culturen (200 scholen met gemiddeld 250 kinderen en jongeren namen deel). Elke school verdiepte zich in een land dat deelnam aan het WK, niet alleen in de voetbalcultuur, maar ook andere aspecten van het land werden door de kinderen en jongeren onderzocht. Er kwamen ook contacten met scholen in de betreffende landen tot stand. Het project voorzag in de behoefte om global learning te combineren met voetbal.

De beleving van het WK 1998 door de Fransen was uitermate sterk, niet in het minst omdat Frankrijk de wereldtitel won. Na de finale kwamen meer dan een miljoen mensen samen op de Champs-Élysées om de overwinning te vieren, zwaaiend met Franse en Algerijnse vlaggen. Dit laatste vanwege de verdienste van voetballer Zinedine Zidane, o.a. twee goals in de finale. De organisatie van het WK en de wereldtitel zouden volgens onderzoekers voor een versterking van de nationale identiteit hebben gezorgd, voor een erkenning van de multiculturele samenleving in Frankrijk en voor het gevoel bij de Fransen dat hun land weer meetelt op mondiaal niveau.

De inzet en betrokkenheid van vele vrijwilligers bij de organisatie van grote sportevenementen is eveneens als een sociaal-maatschappelijk effect te beschouwen. Het aantal vrijwilligers bij bijvoorbeeld Olympische Spelen is groot; maar liefst 100.000 in Peking en rond 45.000 in Athene en Sydney. Maar ook bij EK's en WK's zijn veel vrijwilligers op de been om het gastheerschap vorm te geven. Daarmee krijgen maatschappelijke participatie en sportieve betrokkenheid een impuls die mogelijk kan leiden tot versterking van de bereidheid van burgers om zich maatschappelijk in te zetten.

Het komende WK in Zuid Afrika is de katalysator van sociale ontwikkeling in zowel Zuid Afrika als in de rest van het Afrikaanse continent. Met het project *20 centres for 2010* beoogt de FIFA sociale ontwikkeling te bevorderen in diverse Afrikaanse landen. Er worden *Centres football for hope* opgericht: centra met voorzieningen voor gezondheidszorg, onderwijs en sport die bovendien als lokale ontmoetingsplaats moeten gaan fungeren. Ook in het kader van het WK 2014 in Brazilië worden dergelijke centra in Zuid Amerika opgericht.

6. Sportieve effecten

Deze effecten hebben betrekking op de populariteit van de sport(en) verbonden aan het evenement, de betrokkenheid van de bevolking bij sport, investeringen in de sportinfrastructuur en het imago van sport. Het effect van een evenement op de sportdeelname is niet uitgebreid onderzocht. Een Australische studie wees uit dat de Olympische Spelen in Sydney geen effect hadden op de sportdeelname in het land. De Spelen in Barcelona hadden wel een hogere sportparticipatie in Spanje tot gevolg, hoewel de onderbouwing hiervan niet sterk was. Er zijn geen effectstudies gedaan in het kader van voorgaande EK's of WK's voetbal. Als het om voetbal gaat, zal een effect waarschijnlijk lastig aan te tonen zijn, gelet op de al hoge populariteit van deze sport.

Een hoge betrokkenheid bij sport c.q. het evenement is bij alle grote evenementen vast te stellen. Zonder de aanwezigheid van een enorm leger vrijwilligers zijn deze evenementen niet tot een goed einde te brengen (zie ook voorgaande paragraaf).

Evenementen kunnen ook betrekking hebben op de ontwikkeling van de breedtesport. Zo speelde de 'community sports legacy' een rol tijdens de Commonwealth Games van 2002 in Manchester. Ook het beleid rondom de Olympische Spelen van 2012 in Londen heeft dit thema als één van haar speerpunten. Het is een onderdeel van het 'Inspire programma', en heeft als doel de deelname aan breedtesport te vergroten. Daarnaast werden in het kader van de WK 1998 door de Franse staat subsidies beschikbaar gesteld voor lokale sportevenementen, werd er een pas geïntroduceerd voor gezinnen met lage inkomens om de contributie van een sportvereniging te kunnen voldoen en werden er maatregelen genomen om een breder samengesteld publiek naar de voetbalstadions te trekken om voetbalvandalisme te bestrijden. Verder werd er na het EK 2000 in Nederland 23 miljoen euro extra beschikbaar gesteld voor het organiseren van sportevenementen.

Sportieve impact is er ook in Zuid Afrika. Het WK 2010 is aanleiding voor een hausse aan voetbalontwikkelingsprojecten waarbij Engeland, Duitsland en Nederland, via de voetbalbonden en daaraan gelieerde bedrijven, een vooraanstaande rol spelen. Zo worden amateurclubs en coaches uit genoemde landen gekoppeld aan Zuid Afrikaanse amateurclubs en coaches om de organisatie en coaching bij de Zuid Afrikaanse clubs te versterken. Een groot sportevenement brengt investeringen met zich mee in de fysieke, sportieve infrastructuur. Het gaat hierbij om renovaties of uitbreidingen van bestaande stadions maar ook om het realiseren van nieuwe, grote en architectonisch opvallende stadions. De voorbeelden zijn legio; de Olympische stadions in Sydney, Athene en Peking, de voetbalstadions in Wenen, München en Lissabon. Deels gaat het om speciaal voor het evenement gebouwde stadions, zoals in Peking, Sydney en Athene, deels om reeds geplande nieuwe stadions zoals in München of uitbreidingen van bestaande stadions zoals in Wenen en Lissabon. De sportinfrastructuur krijgt met deze stadions een indrukwekkende impuls en de stad een mooi promotiemiddel maar er kleven ook risico's aan deze investeringen. Het spookbeeld van zogenoemde *white elephants* is niet denkbeeldig: accommodaties die na een

groot evenement niet te exploiteren blijken en zelfs leegstaan en niet meer worden onderhouden. Belangrijk in dit verband is dat vooraf zoveel mogelijk zekerheid wordt gecreëerd over de exploitatie op lange termijn, bijvoorbeeld door vaste gebruikers van de stadions en/of multifunctioneel gebruik.

7. Relatie met het Olympisch Plan 2028

Het spreekt vanzelf dat het uitbrengen van een bid voor een WK voetbal direct aansluit bij de Olympische ambities van Nederland zoals neergelegd in het Olympisch Plan 2028 (OP2028). Een van de doelstellingen van het OP2028 is het organiseren van meer EK's en WK's in belangrijke sporten. Het binnenhalen van het WK voetbal zou een mijlpaal hierin zijn en een sterke impuls vormen voor de hoofdthema's die binnen de evenementen ambitie van het OP2028 zijn geformuleerd: professionaliteit, internationale positionering, promotie en accommodaties.

De reeds bestaande samenwerking tussen *Olympisch Vuur* en *The HollandBelgiumbid* zou, bij een succesvolle bid, verder moeten worden geïntensiveerd langs bovenstaande thema's. In het kader van deze notitie wordt hier verder niet op ingegaan.

7. Conclusie

Deze tour d'horizon laat zien dat er een diversiteit aan maatschappelijke en economische effecten van grote sportevenementen te onderscheiden zijn en dat deze inmiddels ook door onderzoek zijn onderbouwd. Economische effecten doen zich voor in termen van extra inkomen en werkgelegenheid waarbij het belangrijk is te realiseren dat dit korte termijn effecten zijn die vooral in de periode van het evenement worden gerealiseerd maar geen duurzaam karakter hebben. Daarnaast zijn de effecten op het inkomen, op nationaal niveau gezien, bescheiden en beïnvloeden nauwelijks het Bruto Nationaal Product. De effecten voor de speelsteden, de regio's en de sectoren zijn relatief groter. Cruciaal in het bepalen van economische effecten is het perspectief dat wordt gehanteerd. Wat vanuit het ene perspectief baten zijn, vormt vanuit het andere kosten.

Grote sportevenementen kunnen veel imagowinst voor een land opleveren en de overheid kan daar bewust op aansturen via campagnes, side events, goed gastheerschap enz. Het is echter niet vanzelfsprekend dat een verbeterd imago ook leidt tot meer toeristen; er zijn zelfs aanwijzingen voor een afname van het toerisme in de periode na een sportevenement. Zowel ten aanzien van de economische effecten als de promotionele (toeristische) effecten geldt dus dat landen (overheden) zich niet bij voorbaat 'rijk mogen rekenen'. Daarvoor ligt het kosten en baten verhaal te complex.

Grote sportevenementen hebben een grote sociale impact in het organiserend land. Afgaande op de evaluaties van grote sportevenementen vanaf 1998 kan worden geconcludeerd dat de betrokkenheid bij het evenement van de inwoners groot was evenals de bereidheid tot vrijwilligerswerk. Verder vormen sportevenementen aanleiding om landen en culturen dichterbij te brengen via bijvoorbeeld schoolprojecten en om, bijvoorbeeld in het geval van Zuid Afrika en Brazilië, aan een vorm van ontwikkelingsamenwerking te doen. De reikwijdte van sportevenementen gaat ook in sociaal opzicht verder dan sport.

De bouw en/of renovatie van stadions is een kritische factor in de organisatie van grote sportevenementen. Hier is lange termijn planning van groot belang willen de stadions niet na

het evenement een trieste toekomst tegemoet gaan en zo de betrokkenen op hoge kosten jagen.

Al met al kan worden gezegd dat het organiseren van grote, internationale sportevenementen kansen biedt om positieve effecten te genereren op allerlei terreinen. Uiteraard zijn er factoren die het organiserend land niet in de hand heeft maar die wel het toernooi kunnen beïnvloeden zoals het weer, het toernooiverloop, economische crisis. Maar los hiervan, kunnen organiserende landen door een afgewogen mix van o.a. goed gastheerschap, het creëren van betrokkenheid onder de bevolking, het opzetten van (sociale) projecten, samenwerking tussen diverse partijen en creatieve marketing strategieën zelf invloed uitoefenen op een positieve legacy van sportevenementen.