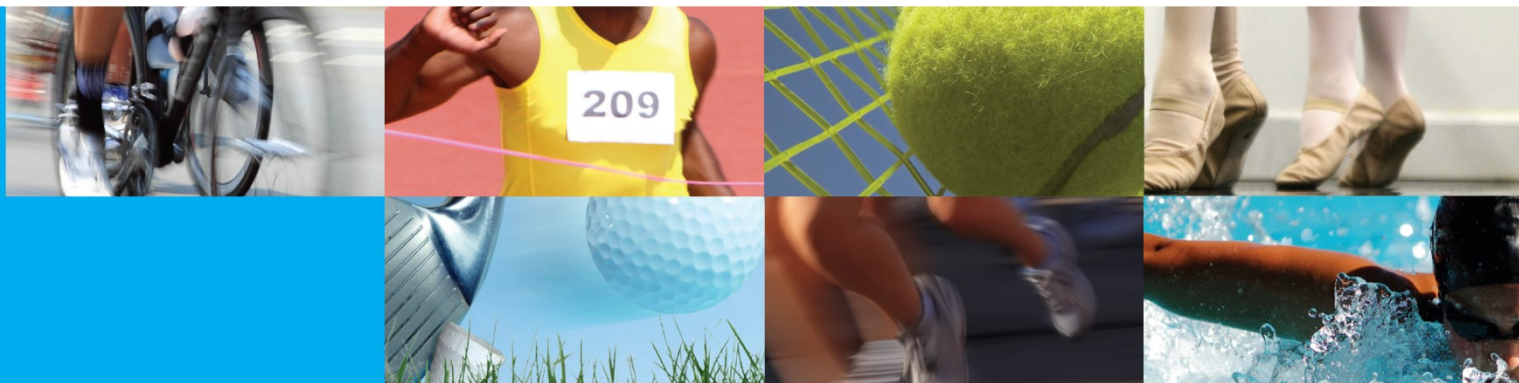




EYOF Utrecht 2013 Impact en beleving

Paul Hover
Ine Pulles
David Romijn
Koen Breedveld

EYOF Utrecht 2013 Impact en beleving

in opdracht van de Gemeente Utrecht en EYOF Utrecht 2013

**Paul Hover
Ine Pulles
David Romijn
Koen Breedveld**

*Met medewerking van:
Jerzy Straatmeijer, Agnes Elling, Rosa de Jong en Stephan Janssen*

*© Mulier Instituut
Utrecht, januari 2014*

*Mulier Instituut
sociaal-wetenschappelijk sportonderzoek*

*Postbus 85445
3508 AK Utrecht*

*t 030-7210220
e info@mulierinstituut.nl
i www.mulierinstituut.nl*

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	5
1.1	EYOF Utrecht 2013	5
1.2	Aanpak	8
1.3	Leeswijzer	9
2.	Deelnemers en chefs de mission	11
2.1	Aantal deelnemende sporters	11
2.2	Deelnemersprofiel	12
2.3	Evaluatie EYOF Utrecht 2013	13
2.4	Chefs de mission	14
2.5	Conclusie	16
3.	Festival Makers	17
3.1	Profiel Festival Makers	17
3.2	Beoordeling	18
3.3	Persoonlijke ervaringen	22
3.4	Blik op de toekomst	23
3.5	Conclusie	25
4.	Verenigingen	27
4.1	Bekendheid	27
4.2	Betrokkenheid	28
4.3	Beoordeling	29
4.4	Conclusie	32
5.	Bezoekers	33
5.1	Aantal bezoekers, betrokkenen en tickets	33
5.2	Bezoekersprofiel	36
5.3	Bezoek	38
5.4	Verlenging bezoek	38
5.5	Bestedingen	39
5.6	Beoordeling	41
5.7	Stimulans sportdeelname	44
5.8	Conclusie	45
6.	Bevolking	47
6.1	Nederland en Groot Utrecht	47
6.2	Stadsdelen Utrecht	54
6.3	Conclusie	57
7.	Media	59
7.1	Print	59
7.2	Online	60
7.3	Radio en televisie	62
7.4	Conclusie	64

8.	Economische impact	65
8.1	Uitgangspunten	65
8.2	Economische impact	66
8.3	Verdringing	72
8.4	Conclusie	73
9.	Conclusie	75
	Literatuur	81
	Bijlage 1 Toelichting onderzoeken	83
	Bijlage 2 Informatie NOC's	87

1. Inleiding

1.1 EYOF Utrecht 2013

Verleden

Het Europees Jeugd Olympisch Festival of *European Youth Olympic Festival* (hierna te noemen: EYOF) is een tweejaarlijks sportevenement voor jonge sporters (13-18 jaar) uit Europa. Diverse Europese Olympische helden van nu deden hun eerste Olympische ervaringen op bij EYOF. In 2009 waren er negentien EYOF-medaillewinnaars die later in hun carrière goud wonnen bij de Olympische Spelen, onder wie Pieter van den Hoogenband (Lucidarme, 2009). Het evenement is geïnitieerd onder leiding van Jacques Rogge, in die tijd voorzitter van het Belgisch Olympisch en Interfederaal Comité (BOIC). De eerste editie van EYOF vond in 1991 plaats in Brussel. Aanvankelijk werd het evenement aangeduid als European Youth Olympic Days (EYOD), maar in 2003 werd de happening omgedoopt in EYOF, teneinde ook de culturele component meer in de naam te laten doorklinken (Wong, 2011). Sinds 1993 is er ook een wintervariant van EYOF.

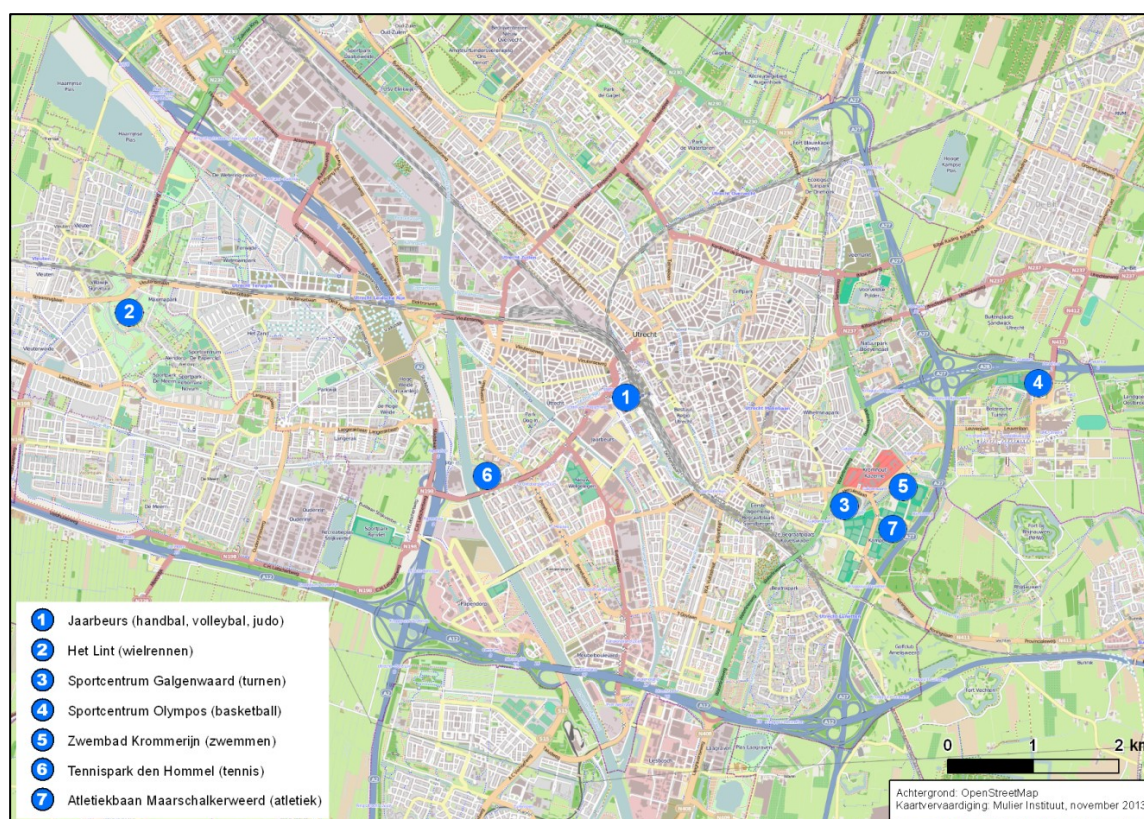
Bid

In november 2008 is de stad Utrecht gekozen door de European Olympic Committees (hierna te noemen: EOC) als gaststad van EYOF Utrecht 2013. In het bidproces kreeg Utrecht de voorkeur van het EOC, boven Genua (Italië) en Brno (Tsjechië). Circa een half jaar later, in april 2009, is het host city-contract getekend door de EOC enerzijds en NOC*NSF en de gemeente Utrecht anderzijds. EYOF werd in 2013 voor de 23e keer in de geschiedenis georganiseerd.¹ Een van de voorgaande edities vond ook plaats in Nederland: de Olympische EYOF-vlag wapperde in 1993 namelijk in het Brabantse Valkenswaard. De toen 15-jarige Pieter van den Hoogenband bewaart warme herenigingen aan dit evenement en beschouwt dit toernooi als zijn eerste ‘Olympische’ ervaring.

EYOF Utrecht 2013

EYOF Utrecht 2013 vond van 14 tot 19 juli 2013 plaats in Utrecht en werd uitgevoerd onder auspiciën van de EOC. De uitvoering van het project was belegd in de stichting EYOF, een samenwerkingsverband van de gemeente Utrecht, NOC*NSF en de provincie Utrecht. Achmea heeft zich als official partner verbonden aan het evenement. Pieter van den Hoogenband was toernooirecteur. Er waren atleten uit 49 verschillende landen. Er werden negen takken van sport beoefend, verspreid over zeven locaties in de Domstad. In de Jaarbeurs Utrecht vonden drie sporten plaats, op de andere locaties één sport (figuur 1.1).

¹ Indien de winteredities, evenals de evenementen onder de eerdere naam (EYOD), worden meegeteld.

Figuur 1.1 Sportlocaties in Utrecht tijdens EYOF Utrecht 2013

Bron: <https://utrecht2013.com/locaties/>, bewerking Mulier Instituut

EYOF Utrecht 2013 had drie ‘Olympische dorpen’, namelijk het University College Utrecht, het Utrecht Science Park en het NH Hotel. De openingsceremonie, waarbij IOC-president Jacques Rogge aanwezig was, vond plaats op 14 juli in stadion Galgenwaard. Koning Willem-Alexander opende het evenement. De wedstrijden vonden plaats in de periode 15-19 juli. Wedstrijden van atletiek, basketbal, handbal, tennis en volleybal hebben op alle wedstrijddagen (15-19 juli) plaatsgevonden (tabel 1.1). Wielrennen heeft op twee dagen plaatsgevonden. Op 16 en 18 juli hebben wedstrijden van alle sporten plaatsgevonden.

Tabel 1.1 Grofmazig programma EYOF Utrecht 2013 (los van openingsceremonie op 14 juli)

	15 juli	16 juli	17 juli	18 juli	19 juli	Aantal dagen dat sport beoefend werd
Atletiek	x	x	x	x	x	5
Basketbal	x	x	x	x	x	5
Wielrennen		x		x		2
Turnen		x	x	x	x	4
Handbal	x	x	x	x	x	5
Judo		x	x	x	x	4
Zwemmen		x	x	x	x	4
Tennis	x	x	x	x	x	5
Volleybal	x	x	x	x	x	5
Totaal	5	9	8	9	8	39

Rusland eindigde als eerste in het klassement. De sporters uit Rusland behaalden in totaal 56 medailles, waarvan 30 keer goud (tabel 1.2). Vooral met het zwemmen bleek deze ploeg niet te kloppen. Op alle estafettes behaalden de Russen de eerste plaats. De Russische zwemster Openysheva werd dankzij haar acht gouden medailles door menigeen ‘golden girl’ of ‘little Phelps’ genoemd. Groot-Brittannië en Frankrijk eindigden in het medailleklassement op de tweede en derde plaats. Beide teams wonnen negen keer goud. Nederland eindigde op de zevende plaats met een totaal van twintig medailles (waarvan vier goud). Niet eerder behaalde het Nederlands team tijdens het EYOF zoveel medailles. De vier gouden Nederlandse medailles zijn gewonnen door de judoka's Lisa Mullenberg, Amber Gersjes en Hilde Jager en atlete Tasa Jiya.

Tabel 1.2 Medailleklassement EYOF Utrecht 2013 (top 3 en Nederland)

Positie	Land	Aantal medailles	Aantal goud
1	Rusland	56	30
2	Groot-Brittannië	31	9
3	Frankrijk	22	9
7	Nederland	20	4

Bron: Stichting EYOF Utrecht 2013 (2013), bewerking Mulier Instituut

Aan EYOF Utrecht 2013 werden side-events gekoppeld, die onder de vlag Achmea High Five Challenge (hierna te noemen: Achmea H5C) vorm kregen en waarvan de aftrap plaatsvond op 12 oktober 2012 op de Uithof te Utrecht. De belangrijkste daarin zijn Urban Tour, de Sportdagen en de fakkelestafette. De overige onderdelen van de Achmea H5C, de ‘Clinics’ en ‘Toppers op school’, zullen hier niet worden besproken. Er deden volgens de stichting EYOF Utrecht 2013 in totaal 20.066 deelnemers mee aan de Achmea H5C.

Fakkelestafette

Op 30 mei is de Olympische Vlam van EYOF Utrecht 2013 ontstoken in Athene. De vlam heeft van donderdag 11 juli tot en met zondag 14 juli een route afgelegd door de stad en regio Utrecht om tijdens de openingsceremonie te eindigen in Stadion Galgenwaard. Burgemeester Wolfsen van de stad Utrecht was de eerste fakkeldrager van de Olympische Vlam en heeft vanaf het stadhuis de eerste 400 meter met de vlam afgelegd. De finish van de fakkelestafette luidde de start in van de openingsceremonie van EYOF Utrecht 2013. Het aantal bereikte personen van de Fakkelestafette – samen met andere projecten, zoals ‘Toppers bij jou op school’ – bedraagt volgens de stichting EYOF Utrecht 2013 4.000.

Sportdagen

Tussen 10 en 21 juni 2013 werd het onderdeel Sportdagen georganiseerd voor basisscholieren (groepen 5 t/m 8) en scholieren uit de eerste en tweede klas van het voortgezet onderwijs. De jongeren kregen hiermee de kans om deel te nemen aan de verschillende sporten die tijdens EYOF Utrecht 2013 zijn beoefend. De Sportdagen vonden plaats bij Olympos, de EYOF Utrecht 2013-locatie voor basketbal. Jongeren hebben tijdens de Sportdagen topatleten ontmoet. Voorafgaand aan de Sportdagen hebben de deelnemende scholen een lespakket over EYOF Utrecht 2013 en de Achmea H5C ontvangen. Dit lespakket bestond uit drie lessen. Twee daarvan werden op de deelnemende scholen aangeboden in de aanloop naar de Sportdagen en er was één evaluerende les na afloop. Er hebben volgens de stichting EYOF Utrecht 2013 12.500 scholieren deelgenomen aan de Sportdagen.

Urban tour

Dit onderdeel van de Achmea H5C is mede ontwikkeld door de gemeente Utrecht en erop gericht om jongeren aan het bewegen te krijgen, maar het verschil met de Sportdagen is dat ze gericht zijn op de 'straatvarianten' van de negen EYOF-sporten, met uitzondering van zwemmen. Zo hebben jongeren er leren freerunnen, een clinic streetdance of BMX kunnen volgen en zijn verschillende games kunnen spelen, zoals een interactief handbaldoel en virtueel fietsen. Aan de Urban Tour deden volgens de stichting EYOF Utrecht 2013 4.057 jeugdigen mee.

1.2 Aanpak

EYOF Utrecht 2013 biedt de gemeente Utrecht een uitgelezen gelegenheid om sport positief onder de aandacht te brengen van de Utrechtse bevolking, en om zowel nationaal als internationaal de aandacht te vestigen op de stad. Ook om Nederland te profileren als locatie voor (top)sportevenementen kan EYOF Utrecht 2013 betekenisvol zijn. De Stichting EYOF heeft de alliantie van Mulier Instituut, Hogeschool Utrecht/Lectoraat Participatie en Maatschappelijke Ontwikkeling en Universiteit Utrecht/USBO de opdracht verstrekt tot het uitvoeren van een brede evaluatie van het European Youth Olympic Festival 2013. Ook de Werkgroep Evaluatie SPortevenementen (WESP) is bij het onderzoek betrokken. Het onderzoek bevat drie hoofdelementen, namelijk:

<u>Onderzoek</u>	<u>Uitvoering</u>
• De maatschappelijke betekenis	Hogeschool Utrecht
• De economische betekenis / beleving	Mulier Instituut
• Een procesevaluatie	Universiteit Utrecht

In voorliggend rapport wordt verslag gedaan van het deelonderzoek dat door het Mulier Instituut is uitgevoerd. In dit onderzoek staan de volgende onderzoeksvragen centraal:

- Hoeveel bezoekers heeft EYOF Utrecht 2013 getrokken?
- Wat was het profiel van de bezoekers van EYOF Utrecht 2013, hoeveel hebben zij besteed en hoe tevreden waren zij?
- Hoe tevreden waren deelnemers over EYOF Utrecht 2013?
- Hoe tevreden waren omwonenden en Utrechters over EYOF Utrecht 2013?
- Hoeveel additionele bestedingen zijn door EYOF Utrecht 2013 evenement gegenereerd?
- Hoe tevreden waren Festival Makers over EYOF Utrecht 2013?
- Hoe tevreden waren verenigingen over EYOF Utrecht 2013?
- Hoeveel media aandacht is er gegenereerd?
- Hoeveel bezoekers trokken de activiteiten van de Achmea H5C (Sportdagen, Urban Tour, Fakkelestafette)?

Voor de beantwoording van de onderzoeksvragen zijn uiteenlopende methoden ingezet. Het betreft semi-gestructureerde face-to-face interviews (bezoekers openingsceremonie, bezoekers wielerevenementen en winkelend publiek in Utrecht) en webenquêtes (Nederlandse bevolking, bevolking Groot Utrecht, Utrechtse sportverenigingen, deelnemers en chefs de mission). Verder zijn secundaire data geanalyseerd (media-informatie), hebben observaties plaatsgevonden en is

er documentanalyse gepleegd (bidbook, host city contract, gemeentelijke beleidsdocumenten). Meer informatie over de methoden per deelonderzoek is opgenomen in bijlage 1.

1.3 Leeswijzer

Het volgende hoofdstuk gaat in op de ervaringen van deelnemers en chefs de mission. De ervaringen van de vrijwilligers – *Festival Makers* – staan centraal in hoofdstuk 3. In hoofdstuk 4 wordt vervolgens ingegaan op de evaluatie van EYOF Utrecht 2013 door de Utrechtse sportverenigingen. De resultaten van het bezoekersonderzoek passeren in hoofdstuk 5 de revue. Daarna wordt in hoofdstuk 6 ingegaan op het onderzoek onder de Nederlandse bevolking en de inwoners van Groot Utrecht. De met EYOF Utrecht 2013 gegenereerde media-aandacht komt in hoofdstuk 7 aan de orde. De economische impact van EYOF Utrecht 2013 in de regio Utrecht is in hoofdstuk 8 becijferd. Het rapport eindigt met een conclusie (hoofdstuk 9).

De gegevens uit de tabellen en figuren zijn, tenzij anders vermeld, verkregen uit een van de onderzoeken die het Mulier Instituut heeft uitgevoerd. Achter in het rapport zijn twee bijlagen opgenomen. Dit betreft een beschrijving van de onderzoeksmethoden en kenmerken van de deelonderzoeken en een overzicht van deelnemende NOC's.

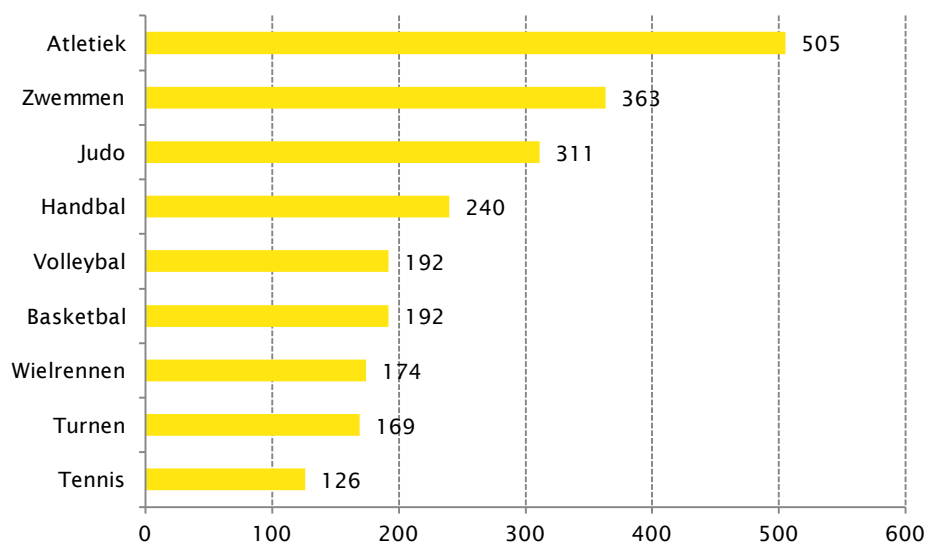
2. Deelnemers en chefs de mission

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op algemene informatie over de deelnemende sporters aan het EYOF Utrecht 2013, zoals aantallen, nationaliteiten en de sporten die beoefend zijn. Daarnaast wordt gefocust op het deelnemersprofiel, teamkenmerken en de beoordeling van het evenement. Alle negen EYOF-sporten (atletiek, zwemmen, judo, handbal, volleybal, basketbal, wielrennen, turnen en tennis) zijn vertegenwoordigd onder de ondervraagde deelnemers. De schriftelijke vragenlijsten voor de deelnemers zijn via de chefs de mission in zeven verschillende talen aan de deelnemende sporters verstrekt. Er zijn meer vragen aan deelnemers gesteld dan die hier worden besproken, deze worden elders gerapporteerd (Elling et al., verwacht in 2013/2014). Er hebben 927 deelnemers aan het onderzoek meegedaan (respons 41%). Daarnaast hebben de chefs de mission zelf een Engelstalige schriftelijke vragenlijst ontvangen waarvan in dit hoofdstuk verslag wordt gedaan. Er wordt ingegaan op de beoordeling van het evenement door de chefs de mission, maar ook de ervaringen in de stad Utrecht worden verwoord. Twaalf chefs de mission hebben aan het onderzoek deelgenomen (respons 24%).²

2.1 Aantal deelnemende sporters

Registraties van de organisatie wijzen uit dat er 2.271 sporters waren (figuur 2.1). De deelnemers aan atletiekwedstrijden waren met 505 sporters de best vertegenwoordigde sporttak (22% van alle sporters). Er waren relatief weinig tennissers: 126 (6% van alle sporters).

Figuur 2.1 Deelnemers EYOF Utrecht 2013 naar sporttak (in absolute aantallen)

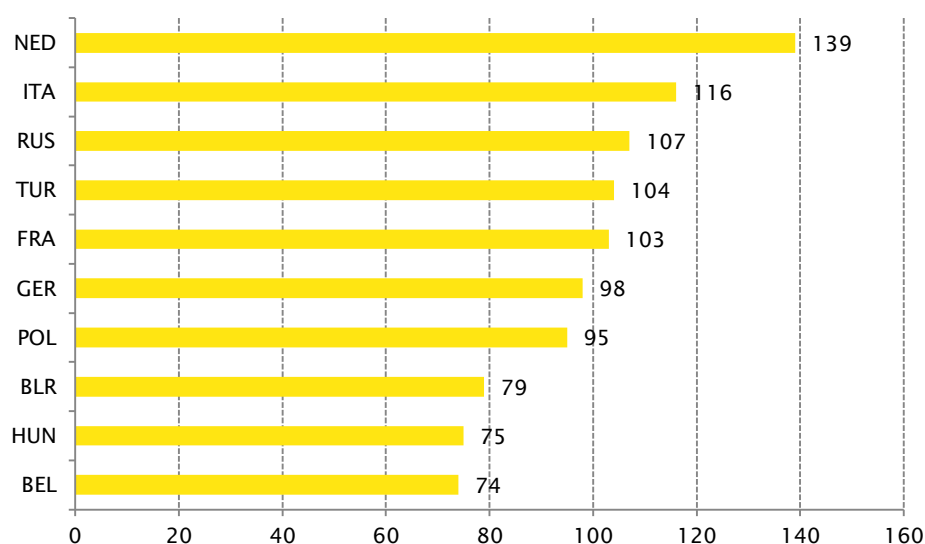


Bron: EYOF Utrecht 2013, bewerking Mulier Instituut

² Gezien deze respons kunnen de resultaten van het onderzoek onder de chefs de mission als indicatief worden beschouwd.

Nederland was met 139 deelnemers (6% van alle deelnemers) het land met de meeste deelnemers (figuur 2.2). Naast Nederlanders waren er ook relatief veel Italianen (116), Russen (107), Turken (103) en Fransen (103). De tien landen met de grootste afvaardiging sporters vormen tezamen 44 procent van alle EYOF-deelnemers. Monaco had met één sporter de kleinste afvaardiging.

Figuur 2.2 Deelnemers EYOF Utrecht 2013 naar nationaliteit, top tien (in absolute aantallen)



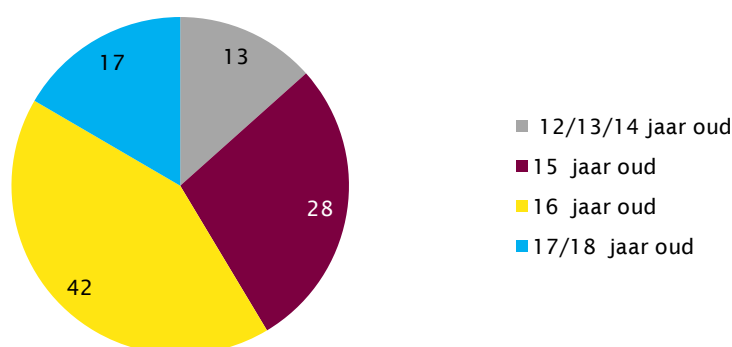
Bron: EYOF Utrecht 2013, bewerking Mulier Instituut

Aanvullende informatie over deelnemende NOC's is opgenomen in bijlage 2.

2.2 Deelnemersprofiel

Onder de ondervraagde deelnemende sporters zijn er nagenoeg evenveel vrouwen (51%) als mannen (49%). Ruim vier op de tien sporters (42%) was 16 jaar (figuur 2.3).

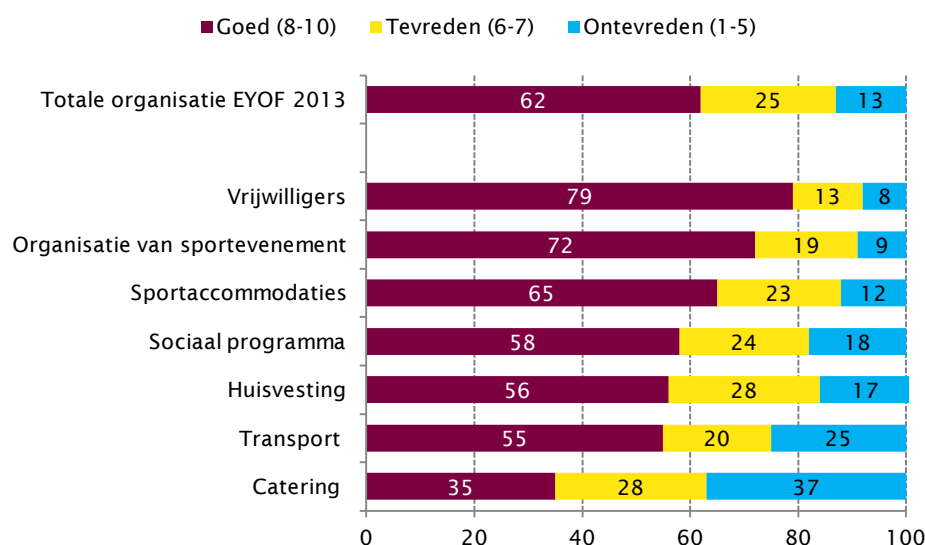
Figuur 2.3 Leeftijd deelnemers (in procenten)



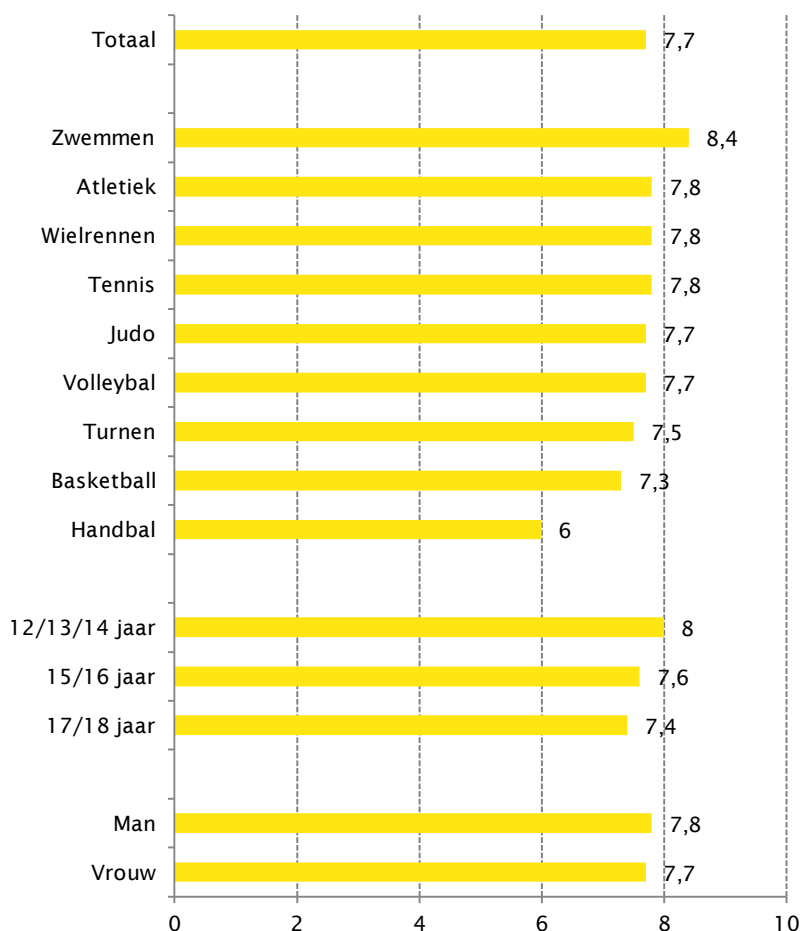
2.3 Evaluatie EYOF Utrecht 2013

Ruim zes op de tien deelnemende sporters beoordeelden de totale organisatie van het evenement als goed: zij gaven een 8 of hoger (gemiddeld 7,7) op een schaal van 1 (zeer ontevreden) tot 10 (zeer tevreden) (figuur 2.4). 13 procent was ontevreden over de totale organisatie, zij gaven een 5 of lager. De deelnemende sporters waren het meest tevreden met de competentie en de vriendelijkheid van de Festival Makers. Bijna acht van de tien sporters (79%) beoordeelden dit aspect met een cijfer tussen 8 en 10 (gemiddeld 8,5). Ze waren het minst tevreden met de kwaliteit van de catering. De catering werd door 35 procent als goed beoordeeld en 37 procent was hierover ontevreden (gemiddeld 6,2).

Figuur 2.4 Evaluatie EYOF Utrecht 2013 door deelnemende sporters (in procenten)



De beoordeling van de totale organisatie van het evenement is niet voor de beoefenaren van alle sporten identiek. De handballers zijn het minst tevreden (6,0) en de zwemmers het meest tevreden (8,4) (figuur 2.5). Het relatief lage cijfer dat door handballers is gegeven, wordt mogelijk veroorzaakt door de door hen laag beoordeelde kwaliteit van de catering en ervaren problemen met het vervoer. Jonge sporters zijn bovendien meer tevreden dan relatief oude sporters. Mannen en vrouwen zijn ongeveer even tevreden met de organisatie van EYOF Utrecht 2013.

Figuur 2.5 Evaluatie EYOF Utrecht 2013 naar type sport (gemiddeld cijfer, schaal 1-10)

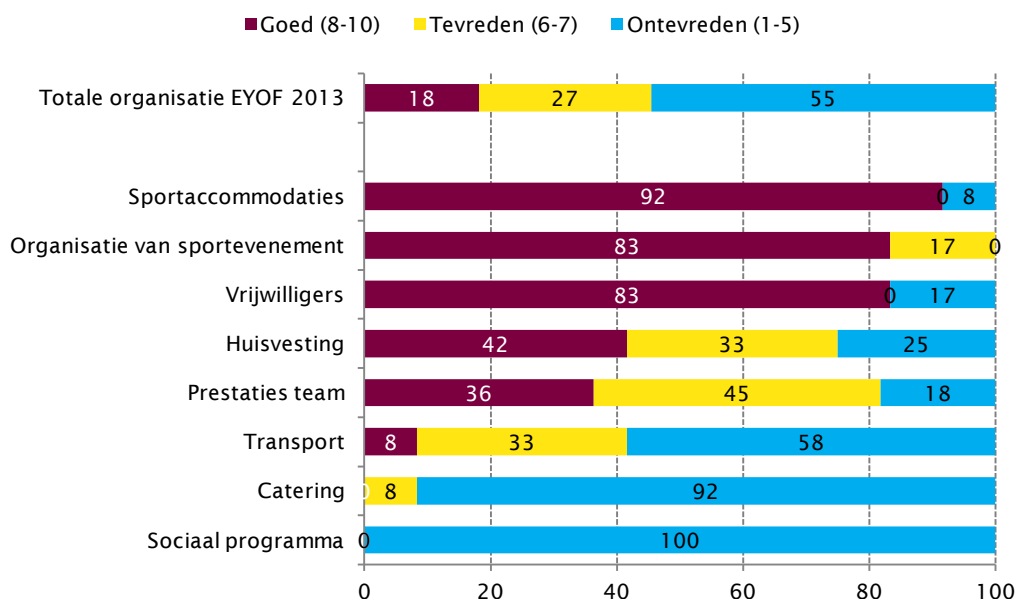
2.4 Chefs de mission

Teamkenmerken

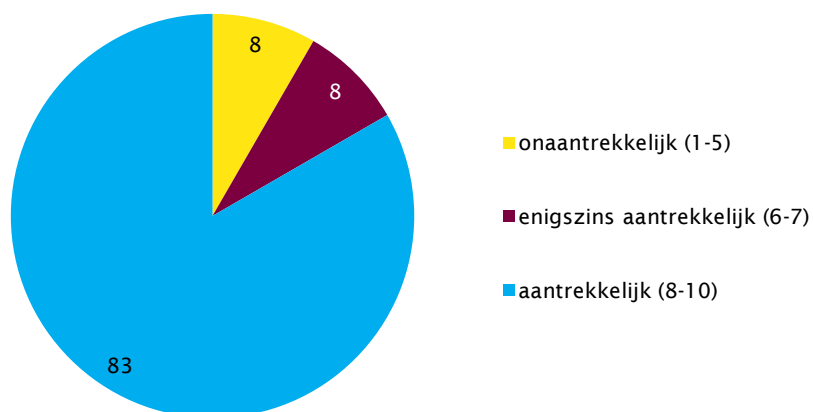
Het merendeel van de teams verbleef zeven nachten in de regio Utrecht. De totale uitgaven van het gehele team in de regio Utrecht varieerde – mede als gevolg van de uiteenlopende grootte van de teams – van 200 euro tot 7.700 euro. Dit betreft alle uitgaven, ook uitgaven die niet direct met EYOF Utrecht 2013 te maken hebben (o.a. souvenirs, supermarktbezoek). Meer informatie over de economische impact van sporters en begeleiders is na te lezen in hoofdstuk 8.

Evaluatie EYOF Utrecht 2013

De totale organisatie van EYOF Utrecht 2013 wordt door bijna één op de vijf ondervraagde chefs de mission (18%) als ‘goed’ beoordeeld (figuur 2.6). Opvallend is dat dit 44 procentpunten lager is dan het aandeel deelnemers dat tevreden was. Ruim een kwart (27%) is tevreden. De chefs de mission zijn het meest te spreken over de accommodaties (92% tevreden) en het minst over het sociaal programma (louter ontevreden). De lage waardering voor het sociaal programma kan te maken hebben met de focus daarvan op de jeugdige deelnemers en minder op de chefs de mission.

Figuur 2.6 Evaluatie EYOF Utrecht 2013 door chefs de mission (in procenten)**Ervaringen in Utrecht**

Ruim acht op de tien chefs de mission (83%) vinden de stad Utrecht aantrekkelijk (figuur 2.7). Nog niet één op de tien (8%) ervaart de Domstad als onaantrekkelijk.

Figuur 2.7 Algemene impressie van de stad Utrecht (in procenten o.b.v. schaal 1-10)

Ruim acht op de tien chefs de mission (82%) geven aan dat men een bezoek aan de stad Utrecht waarschijnlijk aanbeveelt aan vrienden of familieleden. 9 procent van de chefs de mission geeft aan dat het onwaarschijnlijk is dat men dit zal doen.

2.5 Conclusie

De verscheidenheid aan nationaliteiten van de deelnemers en chefs de mission was groot. Er waren 2.271 sporters uit 49 verschillende landen. Het samenzijn zal voor de deelnemende sporters en hun begeleiding een bijzondere ervaring zijn geweest, net als voor veel Utrechters. Van alle teams was het Nederlandse het grootst (139 deelnemers; 6% van alle deelnemers). 505 deelnemers (55% van alle deelnemers) deed mee aan de atletiekwedstrijden en tennissers waren in de minderheid (126 deelnemers; 6% van totaal).

De organisatie van EYOF Utrecht 2013 in zijn totaliteit wordt door een groot deel van de deelnemers geprezen. Ruim zes van de tien deelnemende sporters beoordeelden de totale organisatie van EYOF Utrecht 2013 met een rapportcijfer van 8 of hoger, een kwart gaf een 6 of 7, en 13 procent gaf een onvoldoende (5 of lager). De Festival Makers oogstten de meeste lof: bijna acht op de tien deelnemers gaf hun een rapportcijfer van 8 of hoger (8% gaf onvoldoende). Over de catering waren sporters het minst te spreken: 37% gaf daarvoor een onvoldoende). De handballers waren het minst tevreden (gemiddeld rapportcijfer 6,0) en de zwemmers het meest tevreden (gemiddeld rapportcijfer 8,4).

De chefs de mission beoordeelden de totale organisatie minder goed dan de sporters: één op de vijf chefs de mission gaf hiervoor een rapportcijfer van 8 of hoger (55% gaf een onvoldoende). De sportaccommodaties werden door hen het best beoordeeld, het sociaal programma (allen ontevreden) en de catering (92% ontevreden) liet volgens de chefs de mission het meest te wensen over. Ruim acht op de tien chefs de mission (83%) geven aan dat men de stad Utrecht aantrekkelijk vond.

3. Festival Makers

In dit hoofdstuk staan de Festival Makers centraal, dit zijn de vrijwilligers die EYOF Utrecht 2013 mede mogelijk hebben gemaakt. Eerst wordt het profiel van de Festival Makers geschetst, zoals de verdeling jong/oud en man/vrouw. Er is onder Festival Makers zowel vóór als na EYOF Utrecht 2013 onderzoek gedaan. Hierdoor was het mogelijk de verwachtingen met praktijkervaringen te vergelijken. Hierbij wordt ingegaan op de ervaringen van Festival Makers met de organisatie, zoals de ervaren veiligheid en de mate waarin de instructies duidelijk waren. Daarnaast wordt inzicht verstrekt in hoe Festival Makers terugblikken op (effecten van) het evenement, zoals ervaren trots en de mate waarin zij in de toekomst wederom een vrijwilligersfunctie zouden willen vervullen. Voorafgaand aan EYOF Utrecht 2013 zijn 263 Festival Makers ondervraagd (43% respons), na afloop van EYOF Utrecht 2013 zijn 271 Festival Makers ondervraagd (44% respons). De compositie van de Festival Makers die deelnamen aan de 0- en 1-meting was nagenoeg identiek, hetgeen een vergelijking tussen beide metingen rechtvaardigt. Het onderzoek is ten dele gebaseerd op de master thesis van Jeffrey Beuks, geschreven aan de Universiteit van Tilburg (Beuks, 2013).

3.1 Profiel Festival Makers

Er waren 2.150 Festival Makers actief tijdens het evenement. Onder de Festival Makers waren er ongeveer evenveel mannen als vrouwen: 49 procent man en 51 procent vrouw. Ruim vier op de tien Festival Makers (41%) was 24-44 jaar. Verder blijkt dat de Festival Makers voornamelijk middelbaar en hoogopgeleiden zijn, respectievelijk 37 en 59 procent. In vergelijking met het profiel van alle Nederlandse vrijwilligers zijn de Festival Makers jong (Goossens, Van Kamphuis & Van Veldhoven, 2008). In vergelijking met de cijfers van de vrijwilligers in de sport zijn er bij EYOF Utrecht 2013 meer vrouwelijke vrijwilligers dan in de Nederlandse sport in het algemeen (tabel 3.1).

Tabel 3.1 Achtergrondkenmerken Festival Makers (in procenten)

	%
Totaal	100
Man	49
Vrouw	51
15 - 23 jaar	24
24 - 44 jaar	41
45 - 64 jaar	32
65 - 80 jaar	3
Laag opgeleid	4
Middelbaar opgeleid	37
Hoog opgeleid	59

Het merendeel (58%) van de Festival Makers is lid van een sportvereniging (tabel 3.2). Ook is het merendeel (55%) van de Festival Makers aangesloten bij een sportvereniging in een van de EYOF-sporten. Daarnaast heeft ongeveer één op de vier (38%) van de Festival Makers familie die betrokken is bij een EYOF-sport en 54 procent heeft kennissen of vrienden die hierbij betrokken zijn. Verder blijkt 60 procent van de Festival Makers minstens twee keer per week te sporten.

De sportdeelname van de Festival Makers van EYOF Utrecht 2013 is hoger dan de sportdeelname van de gehele Nederlandse bevolking. 95 procent van de Festival Makers sport minstens één keer per maand (niet zichtbaar in tabel), terwijl de sportdeelname in Nederland (6-79 jaar) 66 procent is (Collard & Hoekman, 2013). Dat wordt deels veroorzaakt doordat het aandeel tieners en twintigers onder de Festival Makers groter is dan onder de Nederlandse bevolking (met het klimmen der jaren neemt de sportdeelname af).

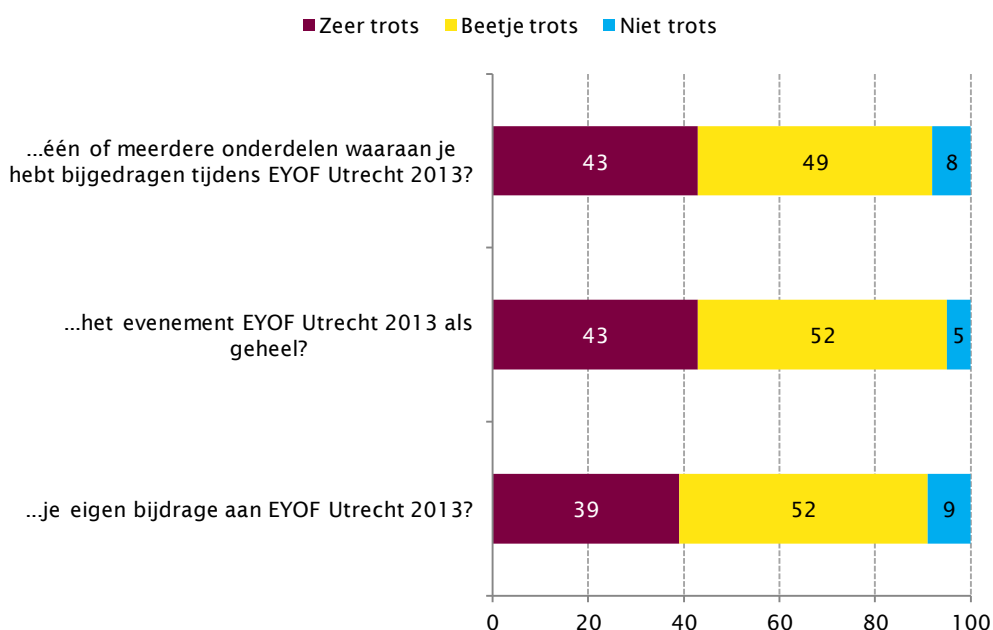
Tabel 3.2 Sportkenmerken Festival Makers (in procenten)

		%
Totaal		100
Lidmaatschap sportvereniging		58
Lid sportvereniging EYOF-sport		55
Familie betrokken bij een EYOF-sport		38
Kennis of vrienden betrokken bij een EYOF-sport		54
Sportfrequentie afgelopen 12 maanden	Niet sporter	5
	1x maand	11
	1x per week	24
	2x per week of meer	60

3.2 Beoordeling

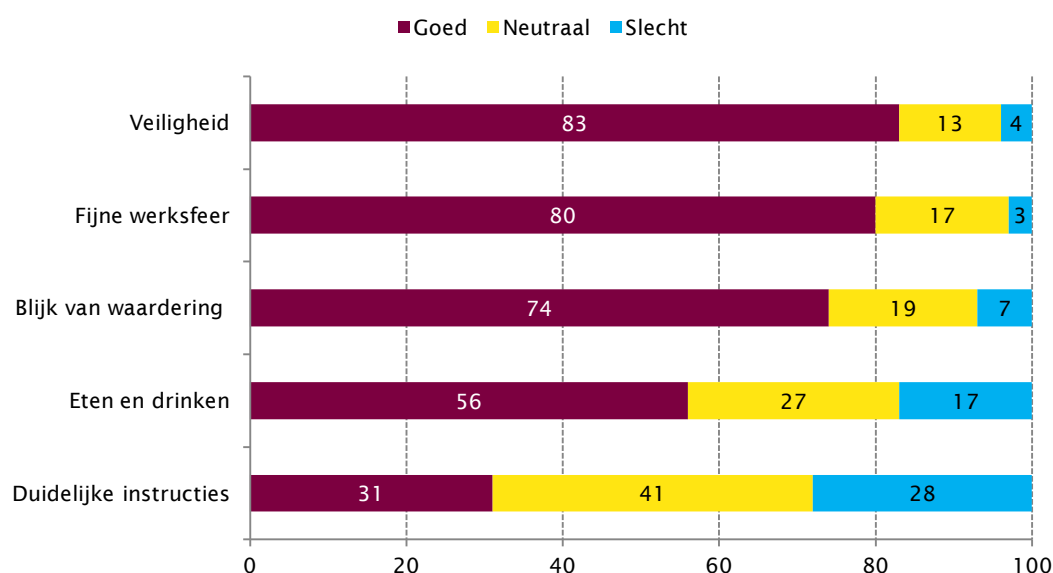
Het overgrote deel van de Festival Makers was na EYOF Utrecht 2013 trots op het evenement als geheel (43% zeer trots en 52% beetje trots), op onderdelen waaraan zij hebben bijgedragen (43% en 49%) en de eigen bijdrage aan EYOF Utrecht 2013 (39% en 52%) (figuur 3.1).

Figuur 3.1 Mate van ervaren trots ten aanzien van diverse aspecten (in procenten)



Ruim acht op de tien Festival Makers (83%) hebben een gevoel van veiligheid ervaren (figuur 3.2). Ook de werksfeer en blijk van waardering zijn door hen goed beoordeeld (respectievelijk 80% en 74%). Het eten en drinken werd door iets meer dan de helft (56%) als goed beoordeeld. De instructies werden het minst goed beoordeeld (31%).

Figuur 3.2 Mate waarin diverse zaken goed geregeld waren (in procenten)



Quote Festival Maker

“De sfeer was geweldig en er was een grote waardering voor vrijwilligers van zowel medewerkers en sporters als van het publiek.”

Festival Makers met een ceremoniële functie hebben in het algemeen de verschillende aspecten beter beoordeeld dan de Festival Makers met andere functies (tabel 3.3). Opvallend is dat Festival Makers met een backoffice-functie (tickets, secretariaat en veiligheid) en in de logistiek minder veiligheid (respectievelijk 70% en 62%) hebben ervaren dan Festival Makers in andere functies. Ook wordt door Festival Makers met een logistieke functie de werksfeer minder goed beoordeeld dan door Festival Makers met een andere functie. Ook ervaren zij, samen met de begeleiders van sporters en wedstrijden, de instructies als minder goed.

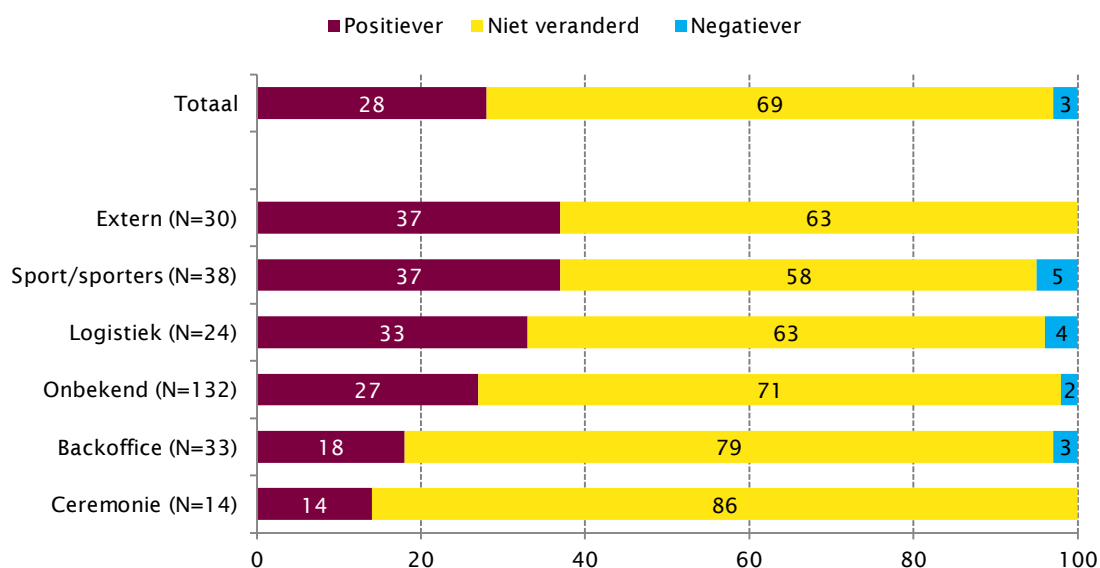
Tabel 3.3 Beoordeling aspecten EYOF Utrecht 2013 naar functie (in procenten 'goed')

	Veiligheid	Fijne werksfeer	Blijk van waardering	Eten en drinken	Duidelijke instructies
Totaal	83	77	74	56	31
Ceremonie (N=14)	93	79	93	72	57
Onbekend (N=132)	87	80	75	55	30
Sport/sporters (N=38)	87	82	68	55	26
Extern (N=30)	87	77	67	60	37
Backoffice (N=33)	70	82	79	58	37
Logistiek (N=24)	62	50	71	50	13

Stad en provincie Utrecht

Bijna drie op de tien (28%) Festival Makers is na afloop van EYOF Utrecht 2013 positiever over de stad en provincie Utrecht. De mening van bijna zeven op de tien Festival Makers is niet veranderd (figuur 3.3). De mening van de Festival Makers die extern, in de logistiek of sporters en wedstrijden hebben begeleid, is een stuk positiever over de stad en provincie Utrecht geworden. Tot de groep externen behoren fotografen, gastheren en -vrouwen en redactiemedewerkers. Voor Festival Makers die een backoffice-functie bekleedden en Festival Makers die een ceremoniële functie hebben gehad, zijn in mindere mate positiever geworden. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat zij met hun werkzaamheden minder van de stad en provincie Utrecht hebben meegekregen dan de Festival Makers die hebben bijgedragen aan logistiek, fotografie, redactie en het begeleiden van de sporters en wedstrijden.

Figuur 3.3 Mening ten opzichte van stad en provincie Utrecht na afloop van EYOF Utrecht 2013 naar functie (in procenten)

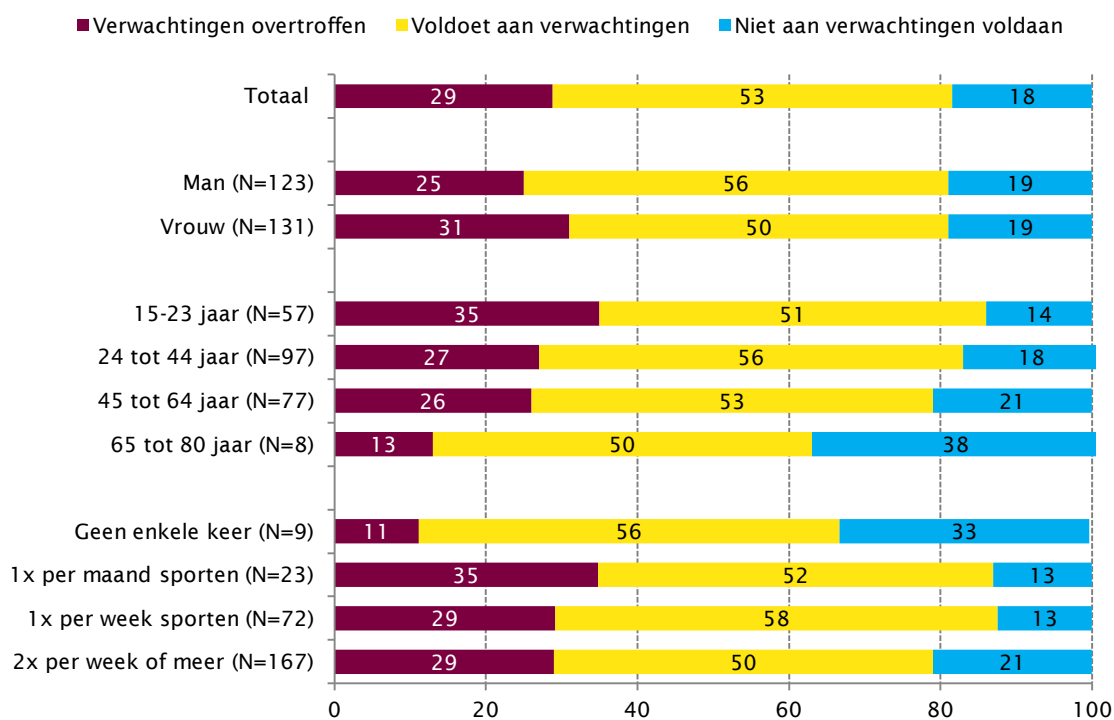


Verwachtingen

De meerderheid van de Festival Makers (53%) geeft na afloop van het evenement aan dat EYOF Utrecht 2013 hun heeft opgeleverd wat ze ervan hadden verwacht (figuur 3.4). 29 procent geeft aan dat EYOF Utrecht 2013 hun verwachtingen heeft overtroffen. Van de Festival Makers geeft 18 procent aan dat EYOF Utrecht 2013 niet aan hun verwachtingen heeft voldaan.

Meer mannen (56%) dan vrouwen (50%) geven aan dat het evenement aan hun verwachtingen heeft voldaan. Vervolgens geven meer vrouwen (31%) dan mannen (25%) aan dat het evenement hun verwachtingen heeft overtroffen. Wat betreft de leeftijdsgroepen blijkt dat de jongeren (35%) meer dan de oudere leeftijdsgroepen aangeven dat het evenement hun verwachtingen heeft overtroffen.

Figuur 3.4 Voldaan aan verwachtingen EYOF Utrecht 2013 naar geslacht, leeftijd en sportfrequentie (in procenten)



3.3 Persoonlijke ervaringen

De openingsceremonie werd door Festival Makers vaak aangehaald als hoogtepunt van het evenement. De Festival Makers hebben daarnaast nog vele andere hoogtepunten genoemd. Veel van deze hoogtepunten hadden betrekking op de waardering, het plezier en het sociale aspect van het vrijwilligerswerk. De reacties van de Festival Makers op EYOF Utrecht 2013 waren overwegend positief. Op organisatorisch gebied werden wel enkele verbeterpunten genoemd. Denk aan instructies, het vervoer en het eten.

Quotes Festival Makers

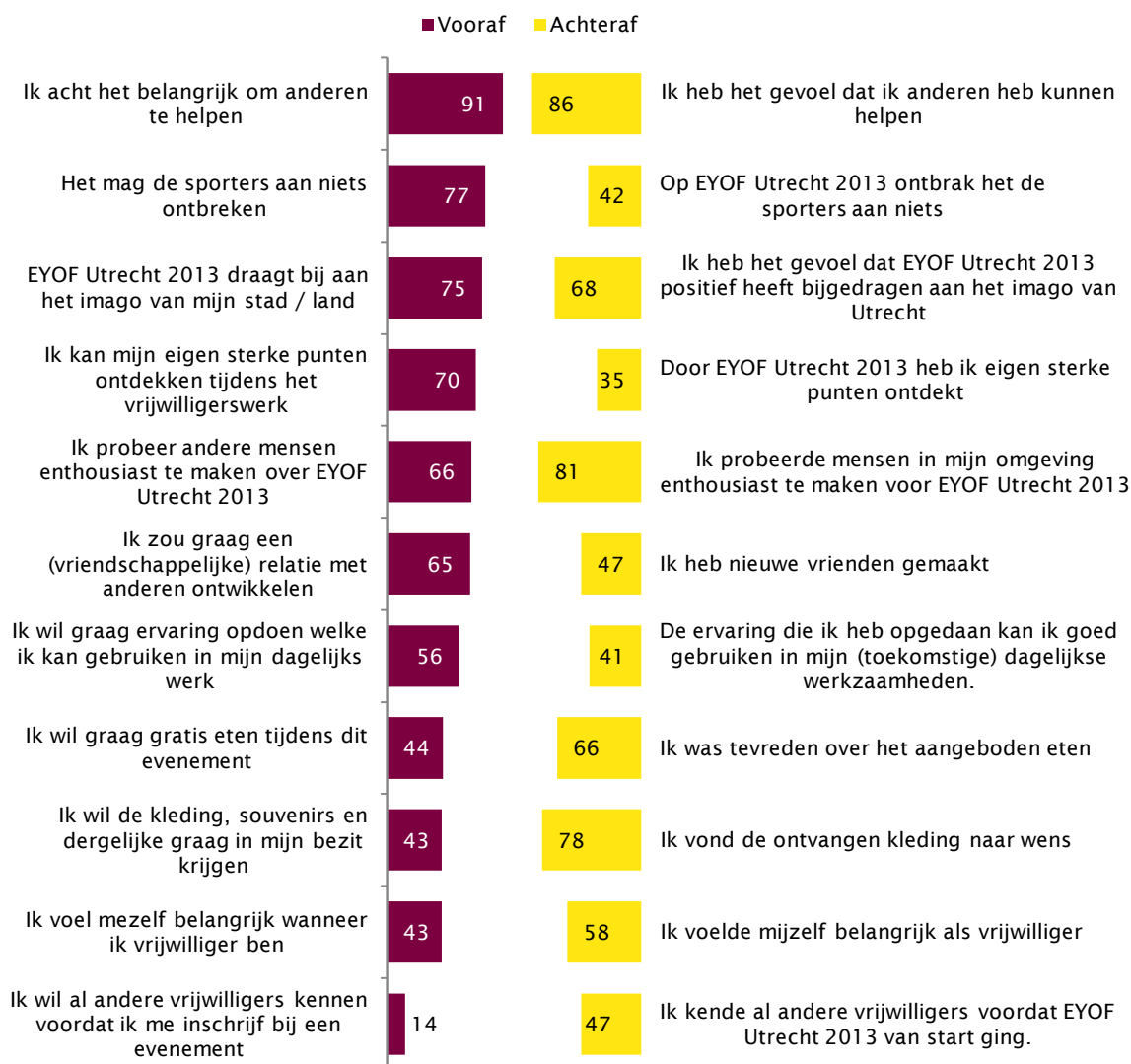
“Dat ik nieuwe sporten ontdekte waarvan ik had verwacht het totaal niet leuk te vinden, maar het uiteindelijk een hele leuke sport vond.”

“Diverse momenten, ontmoetingen met atleten en mede vrijwilligers, samenwerking met Randstad en anderen., persoonlijk contact met vader en moeder van Pieter van den Hoogenband en de ontmoeting met hem zelf. Indrukwekkend moment in stadion met festivalmakers en atleten, het Wilhelmus enz. te veel om op te noemen, het was GRANDIOOS!”

“Er was een flink aantal punten zeer slecht georganiseerd. Huisvesting, voeding, logistiek etc. Het complete evenement voldeed niet aan mijn verwachtingen die het had opgeroepen.”

Na afloop van het evenement geven ruim drie op de tien Festival Makers (35%) aan dat men door EYOF Utrecht 2013 de persoonlijke sterke punten heeft ontdekt (figuur 3.5). Dit contrasteert met het relatief grote aandeel (70%) dat vooraf aangaf dat dit hen motiveert om als Festival Maker aan de slag te gaan. Het is opvallend dat het vooraf een belangrijke motivatie blijkt voor Festival Makers om er voor te zorgen dat het de sporters aan niets mag ontbreken (77%), terwijl na afloop van het evenement 42 procent van de Festival Makers daadwerkelijk van mening is dat het de sporters aan niets heeft ontbroken. Ondanks het feit dat het gratis eten en de kleding vooraf geen belangrijke reden vormden om als Festival Maker deel te nemen aan EYOF Utrecht 2013 bleek dat een ruime meerderheid tevreden was over het aangeboden eten en de ontvangen kleding.

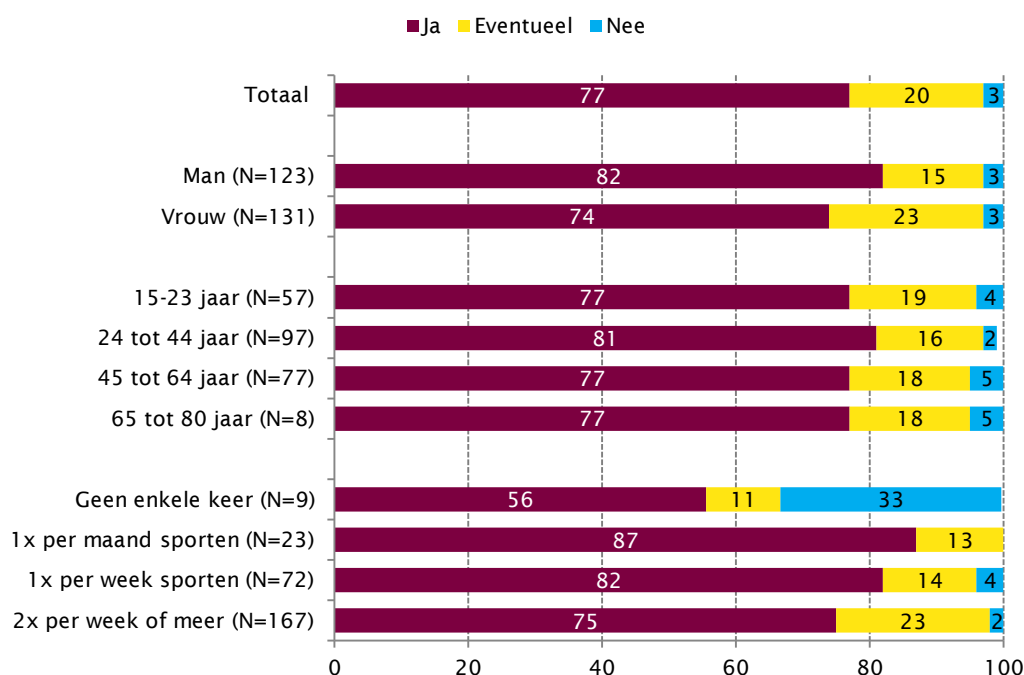
Figuur 3.5 Vergelijking stellingen 'motivatie' voor aanvang en na afloop van EYOF Utrecht 2013 (in procenten 'eens')



3.4 Blik op de toekomst

Ruim driekwart (77%) van de Festival Makers heeft aangegeven in de toekomst nog eens vrijwilliger te willen zijn bij een vergelijkbaar evenement (figuur 3.6). Daarnaast geeft 20 procent van de Festival Makers aan dit eventueel te willen. Slechts 3 procent zou bij een dergelijk evenement geen vrijwilliger meer willen zijn. Verder blijkt dat meer mannen (82%) aangeven in de toekomst opnieuw vrijwilliger te willen zijn bij een soortgelijk evenement als EYOF Utrecht 2013 dan vrouwen (74%).

Figuur 3.6 Vrijwilliger in de toekomst naar geslacht, leeftijd en sportfrequentie (in procenten)



Ook hebben de Festival Makers de mogelijkheid gekregen om adviezen te geven over de organisatie van een dergelijk evenement in de toekomst. Enkele punten die zijn aangedragen:

- Betere communicatie.
- Overzicht en transparantie moet in toekomst beter.
- Meer gebruik maken van kennis en vaardigheden Festival Makers.
- Actiever optreden wat betreft naamsbekendheid.
- Accreditatie beter organiseren.
- Transport en eten beter organiseren.

Quotes Festival Makers

“De vrijwilligers eerder informeren en de informatie transparanter maken. Hier had ik soms wel last van, dat ik sommige informatie niet had gekregen terwijl anderen dit via via wel weer hadden. Terwijl deze informatie erg belangrijk was.”

“Ik had verwacht dat het leuk zou zijn om mee te maken, maar het was te gek! Voornamelijk de sfeer en positieve vibe die er hing was super. Ik heb nog een week kunnen teren op deze energie.”

“Zichtbaarheid van het event moet duidelijker. In de stad/regio bijna geen uitingen van EYOF Utrecht 2013 te zien. In mijn omgeving (Maarssen) wist bijna niemand dat EYOF Utrecht 2013 plaatsvond.”

3.5 Conclusie

Uitgedost in sportieve paars-rode kledij heeft een korps van 2.150 Festival Makers een onmisbare bijdrage aan de organisatie van EYOF Utrecht 2013 geleverd. Onder hen bevonden zich nagenoeg evenveel mannen als vrouwen (49-51%). Ruim vier op de tien Festival Makers was 24 tot 44 jaar oud. Daarnaast bleken zes van de tien Festival Makers (58%) lid van een sportvereniging.

Ruim negen op de tien Festival Makers is trots op de eigen bijdrage aan EYOF Utrecht 2013 en op het evenement zelf. De veiligheid voor hen zelf vonden Festival Makers het beste geregeld (83% tevreden). Ruim acht op de tien (82%) vond dat de verwachtingen die men had zijn uitgekomen of zijn overtroffen. Ondanks het feit dat niet alle verwachtingen in de praktijk bewaarheid werden, gaven vrijwel alle Festival Makers aan (eventueel) ook in de toekomst vrijwilliger te willen zijn. Er waren ook punten van aandacht. Bijna zeven op de tien (69%) vond dat het aan duidelijke instructies ontbrak. Tevens zijn bijna zeven op de tien Festival Makers (69%) niet anders tegen de stad en provincie Utrecht gaan aankijken na EYOF Utrecht 2013. Niettemin is het aandeel dat positiever tegen stad en regio aan is gaan kijken, ruim negen maal hoger dan het aandeel dat daar negatiever tegenaan is gaan kijken (28% versus 3%). Na afloop van het evenement gaven ruim drie op de tien Festival Makers (35%) aan dat men door EYOF Utrecht 2013 de persoonlijke sterke punten heeft ontdekt. Dit contrasteert met het relatief grote aandeel (70%) dat vooraf aangaf dat juist dit hen motiveert om als Festival Makers op te treden. De Festival Makers waren met name gemotiveerd om zich dienstbaar op te stellen en anderen te helpen (91%).

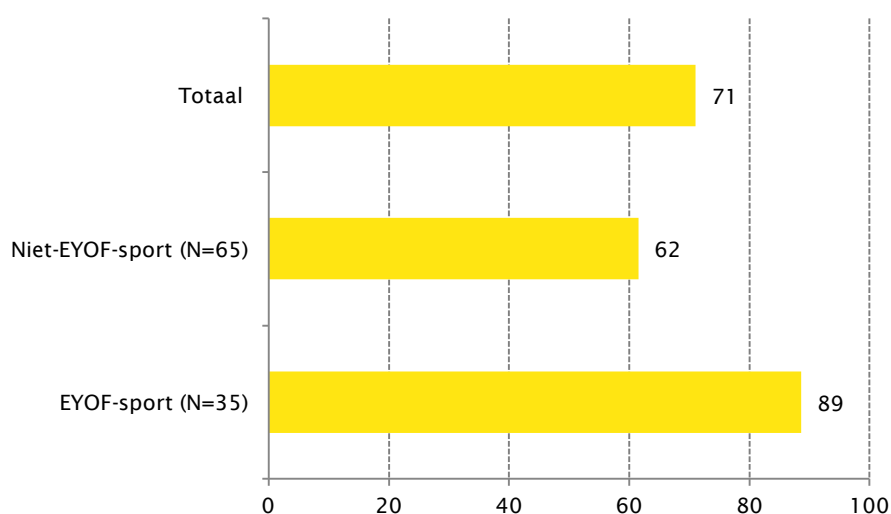
4. Verenigingen

Dit hoofdstuk heeft betrekking op het deelonderzoek onder de Utrechtse sportverenigingen. De verenigingen is na afloop van EYOF Utrecht 2013 gevraagd naar de bekendheid met, de betrokkenheid bij en de beoordeling van EYOF Utrecht 2013. De vragenlijst is zowel aan sportverenigingen die EYOF-sporten aanbieden (atletiek, basketbal, wielrennen, turnen, handbal, judo, zwemmen, tennis en volleybal) als aan sportverenigingen die niet-EYOF-sporten aanbieden voorgelegd. Honderd Utrechtse verenigingen hebben de vragenlijst uiteindelijk ingevuld, waaronder 35 verenigingen die een EYOF-sport en 65 verenigingen die géén EYOF-sport aanbieden (respons 21%).

4.1 Bekendheid

Voorafgaand aan het evenement was bijna driekwart (71%) van de Utrechtse verenigingen bekend met EYOF Utrecht 2013 (figuur 4.1). Verenigingen die sporten aanboden die ook op EYOF Utrecht 2013 beoefend werden, waren vaker bekend (89%) met het evenement dan verenigingen van niet-EYOF-sporten (62%).

Figuur 4.1 Bekendheid met EYOF Utrecht 2013 vooraf (in procenten)



Met name de locaties waar wedstrijden plaatsvonden (79%) en de openingsceremonie (77%) waren bekend onder de verenigingen (tabel 4.1). De Achmea H5C, waar onder meer de Sportdagen en de Urban Tour onderdeel van waren (zie hoofdstuk 1), was bekender onder verenigingen van EYOF-sporten dan onder verenigingen die andere sporten aanbieden.

Tabel 4.1 Bekendheid met onderdelen EYOF Utrecht 2013 (basis=bekend met EYOF Utrecht 2013, in procenten, meerdere antwoorden mogelijk)

	Totaal	Sporttak	
		Niet-EYOF-sport	EYOF- sport
Eén of meerdere locaties waar wedstrijden plaatsvonden	79	70	90
Openingsceremonie in stadion Galgenwaard	77	70	87
Eén of meerdere momenten waarop wedstrijden plaatsvonden	49	43	58
Achmea High Five Challenge	44	28	65
De Fakkelestafette	41	30	55
Anders	6	5	6

4.2 Betrokkenheid

Ruim een derde (37%) van de verenigingen die bekend was met EYOF Utrecht 2013, was ook op enige wijze betrokken geweest bij het evenement (tabel 4.2). Van de verenigingen van de EYOF-sporten die het evenement kenden was meer dan de helft (55%) van de verenigingen betrokken bij het evenement ten opzichte van 23 procent van de verenigingen van niet-EYOF-sporten. Vooral in de vorm van het ‘leveren’ van vrijwilligers (28%) waren verenigingen actief.

Van de verenigingen die niet betrokken waren bij EYOF Utrecht 2013 (63% van de verenigingen die bekend waren met EYOF Utrecht 2013) geeft bijna één op de vijf (18%) aan dat ze betrokkenheid bij het evenement niet belangrijk vonden. Eenzelfde percentage heeft er ‘niet aan gedacht’. De overige verenigingen geven aan niet over de benodigde tijd of middelen te beschikken (respectievelijk 18% en 21%).

Tabel 4.2 Betrokkenheid verenigingen bij EYOF Utrecht 2013 (basis=bekend met EYOF Utrecht 2013, in procenten, meerdere antwoorden mogelijk)

	Totaal	Sporttak	
		Niet-EYOF-sport	EYOF-sport
Op enige wijze betrokken bij EYOF Utrecht 2013	37	23	55
Accommodatie is gebruikt voor training of wedstrijden	14	10	19
De vereniging had vrijwilligers voor één of meerdere onderdelen	28	20	39
De vereniging leverde materialen voor één of meerdere onderdelen	8	5	13
Anders	14	0	32
Niet betrokken	63	77	45
Geen tijd	18	15	23
Geen middelen	21	20	23
Niet belangrijk	18	23	13
Niet aan gedacht	20	30	6

Binnen verenigingen die betrokken waren bij EYOF Utrecht 2013, waren er personen met uiteenlopende functies bij het evenement betrokken (tabel 4.3). Zowel bestuursleden (46% van de betrokken clubs) als sporttechnisch kader (38% van de betrokken clubs) en jeugdleden (38% van de betrokken clubs) hebben zich ingezet voor EYOF Utrecht 2013.

Tabel 4.3 Typering actieve leden vanuit de vereniging (basis=bekend met EYOF Utrecht 2013, in procenten, meerdere antwoorden mogelijk)

	%
Bestuur	46
Vrijwilligers	42
Jeugdleden	38
Sporttechnisch kader	38
Senioren leden	31
Anders	23

Samenwerkingspartners van verenigingen die betrokken waren bij het evenement, waren met name de organisatie van het EYOF Utrecht 2013 (73%), de gemeente Utrecht (50%), VSU (46%) en andere sportverenigingen (42%) (tabel 4.4). Nagenoeg alle verenigingen die samenwerkten met andere sportverenigingen, zijn verenigingen die EYOF-sporten aanboden (59% van het totaal, cijfers niet in tabel).

Tabel 4.4 Samenwerkingspartners verenigingen rond EYOF Utrecht 2013 (basis=betrokken bij EYOF Utrecht 2013, in procenten, meerdere antwoorden mogelijk)

	%
EYOF Utrecht 2013	73
Gemeente Utrecht	50
VSU	46
Andere sportverenigingen	42
Sportbond	38
Achmea	8
Anders	6

4.3 Beoordeling

Verenigingen is gevraagd hoe zij de ervaringen met hun samenwerkingspartners zouden omschrijven. Een punt van aandacht bleek de communicatie. Zowel de afwezigheid van goede communicatie als inhoudelijke discussies over de afzonderlijke evenementen werden door de betrokken verenigingen benoemd.

Quotes sportverenigingen

“Spontane manier van doen. Was erg leuk en leerzaam.”
(niet-EYOF-sport)

“Stimulerend: veel sporters in ons bad, vrijwilligers in ons bad, publiek in ons bad. We hebben veel plezier en trots beleefd om gastheer te ogen zijn voor EYOF sporters, vrijwilligers en officials.”
(EYOF-sport: zwemmen)

“Matig, de zaken voor onze vrijwilligers waren niet bepaald goed geregeld.”
(EYOF-sport: wielrennen)

Quotes sportverenigingen

“In het begin heel stroef. Later is dat beter geworden. Voor en ook vooral tijdens het evenement kostte het ons veel moeite om de onervaren mensen van EYOF Utrecht 2013 te overtuigen wat er nodig is om een atletiekevenement te organiseren.³ Zelfs over de meeste basisbenodigdheden, zoals water voor de atleten en eten voor de vrijwilligers moest eerst een lange discussie worden gevoerd.”

(EYOF-sport: atletiek)

“Slechte website, geen terugkoppeling op mail, zaken niet goed geregeld. Positief maar communicatie en informatie kon beter en sneller.”

(EYOF-sport: zwemmen)

De belangrijkste reden waarom verenigingen betrokken waren bij EYOF Utrecht 2013, was volgens hen voor ‘de sport’ in het algemeen (38%) (tabel 4.5). 15 procent van de verenigingen die bij EYOF Utrecht 2013 betrokken waren, gaf als belangrijkste reden op dat de vereniging actief was omdat dit goed was voor de vereniging. De grote categorie ‘anders’ (38%) wordt voornamelijk gevuld met argumenten dat het ‘gewoon leuk’ is.

Tabel 4.5 Belangrijkste reden dat groepen vanuit de vereniging actief waren (basis=betrokken bij EYOF Utrecht 2013, in procenten)

	%
Het was goed voor de sport	38
Het was goed voor de eigen vereniging	15
Het was goed voor de stad Utrecht	8
Anders	38

Meerwaarde

Een enkele vereniging geeft aan dat het evenement de vereniging veel heeft opgeleverd. Een kleine groep ziet wel de meerwaarde voor de sport in Utrecht (15%) en de stad Utrecht (21%) in. Opvallend is dat verenigingen uit de EYOF-takken van sport die bekend waren met EYOF Utrecht 2013, minder vaak positief zijn over hetgeen EYOF Utrecht 2013 heeft opgeleverd voor de sport in Utrecht (tabel 4.6). Eén op de tien verenigingen (10%) geeft aan het eens te zijn met het feit dat EYOF Utrecht 2013 de sport in Utrecht veel heeft opgeleverd. Dit ten opzichte van 20 procent van de niet-EYOF verenigingen. Het is mogelijk dat de verenigingen die EYOF-sporten aanbieden hoge(re) verwachtingen hadden dan de andere verenigingen. Dat kan ertoe geleid hebben dat clubs van EYOF-sporten een opbrengst lager waarderen dan clubs die niet-EYOF-sporten aanbieden.

³ De bonden en verenigingen werden vanwege hun expertise door de EYOF-organisatie ingeschakeld.

Tabel 4.6 Stellingen met betrekking tot EYOF Utrecht 2013 (basis=betrokken bij EYOF Utrecht 2013, in procenten)

	Totaal	Sporttak	
		Niet-EYOF-sport	EYOF-sport
EYOF Utrecht 2013 heeft mijn vereniging veel opgeleverd	3	0	6
EYOF Utrecht 2013 heeft de sport in Utrecht veel opgeleverd	15	20	10
EYOF Utrecht 2013 heeft de stad Utrecht veel opgeleverd	21	20	23

Quotes verenigingen

“EYOF Utrecht 2013 heeft sport doen opbloeien in de stad Utrecht, waardoor er weer subsidie voor breedtesport kan komen.”

(niet-EYOF-sport: duiken)

“Promotie voor gehandicaptensport in Utrecht (paralympisch voortoernooi voor EYOF).”

(niet-EYOF-sport)

“De sportlocaties die zijn gebruikt, zijn vrijwel allemaal verbeterd of vernieuwd in aanloop naar het evenement. Daar hebben sporters blijvend iets aan.”

(EYOF-sport: atletiek)

“Utrecht liet heel duidelijk zien wat er allemaal op sportgebied kan, hoe belangrijk sporten is en hoeveel plezier men eraan kan beleven.”

(niet-EYOF-sport: tafeltennis)

“Positieve aandacht voor turnen in Utrecht. Mede door turntoernooi EYOF Utrecht 2013 is de bond nu weer bij ons uitgekomen voor de organisatie van een bondsfinale heren in Utrecht.”

(EYOF-sport: turnen)

“EYOF Utrecht 2013 is een uitgelezen platform voor sport. Utrecht heeft zich evenementwaardig kunnen tonen aan organisatoren van andere grote sport evenementen.”

(niet-EYOF-sport)

“Utrecht kwam in de schijnwerpers te staan en daardoor zullen velen Utrecht bezocht hebben.”

(niet-EYOF-sport: tafeltennis)

“Pr voor side events kwam erg traag op gang (materiaal eigenlijk iets te laat beschikbaar).”

(EYOF-sport: turnen)

“Veel verschillende culturen hebben Utrecht gezien, mooie stadspromotie, voor de buurtbewoners ook interessant om dit evenement te komen bekijken, promotie van de wijken. In mijn beleving een zeer goede sfeer. Gewoon een mooi evenement. Financieel zal het niet veel hebben opgeleverd.”

(niet-EYOF-sport: multisport)

4.4 Conclusie

Vanuit de gedachte dat Olympiërs in spe een inspiratiebron zijn voor de tienduizenden Utrechtse recreatiesporters is het voorstelbaar dat de organisatie van EYOF Utrecht 2013 bij veel Utrechtse sportclubs tot een positieve *buzz* geleid heeft. De onderzoeksresultaten wijzen daarentegen meer in de richting van een gematigde sfeer. Voorafgaand aan het evenement was bijna driekwart (71%) van de Utrechtse verenigingen bekend met EYOF Utrecht 2013. Verenigingen die EYOF-sporten aanboden, waren vaker bekend met het evenement (89%) dan verenigingen van niet-EYOF-sporten (62%).

Ruim een derde (37%) van de verenigingen die bekend was met EYOF Utrecht 2013, is betrokken geweest bij het evenement. Twee derde van de clubs die qua sporttak een verbinding hadden met het internationale evenement, zijn dus niet betrokken geweest. Onder verenigingen van de EYOF-sporten die bekend waren met EYOF Utrecht 2013, was meer dan de helft (55%) van de verenigingen betrokken bij het evenement ten opzichte van 23 procent van de verenigingen van niet-EYOF-sporten die met het evenement bekend waren.

Verenigingen waren met name actief bij EYOF Utrecht 2013 omdat het goed is voor de sport (38% van de betrokken clubs). Nog niet één op de tien clubs die betrokken waren (8%), geeft aan dat zij meewerkten omdat het goed voor de stad Utrecht zou zijn. Een enkele vereniging die bekend was met EYOF Utrecht 2013, geeft aan dat het evenement de vereniging tot heden veel heeft opgeleverd (3%). Ruim één op de vijf verenigingen (21%) vindt dat EYOF Utrecht 2013 de stad veel heeft opgeleverd en 15 procent meldt dat het de sport in Utrecht veel heeft opgeleverd.

5. Bezoekers

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de bezoekers van EYOF Utrecht 2013. Aspecten als het bezoekersprofiel, uitgaven tijdens het evenement en de beoordeling van het evenement worden besproken. Face-to-face interviews hebben plaatsgevonden met bezoekers van de wielrenevenementen, aangezien dat een non-ticketed event was en er derhalve na EYOF Utrecht 2013 geen gegevens van ticketbestellers beschikbaar waren. Bezoekers van de andere evenementen (die een ticket hebben verkregen), zijn na afloop van het evenement per e-mail benaderd. Meer specifiek zijn dit de personen die de tickets hebben besteld.⁴ Er zijn 122 bezoekers face-to-face ondervraagd (respons circa 70%) en 1.832 bezoekers hebben de webenquête ingevuld (respons 49%).

5.1 Aantal bezoekers, betrokkenen en tickets

Bezoekers en andere betrokkenen

De aanwezigen tijdens EYOF Utrecht 2013 kunnen worden opgedeeld in zes groepen. Los van de organisatoren zelf waren er ‘reguliere bezoekers’ (bezoekers exclusief de hierna genoemde groepen), sporters en begeleiders, VIP’s, sponsors en geaccrediteerden, officials en scheidsrechters, Festival Makers en pers aanwezig. Het totale aantal unieke betrokkenen wordt geschat op circa 35.000 personen (tabel 5.1). De reguliere bezoekers van EYOF Utrecht 2013 vormden met circa 26.000 personen de grootste groep (75% van alle aanwezigen).⁵ Bijna één op de tien aanwezigen was een sporter of begeleider. De officials/scheidsrechters en de pers vormden de kleinste groepen onder de aanwezigen.

Tabel 5.1 Omvang groepen (in absolute aantallen en procenten)

	Aantal	%
Bezoekers, excl. VIPs (reguliere bezoekers)	26.006	75
Sporters en begeleiders	3.271	9
VIPs/sponsors/geaccrediteerden	2.200	6
Officials, scheidsrechters	1.000	3
Vrijwilligers	2.150	6
Pers	201	1
Totaal	34.828	100

Bron: EYOF Utrecht 2013, bewerking Mulier Instituut

⁴ Dat zijn niet altijd degenen die van het ticket gebruikgemaakt hebben. Bestellers konden alleen deelnemen aan het onderzoek indien zij ook zelf EYOF bezocht hebben.

⁵ Het aantal (reguliere) bezoekers van de ticketed events is tot stand gekomen door het aantal aan hen verstrekte tickets (verkocht dan wel gratis verstrekt) te delen door het gemiddeld aantal tickets per persoon (1,4 volgens de EYOF-organisatie). Dit is $(16.644 + 16.965) / 1,4 = 24.006$ (zie ook tabel 5.2). Tezamen met het door de organisatie geschatte aantal van 2.000 bezoekers van de wielerevenementen (dat gratis/zonder ticket te bezoeken was) leidt dat tot ruim 26.000 reguliere bezoekers. Hierbij is er de aanname, mede gezien het openbare karakter, dat bezoekers van het wielrennen niet dezelfde zijn als die van andere evenementen.

Het aantal bezoeken is hoger dan het aantal bezoekers, omdat bezoekers meerdere evenementen, verspreid over meerdere dagen bezochten. Uit het bezoekersonderzoek is gebleken dat de gemiddelde reguliere bezoeker gemiddeld 2,3 dagen het EYOF Utrecht 2013 bezocht heeft. Als een bezoek wordt gedefinieerd als ‘op een dag minstens één EYOF-evenement bezoeken’ dan was er sprake van bijna 60.000 (59.814) bezoeken door ruwweg 26.000 reguliere bezoekers.⁶

Tickets

Het aantal tickets wijkt af van het aantal bezoekers omdat een bezoeker (ticketbesteller) over gemiddeld 1,4 tickets beschikte (schatting EYOF-organisatie), vijf procent van de tickets onbenut zijn (schatting EYOF-organisatie) en voor een bezoek aan het wielrennen een ticket onnodig was.⁷ De doelstelling van de organisatie was om 14.000 tickets te verkopen. Er zijn ruim 16.000 tickets verkocht (tabel 5.2), waarmee de doelstelling behaald is. Naast de verkochte tickets zijn er 36.788 tickets gratis verstrekt.⁸

Tabel 5.2 Aantal tickets naar evenement en doelgroep (in absolute aantallen)

	Verkochte tickets	Gratis tickets	Atleten en begeleiders	Sponsors	Geaccrediteerden	Overige (o.a. pers)	Totaal
Atletiek	2.670	2.114	1500	375	420	269	7.348
Basketbal	1.426	1.768	375	380	420	269	4.638
Volleybal	1.151	1.696	500	471	420	269	4.507
Handbal	1.934	2.029	600	376	420	269	5.628
Tennis	808	1.503	325	422	420	269	3.747
Zwemmen	1.270	2.551	800	288	420	269	5.598
Turnen	1.771	1.310	360	305	420	269	4.435
Judo	1.249	876	640	340	420	269	3.794
Subtotaal	12.279	13.847	5.100	2.957	3.360	2.152	39.695
Opening	4.365	3.118	3.271	423	2.485	75	13.737
Totaal	16.644	16.965	8.371	3.380	5.845	2.227	53.432

Bron: EYOF Utrecht 2013

Wanneer het aantal bezoeken aan EYOF Utrecht 2013 wordt vergeleken met de andere sportevenementen die in 2013 in Nederland georganiseerd zijn, dan neemt EYOF Utrecht 2013 de 38^e positie in als de evenementen op basis van aantal bezoeken aflopend worden gesorteerd (tabel 5.3). In de provincie Utrecht was in 2013 volgens Respons alleen de Dutch Food Valley Classic goed voor meer bezoeken (100.000 bezoeken; 22^e positie).

⁶ 26.006 bezoekers * 2,3 dagen.

⁷ Vanwege technische redenen zijn niet alle tickets geregistreerd. Alleen de personen die online tickets bestelden en een deel van de bezoekers die tickets aan de kassa kochten.

⁸ Totaal aantal ticket (53.432) – verkochte tickets (16.644).

Tabel 5.3 Aantal bezoeken Nederlandse sportevenementen in 2013 (in absolute aantallen)

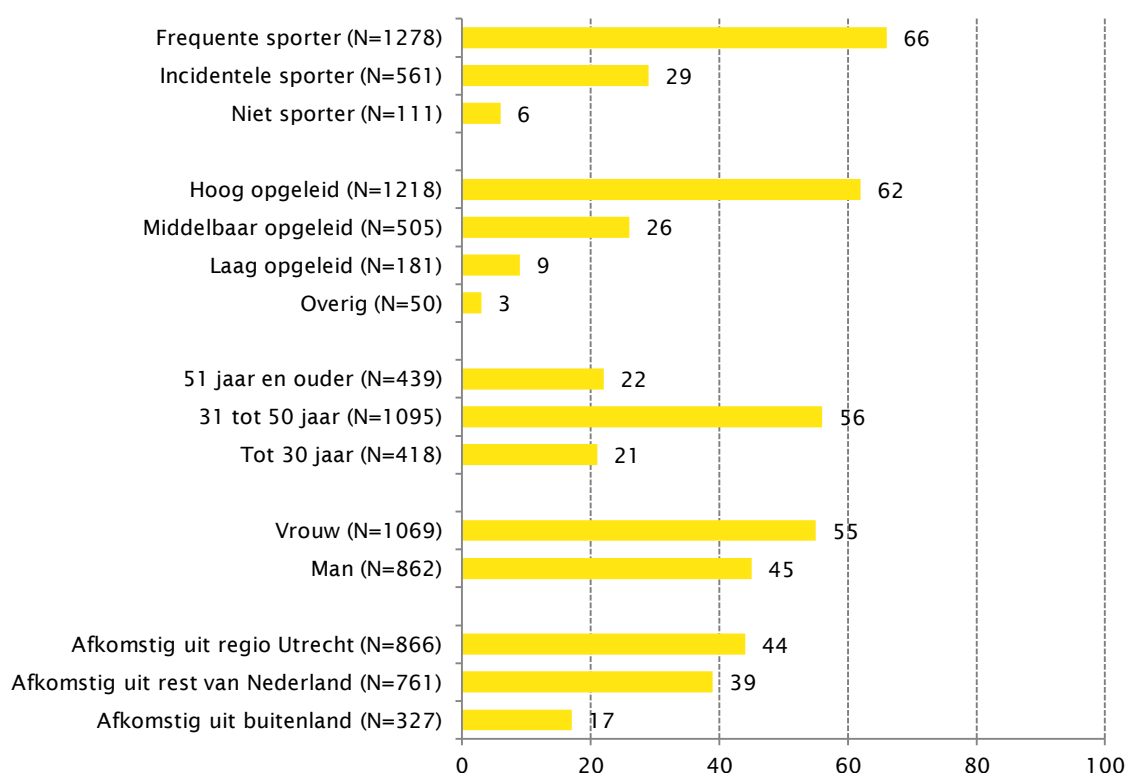
Positie	Evenement	Bezoeken
1	Vierdaagse Nijmegen	2.350.000
2	Eredivisie Beach Volleyball	1.100.000
3	ABN AMRO Marathon Rotterdam	925.000
4	Internationale Vierdaagse Afstandsmarsen Nijmegen	850.000
4	Nationale Sport Week	850.000
6	Nationale Sport Winter Dagen	550.000
7	Citroën City Beach Tour	530.000
8	ENECO Tour	385.000
9	VKV City Racing Rotterdam	350.000
10	Meimaand Fietsmaand	342.000
11	Toerversie Amstel Gold Race	250.000
11	Dam tot Dam Wandeltocht	250.000
11	Dam tot Damloop	250.000
11	Dam tot Dam FietsClassic	250.000
15	Amstel Gold Race	225.000
16	Sneekweek	200.000
16	Beach Volleyball Circuit	200.000
18	ABN AMRO CPC Loop Den Haag	175.000
19	Dutch TT Assen	131.000
20	ABN AMRO World Tennis Tournament	116.354
21	Grolsch Drakenboot Festival	100.000
22	Royal Smilde Olympia's Tour	100.000
22	Nederlands Kampioenschap Tractorpulling	100.000
22	Amsterdam City Swim	100.000
22	Dutch Food Valley Classic	100.000
26	Open NK Beach Soccer	95.000
27	Lemsterweek	90.000
27	4 Mijl van Groningen	90.000
27	Enschede Marathon	90.000
30	GAMMA Racing Day	80.000
30	AMGEN Singelloop Breda	80.000
30	Leiden Marathon	80.000
33	Ster ZLM toer	75.000
33	De Lage Landen Marathon Eindhoven	75.000
33	Brabants Dagblad Tilburg Ten Miles	75.000
36	Indoor Brabant	65.000
36	KNVB Beker finale	65.000
38	European Youth Olympic Festival	60.000
38	Maastrichts Mooiste	60.000
38	Military Boekelo Enschede	60.000
38	CSI-Twente Internationaal Concours Hippique Geesteren	60.000
38	Ronde van Overijssel	60.000
43	Topshelf Open	58.100
44	Jumping Amsterdam	53.000
45	Nederland - Estland (WK 2014 Kwalificatie)	52.000
45	Johan Crujff Schaal	52.000
45	CHIO Rotterdam	52.000
48	RaboRonde Heerlen	50.000
48	Outdoor Brabant	50.000
48	NK RallyRacing Valkenswaard	50.000
48	Nederland - Italië (oefeninterland)	50.000
48	Finale UEFA Europa League	50.000
48	Nederland - Hongarije (WK 2014 Kwalificatie)	50.000
48	KLM Open	50.000
48	Conrad Twente Rallysprint	50.000
48	World Cup Kiteboarding Scheveningen	50.000
48	Delta Lloyd North Sea Regatta	50.000

Bron: Respons, bewerking Mulier Instituut

5.2 Bezoekersprofiel

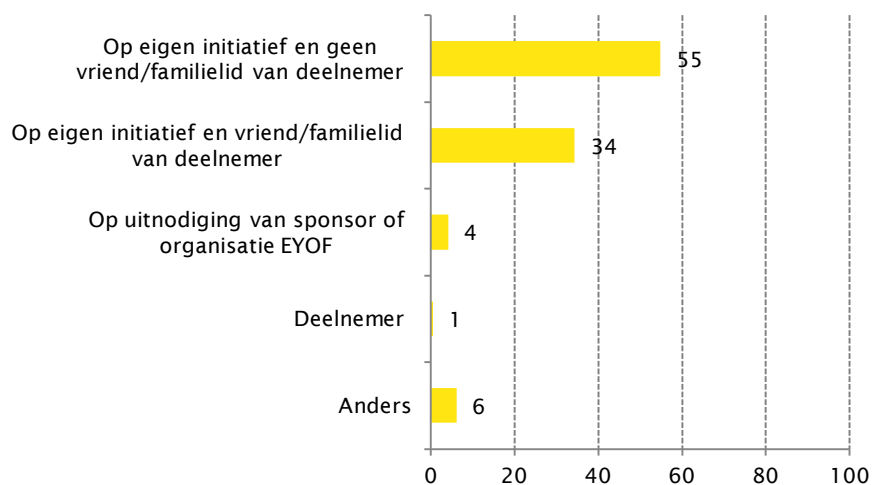
Bijna de helft van de bezoekers (44%) is afkomstig uit de regio Utrecht, 39 procent is afkomstig uit de rest van Nederland en 17 procent komt uit het buitenland. De bezoekers zijn voornamelijk frequente sporters (66%) en hoger opgeleiden (62%). Daarnaast is 56 procent 31 tot en met 50 jaar oud en is 55 procent vrouw (figuur 5.1). Het aandeel vrouwen is hoog wanneer dat wordt vergeleken met het profiel van 'de Nederlandse evenementenbezoeker'. Van Nederlanders (15-80 jaar) die in 2011 toeschouwer waren van een sportevenement waren vrouwen in de minderheid (44%) (Hover & Romijn, 2012).⁹

Figuur 5.1 Bezoekersprofiel naar achtergrondkenmerken (in procenten)



De meerderheid van de bezoekers (55%) heeft EYOF Utrecht 2013 op eigen initiatief bezocht zonder vriend/familielid te zijn van een deelnemer (figuur 5.2). Ruim een derde (34%) heeft op eigen initiatief het evenement bezocht, maar was wel een vriend/familielid van een deelnemer. Bezoekers die anders geantwoord hebben, zijn veelal familie en/of vrienden van de Festival Makers van het evenement, hebben kaartjes gewonnen of zijn coach/begeleider van sporters.

⁹ Het is niet uitgesloten dat de medewerkingsbereidheid aan het onderzoek onder vrouwen hoger was dan onder mannen, hetgeen de verhouding mannen/vrouwen in dit onderzoek mogelijk beïnvloed heeft.

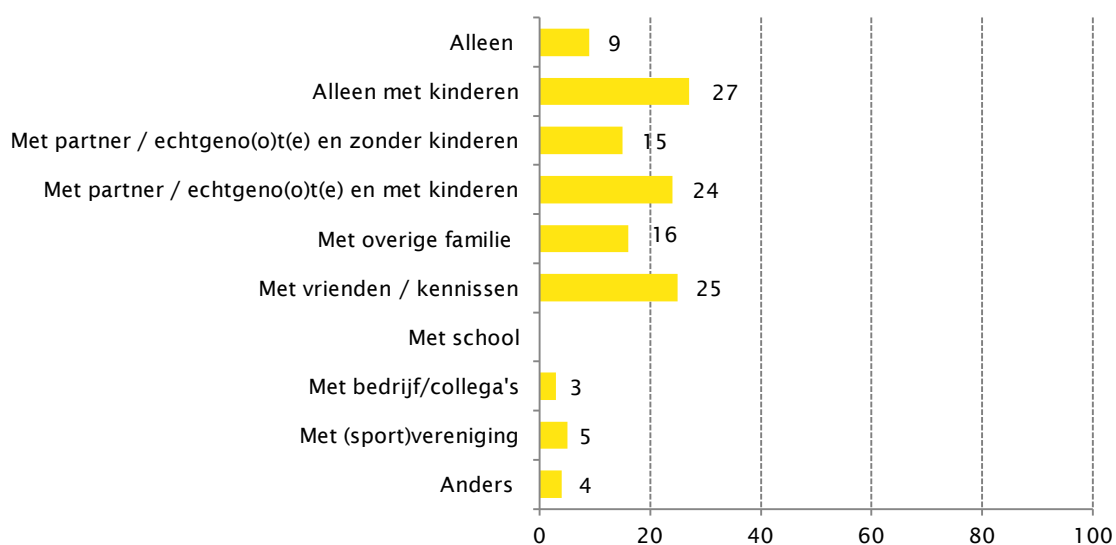
Figuur 5.2 Wat was tijdens EYOF Utrecht 2013 op u van toepassing? (in procenten)

Ongeveer een kwart van de bezoekers kwam met zijn of haar partner/echtgeno(o)t(e), met vrienden of kennissen of alleen met kinderen (figuur 5.3). Bezoekers kwamen niet of nauwelijks met school of collega's.

Quotes bezoekers

"Mijn kinderen en ik hebben het super gehad."
(Vrouw, 39 jaar, bezoeker openingsceremonie)

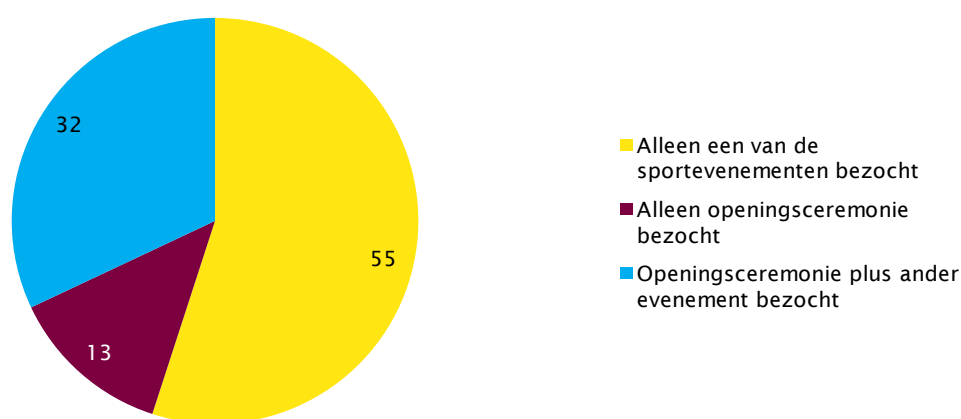
"Utrecht City is a very pretty town. I like EYOF!"
(Vrouw, 46 jaar, bezoeker openingsceremonie)

Figuur 5.3 Gezelschap waarmee EYOF Utrecht 2013 bezocht werd (in procenten, meerdere antwoorden mogelijk)

5.3 Bezoek

Een gemiddeld bezoek aan EYOF Utrecht 2013 duurde 2,3 dagen. Van alle EYOF-bezoekers bezocht 61 procent één evenement (sportevenement dan wel openingsceremonie). Het gemiddeld aantal evenementen dat per bezoeker bezocht wordt, bedraagt 1,6. 55 procent van de bezoekers heeft de openingsceremonie niet bezocht, 13 procent van alle bezoekers heeft alleen de openingsceremonie bezocht en 32 procent heeft zowel de openingsceremonie als een ander evenement van EYOF Utrecht 2013 bezocht (figuur 5.4). Wanneer we alleen kijken naar degenen die de openingsceremonie hebben bezocht, blijkt 29 procent alleen de openingsceremonie en 71 procent de openingsceremonie en een ander evenement bezocht te hebben (niet in figuur).

Figuur 5.4 Combinatie bezoek openingsceremonie en andere evenementen (in procenten)



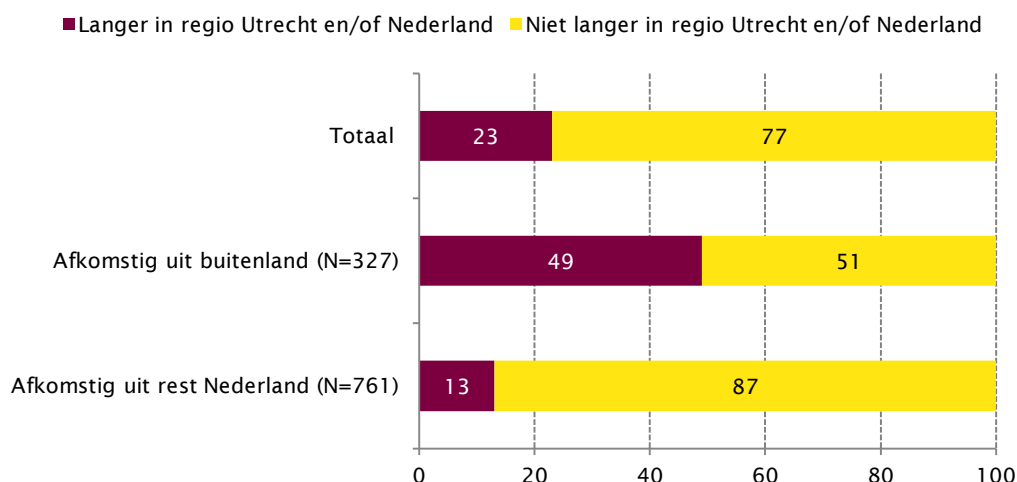
Quotes bezoekers

“Geweldige Openingsceremonie!!! Het was ontzettend leuk!!!”
(Vrouw, 37 jaar, bezoeker openingsceremonie)

“Verlaten van de parkeergarage na de openingsceremonie in Galgenwaard was een chaos! Dit had veel beter georganiseerd kunnen worden! Parkeertarieven bij de jaarbeurs waren buitensporig hoog!”
(Vrouw, 53 jaar, bezoeker openingsceremonie)

5.4 Verlenging bezoek

Bijna een kwart van de bezoekers (23%) geeft aan dat zij door EYOF Utrecht 2013 langer in de regio Utrecht en/of Nederland zijn gebleven dan voor het evenement noodzakelijk was (figuur 5.5). Denk hierbij aan een bezoek aan de stad Utrecht, Amsterdam of Den Haag. Bijna de helft van de bezoekers afkomstig uit het buitenland (49%) geeft aan langer in de regio Utrecht en/of Nederland te zijn gebleven door het evenement. Voor bezoekers afkomstig uit de rest van Nederland is dit 13 procent.

Figuur 5.5 Verlenging bezoek naar herkomst bezoeker (in procenten)

Het aantal extra dagen (EYOF-dagen niet meegeteld) die ‘verlengers’ bleven, varieert voor de regio Utrecht van één tot veertien dagen (tabel 5.4). Gemiddeld is deze groep 2,1 dagen extra in de regio Utrecht gebleven. Voor de rest van Nederland geldt een aantal extra dagen van ‘verlengers’ dat varieert van één tot dertig, met een gemiddelde van 2,3 dagen. Als gevolg van de aantrekkingskracht van EYOF Utrecht 2013 in de Domstad zijn het dus ook de bedrijven in de toeristisch-recreatieve sector buiten de regio Utrecht die de vruchten plukken van de (buitenlandse) bezoekersstroom die EYOF Utrecht 2013 genereert. In totaal bedroeg het gemiddeld aantal extra dagen van degenen die langer bleven dan voor EYOF Utrecht 2013 noodzakelijk was 4,4 dagen.

Tabel 5.4 Extra dagen in regio Utrecht en rest Nederland (basis=bezoekers die langer verbleven dan voor EYOF Utrecht 2013 noodzakelijk was)

	Minimum	Maximum	Gemiddelde
Aantal extra dagen regio Utrecht	1	14	2,1
Aantal extra dagen rest Nederland	1	30	2,3
Totaal extra dagen in Nederland			4,4

5.5 Bestedingen

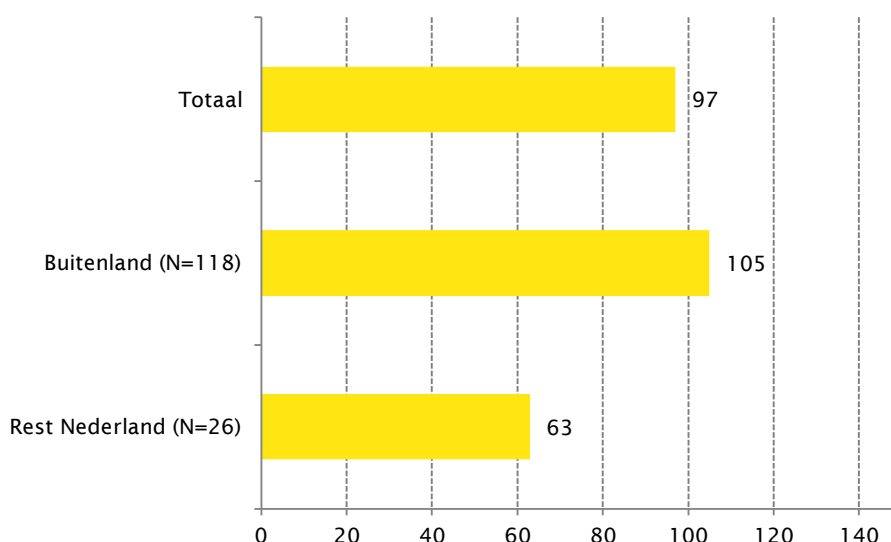
Overnachten

11 procent van alle bezoekers heeft niet op het vaste woonadres overnacht, maar sliep bij vrienden/familie of in een hotel of andere logiesaccommodatie. Voor de bezoekers die niet uit Utrecht of het buitenland afkomstig waren, geldt dat 7 procent niet op het vaste woonadres heeft overnacht, voor de bezoekers uit het buitenland bedroeg dit percentage 47 procent. Dit impliceert dat ongeveer de helft van de buitenlandse bezoekers een dagje op en neer is gekomen. Met het oog op de omvang van de Duitse en Belgische teams (beide qua omvang in

de top 10; zie hoofdstuk 2), is dat niet ondenkbaar. Van de bezoekers die niet op het vaste woonadres hebben overnacht, heeft het overgrote deel in de regio Utrecht (83%) overnacht. Een bezoeker die in de regio Utrecht heeft overnacht, betaalde gemiddeld 96,80 euro per persoon per overnachting.¹⁰ Met 36 procent werd het meest overnacht in een 4- en incidenteel een 5-sterrenhotel. Ongeveer een kwart van de bezoekers (24%) overnachtte in een 0-3 sterrenhotel. 17 procent van de bezoekers overnachtte bij vrienden of familie en 12 procent van de bezoekers overnachtte in een bed & breakfast.

Uit figuur 5.6 blijkt dat bezoekers uit het buitenland het meest hebben betaald voor een overnachting in de regio Utrecht. Zij betaalden gemiddeld 105 euro per persoon per nacht. Voor bezoekers uit de rest van Nederland geldt dat zij gemiddeld 63 euro per persoon per nacht hebben betaald.

Figuur 5.6 Gemiddelde uitgaven per persoon aan één overnachting in de regio Utrecht in euro's naar herkomst (basis=personen die in Utrecht hebben overnacht, afgerond)

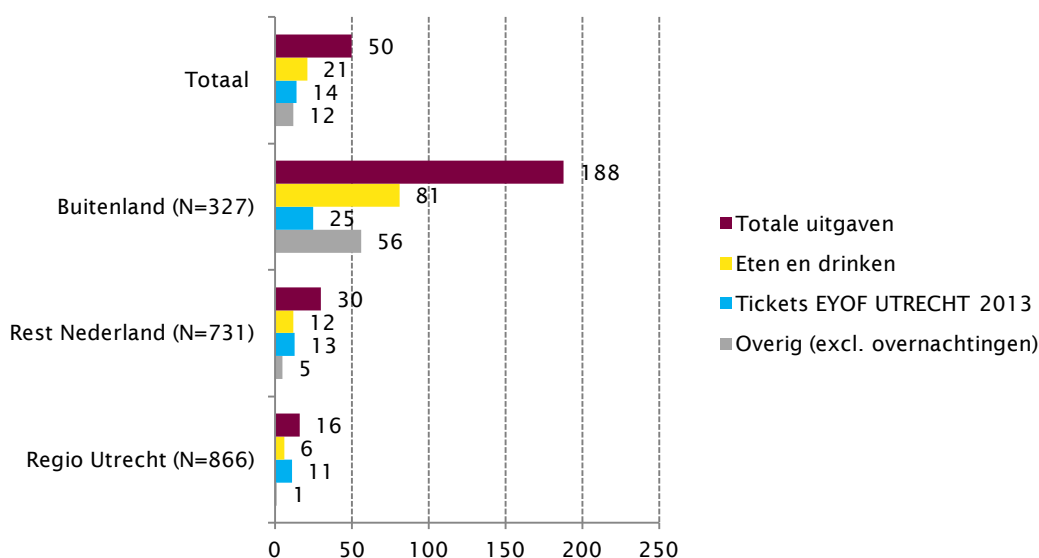


Dagbestedingen

Dagbestedingen zijn bestedingen van EYOF-bezoekers, exclusief de uitgaven aan overnachtingen maar inclusief de uitgaven aan tickets. De totale dagbestedingen van de bezoekers bedroegen, tijdens hun gehele verblijf in de regio Utrecht, gemiddeld 50 euro per persoon (figuur 5.7). Het aantal bezoekers dat in totaal geen uitgaven heeft gedaan, bedraagt 26 procent. Gemiddeld werd er door de bezoekers per persoon 21 euro aan eten, 14 euro aan tickets en 12 euro aan overige uitgaven uitgegeven.

¹⁰ Als er meerdere personen op één kamer verbleven, is de prijs van de kamer door dat aantal personen gedeeld om de prijs per persoon per overnachting te bepalen.

Figuur 5.7 Gemiddelde uitgaven aan eten en drinken, tickets, overig en totaal per persoon gedurende verblijf in regio Utrecht (excl. overnachtingen) in euro's naar herkomst



Quotes bezoekers

“Ik vond de tickets best wel duur. Ik denk dat er meer mensen zouden komen als het goedkoper was.”

(Man, 44 jaar, bezoeker finale volleybal)

“Ik vond het heel prettig dat de kaarten ‘maar’ 10 euro waren per persoon, daarom konden we met het hele gezin (vader, moeder, dochter 16 jaar en dochter 21 jaar) 2 dagen van het turnen genieten.”

(Vrouw, 48 jaar, bezoeker turnen)

“We hebben tickets gekocht via internet. Daaruit bleek dat bijna alle turnwedstrijden uitverkocht waren, waardoor wij bij een wedstrijd van onze laatste keus belandden. Achteraf bleek dat er nog voldoende kaartjes bij de zaal te koop waren voor de andere wedstrijden. Dat was jammer dat we dat niet wisten, dan hadden we daarvoor gekozen. Dat had beter gecommuniceerd kunnen worden.”

(Vrouw, 40 jaar, bezoeker turnen)

5.6 Beoordeling

Op een schaal van 0 tot 10 hebben bezoekers aangegeven in welke mate zij een bezoek aan EYOF Utrecht 2013 aan vrienden/familie collega's zouden aanraden. Waarbij 0 staat voor zeer onwaarschijnlijk en 10 voor zeer waarschijnlijk. Gemiddeld werd een 8,1 op deze schaal gescoord (tabel 5.5). Bijna alle bezoekers (97%) geven aan een bezoek aan EYOF Utrecht 2013 aan te raden aan vrienden, familie of collega's. Laagopgeleiden zouden een evenement vaker aanraden (8,4) dan middelbaar- en hoogopgeleiden (8,1). Er nauwelijks verschillen ten aanzien van geslacht, leeftijd en herkomst. Tevens is het evenement als totaal middels een rapportcijfer

beoordeeld. De bezoekers gaven EYOF Utrecht 2013 gemiddeld een 8,0. 72 procent beoordeelde EYOF Utrecht 2013 met een 8 of hoger en 25 procent met een 6 of 7 (tabel 5.5). De laagopgeleiden beoordelen het evenement hoger (8,2) dan middelbaar (8,0) en hoogopgeleiden (7,9). Bezoekers uit het buitenland (8,2) beoordelen het evenement met een hoger rapportcijfer dan bezoekers uit de rest van Nederland (8,0) en de regio Utrecht (7,9).

Tabel 5.5 Aanraden en beoordeling van EYOF Utrecht 2013 (in gemiddelde schaal 1-10, en procenten)

	Gemiddelde	%
In welke mate zou u een bezoek aan EYOF Utrecht 2013 aanraden aan vrienden/familie/collega's?	8,1	
Niet aanraden (0-4)		2
Neutraal (5)		1
Wel aanraden (6-10)		97
Als u EYOF Utrecht 2013 als totaal beoordeelt, welk rapportcijfer zou u dan geven?	8,0	
Onvoldoende (1-5)		3
Voldoende (6-7)		25
Goed (8-10)		72

Quotes bezoekers

“Erg slechte zitbanken op tribune bij turnen, nodigde niet uit om nog langer te blijven zitten helaas.”

(Vrouw, 46 jaar, bezoeker turnen).

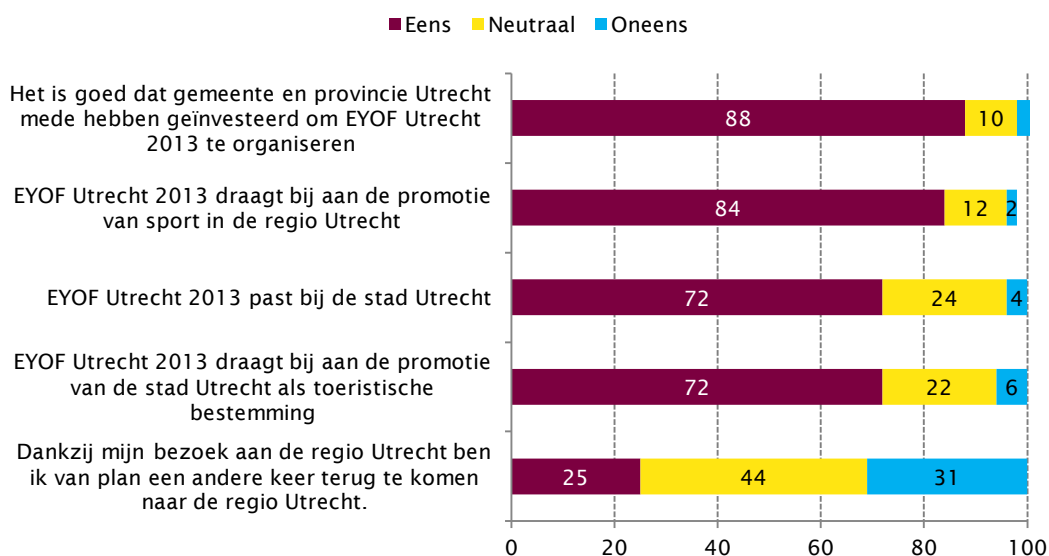
“Een erg leuk evenement, je kunt zelf dingen doen en anderen bewonderen!”

(Vrouw, 14 jaar, bezoeker judo)

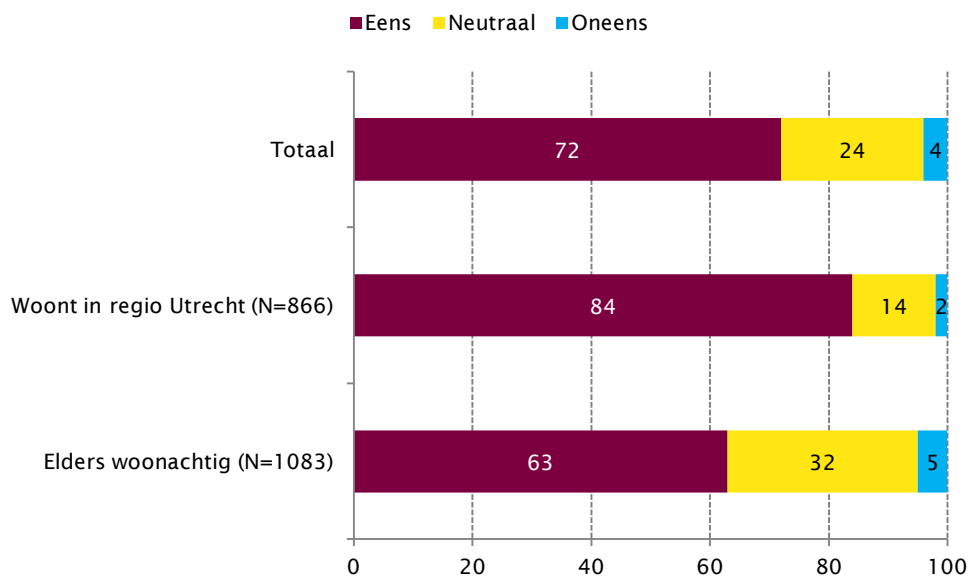
“De reclamecampagne is beperkt gebleven tot een specifieke doelgroep. Velen in Utrecht wisten niet (precies) wat er gaande was. De openingsceremonie had uitbundiger kunnen zijn en minder langdradig. Het gebruik van media was beperkt, alhoewel facebook en RTV-Utrecht wel zeer up-to-date waren, wat erg leuk was. Misschien meer banners/feestelijke versiering door de binnenstad, zodat iedereen weet dat er iets bijzonder gebeurt in de stad. (De putdeksels waren een leuk begin)”

(Vrouw, 24 jaar, bezoeker openingsceremonie)

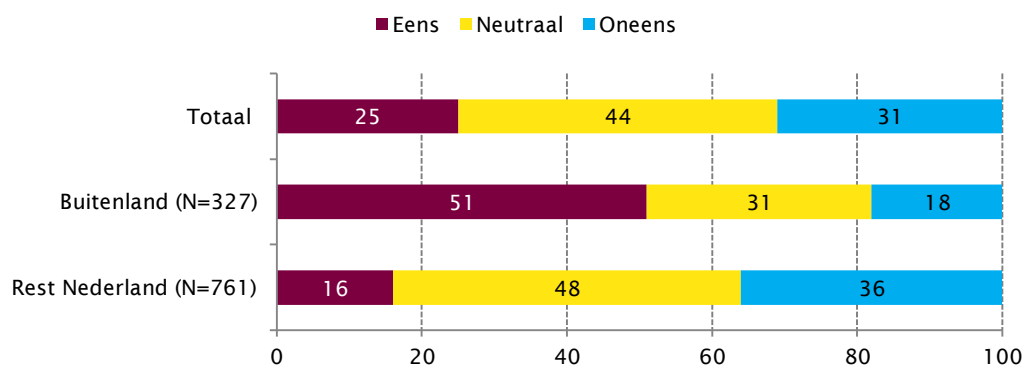
Bijna negen op de tien bezoekers (88%) is het eens met de stelling dat het goed is dat gemeente en provincie Utrecht mede hebben geïnvesteerd om het evenement te organiseren (figuur 5.8). Ook is 84 procent het eens met de stelling dat EYOF Utrecht 2013 bijdraagt aan de promotie van sport in de regio Utrecht. Daarnaast geeft ongeveer driekwart (72 %) aan het eens te zijn met de stelling dat het evenement bij de stad Utrecht past, dat het aan de promotie van de stad Utrecht als toeristische bestemming bijdraagt. Een kwart van de bezoekers geeft aan dat zij dankzij het bezoek aan de regio Utrecht hier nogmaals verwachten terug te komen, bijvoorbeeld voor een vakantie.

Figuur 5.8 Stellingen EYOF Utrecht 2013 (in procenten)

Het aandeel bezoekers dat het eens is met de stelling dat EYOF Utrecht 2013 bij de stad Utrecht past, is groter onder de bezoekers woonachtig in Utrecht (84%) dan onder bezoekers die elders woonachtig zijn (63%, figuur 5.9).

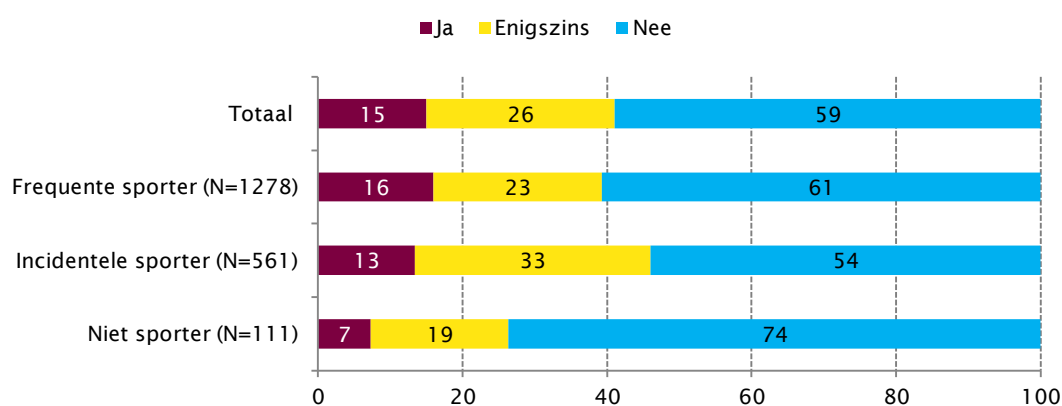
Figuur 5.9 EYOF Utrecht 2013 past bij de stad Utrecht naar herkomst (in procenten)

De helft van de bezoekers uit het buitenland (51%) geeft aan dankzij het bezoek aan de regio Utrecht van plan te zijn om in de toekomst terug te komen naar de regio Utrecht. Bezoekers afkomstig uit de rest van Nederland zijn het hier in veel mindere mate mee eens (16%), de helft (48%) van deze bezoekers is neutraal over een nieuw bezoek aan de regio Utrecht (figuur 5.10).

Figuur 5.10 Dankzij bezoek terugkomen in regio Utrecht naar herkomst (in procenten)

5.7 Stimulans sportdeelname

EYOF Utrecht 2013 had niet tot doel om bezoekers te inspireren om zelf (meer) aan sport te gaan doen. Niettemin is het interessant om enig zicht te krijgen in welke mate dit effect plaats heeft gevonden. De meerderheid van de bezoekers (59%) voelde zich niet door het evenement aangemoedigd om (meer) te gaan sporten (figuur 5.11). Ruim een kwart (26%) is enigszins aangemoedigd en 15 procent is wel aangemoedigd.¹¹ 6 procent van de bezoekers sport niet, zo bleek bij de profielschets van de bezoeker (zie hiervoor). Van deze groep zegt 7 procent aangemoedigd te zijn om te gaan sporten. Als deze feiten worden gecombineerd, wordt duidelijk dat EYOF Utrecht 2013 nauwelijks niet-sportende bezoekers aanzet om te gaan sporten. Deze bevinding ligt in lijn met wat daar in de wetenschappelijke literatuur over geschreven wordt (o.a. Weed 2009). Tevens wijkt dit beeld niet af van onderzoeksresultaten bij andere evenementen, zoals het WK Wielrennen 2012 (Slangen et al., 2013).

Figuur 5.11 Door bezoek EYOF Utrecht 2013 aangemoedigd (meer) te sporten naar sportfrequentie (in procenten)

¹¹ Relatief meer jongeren geven aan te zijn aangemoedigd tot (meer) sporten dan ouderen. Zo blijkt 9 procent van de 51-plussers aangemoedigd (meer) te gaan sporten, tegenover 14 procent van de 30-50-jarigen en 23 procent van de bezoekers tot 30 jaar.

Quotes bezoekers

“Compliment voor alle mensen die betrokken waren bij EYOF Utrecht 2013. Goed werk!”
(Man, 46 jaar, bezoeker openingsceremonie)

“Over vier jaar weer? Was geweldig. Bedankt Utrecht”
(Man, 45 jaar, bezoeker basketball)

“Heel erg leuk, feestelijk evenement, een genot om te bezoeken, buitengewoon sfeervol, op een schaal die passend is voor de stad Utrecht.”
(Man, 40 jaar, bezoeker atletiek)

5.8 Conclusie

Sportevenementen kunnen grote hordes bezoekers op de been brengen. EYOF Utrecht 2013 was goed voor ruim 26.000 bezoekers die gemiddeld 2,3 dagen een bezoek aan EYOF Utrecht 2013 brachten (een kleine 60.000 bezoeken). Daarnaast waren er 2.200 VIP's, sponsors en geaccrediteerden, 2.150 Festival Makers en 201 verslaggevers. Als het aantal bezoeken aan EYOF Utrecht 2013 wordt vergeleken met de andere sportevenementen die in 2013 in Nederland georganiseerd zijn, dan neemt EYOF Utrecht 2013 de 38e positie in als de evenementen op basis van aantal bezoeken aflopend worden gesorteerd.

Bijna een kwart van de bezoekers (23 procent) was door EYOF Utrecht 2013 langer in Nederland dan voor het evenement nodig was. Gemiddeld is een bezoeker 2,1 extra dagen in de regio Utrecht en 2,3 extra dagen in de rest van Nederland gebleven. Enerzijds is een kwart van de bezoekers voornemens terug zullen komen naar de regio Utrecht (bijvoorbeeld voor een vakantie). Anderzijds geeft een groter deel (31%) aan dat niet te zullen doen. Tegen deze achtergrond is het niet opzienbarend dat ongeveer driekwart van de bezoekers (72%) aangeeft het eens te zijn met het feit dat het evenement bij de stad Utrecht past en dat het bijdraagt aan de promotie van de Utrecht als toeristische bestemming. De bezoekers gaven EYOF Utrecht 2013 als totaal een gemiddeld rapportcijfer van 8,0 (0,3 punten hoger dan de deelnemers). Een groot deel van de bezoekers zou een bezoek aan EYOF Utrecht 2013 dan ook aanraden.

EYOF Utrecht 2013 heeft nauwelijks niet-sportende bezoekers aangezet om te gaan sporten. Het evenement had dit ook niet tot doel. Een dergelijk beperkt 'trickle down' effect ligt in lijn met onderzoeksresultaten bij andere evenementen en wat daar in de wetenschappelijke literatuur over geschreven is.

6. Bevolking

Het welslagen van een omvangrijk sportevenement hangt samen met de houding van de lokale bevolking jegens die happening. Niet alleen de organisatoren van het evenement, ook de *locals* kunnen als ‘gastheer of -vrouw’ worden beschouwd. Tegen deze achtergrond wordt in dit hoofdstuk ingegaan op de attitude van de bevolking ten opzichte van EYOF Utrecht 2013. Daarnaast is onder andere de bekendheid, de mate van volgen en de beoordeling van EYOF Utrecht 2013 beschreven.

Groot Utrecht staat voor de gemeente Utrecht en de aangrenzende gemeenten.¹² Niet alleen de bevolking van Groot Utrecht, ook de Nederlandse bevolking is onder de loop genomen. De data zijn verzameld op twee momenten: voorafgaand aan (juni-juli) en na afloop (augustus) van EYOF Utrecht 2013. Voorafgaand aan en na afloop van EYOF Utrecht 2013 zijn respectievelijk 3.062 en 2.962 inwoners van Nederland ondervraagd (respons respectievelijk 68% en 66%). In Groot Utrecht zijn voor aanvang en na afloop van EYOF Utrecht 2013 respectievelijk 440 en 410 inwoners ondervraagd (respons beide metingen circa 55%). Ook heeft tijdens EYOF Utrecht 2013 (12-19 juli) een onderzoek plaatsgevonden in de Utrechtse stadsdelen¹³, hier is de bevolking van de stadsdelen bevestigd.

6.1 Nederland en Groot Utrecht

Bekendheid

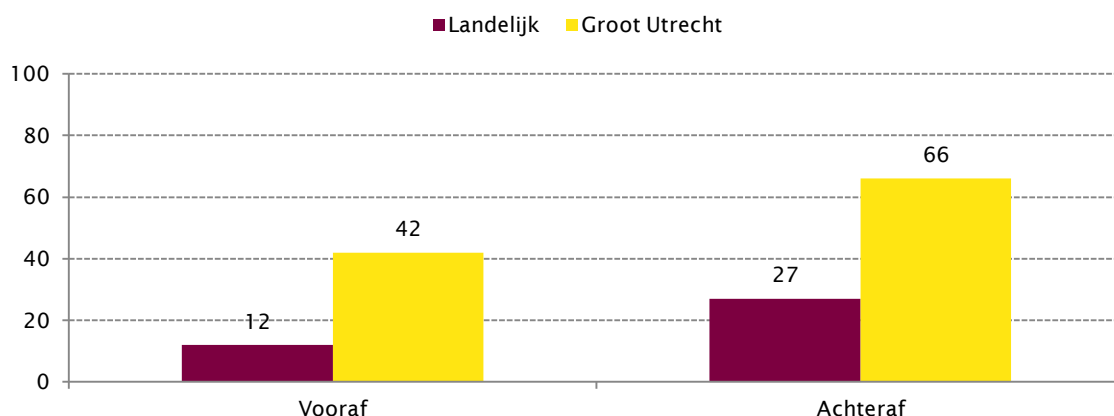
De bekendheid van EYOF Utrecht 2013 is gemeten onder de Nederlandse bevolking van 15 tot 80 jaar en onder de bevolking van Groot Utrecht van 15 tot 80 jaar. De bevolking is zowel voorafgaand als na afloop van het evenement gevraagd of zij EYOF Utrecht 2013 kennen. Voorafgaand van het evenement bedroeg de bekendheid onder de Nederlandse bevolking 12 procent. Na afloop kende 27 procent van de inwoners EYOF Utrecht 2013 (figuur 6.1). Doelgroepen die vaker aangeven het evenement te kennen zijn mannen, jongeren en hoger opgeleiden.

De bekendheid van EYOF Utrecht 2013 bedroeg onder de inwoners van Groot Utrecht voorafgaand aan het evenement 42 procent. Na afloop kende 66 procent van de inwoners uit Groot Utrecht EYOF Utrecht 2013. Dit percentage ligt aanzienlijk hoger dan het percentage van de Nederlandse bevolking dat EYOF Utrecht 2013 na afloop kent.

¹² Dit zijn de gemeenten De Ronde Venen, Stichtse Vecht, Woerden, De Bilt, Zeist, Bunnik, Houten, Nieuwegein, Vianen en IJsselstein.

¹³ Stadsdelen centrum (locatie Mariaplaats), Kanaleneiland, Leidsche Rijn en Overvecht.

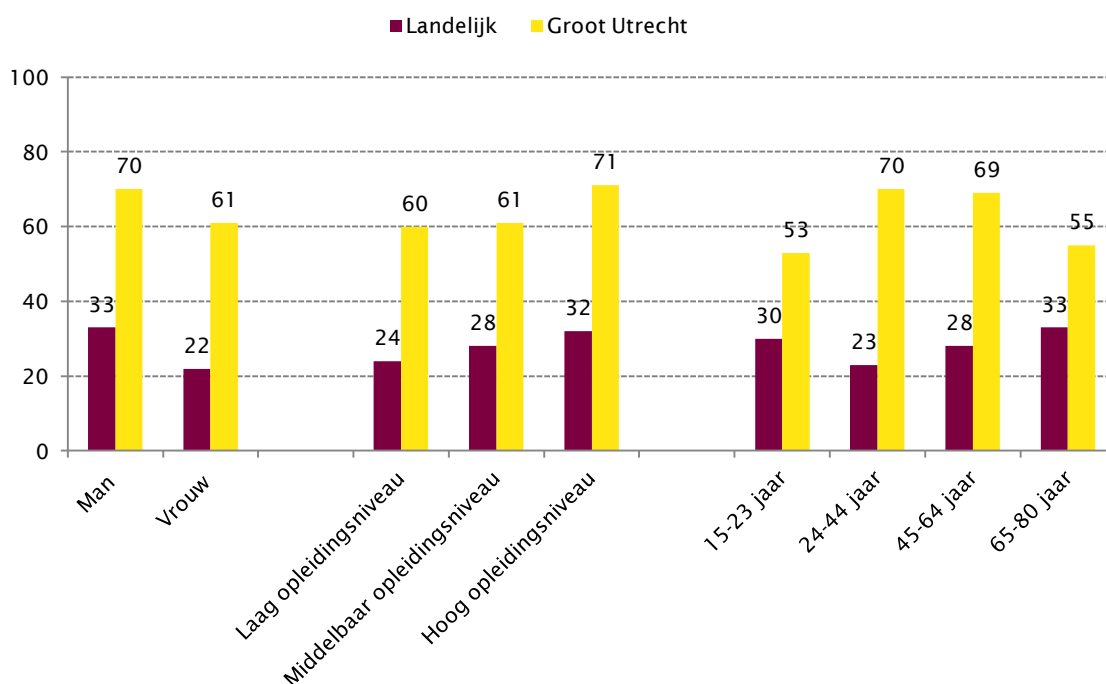
Figuur 6.1 Bekendheid EYOF voorafgaand en na afloop van het evenement in Nederland en Groot Utrecht (basis=allen, in procenten)



Bron: Sportparticipatie Index 2013 (GfK), bewerking Mulier Instituut

Voor bijna alle bevolkingsgroepen is de bekendheid van EYOF Utrecht 2013 na afloop van het evenement groter dan vooraf. In beide gevallen zijn na afloop van het evenement meer mannen en hogeropgeleiden bekend met EYOF Utrecht 2013 dan vrouwen en laag- en middelbaaropgeleiden (figuur 6.2). Na afloop was de leeftijdscategorie 65 tot en met 80 jaar (33%) het meest bekend met het evenement. Dit terwijl vooraf meer 15 tot en met 23 jarigen aangaven EYOF Utrecht 2013 te kennen. Voor Groot Utrecht geldt dat 24 tot en met 64 jarigen (70 en 69%) het meest bekend met het evenement te zijn.

Figuur 6.2 Bekendheid EYOF Utrecht 2013 na afloop van het evenement per regio, naar geslacht, opleidingsniveau en leeftijdsklasse (basis=allen, in procenten)



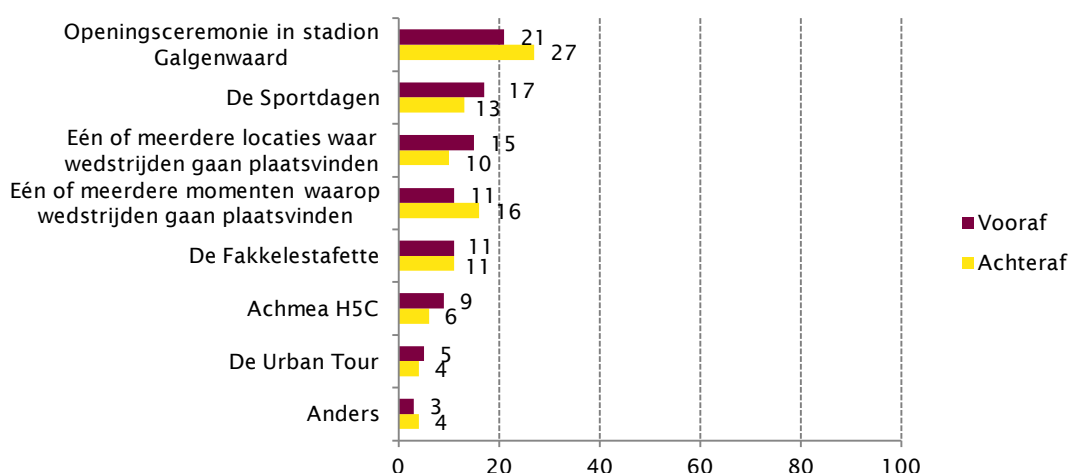
Bron: Sportparticipatie Index 2013 (GfK), bewerking Mulier Instituut

Bekendheid per evenement

Het onderdeel van het EYOF Utrecht 2013 dat zowel voorafgaand als na afloop het meest bekend is onder de Nederlandse bevolking is de openingsceremonie in het stadion (figuur 6.3). De bekendheid van de openingsceremonie is onder inwoners van Nederland toegenomen van 21 naar 27 procent. Deze proporties hebben betrekking op personen die bekend zijn met EYOF Utrecht 2013.

Het deel van de Nederlandse bevolking dat bekend is met EYOF Utrecht 2013 is voor aanvang van het evenement naast de openingsceremonie (21%) het meest bekend met de Sportdagen (17%). Na afloop van het evenement zijn niet de Sportdagen (13%) maar de momenten waarop de wedstrijden hebben plaatsgevonden (16%) het meest bekend naast de openingsceremonie (27%). De bekendheid van de Fakkelestafette is gelijk gebleven (11%). Na afloop van het evenement is 6 procent van de inwoners van Nederland die bekend zijn met EYOF Utrecht 2013 bekend met de Achmea H5C.

Figuur 6.3 Bekendheid met onderdelen EYOF Utrecht 2013 inwoners Nederland voor en na EYOF Utrecht 2013 (basis=bekend met EYOF Utrecht 2013, in procenten)

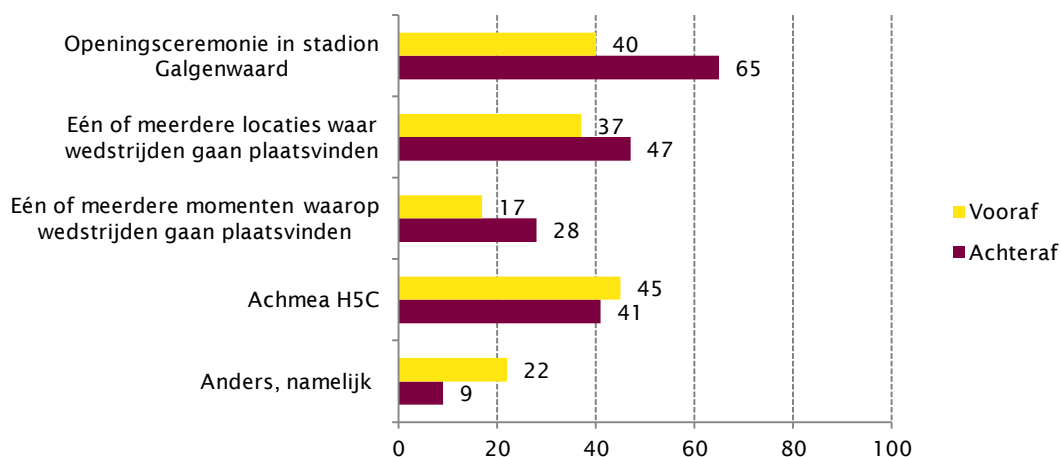


Bron: Sportparticipatie Index 2013 (GfK), bewerking Mulier Instituut

Het deel van de bevolking van Groot Utrecht dat bekend was met EYOF Utrecht 2013 was voor aanvang van het evenement het meest bekend met de Achmea H5C (45%).¹⁴ Na afloop van het evenement was de Groot Utrechtse bevolking voornamelijk bekend met de openingsceremonie (65%) en de locaties waar de wedstrijden (47%) plaatsvonden gevolgd door de Achmea H5C (41%). Van de Achmea H5C zijn de Fakkelestafette (vooraf 21% en achteraf 22%) en de Sportdagen (vooraf 22% en achteraf 20%) de meest bekende onderdelen. De Urban Tour was het minst bekende onderdeel van de Achmea H5C (vooraf 4% en achteraf 3%). Ook landelijk gezien is de Urban Tour het minst bekende onderdeel (figuur 6.3).

¹⁴ Respondenten die bekend waren met de Achmea H5C en/of de Urban Tour en/of de Sportdagen en/of de Fakkelestafette worden beschouwd als respondenten die bekend zijn met de Achmea H5C. De Fakkelestafette, de Sportdagen en de Urban Tour zijn immers onderdelen van de Achmea H5C (zie paragraaf 1.1). De landelijke gegevens waren niet geschikt voor een dergelijke exercitie.

Figuur 6.4 Bekendheid met onderdelen van EYOF Utrecht 2013 onder de inwoners van Groot Utrecht voor en na EYOF Utrecht 2013 (basis= bekend met EYOF Utrecht 2013, in procenten)



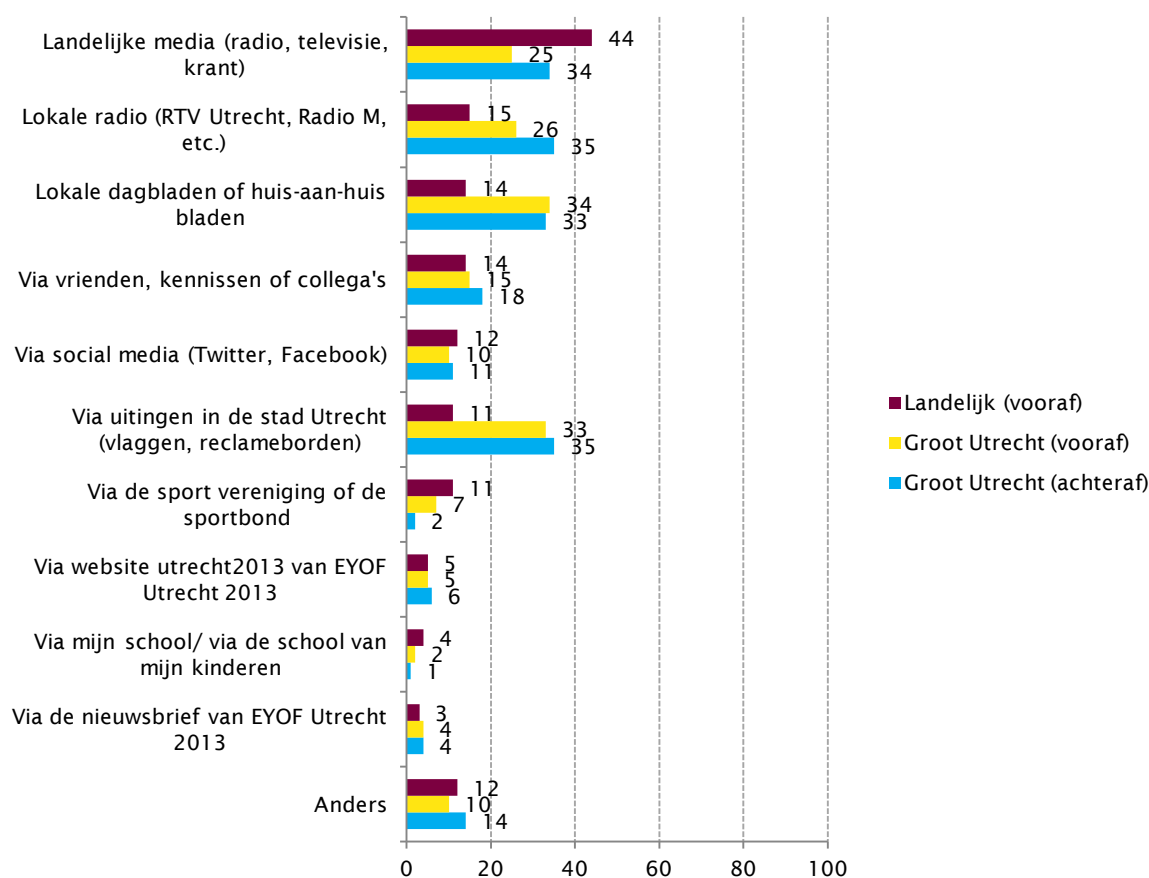
Bekendheid door...

Voorafgaand aan het evenement gaf 34 procent van de inwoners van Groot Utrecht die bekend waren met EYOF Utrecht 2013 aan dat zij met het evenement bekend geraakt zijn door middel van lokale dagbladen of huis-aan-huisbladen (figuur 6.5). Ook tijdens de nameting blijkt dat 33 procent van de inwoners van Groot Utrecht, bekend met EYOF Utrecht 2013, op deze manier bekend zijn geraakt met EYOF Utrecht 2013. Verder zijn de lokale radio (35%), uitingen in de stad (35%) en de landelijke media (34%) middelen waardoor deze groep bekend is geraakt met het evenement.

Voor de Nederlandse bevolking beschikken we alleen over de gegevens van de meting voorafgaand aan EYOF Utrecht 2013. De landelijke media blijken vooral voor de Nederlandse bevolking een belangrijk middel geweest om met evenement bekend te geraken. 44 procent van de Nederlandse bevolking dat bekend is met EYOF Utrecht 2013 geeft voor aanvang van het evenement aan dankzij landelijke media bekend te zijn geraakt met het Olympisch evenement.

Zowel landelijk als regionaal gezien zijn de mensen het minst bekend geraakt met het evenement door middel van de school (van de kinderen) en de nieuwsbrief van EYOF Utrecht 2013. Verder geeft de bevolking aan op een andere manier met EYOF Utrecht 2013 bekend geraakt te zijn, namelijk door vrienden en familie die als Festival Maker hebben gewerkt, het werken bij de gemeente en door waarnemingen als drukte in de buurt van de sportlocaties, de vlaggenparade of de aanwezigheid van de sporters in de stad.

Figuur 6.5 De wijze waarop personen die EYOF Utrecht 2013 kennen met het evenement bekend geraakt zijn (basis=bekend met EYOF Utrecht 2013, in procenten)



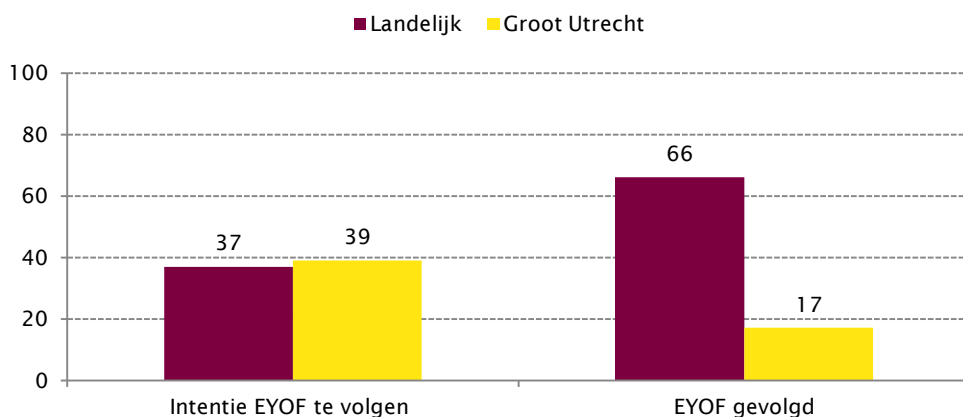
* Van het bevolkingsonderzoek Nederland zijn geen gegevens beschikbaar van de nameting
Bron: Sportparticipatie Index 2013 (GfK), bewerking Mulier Instituut

Volgen van EYOF Utrecht 2013

EYOF Utrecht 2013 is door meer Nederlanders die bekend waren met het evenement gevolgd (66%) dan dat vooraf werd aangegeven (37%). Onder het deel van de Groot Utrechtse bevolking dat bekend was met het evenement is EYOF Utrecht 2013 aanzienlijk minder gevolgd (17%) dan door hen vooraf werd gemeld (39%). Indien de bekendheid na EYOF Utrecht 2013 (figuur 6.1) voor de inwoners van Nederland en Groot Utrecht wordt gecombineerd met de mate van volgen (figuur 6.6), dan blijkt dat 18 procent van de Nederlanders en 11 procent van de inwoners van Groot Utrecht EYOF Utrecht 2013 heeft gevolgd.¹⁵

¹⁵ Nederlanders: 27%*66% en inwoners Groot Utrecht: 66%*17%.

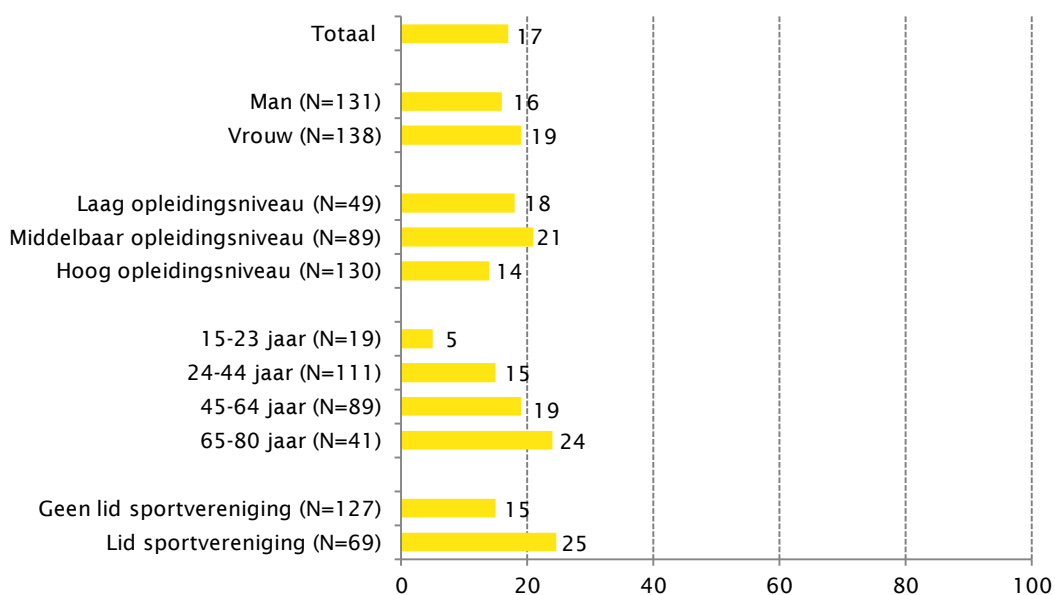
Figuur 6.6 Intentie EYOF Utrecht 2013 te volgen vs. het uiteindelijk gevolgd hebben van het evenement, per regio (basis=bekend met EYOF Utrecht 2013, in procenten)



Bron: Sportparticipatie Index 2013 (GfK), bewerking Mulier Instituut

De inwoners van Groot Utrecht die bekend waren met EYOF Utrecht 2013 blijken het evenement met name gevolgd te hebben door er in de krant over te lezen (19% vaak, 43% regelmatig en 23% soms, niet in tabel of figuur). Vervolgens wordt het kijken van een samenvatting op televisie aangegeven als een wijze waarop het evenement vaak (17%) of regelmatig (34%) gevolgd is. Het bezoeken en kijken van wedstrijden via internet/smartphone is de minst voorkomende wijze waarop EYOF Utrecht 2013, door personen die met het evenement bekend waren, gevolgd is (respectievelijk 2% en 0% vaak; 6% en 6 % regelmatig).

Figuur 6.7 EYOF Utrecht 2013 gevolgd door inwoners van Groot Utrecht naar geslacht, opleidingsniveau, leeftijd en lidmaatschap sportvereniging (basis=bekend met EYOF Utrecht 2013, in procenten)



Van de personen die bekend waren met EYOF Utrecht 2013 hebben meer ouderen dan jongeren het evenement gevolgd (figuur 6.7). Ook blijkt dat meer leden van een sportvereniging (25%) het evenement gevolgd hebben dan niet-leden (15%). Daarnaast blijken de inwoners die het evenement gevolgd hebben zelf ook regelmatig te sporten (niet in figuur).

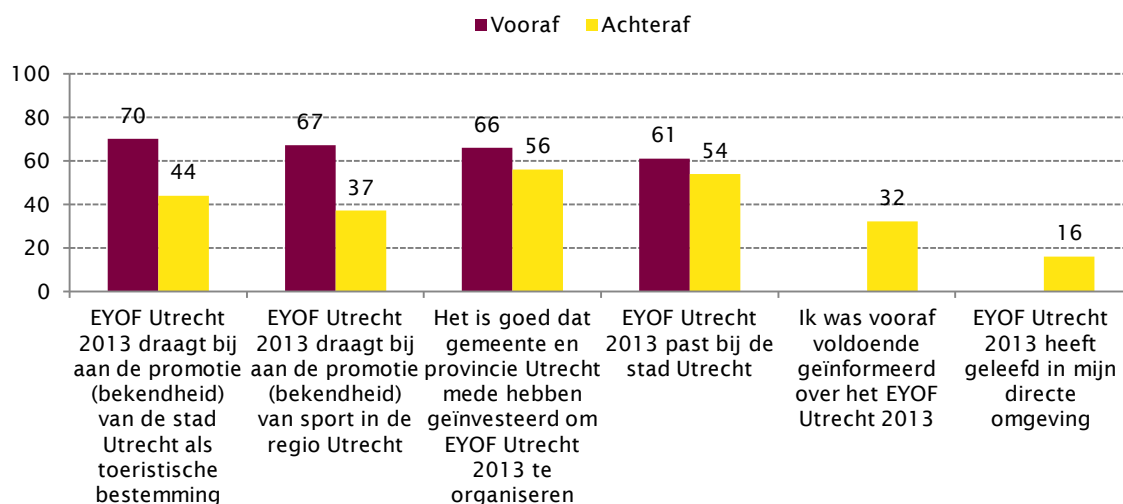
Beoordeling

De inwoners van Groot Utrecht hebben (de effecten van) EYOF Utrecht 2013 vóór en na afloop van het evenement beoordeeld. Dit hebben zij gedaan door hun mening te geven ten aanzien van verschillende stellingen over EYOF Utrecht 2013. Voorafgaand aan het evenement werd door 67 procent van de inwoners die bekend waren met EYOF Utrecht 2013 aangegeven dat het evenement bij zal dragen aan de promotie van sport in de regio Utrecht (na evenement: 37%). 70 procent van hen dacht vóór EYOF Utrecht 2013 dat het evenement bij zou dragen aan promotie van de stad Utrecht als toeristische bestemming (na evenement: 44%) (figuur 6.8). Klaarblijkelijk heeft EYOF Utrecht 2013 de inwoners van Groot Utrecht die bekend waren met het evenement niet helemaal opgeleverd wat zij op het gebied van promotie van sport in Utrecht en het toerisme van de stad hadden verwacht.

Meer dan de helft (56%) van de inwoners van Groot Utrecht die bekend waren met EYOF Utrecht 2013 is na afloop van mening dat het goed is dat de gemeente en provincie Utrecht hebben geïnvesteerd om EYOF Utrecht 2013 te organiseren. Voor aanvang van EYOF Utrecht 2013 was zelfs driekwart (66%) het hier mee eens. Ook is meer dan de helft van deze inwoners van mening dat EYOF Utrecht 2013 bij de stad Utrecht past. Voor aanvang van EYOF Utrecht 2013 was dit aandeel 61 procent en na afloop 54 procent.

Eén op de drie (32%) inwoners van Groot Utrecht die bekend waren met EYOF Utrecht 2013 geeft aan dat zij in hun ogen vooraf voldoende over EYOF Utrecht 2013 geïnformeerd waren. 16 procent van de inwoners die bekend waren met het evenement geeft aan dat EYOF Utrecht 2013 in de directe omgeving heeft geleefd. In de toekomst zou het beter informeren van de inwoners kunnen leiden tot meer bekendheid en de mate waarin het evenement leeft onder de inwoners.

Figuur 6.8 Beoordeling van EYOF Utrecht 2013 door inwoners van Groot Utrecht (basis= bekend met EYOF Utrecht 2013, in procenten)



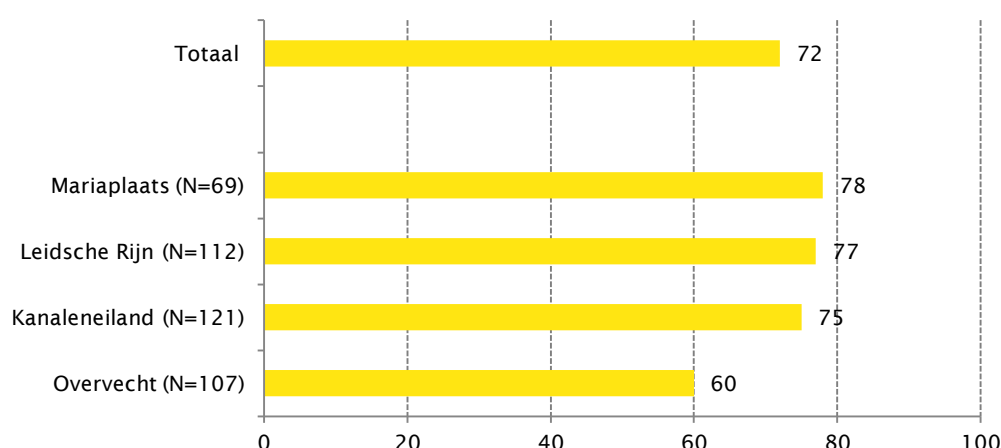
6.2 Stadsdelen Utrecht

Tijdens EYOF Utrecht 2013 (12-19 juli) heeft een bevolkingsonderzoek plaatsgevonden in de Utrechtse stadsdelen centrum (locatie Mariaplaats), Leidsche Rijn, Kanaleneiland en Overvecht. De resultaten van dit onderzoek worden in deze paragraaf gepresenteerd.

Bekendheid

Bijna driekwart (72%) van de bevolking van de stadsdelen wist dat EYOF Utrecht 2013 op dat moment gaande was (figuur 6.9). Het stadsdeel waar het evenement het meest bekend is, is het centrum (locatie Mariaplaats, 78%). In Overvecht was de bekendheid het laagst: 60 procent van de ondervraagden wist dat EYOF Utrecht 2013 op dat moment gaande was. Een mogelijke verklaring voor het feit dat de bekendheid in het centrum het grootst is, is het Achmea House dat in het centrum gevestigd was. Daarnaast kan het te maken hebben met de zichtbaarheid van het evenement aldaar, er waren meer sporters, vlaggen en affiches aanwezig in het centrum van de stad dan in de andere stadsdelen.

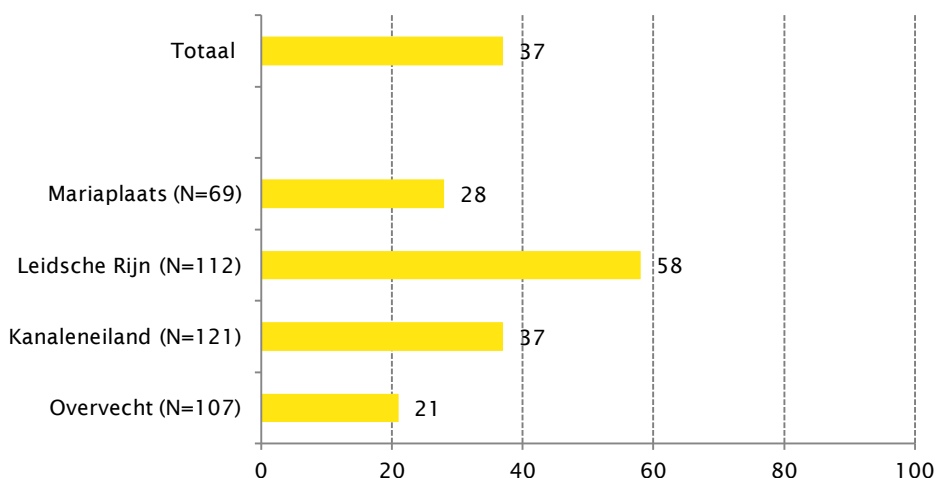
Figuur 6.9 Bekendheid EYOF Utrecht 2013 naar stadsdeel (in procenten)



Volgen van EYOF Utrecht 2013

Van de ondervraagden geeft 37 procent aan EYOF Utrecht 2013 te volgen of diezelfde week nog te zullen gaan volgen (figuur 6.10). De personen die EYOF Utrecht 2013 van plan zijn te gaan volgen, zijn met name inwoners van Leidsche Rijn (58%). Een mogelijke verklaring hiervoor is het feit dat het wielrennen plaatsvond in Leidsche Rijn en dat deze wedstrijden gratis toegankelijk waren.¹⁶ EYOF Utrecht 2013 wordt het minst gevolgd door de inwoners in Overvecht (21%).

¹⁶ Ook is het mogelijk dat dit komt doordat op de locaties Leidsche Rijn en Kanaleneiland iets meer vrouwen dan mannen zijn ondervraagd. In het centrum (Mariaplaats) zijn daarnaast meer jongeren dan ouderen ondervraagd. Figuur 6.7 laat zien dat meer vrouwen en ouderen aangeven het evenement te volgen dan mannen en jongeren. Dit is mogelijk van invloed op het feit waarom de ondervraagde bevolking op de locaties Leidsche Rijn en Kanaleneiland hoger scoren op het volgen van EYOF dan de bevolking in het stadscentrum (Mariaplaats).

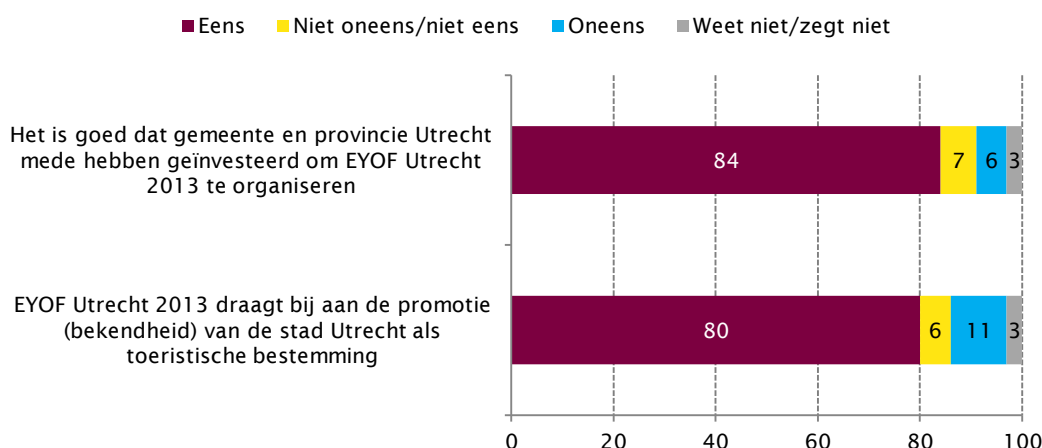
Figuur 6.10 EYOF Utrecht 2013 volgen naar stadsdeel (in procenten)**Bijdrage EYOF Utrecht 2013**

Met 84 procent is het merendeel van de bevolking uit de stadsdelen dat bekend was met EYOF Utrecht 2013 van mening dat het goed is dat de gemeente en provincie Utrecht mede hebben geïnvesteerd om het evenement te organiseren. Ook is de overgrote meerderheid (80%) het eens met het feit dat EYOF Utrecht 2013 bijdraagt aan de promotie van de stad Utrecht als toeristische bestemming (figuur 6.11).

In vergelijking met het bevolkingsonderzoek in Groot Utrecht is de bevolking in de stadsdelen – ten tijde van EYOF Utrecht 2013 – positiever over het Olympisch evenement. Zo is vooraf 66 procent van de inwoners van Groot Utrecht die bekend waren met EYOF Utrecht 2013 van mening dat het goed was dat de gemeente en provincie Utrecht hebben geïnvesteerd in EYOF Utrecht 2013 (achteraf 56%). Van de Groot Utrechtse bevolking, bekend met EYOF Utrecht 2013, was vooraf 70 procent van mening dat EYOF Utrecht 2013 bijdraagt aan de promotie van de stad als toeristische bestemming. Achteraf bedroeg dit percentage slechts 44 procent.

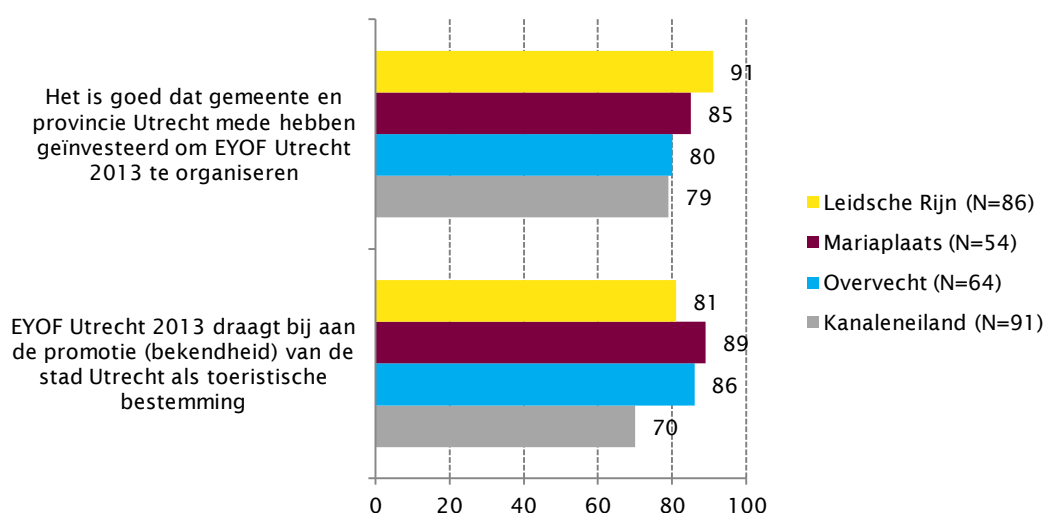
In het algemeen blijken er onder de bevolking ondervraagd in de stadsdelen geen verschillen in mening tussen mannen en vrouwen en de verschillende leeftijdsgroepen (niet in figuur). Wel zijn vrouwen het iets vaker eens met het feit dat het goed is dat er door de gemeente en provincie Utrecht geïnvesteerd is. Ook blijken personen die niet sporten het minder vaak eens te zijn met de stellingen dan incidentele en frequente sporters. Zo zegt 74 procent van de niet-sporters dat het goed is dat de gemeente en provincie Utrecht in het evenement hebben geïnvesteerd ten opzichte van 78 procent incidentele en 85 procent frequente sporters.

Figuur 6.11 Bijdrage EYOF Utrecht 2013 (basis=bekend met EYOF Utrecht 2013, in procenten)



Negen op de tien (91%) personen in Leidsche Rijn die bekend waren met EYOF Utrecht 2013 is het eens met de stelling dat het goed is dat gemeente en provincie Utrecht hebben geïnvesteerd om EYOF Utrecht 2013 te organiseren (figuur 6.12). Na Leidsche Rijn zijn in het centrum (Mariaplaats) de meeste inwoners, bekend met het evenement, het met de stelling eens (85%). Wat betreft de stelling dat EYOF Utrecht 2013 bijdraagt aan de promotie van de stad Utrecht zijn inwoners, bekend met EYOF Utrecht 2013, van het centrum (Mariaplaats) het meest een met deze stelling (89%), gevolgd door stadsdeel Overvecht (86% eens).

Figuur 6.12 Percentage 'eens' met stellingen naar stadsdeel (basis=bekend met EYOF Utrecht 2013, in procenten)



Door de bevolking werd regelmatig aangegeven dat zij meer promotie nodig achtten. Volgens hen was de promotie van het evenement minimaal. Met als gevolg dat minder mensen EYOF Utrecht 2013 daadwerkelijk gekend en gevolgd hebben. Zij hebben dit opvallend vaak spontaan aan de enquêteurs gerapporteerd, terwijl een dergelijke vraag niet in de vragenlijst was opgenomen.

6.3 Conclusie

De bekendheid van EYOF Utrecht 2013 was onder Nederlanders en inwoners van Groot Utrecht na het evenement logischerwijs hoger dan voor het evenement. De bekendheid steeg onder inwoners van Groot Utrecht van 42 naar 66 procent en onder de Nederlandse bevolking van 12 naar 27 procent. Na afloop van EYOF Utrecht 2013 was circa twee derde van de inwoners van Groot Utrecht (65%) bekend met de openingsceremonie. Van het deel van de bevolking van Groot Utrecht dat bekend was met EYOF Utrecht 2013 was na het evenement 41 procent bekend met de Achmea H5C (45% vóór EYOF Utrecht 2013).¹⁷

Meer dan één op de drie Nederlanders die bekend waren met EYOF Utrecht 2013 (37%), was vóórdat EYOF Utrecht 2013 plaats vond, van plan EYOF Utrecht 2013 te gaan volgen. Dat gold in ongeveer dezelfde mate voor inwoners van Groot Utrecht (39%). Na EYOF Utrecht 2013 bleek dat twee derde van de Nederlanders, bekend met EYOF Utrecht 2013, en 17 procent van de inwoners van Groot Utrecht, bekend met EYOF Utrecht 2013, het evenement gevolgd heeft.

Na afloop van EYOF Utrecht 2013 vond meer dan twee derde van de inwoners van Groot Utrecht die bekend waren met EYOF Utrecht 2013 zich onvoldoende geïnformeerd over het Olympisch evenement. Tevens meldde 84 procent dat EYOF Utrecht 2013 niet geleefd heeft in de directe omgeving.

Bijna driekwart (72 procent) van de bevolking van de vier stadsdelen wist ten tijde van EYOF Utrecht 2013 dat EYOF dit jaar in Utrecht werd gehouden. Het stadsdeel waar het evenement het meest bekend is, is Mariaplaats. Dit is het stadsdeel waar het evenement ook het meest ‘zichtbaar’ was (deelnemers in trainingspakken, vlaggen, Achmea House). Ruim een derde (37%) van de ondervraagde bevolking in de stadsdelen gaf aan EYOF Utrecht 2013 te volgen of gevolgd te hebben. Het aandeel volgers was relatief hoog in Leidsche Rijn, wat mogelijk samenhangt met het wielrenevenement dat gratis toegankelijk was. Acht van de tien respondenten die bekend waren met EYOF Utrecht 2013 is het eens met het feit dat EYOF Utrecht 2013 bijdraagt aan de promotie van de stad Utrecht als toeristische bestemming.

¹⁷ Respondenten die bekend waren met de Achmea H5C en/of de Urban Tour en/of de Sportdagen en/of de Fakkelestafette worden beschouwd als respondenten die bekend zijn met de Achmea H5C. De Fakkelestafette, de Sportdagen en de Urban Tour zijn immers onderdelen van de Achmea H5C (zie paragraaf 1.1).

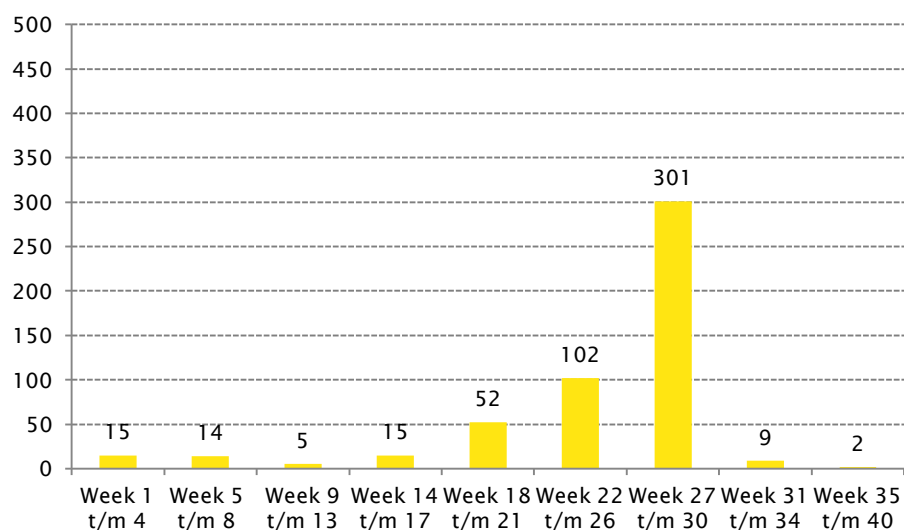
7. Media

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de media-aandacht die er voor EYOF Utrecht 2013 is geweest. Hierbij wordt aandacht besteed aan verschillende soorten media aandacht: in geprinte en online media en op radio en televisie. De gegevens uit dit hoofdstuk zijn door de organisatie van EYOF Utrecht 2013 aangereikt.

7.1 Print

In totaal zijn 536 publicaties in geprinte media geplaatst met als onderwerp EYOF Utrecht 2013. Ruim de helft (56%) van deze artikelen is geplaatst in de maand juli, de maand waarin EYOF Utrecht 2013 plaatsvond. Ook in de maand voorafgaand aan het evenement, juni, zijn artikelen (19%) geplaatst (week 22 t/m 26 in figuur 7.1). In de weken 35 tot en met 40 is het minst over het evenement gepubliceerd.

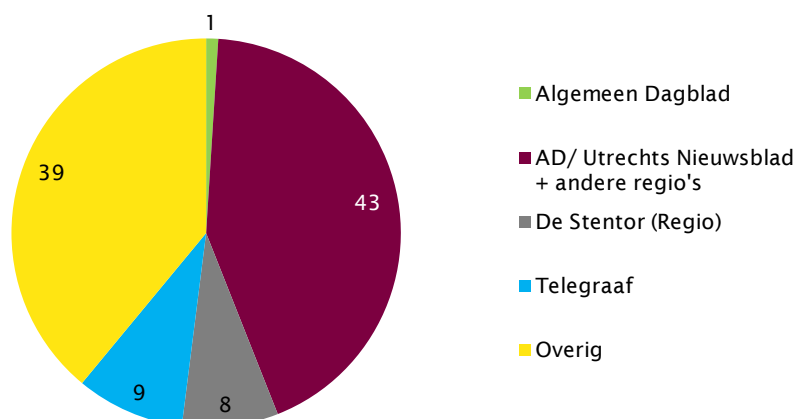
Figuur 7.1 Aantal publicaties (print) 2013 naar weken (in absolute aantallen)



Bron: Achmea (2013), bewerking Mulier Instituut

Week 28 en 29 EYOF

Zowel landelijke als regionale dagbladen en tijdschriften hebben over het evenement gepubliceerd, in regionale dagbladen en tijdschriften naar schatting iets meer. De lokale versie van het *Algemeen Dagblad*, het *Utrechts Nieuwsblad* (en de versie van enkele andere regio's) heeft het meest in het evenement gepubliceerd (43%, figuur 7.2). *De Stentor* en *de Telegraaf* hebben ook over EYOF Utrecht 2013 gepubliceerd (respectievelijk 8% en 9%). Met 39 procent is een groot deel van de geprinte artikelen geplaatst in overige bladen. Kwaliteitskranten als de *NRC*, *de Volkskrant* en *Trouw* zijn samen verantwoordelijk voor 3 procent van het totaal aantal gepubliceerde artikelen.

Figuur 7.2 Print publicaties naar medium (in procenten)

Bron: Achmea (2013), bewerking Mulier Instituut

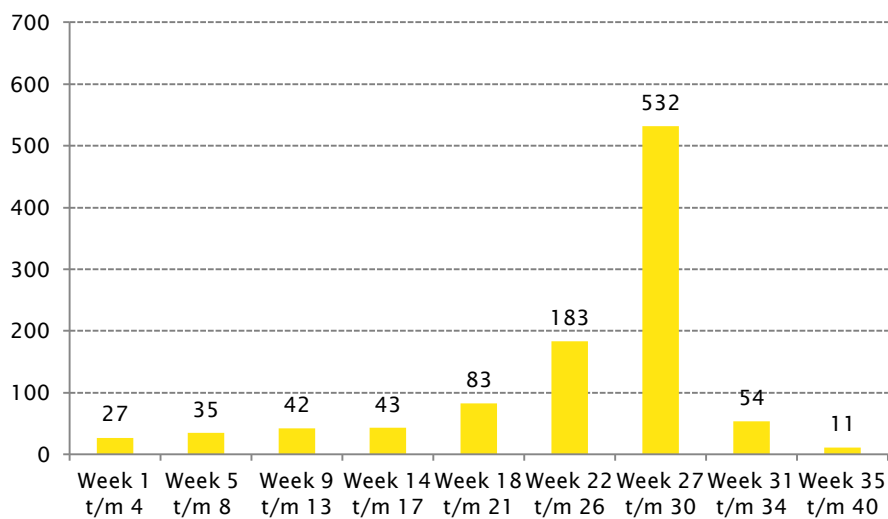
De totale mediawaarde ‘op papier’¹⁸ van de publicaties in geprinte media in de jaren 2012 en 2013 wordt door de organisatie van EYOF Utrecht 2013 geschat op ruim 1 miljoen euro.¹⁹ De totale mediawaarde komt tot stand door de mediawaarde die van publicaties bekend is bij elkaar op te tellen. Voor publicaties waar de mediawaarde niet van bekend is, is het bedrag ingeschat. In het geval van de geprinte publicaties bedroeg deze waarde 1.000 euro per publicatie (Achmea, 2013).

7.2 Online

In totaal zijn er 1.051 online publicaties geteld door de organisatie van het evenement. Ook hier is het grootste deel artikelen in juni (17%) en juli (51%) geplaatst (figuur 7.3). De online artikelen zijn zowel op landelijke als regionale internetsites en fora geplaatst. Enkele voorbeelden zijn de websites van RTV Utrecht, Sportnext, NOC*NSF. Ook hebben sportorganisaties en -bonden een bericht op hun website geplaatst, onder andere de bonden van de sporten basketbal, handbal en volleybal.

¹⁸ De mediawaarde op papier is de monetaire waarde die op basis van aannames gekoppeld is aan de verkregen media-aandacht. Die waarde hangt voor een groot deel samen met de investering die nodig was geweest om die media-aandacht in te kopen.

¹⁹ Het is geen sinecure om de monetaire waarde van printmedia vast te stellen. Dat komt doordat er bij elke uiting veel variabelen relevant zijn (o.a. omvang artikel, tone of voice en prominentie (verschil tussen bijvoorbeeld artikel op voorpagina en halverwege)). De berekening die door Achmea/organisatie EYOF hier is gehanteerd is als volgt. Papieren mediawaarde publicaties €531.636,96 (291 publicaties), mediawaarde publicaties onbekend €243.000 (€1.000 per stuk), mediawaarde Telegraaf (advertentie + bijlage) €250.000. Totaal = €1.024.636,96.

Figuur 7.3 Aantal publicaties (online) 2013 naar weken (in absolute aantallen)

Bron: Achmea (2013), bewerking Mulier Instituut

Week 28 en 29 EYOF

De totale mediawaarde ‘op papier’ van de online berichtgeving wordt geschat op ruim 500.000 euro (Achmea, 2013).²⁰

Online bereik

De organisatie van EYOF Utrecht 2013 heeft nog enkele cijfers van overige online media verzameld. Zo zijn er volgens de organisatie:

- 3.000 foto's van het evenement geupload;
- 250.000 unieke bezoekers die de officiële website van het evenement: <https://utrecht2013.com> hebben bezocht;
- 20.000 gebruikers van Facebook die het evenement hebben gevolgd;
- 3.200 personen die het evenement op Twitter hebben gevolgd.

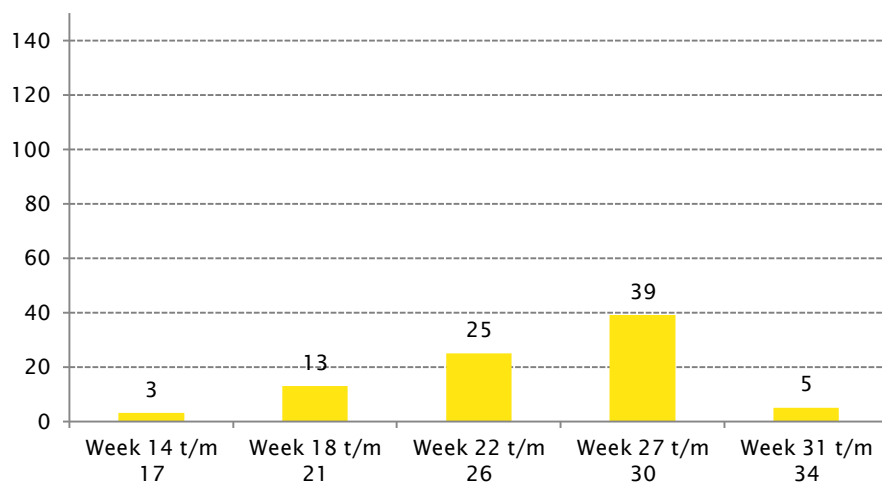
EYOF Utrecht 2013 was op 14 juli (openingsdag) trending topic op Twitter.

²⁰ Papieren mediawaarde publicaties €250.545 (33 publicaties), mediawaarde publicaties onbekend €254.250 (€250 per stuk). Totaal = €504.795.

7.3 Radio en televisie

Het aantal EYOF-items op radio en televisie bedraagt 85. Ook hier heeft de berichtgeving vooral in juni (29%) en juli (46%) plaatsgevonden (figuur 7.4).

Figuur 7.4 Aantal items (RTV) naar weken (in absolute aantallen)

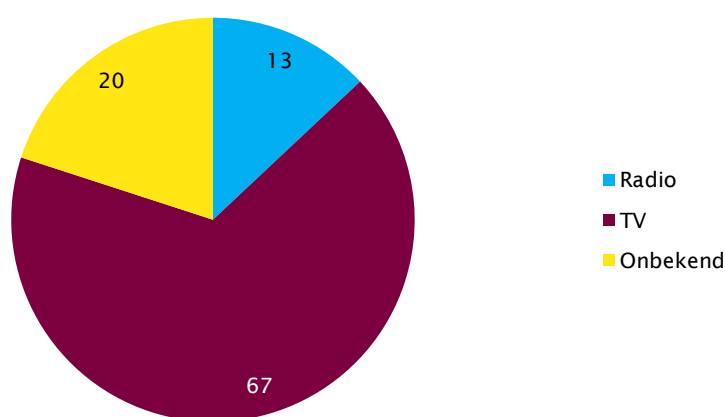


Bron: Achmea (2013), bewerking Mulier Instituut

Week 28 en 29 EYOF

Zowel de lokale als de landelijke radio en televisie hebben aandacht geschonken aan het evenement. Van het aantal items op radio en televisie blijkt het merendeel (67%) op televisie uitgezonden te zijn (figuur 7.5).

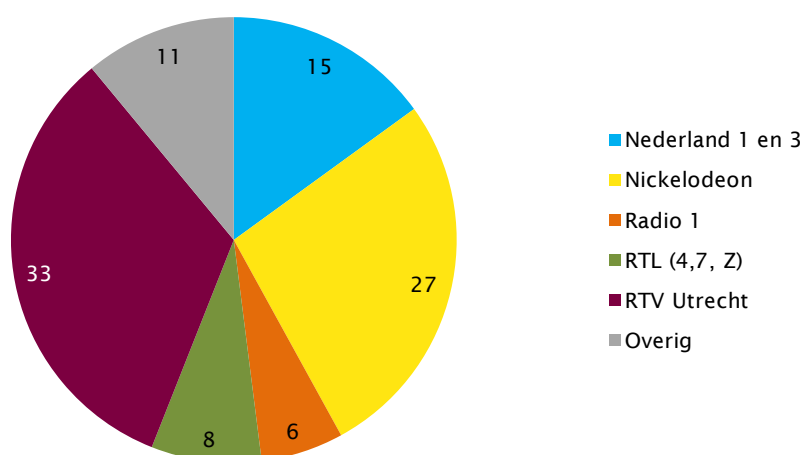
Figuur 7.5 Items RTV naar medium (in procenten)



Bron: Achmea (2013), bewerking Mulier Instituut

Op televisie werd door RTV Utrecht (33%) en Nickelodeon (27%) het meest aandacht besteed aan EYOF Utrecht 2013 (figuur 7.6). Enkele andere grote omroepen die verslag hebben gedaan van het evenement zijn Nederland 1 en 3 (15%), RTL 4, 7 en Z (8%) en Radio 1 (6%). Enkele programma's waarin aandacht aan het evenement is besteed zijn U vandaag (RTV Utrecht), Nick Battle en Nick Extra (Nickelodeon), Jeugdjournaal (Nederland 3) en RTL Boulevard (RTL 4).

Figuur 7.6 Items RTV naar zender (in procenten)



Bron: Achmea (2013), bewerking Mulier Instituut

De mediawaarde 'op papier' van berichtgeving op radio en televisie bedraagt bijna 1,2 miljoen euro (Achmea, 2013).²¹

Mediapartner Nickelodeon

Met de 360° campagne (met Nick Battles, Nick Extra's, spot, promo's, online uitingen, microsite en print) zijn volgens de organisatie van EYOF Utrecht 2013 ruim 1 miljoen kinderen bereikt. De Nick Battles zijn wedstrijden waarvoor kinderen zelf met een idee kunnen komen wat ze willen doen. Tijdens de wedstrijd strijden vijf kinderen tegen één bekende Nederlander om punten. Het bereik per onderdeel van de campagne is weergegeven in tabel 7.1. Daarnaast zijn volgens de organisatie van EYOF Utrecht 2013 5.000 unieke bezoeken geteld en zijn 520 inzendingen gedaan. Tenslotte zijn 600.000 impressies opgedaan.

²¹ Papieren mediawaarde publicaties €451.007 (40 publicaties), mediawaarde publicaties onbekend €225.000 (€5.000 per stuk), mediawaarde Nickelodeon campagne €500.000. Totaal = €1.176.007.

Tabel 7.1 Bereik campagne Nickelodeon naar onderdeel (in absolute aantallen)

Onderdeel campagne		Bereik
TV Commercials	Kinderen	1.070.000
	Ouders	419.000
TV Nick Extra's	Kinderen	410.000
Nick Battle	Kinderen	358.000
Magazine (juni + juli)		32.681

Bron: Achmea (2013), bewerking Mulier Instituut

De mediawaarde van de Nickelodeon campagne 'op papier' wordt door de organisatie geschat op 500.000 euro en is onderdeel van de totale papieren mediawaarde voor radio en televisie.

7.4 Conclusie

In totaal zijn 1.672 items met als onderwerp EYOF Utrecht 2013 gepubliceerd. Meer dan de helft (63%) van de items is online gepubliceerd. De online items hebben de laagste papieren mediawaarde, namelijk 504.795 (19%). De papieren mediawaarde is het grootst van radio en televisie (43%). De totale papieren mediawaarde bedraagt ruim 2,7 miljoen. Daarnaast blijkt voor elk medium dat het meest gepubliceerd is in de weken rondom het evenement zelf, met als piek de weken waarin EYOF Utrecht 2013 werd georganiseerd.

Wat betreft social media blijkt EYOF Utrecht 2013 zowel op Facebook als op Twitter gevolgd te zijn. Zo hebben 20.000 personen het evenement via Facebook en 3.200 personen het evenement via Twitter gevolgd. Daarnaast was EYOF Utrecht 2013 op 14 juli, de openingsdag van het evenement, trending topic.

8. Economische impact

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de economische impact van EYOF Utrecht 2013. De economische impact verwijst naar de uitgaven van bezoekers, sporters en begeleiders, VIP's, officials, scheidsrechters, Festival Makers en pers die dankzij EYOF Utrecht 2013 in de regio Utrecht gedaan zijn. Tevens is in beeld gebracht in welke mate de organisatie van EYOF Utrecht 2013 – de Stichting EYOF Utrecht 2013 – aan de economische impact heeft bijgedragen. De economische impact is berekend aan de hand van de richtlijn die wordt aanbevolen door de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP).²² Niet onder alle groepen personen die bij de berekening in ogenschouw werden genomen, heeft (grootschalig) onderzoek plaats kunnen vinden. Diverse gegevens zijn gebaseerd op input van de organisatie van EYOF Utrecht 2013, cijfers van referentie-evenementen en schattingen van onderzoekers gebaseerd op eerdere ervaringen. Bij de interpretatie van de resultaten is het van belang kennis te nemen van de uitgangspunten.

8.1 Uitgangspunten

Economische impact

De economische impact verwijst naar de uitgaven van bezoekers, sporters en begeleiders, VIP's, officials, scheidsrechters, Festival Makers, pers en de organiserende stichting die dankzij EYOF Utrecht 2013 in de regio Utrecht gedaan zijn. Een economische impact studie meet de groei van de economie als gevolg van additionele uitgaven. De economische impact is geen maat voor het rendement van een evenement. Rendement verwijst naar de verhouding kosten en baten en verschilt afhankelijk van het gekozen perspectief (o.a. publieke sector versus hotelierie). Uitgaven van overheden worden niet als additioneel beschouwd. Van publieke middelen wordt verondersteld dat die vroeg of laat sowieso aan de regio ten goede zouden zijn gekomen (het is een verschuiving van uitgaven in de tijd). De economische impact verwijst naar de directe bestedingen. Het bepalen van crowding out-effecten (EYOF-bezoekers verdringen lokale inwoners en andere toeristen) behoort niet tot de WESP-richtlijn. Desalniettemin wordt in dit hoofdstuk enig licht geworpen op de mate waarin dit fenomeen mogelijk heeft plaatsgevonden.

Bij de beoordeling van de economische impact is het van belang te onderkennen dat een alternatieve investering een (hoger of lager) rendement vertegenwoordigd. De publieke middelen die gemoeid zijn met EYOF Utrecht 2013, kunnen bijvoorbeeld op een andere manier besteed worden. Dit betreft niet alleen de financiële investering, maar ook voor de uren die ambtenaren (o.a. gemeente, provincie, Rijk en defensie) aan de lobby, organisatie en afronding van EYOF Utrecht 2013 besteed hebben.

²² Willem de Boer (Onderzoeker sporteconomie Hogeschool van Arnhem en Nijmegen/SENECA) heeft een peer-review verzorgd. Voor een beschrijving van de richtlijnen, zie www.evenementenevaluatie.nl.

Additionaliteit

In het onderzoek wordt per groep personen onderscheid gemaakt tussen het aandeel dat additioneel is en het aandeel dat niet-additioneel is. Het additionele deel van de groep zou niet in de regio Utrecht zijn geweest als EYOF Utrecht 2013 niet georganiseerd zou zijn. Voor diverse actoren is dat aandeel ingeschat, bijvoorbeeld voor de deelnemers. Onder bezoekers kon het aandeel worden vastgesteld op basis van bezoekersonderzoek. Bij het bezoekersonderzoek zijn additionele bezoekers op de volgende wijze onderscheiden van niet-additionele bezoekers. In de analysefase zijn de respondenten eerst verdeeld in twee groepen: woonachtig in de regio Utrecht en niet woonachtig in de regio Utrecht. Inwoners van de regio Utrecht worden beschouwd als niet-additioneel. De overige respondenten (Nederlanders die niet in de regio Utrecht wonen en buitenlandse bezoekers) zijn als additioneel aangemerkt als zij op de volgende vraag ‘Stel dat EYOF Utrecht 2013 niet had plaatsgevonden in de regio Utrecht, was u dan in die periode toch in de regio Utrecht geweest?’ hebben geantwoord: “Waarschijnlijk niet” of “Zeker niet”. De respondenten uit deze groep die een ander antwoord gaven zijn als niet-additioneel gezien.

EYOF Utrecht 2013

Het onderzoek is gericht op actoren die vanwege EYOF Utrecht 2013 de regio Utrecht bezochten. Onder EYOF Utrecht 2013 wordt het evenement in de periode 14 tot en met 19 juli 2013 verstaan. De Achmea H5C is in de analyse dus buiten beschouwing gelaten.

Geografische afbakening

De economische impact van een evenement wordt beïnvloed door het geografisch gebied dat bij het onderzoek centraal staat. Er is uitgegaan van de regio Utrecht. De regio Utrecht betreft de gemeenten Bunnik, De Bilt, De Ronde Venen, Houten, IJsselstein, Nieuwegein, Stichtse Vecht, Utrecht, Vianen, Woerden en Zeist.

8.2 Economische impact

Bezoekers, excl. VIP's

Van de ruim 26.000 bezoekers, exclusief VIP's (zie hoofdstuk 5), komt 44 procent uit de regio Utrecht, 39 procent uit de rest van Nederland en 17 procent uit het buitenland. Dat zijn achtereenvolgens circa 11.500, 10.100 en 4.400 personen. Het aandeel overall additionele bezoekers bedraagt 43 procent.²³ Onder inwoners van ‘de rest van Nederland’ (inwoners Nederland exclusief regio Utrecht) en het buitenland is het additionele aandeel respectievelijk 78 en 75 procent. De gemiddelde daguitgaven (uitgaven excl. die voor overnachten) van additionele Nederlanders tijdens het totale verblijf in de regio Utrecht betreft 31 euro en voor additionele buitenlanders gemiddeld 188 euro. Als deze bedragen worden gecombineerd met de aantallen additionele bezoekers leidt dit tot een bedrag van daguitgaven van additionele bezoekers van 862.240 euro.

²³ Dit aandeel wijkt enigszins af van het aandeel dat in een eerder hoofdstuk is gepresenteerd, omdat onder bezoekers in dit hoofdstuk de deelnemers, pers en genodigden (VIP's) bij de groep bezoekers worden uitgesloten. Deze worden separaat behandeld.

De uitgaven aan overnachtingen van additionele Nederlanders en additionele buitenlanders zijn per persoon respectievelijk 61,60 en 108,60 euro. Het aandeel overnachters onder die twee groepen is respectievelijk 7 en 48 procent en de gemiddelde overnachtingsduur 4,2 en 4,6 nachten. Dit leidt tot een bedrag van uitgaven aan overnachtingen van additionele bezoekers van 925.773 euro.

In totaal (daguitgaven en uitgaven voor een overnachting) bedroegen de uitgaven van additionele bezoekers 1.788.013 euro.

Tabel 8.1 Economische impact bezoekers, exclusief VIP's (in euro's)

Daguitgaven	862.240
Uitgaven overnachtingen	925.773
Economische impact	1.788.013

Sporters en begeleiders

Er waren volgens de Stichting EYOF Utrecht 2013 2.271 sporters en duizend begeleiders (o.a. trainers, chefs de mission en staf) aanwezig (tabel 8.2). Ingeschat wordt dat 94 procent van hen niet in de regio Utrecht aanwezig was geweest als EYOF niet in Utrecht georganiseerd zou zijn. Dit is ingegeven door het feit dat 6 procent van de EYOF-deelnemers behoorde tot het Nederlandse team. Bij de verblijfsduur wordt uitgegaan van 6,5 dagen.²⁴ De gemiddelde dagbestedingen per additionele persoon zijn geraamd op 10 euro. De uitgaven aan overnachtingen zijn niet meegerekend bij de economische impact van sporters en begeleiders, omdat die kosten zijn vergoed door de Stichting EYOF Utrecht 2013 (ook alle maaltijden zijn door de organisatie vergoed). Deze kosten zijn opgenomen in de uitgaven van de organisatie. De geschatte economische impact die veroorzaakt wordt door sporters en begeleiders bedraagt 199.858 euro.

Tabel 8.2 Economische impact sporters en begeleiders

Aantal sporters	2.271
Aantal begeleiding, staf, trainers, coaches, chefs de mission	1.000
Aandeel additioneel	94%
Gemiddelde verblijfsduur in dagen	6,5
Gemiddelde dagbestedingen per persoon (€)	10,00
Economische impact	199.858

VIP's/sponsors/geaccrediteerden

Er waren volgens de Stichting EYOF Utrecht 2013 2.200 VIP's, sponsors en geaccrediteerden aanwezig. Ingeschat wordt dat 75 procent van hen niet in de regio Utrecht aanwezig was geweest als EYOF niet in Utrecht georganiseerd zou zijn.

²⁴ Gebaseerd op onderzoek onder deelnemers.

Bij de verblijfsduur van de additionele groep wordt uitgegaan van twee dagen.²⁵ De gemiddelde dagbestedingen per additionele persoon zijn geraamd op 25 euro. Dit is een conservatieve schatting, omdat de uitgaven van ‘reguliere’ additionele buitenlandse bezoekers als referentie is genomen.²⁶ Het aandeel (betaalde) overnachters in de regio Utrecht wordt ingeschat op 65 procent van de additionele groep.²⁷ Er is uitgegaan van een gemiddelde prijs per overnachting per persoon van 150 euro. De uitgaven aan overnachten zijn voor een deel van de groep vergoed door de Stichting EYOF Utrecht 2013. Het bedrag dat door de organisatie vergoed is, wordt verrekend bij de berekening van de economische impact die wordt veroorzaakt door de organisatie. De geschatte economische impact die veroorzaakt wordt door VIP’s, sponsors en geaccrediteerden bedraagt 404.250 euro (tabel 8.3).

Tabel 8.3 Economische impact VIP’s, sponsors en geaccrediteerden

Aantal	2.200
Aandeel additioneel	75%
Gemiddelde verblijfsduur in dagen	2
Gemiddelde dagbestedingen per persoon (€)	25,00
Aandeel overnachters (betaald)	65%
Gemiddelde prijs per overnachting per persoon (€)	150
Economische impact	404.250

Officials, scheidsrechters

Er waren volgens de Stichting EYOF Utrecht 2013 972 officials en scheidsrechters bij EYOF Utrecht 2013 aanwezig. Ingeschat wordt dat 95 procent van hen niet in de regio Utrecht aanwezig was geweest als EYOF niet in Utrecht georganiseerd zou zijn. Bij de verblijfsduur van de additionele groep wordt uitgegaan van vijf dagen. De gemiddelde dagbestedingen per additionele persoon zijn geraamd op 10 euro. Het aandeel (betaalde) overnachters in de regio Utrecht wordt ingeschat op 95 procent. Dit is gebaseerd op het gegeven dat 5 procent van de scheidsrechters en officials bij het Nederlandse team hoorde. Er is uitgegaan van een gemiddelde prijs per overnachting van 150 euro. Deze uitgaven aan overnachten zijn vergoed door de Stichting EYOF Utrecht 2013. Het bedrag dat door de organisatie vergoed is, wordt verrekend bij de berekening van de economische impact veroorzaakt door de organisatie. De geschatte economische impact die veroorzaakt wordt door de officials en scheidsrechters bedraagt 704.093 euro (tabel 8.4).

²⁵ Een substantieel deel van deze groep was er waarschijnlijk alleen tijdens de openingsceremonie en keerde de dag erna huiswaarts.

²⁶ Een additionele buitenlandse bezoeker besteed gemiddeld 188 euro tijdens het gehele verblijf. Gemiddeld blijft deze groep 3,8 dagen. Dat leidt per dag tot gemiddeld 49,52 euro aan bestedingen.

²⁷ Er zijn 2.200 VIP’s/sponsors/geaccrediteerden die gezamenlijk 2.886 overnachtingen realiseren (opgave hotels). $2886 / (2 * 2200) = 65$ procent.

Tabel 8.4 Economische impact officials en scheidsrechters

Aantal	972
Aandeel additioneel	95%
Gemiddelde verblijfsduur in dagen	5
Gemiddelde dagbestedingen per persoon (€)	10,00
Aandeel overnachters (betaald)	95%
Gemiddelde prijs per overnachting per persoon (€)	150
Economische impact	704.093

Festival Makers

Volgens de Stichting EYOF Utrecht 2013 waren er 2.150 Festival Makers actief bij EYOF Utrecht 2013. De groep Festival Makers kende een gevarieerde samenstelling. Er waren bijvoorbeeld medewerkers van defensie en sportbonden aanwezig.²⁸ Medewerkers van defensie waren met name gericht op de beveiliging en medewerkers van bonden zetten hun sporttechnische expertise in. Daarnaast was er een ‘vrijwillige inzet’ van personen die zich spontaan meldden, Festival Makers die Randstad heeft geworven en ROC-studenten (zij verdienden studiepunten). Geschat wordt dat 25 procent van deze Festival Makers niet in de regio Utrecht aanwezig was geweest als EYOF niet in Utrecht georganiseerd zou zijn.²⁹ Bij de verblijfsduur van de additionele groep wordt uitgegaan van vier dagen. De gemiddelde dagbestedingen per additionele persoon zijn geraamd op 7,50 euro. Het aandeel (betaalde) overnachters in de regio Utrecht wordt ingeschat op 40 procent van de additionele groep. Er is uitgegaan van een gemiddelde prijs per overnachting van 50 euro. De geschatte economische impact die veroorzaakt wordt door de Festival Makers bedraagt 59.125 euro (tabel 8.5).

Tabel 8.5 Economische impact Festival Makers

Aantal	2.150
Aandeel additioneel	25%
Gemiddelde verblijfsduur in dagen	4
Gemiddelde dagbestedingen per persoon (€)	7,50
Aandeel overnachters (betaald)	40%
Gemiddelde prijs per overnachting per persoon (€)	50
Economische impact	59.125

Pers

De pers was met 201 personen aanwezig.³⁰ Ruim de helft van die groep (55%) had de Nederlandse nationaliteit. Ingeschat wordt dat 75 procent van hen additioneel is: een substantieel deel van de Nederlandse pers zou zonder EYOF Utrecht 2013 waarschijnlijk niet in de regio Utrecht aanwezig zijn geweest. Bij de gemiddelde verblijfsduur wordt uitgegaan van drie dagen. De gemiddelde dagbestedingen per persoon zijn geraamd op 15,00 euro.

²⁸ Ofschoon deze personen veelal in werktijd actief waren, zijn zij meegeteld als vrijwilliger omdat de dienstverlening met gesloten beurs plaatsvond.

²⁹ Dit aandeel is in overleg met de EYOF-organisatie en enkele Festival Makers vastgesteld.

³⁰ Zo blijkt uit een overzicht van journalisten dat is verstrekt door de organisatie.

Het aandeel (betaalde) overnachters in de regio Utrecht wordt ingeschat op 40 procent van de additionele groep. Er is uitgegaan van een gemiddelde prijs per overnachting van 70 euro. De geschatte economische impact die veroorzaakt wordt door pers, bedraagt 19.447 euro (tabel 8.6).

Tabel 8.6 Economische impact pers

Aantal	201
Aandeel additioneel	75%
Gemiddelde verblijfsduur in dagen	3
Gemiddelde dagbestedingen per persoon (€)	15,00
Aandeel overnachters (betaald)	40%
Gemiddelde prijs per overnachting per persoon (€)	70
Economische impact	19.447

Organisatie

De economische impact die de organisatie heeft gerealiseerd, bestaat uit het saldo van inkomsten uit de regio Utrecht en de uitgaven in die regio. De uitgaven in de regio bedroegen 6.414.000 euro (72% van de uitgaven) en de inkomsten uit de regio Utrecht bedroegen 3.703.000 euro (42% van de inkomsten) (tabel 8.7).

Tabel 8.7 Inkomsten en uitgaven organisatie naar regio (bedragen excl. BTW)

	Uitgaven		Inkomsten	
	€	%	€	%
Regio Utrecht	6.414.000	72	3.703.000	42
Rest NL	2.494.618	28	3.591.618	40
Buitenland	-	-	1.614.000	18
Totaal	8.908.618	100	8.908.618	100

Bron: opgave Stichting EYOF Utrecht 2013, bewerking Mulier Instituut

De bijdrage van NOC*NSF – 1.265.000 euro – maakt deel uit van de inkomsten van de organisatie die afkomstig zijn uit Nederland, maar die van buiten de regio Utrecht afkomstig zijn. Subsidies (sponsorbedragen) van de gemeente, de provincie³¹ en van het ministerie van VWS bedroegen respectievelijk 1.156.430 euro, 1.058.000 euro en 1.250.000 euro. Een deel van deze inkomsten uit de publieke hoek is niet additioneel, omdat deze middelen op een ander moment ten goede zouden zijn gekomen aan de regio (het is een verschuiving van uitgaven in de tijd). De subsidie van de gemeente Utrecht is in zijn geheel niet additioneel. De bijdragen van de provincie en het ministerie zijn ten dele niet additioneel. Deze bedragen dienen gecorrigeerd te worden voor de regio Utrecht (op basis van inwonersaantal). Van de provinciale bijdrage is 61 procent niet additioneel (want dat aandeel van de inwoners van de provincie woont in de regio Utrecht). Dit betreft 645.380 euro dat niet additioneel is.

³¹ Genoemde bedragen in dit hoofdstuk zijn gebaseerd op de beschikbare cijfers vanuit de Stichting EYOF Utrecht 2013 in november 2013 en exclusief garantstellingsbijdragen. Definitieve eindafrekening dient nog plaats te vinden in het voorjaar van 2014.

Voor de subsidie van het ministerie van VWS is 7,4 procent niet additioneel (dat aandeel van de Nederlanders woont in de regio Utrecht). Hieruit vloeit een bedrag van circa 92.500 euro voort. Om dubbeltellingen van uitgaven te voorkomen dient het bedrag dat de organisatie heeft betaald als vergoeding (overnachtingen) aan VIP's, sponsors en geaccrediteerden van de impact afgetrokken te worden. Dit betreft een bedrag van 204.600 euro. Omdat de uitgaven aan ticketing door additionele bezoekers is verdisconteerd bij de uitgaven van bezoekers, dient dit bedrag niet bij de inkomsten van de organisatie verrekend te worden. Daartoe wordt een bedrag van 183.359 euro van deze impact afgetrokken.³² De geschatte economische impact vanuit de organisatie is derhalve 1.585.161 euro (tabel 8.8).

Tabel 8.8 Additionele bestedingen (saldo) Stichting EYOF Utrecht 2013

Uitgaven in regio Utrecht	6.414.000
Inkomsten uit regio Utrecht (-/-)	
Gemeenten en sponsors uit regio Utrecht	3.703.000
Aandeel provinciale subsidie (61% van provincie U. woont in regio U.)	645.380
Aandeel VWS subsidie (7,4% van NL woont in regio U.)	92.500
Correctie betalen overnachtingen door EYOF-organisatie (-/-)	204.600
Correctie ticketinginkomsten (-/-)	183.359
	4.833.109
Additionele bestedingen (uitgaven -/- inkomsten)	1.585.161

Bron: Stichting EYOF Utrecht 2013, bewerking Mulier Instituut

Totale economische impact

De totale economische impact bestaat uit de som van de impact die is gerealiseerd door de in dit hoofdstuk onderscheiden actoren en wordt geraamd op circa 4,8 miljoen euro. 33 procent van de impact wordt gerealiseerd door de organisatie en 38 procent door de bezoekers (tabel 8.9).

Tabel 8.9 Samenvattend overzicht economische impact (afgeronde bedragen in euro's en procenten)

	€	%
Bezoekers, excl. VIPs	1.788.000	38
Sporters en begeleiders	199.900	4
VIPs/sponsors/geaccrediteerden	404.300	8
Officials, scheidsrechters	704.100	15
Festival Makers	59.100	1
Pers	19.400	0
Organisatie	1.585.200	33
Totaal	4.760.000	100

³² 26.001 * 43% (aandeel additioneel) * 16,40 euro (bedrag dat deze groep aan ticketing heeft uitgegeven).

8.3 Verdringing

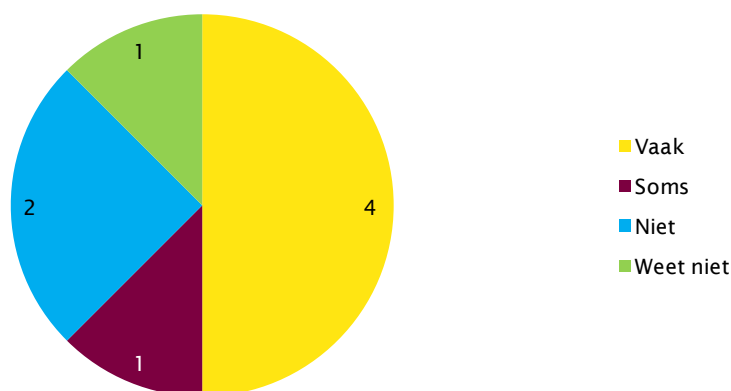
De economische impact zijn crowding out-effecten buiten beschouwing gelaten. Dit is het verschijnsel dat het evenement andere toeristen of de inwoners van de gastregio van het evenement verdringt. Het optreden van dit verschijnsel kan te maken hebben met verwachte drukte of verhoging van prijzen van hotelkamers. Verdringing heeft een negatief effect op de economische impact (die gericht is op de korte termijn). Of verdringing op de langere termijn (economische *legacy*) een nadelige uitwerking heeft is afhankelijk van het gedrag van personen op de die de regio gemeden hebben: zien zij af van een bezoek aan de regio of plannen zij hun bezoek op een ander moment?

Om enige grip te krijgen bij de mate waarin verblijfstoeristen de regio Utrecht hebben gemeden is een kort telefonisch onderzoek uitgevoerd onder reserveringsmedewerkers van hotels in de regio Utrecht. Dit zijn de hotels waar de meeste overnachtingen van EYOF-betrokkenen hebben plaatsgevonden.³³ Dit betreft de hotels Apollo, Park Plaza, Ibis, Bastion, Carlton, Karel V, NH en Biltsche Hoek. Alle hotels hebben hun medewerking verleend. Vraagpunten waren het aantal boekingen in de periode van EYOF Utrecht 2013 in vergelijking met dezelfde periode in 2012, de mate waarin 'nee' is verkocht (vraag naar bedden terwijl het hotel volgeboekt was) en in welke mate EYOF Utrecht 2013 ervoor gezorgd heeft dat toeristen (zakelijk en toeristisch-recreatief) Utrecht gemeden hebben.

Alle geraadpleegde hotels schatten in dat er in de periode dat EYOF Utrecht 2013 plaatsvond meer boekingen bij het hotel waren dan in dezelfde periode een jaar eerder. Sommige hotels hebben tijdens EYOF Utrecht 2013 een prijsverhoging doorgevoerd, maar dat heeft niet (merkbaar) nadelig op de omvang van de vraag naar bedden uitgewerkt.

Vijf van de acht hotels hebben als gevolg van de relatief grote vraag naar bedden vaak of soms 'nee' moeten verkopen (figuur 8.1). Die hotels waren tijdens EYOF Utrecht 2013 vol, hetgeen niet voor elk hotel gangbaar was medio juli.

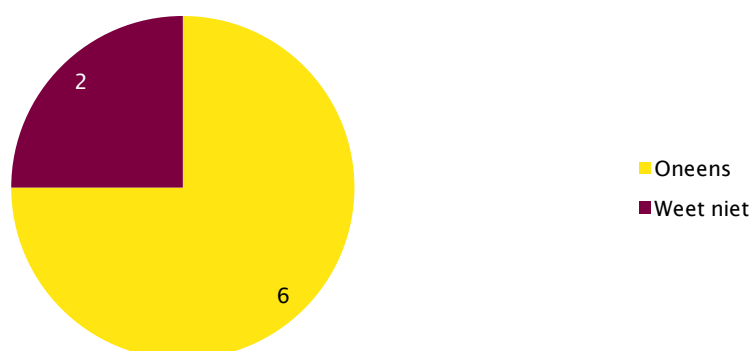
Figuur 8.1 Mate waarin hotels hebben aangeven dat er geen bedden meer beschikbaar waren in periode EYOF Utrecht 2013 ('nee-verkoop', in aantallen hotels)



³³ Onder wie deelnemers (NH-hotel), gasten van NOC's, EOC en NOC*NSF.

Ofschoon er frequent 'nee' is verkocht, schatten zes van de acht hotels in dat EYOF Utrecht 2013 er niet voor gezorgd heeft dat er verdringing van zakelijke en toeristisch-recreatieve toeristen heeft plaatsgevonden. Dat komt doordat er volgens de onderzochte hotels nog voldoende slaappleatscapaciteit over was bij andere logiesaccommodaties in de regio Utrecht en doordat het evenement geen (grote) impact had op de bereikbaarheid van de stad als geheel (figuur 8.2).

Figuur 8.2 Mening hotels stelling 'EYOF Utrecht 2013 heeft ervoor gezorgd dat toeristen (zakelijk en toeristisch-recreatief) Utrecht gemeden hebben' (in aantallen hotels)



De belronde langs de hotels wijst voorzichtig in de richting van een minimaal crowding-outeffect onder verblijfstoeristen die overnachten in hotels.³⁴ Of een eventuele verdringing op termijn nadelig is voor de regio Utrecht is afhankelijk van het gedrag van de mijders. Hebben zij afgezien van een bezoek aan de regio Utrecht tijdens EYOF Utrecht 2013 of heeft hun bezoek op een ander moment plaatsgevonden? In het eerste geval is er sprake van een nadelige invloed op de economische impact. Als het bezoek vóór of na EYOF Utrecht 2013 heeft plaatsgevonden is er geen sprake van een nadelig effect.

8.4 Conclusie

Het aandeel additionele bezoekers bedraagt 43 procent: dit zijn bezoekers die zonder EYOF Utrecht 2013 niet in de regio Utrecht geweest zouden zijn. De gemiddelde daguitgaven van additionele Nederlanders tijdens het totale verblijf in de regio Utrecht betreft 31 euro en voor additionele buitenlanders gemiddeld 188 euro. De uitgaven aan overnachtingen van additionele Nederlanders en additionele buitenlanders zijn per persoon respectievelijk 61,60 en 108,60 euro. In totaal (daguitgaven en uitgaven voor een overnachting) bedroegen de uitgaven van additionele bezoekers circa 1,8 miljoen euro. Dit bedrag is 38 procent van de totale economische impact, die geschat wordt op 4,8 miljoen euro. Een kort onderzoek onder acht grote Utrechtse hotels wijst voorzichtig in de richting van een minimaal crowding-outeffect onder verblijfstoeristen die overnachten in hotels.

³⁴ Er kunnen op basis van dit onderzoek geen uitspraken worden gedaan over het gedrag van 'dagjesmensen'.

9. Conclusie

European Youth Olympic Festival 2013

Het 23e European Youth Olympic Festival (EYOF) vond plaats in Utrecht van 14 tot en met 19 juli 2013, vlak vóór de zomervakantie. Het was niet de eerste keer dat de Europese ‘Olympiërs van de toekomst’ naar Nederland afreisden. Het tweejaarlijks sportevenement vond eerder in Nederland plaats: in 1993 in het Brabantse Valkenswaard. De toen 15-jarige Pieter van den Hoogenband was een van de deelnemers en hij bewaart warme herenigingen aan zijn Olympische ervaringen aldaar. De uitvoering van EYOF Utrecht 2013 is belegd in de stichting EYOF, een samenwerking van de gemeente Utrecht, NOC*NSF en de provincie Utrecht. Achmea heeft zich als official partner verbonden aan het evenement. Pieter van den Hoogenband was toernooidirecteur. Aan EYOF Utrecht 2013 was een serie side-events gekoppeld, die onder de vlag Achmea High Five Challenge (Achmea H5C) vorm kregen en waarvan de aftrap plaatsvond op 12 oktober 2012 op de Uithof te Utrecht.

De Stichting EYOF heeft de alliantie van Mulier Instituut, Hogeschool Utrecht/Lectoraat Participatie en Maatschappelijke Ontwikkeling en Universiteit Utrecht/USBO de opdracht verstrekt tot het uitvoeren van een brede evaluatie van het European Youth Olympic Festival 2013. Ook de Werkgroep Evaluatie SPORTEVENEMENTEN (WESP) is bij het onderzoek betrokken. In voorliggend rapport is verslag gedaan van het deelonderzoek van het Mulier Instituut dat zich richt op de EYOF-ervaringen van deelnemers, chefs de mission, Festival Makers (vrijwilligers), verenigingen, bezoekers en de inwoners van de regio Utrecht en Nederland. Daarnaast is de economische impact voor de regio Utrecht becijferd en is inzicht verstrekt in de hoeveelheid publiciteit die met EYOF Utrecht 2013 is gegenereerd.

Deelnemers, scheidsrechters en officials

Tijdens EYOF Utrecht 2013 waren er 2.271 deelnemende sporters uit 49 verschillende landen. 139 deelnemers (6% van alle deelnemers) behoorde tot het Nederlands team. Daarmee was het team uit Nederland het grootst, gevolgd door Italië (116) en Rusland (107). In de Domstad werden negen takken van sport beoefend, verspreid over zeven locaties, waaronder de Jaarbeurs. De negen takken van sport zijn handbal, volleybal, judo, wielrennen, turnen, basketbal, zwemmen, tennis en atletiek. 505 deelnemers (55% van alle deelnemers) deden mee aan de atletiekwedstrijden. Naast de 2.271 deelnemende sporters, waren er 129 scheidsrechters en 843 officials uit 49 landen aanwezig.

Deelnemers en chefs de mission

Ruim zes van de tien deelnemers beoordeelden de totale organisatie van EYOF Utrecht 2013 met een rapportcijfer van 8 of hoger, een kwart gaf een 6 of 7 en 13 procent gaf een onvoldoende (5 of lager). Het gemiddelde rapportcijfer van de deelnemers voor de totale organisatie was een 7,7. De Festival Makers oogstten de meeste lof: bijna acht op de tien deelnemers gaf hen een rapportcijfer van 8 of hoger (8% gaf een onvoldoende).

De resultaten van het onderzoek onder de chefs de mission zijn indicatief van aard. De chefs de mission beoordeelden de totale organisatie minder goed dan de deelnemers: één op de vijf chefs de mission gaf hiervoor een rapportcijfer van 8 of hoger (55% gaf een onvoldoende). De sportaccommodaties werden door hen het best beoordeeld, het sociaal programma (allen ontevreden) en de catering (92% ontevreden) liet volgens de chefs de mission het meest te

wensen over. Ruim acht op de tien chefs de mission (83%) geven aan dat men de stad Utrecht aantrekkelijk vond.

Festival Makers

EYOF Utrecht 2013 werd mede gedragen door een korps van 2.150 Festival Makers. Onder hen bevonden zich nagenoeg evenveel mannen als vrouwen (49-51%). Ruim vier op de tien Festival Makers was 24 tot 44 jaar oud. In die levensfase bevinden velen zich in de spitsuur van het leven (Knulst & Schoonderwoerd, 1983), hetgeen deze groep kennelijk niet heeft belemmerd om tijdens EYOF Utrecht 2013 de mouwen op te stropen. Daarnaast bleken zes van de tien Festival Makers (58%) lid van een sportvereniging.

Ruim negen op de tien Festival Makers is trots op de eigen bijdrage aan EYOF Utrecht 2013 en op het evenement zelf. De veiligheid voor hen zelf vonden Festival Makers het beste geregeld (83% tevreden). Ruim acht op de tien (82%) vond dat de verwachtingen die men had zijn uitgekomen of overtroffen. Ondanks dat niet alle verwachtingen in de praktijk bewaarheid werden, gaven vrijwel alle Festival Makers aan (eventueel) ook in de toekomst vrijwilliger te willen zijn. Er waren ook punten van aandacht. Bijna zeven op de tien (69%) vond dat het aan duidelijke instructies ontbrak. Tevens zijn bijna zeven op de tien Festival Makers (69%) niet anders tegen de stad en provincie Utrecht aan gaan kijken na EYOF Utrecht 2013. Niettemin is het aandeel dat positiever tegen stad en regio aan is gaan kijken, ruim negen maal hoger dan het aandeel dat daar negatiever tegenaan is gaan kijken (28% versus 3%). Na afloop van het evenement gaven ruim drie op de tien Festival Makers (35%) aan dat men door EYOF Utrecht 2013 de persoonlijke sterke punten heeft ontdekt. Dit contrasteert met het relatief grote aandeel (70%) dat vooraf aangaf dat juist dit hen motiveert om als Festival Makers op te treden. De Festival Makers waren met name gemotiveerd om zich dienstbaar op te stellen en anderen te helpen (91%).

Verenigingen

Op nationaal niveau heeft 90 procent van de sportverenigingen de wens om te groeien (Van Kalmthout et al., 2013). Verwacht mag worden dat dat in Utrecht niet veel anders zal zijn, ofschoon er grote verschillen van club tot club zullen zijn. De onderzoeksresultaten wijzen daarentegen noch in de richting van een grootschalige positieve *buzz* onder Utrechtse sportvereniging, noch in de richting van een groot aantal plannen van clubs om EYOF Utrecht 2013 te benutten voor marketingacties ten behoeve van ledengroei.

Voorafgaand aan het evenement was bijna driekwart (71%) van de Utrechtse verenigingen bekend met EYOF Utrecht 2013. Verenigingen die EYOF-sporten aanboden waren vaker bekend met het evenement (89%) dan verenigingen van niet-EYOF sporten (62%). Ruim een derde (37%) van de verenigingen die bekend was met EYOF Utrecht 2013, is betrokken geweest bij het evenement. Onder verenigingen van de EYOF-sporten was meer dan de helft (55%) van de verenigingen die met EYOF Utrecht 2013 bekend waren betrokken bij het evenement.

De beperkte betrokkenheid van verenigingen roept het beeld van ‘een gemiste kans’ op. Dit is niet bij elke vereniging een kwestie van onwelwillendheid. Er waren ook clubs die niet wisten hoe zij op EYOF Utrecht 2013 konden anticiperen en/of daar de capaciteit (vrijwilligers) niet voor hadden. Het zou, achteraf gezien, wenselijk zijn geweest dat de verenigingen meer voorbeelden gegeven was op welke wijze de club en EYOF Utrecht 2013 elkaar hadden kunnen

versterken. Bijvoorbeeld op basis van best practices in binnen- en buitenland. Een deel van de clubs kon niet uit de voeten met de vrijheidsgraden die zij voor hun gevoel door de EYOF-organisatie geboden werd.

Verenigingen waren met name actief bij EYOF Utrecht 2013 omdat het goed is voor de sport (38% van de betrokken clubs). Nog geen tien clubs (8%) geeft aan dat zij meewerkten omdat het goed voor de stad Utrecht zou zijn. Nagenoeg geen enkele vereniging die bekend was met EYOF Utrecht 2013 gaf aan dat het evenement de vereniging veel heeft opgeleverd (3%). Onder verenigingen van EYOF-sporten is dit aandeel weliswaar twee maal zo groot (6%), maar van een grootschalige *legacy* van EYOF Utrecht 2013 voor de Utrechtse sport(verenigingen) lijkt geen sprake. Ook ten aanzien van de positieve effecten voor de stad en de sport in het algemeen is er veel ruimte voor verbetering. Ruim één op de vijf betrokken verenigingen (21%) vindt dat het de stad veel heeft opgeleverd en 15 procent meldt dat het de sport in Utrecht veel heeft opgeleverd.

Bezoekers

De doelstelling van de organisatie was om 14.000 tickets te verkopen en er zijn ruim 16.000 tickets verkocht. Als het aantal bezoeken aan EYOF Utrecht 2013 wordt vergeleken met de andere sportevenementen die in 2013 in Nederland georganiseerd zijn, dan neemt EYOF Utrecht 2013 volgens Respons de 38e positie in als de evenementen op basis van aantal bezoeken aflopend worden gesorteerd.

EYOF Utrecht 2013 was goed voor ruim 26.000 reguliere bezoekers die gemiddeld 2,3 dagen een bezoek aan EYOF Utrecht 2013 brachten (een kleine 60.000 bezoeken). Daarnaast waren er 2.200 VIP's, sponsors en geaccrediteerden, 2.150 Festival Makers en 201 verslaggevers. Bijna de helft van de bezoekers (44%) was afkomstig uit de regio Utrecht, 39 procent was afkomstig uit de rest van Nederland en 17 procent komt uit het buitenland. Ruim de helft van de bezoekers was 31 tot en met 50 jaar oud en 55 procent was vrouw.

De toeristische betekenis van EYOF Utrecht 2013 – die zowel positief als negatief kan zijn – is niet beperkt tot de wedstrijdperiode en reikt bovendien verder dat de regio Utrecht. Bijna een kwart van de bezoekers (23 procent) gaf namelijk aan dat zij door EYOF Utrecht 2013 langer in Nederland zijn gebleven dan voor het evenement noodzakelijk was. Gemiddeld is men 2,1 extra dagen in de regio Utrecht en 2,3 extra dagen in de rest van Nederland gebleven. Enerzijds is een kwart van de bezoekers voornemens terug zullen komen naar de regio Utrecht (bijvoorbeeld voor een vakantie). Anderzijds geeft een groter deel (31%) aan dat niet te zullen doen. Tegen deze achtergrond is het niet opzienbarend dat ongeveer driekwart van de bezoekers (72%) aangeeft het eens te zijn met het feit dat het evenement bij de stad Utrecht past en dat het bijdraagt aan de promotie van de Utrecht als toeristische bestemming. De bezoekers gaven EYOF Utrecht 2013 als totaal een gemiddeld rapportcijfer van 8,0 (0,3 punten hoger dan de deelnemers). Een groot deel van de bezoekers zou een bezoek aan EYOF Utrecht 2013 dan ook aanraden.

EYOF Utrecht 2013 heeft nauwelijks niet-sportende bezoekers aangezet om te gaan sporten. Het evenement had dit ook niet tot doel. Een dergelijk beperkt 'trickle down' effect ligt in lijn met onderzoeksresultaten bij andere evenementen en wat daar in de wetenschappelijke literatuur over geschreven is (o.a. Weed, 2009; Van Bottenburg et al., 2012; Hover et al., 2013).

Bevolking

Naarmate het ontsteken van de vlam in stadion Galgenwaard naderde - waarmee de officiële opening van EYOF Utrecht 2013 werd ingeluid - nam de publiciteit voor het evenement toe. Van een publicitaire piek was logischerwijs medio juli sprake, ten tijde EYOF Utrecht 2013. Het evenement en de publiciteit hebben eraan bijgedragen dat de bekendheid van EYOF Utrecht 2013 toenam onder inwoners van Groot Utrecht (van 42% naar 66%) en de Nederlandse bevolking (van 12% naar 27%). Na afloop van EYOF Utrecht 2013 was circa twee derde van de inwoners van Groot Utrecht die bekend waren met EYOF Utrecht 2013 (65%) bekend met de openingsceremonie. Van het deel van de bevolking van Groot Utrecht dat bekend was met EYOF Utrecht 2013 was na het evenement 41 procent bekend met de Achmea H5C (45% vóór EYOF Utrecht 2013).³⁵

Het stadsdeel waar EYOF Utrecht 2013 ten tijde van het evenement het meest bekend was, was Mariaplaats, alwaar het evenement ook het meest 'zichtbaar' was (deelnemers in trainingspakken, vlaggen, Achmea House). Ruim een derde (37%) van de ondervraagde bevolking in de stadsdelen gaf aan EYOF Utrecht 2013 te volgen of gevolgd te hebben. Het aandeel volgers was relatief hoog in Leidsche Rijn, wat mogelijk samenhangt met het wielrenevenement dat vrij toegankelijk was (maar ook het type respondent kan hierop invloed hebben gehad). Acht van de tien personen, ondervraagd in de stadsdelen, is het eens met het feit dat EYOF Utrecht 2013 bijdraagt aan de promotie van de stad Utrecht als toeristische bestemming.

De effectiviteit van de communicatie over EYOF Utrecht 2013 lijkt een belangrijk aandachtspunt te zijn geweest. Na afloop van EYOF Utrecht 2013 vond meer dan twee derde van de inwoners van Groot Utrecht die bekend waren met EYOF Utrecht 2013 zich onvoldoende geïnformeerd over het Olympisch evenement. Tevens meldde 84 procent van degenen die bekend waren met EYOF Utrecht 2013 dat het evenement niet geleefd heeft in de directe omgeving.

Media

Er zijn 536 publicaties in geprinte media geplaatst. Verder zijn er 1.051 online publicaties en 58 EYOF-items op televisie en radio geteld. Daarnaast blijkt de officiële website van het evenement (<https://utrecht2013.com>) 250.000 unieke bezoekers te hebben getrokken. 20.000 gebruikers van Facebook hebben het evenement gevolgd. Op Twitter hebben 3.200 personen het account van het evenement gevolgd. Op 14 juli, de openingsdag, was EYOF Utrecht 2013 trending topic.

Economische impact

De economische impact verwijst naar de groei van de economie als gevolg van additionele uitgaven (Oldenboom, 2006). Het aandeel additionele bezoekers bedraagt 43 procent: dit zijn

³⁵ Respondenten die bekend waren met de Achmea H5C en/of de Urban Tour en/of de Sportdagen en/of de Fakkelestafette worden beschouwd als respondenten die bekend zijn met de Achmea H5C. De Fakkelestafette, de Sportdagen en de Urban Tour zijn immers onderdelen van de Achmea H5C (zie paragraaf 1.1).

bezoekers die zonder EYOF Utrecht 2013 niet in de regio Utrecht geweest zouden zijn. De totale economische impact voor de regio Utrecht, wordt geschat op 4,8 miljoen euro.

Metingen van de economische impact van sportevenementen laten zich niet altijd eenvoudig vergelijken. Dat komt door het gebruik van verschillende methoden en uitgangspunten (zoals afbakening van de regio). Met die slag om de arm is het interessant om de economische impact van EYOF Utrecht 2013 in 2005 te bekijken. Junod (2005) berekende de impact van de wintervariant van EYOF in 2005 voor de Zwitserse regio Valais Chablais. Hij concludeert dat de impact 4,2 miljoen Zwitserse franc bedroeg (2,6 miljoen euro).

Conclusie

2013 was een ‘Olympisch getint jaar’ voor Nederland en zeker voor de gemeente Utrecht. In juli 2013 werd de Olympische vlag gehesen, het Olympisch vuur ontstoken, klonk het Olympisch *anthem* door stadion Galgenwaard en werden bezoekers van de openingsceremonie toegesproken door IOC-president Jacques Rogge en de opening werd verricht door koning Willem-Alexander. Ook voor de ruim tweeduizend deelnemers zal EYOF, als internationaal sportevenement, een memorabel evenement blijven. Is het niet vanwege een topsportprestatie, dan wel door het contact met gelijkgestemden uit allerlei landen met dezelfde passie voor sport. Sinds 2013 is Utrecht verbonden met de Olympische beweging. Die verbinding heeft zijn waarde voor de stad in de toekomst. Met de middelen die de organisatie ter beschikking stonden is er ingezet op een goed georganiseerd evenement. Er waren successen, maar ook leerpunten. EYOF Utrecht 2013 kan worden gezien als een nieuwe kraal aan een – zeker voor een klein land – imposante Nederlandse evenementenketting.

Tot besluit zijn hierna kerncijfers van EYOF Utrecht 2013 opgenomen.

EYOF Utrecht 2013 in cijfers

6	Duur EYOF Utrecht 2013 (dagen)
9	Beoefende sporten
7	Locaties
49	Herkomstlanden deelnemende sporters
139	Omvang Nederlands team (personen)
7	Positie Nederland in medailleklassement
26.000	Bezoekers
60.000	Bezoeken
3.271	Sporters en begeleiders
2.200	VIP's, sponsors, geaccrediteerden
1.000	Officials en scheidsrechters
2.150	Vrijwilligers
201	Pers
62%	Aandeel deelnemers dat EYOF met een rapportcijfer 8 of hoger beoordeelt
18%	Aandeel chefs de mission dat EYOF met een rapportcijfer 8 of hoger beoordeelt
92%	Aandeel Festival Makers dat trots is op eigen bijdrage aan EYOF
69%	Aandeel Festival Makers dat vond dat het aan duidelijke instructies ontbrak
37%	Aandeel van met EYOF bekende sportverenigingen dat bij EYOF betrokken was
15%	Aandeel van met EYOF bekende sportverenigingen dat vindt dat het Utrecht veel heeft opgeleverd
72%	Aandeel bezoekers dat EYOF met een rapportcijfer 8 of hoger beoordeelt
23%	Aandeel bezoekers dat langer in regio Utrecht bleef dan voor EYOF noodzakelijk was
18%	Aandeel Nederlanders (15-80 jaar) dat EYOF gevolgd heeft
11%	Aandeel inwoners Groot-Utrecht (15-80 jaar) dat EYOF gevolgd heeft
536	Aantal publicaties in geprinte media
1.051	Aantal publicaties in online media
58	Aantal items op televisie en radio
43%	Aandeel reguliere bezoekers dat zonder EYOF niet in regio Utrecht geweest zou zijn
4,8 mln	Economische impact voor de regio Utrecht (euro's)

Literatuur

Beuks, J. (2013). *Voluntary work at a one time event – Contextual influences in decision making*. Universiteit van Tilburg.

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

Collard, D. & Hoekman, R. (2013). *Sportdeelname in Nederland 2006-2012*. Utrecht: Mulier Instituut.

Elling, A., Otterloo, M. van & Hakkers, S. (verwacht in 2013/2014). *EYOF participants on EYOF and combining elite sports & education*. Utrecht: Mulier Instituut.

Goossens, R., Kamphuis, C. van, Veldhoven, N. van (2008). Sportinfrastructuur: organisaties, accommodaties en vrijwilligers. In Breedveld, K., Kamphuis, C., Tiessen-Raaphorst, A. (Red.), *Rapportage Sport 2008*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau/W. J. H. Mulier Instituut.

Hover, P. & Romijn, D. (2012). *Factsheet sportevenementen. Katalysator voor participatie en cohesie?* Utrecht: Mulier Instituut.

Hover, P., Straatmeijer, J., Romijn, D., Breedveld, K., Dijk, B., Wolff, H. (2013). *The story of London 2012. De maatschappelijke betekenis van de Olympische en Paralympische Spelen 2012*. Utrecht/Nieuwegein: Mulier Instituut/Arko Sports Media.

Junod, T. (2005). The Economic Impact of the 2005 European Youth Olympic Winter Festival on the Valais Chablais Area of Switzerland. In: *Report on the 13th international seminar on olympic studies for postgraduate students*, 14 may – 14 june 2005, pp. 381-396. IOA: Halandri-Athens.

Kalmthout, J., Werff, H. van der, Daamen, T. & Veerman, H. (2013). *SportAanbiedersMonitor 2012, facts & figures*. Utrecht/Arnhem: Mulier Instituut/NOC*NSF.

Knulst, W. & Schoonderwoerd L. (1983). *Waar blijft de tijd. Onderzoek naar de tijdsbesteding van Nederlanders*. Rijswijk: SCP.

Lucidarme, S. (2009). Youth Olympic Games: Challenges and impact on the different youth sports policies of the world. In: *17th International seminar on Olympic studies for postgraduate students*. 1 – 30 juli 2009, proceedings, pp. 224-240. IOA: Halandri-Athens.

Oldenboom, E.R. (2006). *Costs and Benefits of Major Sports Events. A Case Study of Euro 2000*. Amsterdam: MeerWaarde Onderzoeksadvies.

Slangen, H., Hover, P., Bakker, S., Pardal de Sousa, S., Schendel, A. van, Jong, E. de, Gool, W. van (2013). *Evaluatie WK wielrennen 2012 : economische impact, beleving onder lokale bevolking en promotionele waarde*. Heerlen: Zuyd Hogeschool.

Tiessen-Raaphorst, A., Broek, A. van den, Dool, R. van den (2013). *Wie doen er aan sport en cultuur? Eerste presentatie uit de Vrijetijdsomnibus 2012*. Utrecht: Bureau Stijlzoorg.

Weed, M. (2009). *The potential of the demonstration effect to grow and sustain participation in sport*. Canterbury: Canterbury Christ Church University (SPEAR).

Wong, D. (2011). The Youth Olympic Games: Past, Present and Future, In: *The International Journal of the History of Sport*, 28:13, pp. 1831-1851. London: Routledge.

Bijlage 1 Toelichting onderzoeken

Deelnemende sporters

Doel: in kaart brengen van deelnemerskenmerken als sport, nationaliteit, leeftijd. En daarnaast de beoordeling van EYOF Utrecht 2013 (transport, vrijwilligers, sportaccommodaties) door de deelnemende sporters.

Methode datacollectie: schriftelijke vragenlijst.

Periode dataverzameling: 14-19 juli.

Respons en weging: 41 procent, N=927. De data zijn niet gewogen.

Opmerkingen: de vragenlijsten voor de sporters zijn via de chefs de mission in zeven verschillende talen aan de sporters verstrekt. Alle negen EYOF-sporten zijn vertegenwoordigd onder de respondenten.

Chefs de mission

Doel: in kaart brengen van teamkenmerken, zoals de duur van het verblijf en de uitgaven tijdens het verblijf. Maar ook de beoordeling van EYOF Utrecht 2013 en stad Utrecht door chefs de mission.

Methode datacollectie: schriftelijke vragenlijst (Engelstalig).

Periode dataverzameling: 14-19 juli

Respons en weging: 24 procent, N=12.³⁶ De data zijn niet gewogen. De resultaten zijn gezien de respons indicatief.

Opmerkingen: gezien de respons kan er niet vanuit worden gegaan dat de resultaten van dit deelonderzoek representatief zijn voor alle ervaringen van chefs de missions. De resultaten zijn derhalve indicatief van aard.

Festival Makers

Doel: in kaart brengen van kenmerken van Festival Makers (geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, sportfrequentie, functie), motivatie, de beoordeling van EYOF Utrecht 2013 (eigen bijdrage, instructies, werksfeer) en stad Utrecht door Festival Makers, hoogte- en dieptepunten en lessen voor de toekomst.

Methode datacollectie: webenquête.

Periode dataverzameling: 0-meting 29 april-15 mei, 1-meting 23 augustus-15 september

Respons en weging: 0-meting 43 procent en 1-meting 44 procent, respectievelijk N=263 en N=271. De data zijn niet gewogen.

Opmerkingen: Voor dit deelonderzoek zijn niet alle Festival Makers ondervraagd: alleen de groep die zich heeft aangemeld via de EYOF-website is onderzocht. Van de subgroep die zich niet op deze wijze had aangemeld, ontbrak een overzicht ten tijde van het opzetten van het onderzoek en dat deel is niet meegenomen in het onderzoek. Onder meer de inzet van defensiepersoneel is derhalve buiten beschouwing gelaten.³⁷

³⁶ De chefs de mission uit de volgende landen hebben meegewerkt: Andorra, Griekenland, IJsland, Kroatië, Letland, Luxemburg, Malta, Nederland, Oekraïne, Spanje, Tsjechië en Zweden.

³⁷ Werknemers van defensie hebben ook taken bij het EYOF verricht, zoals de beveiliging. Dit deden zijn in hun 'werktijd'. Aangezien de organisatie van EYOF hiervoor geen factuur ontving, kunnen werknemers van defensie ook tot de groep vrijwilligers gerekend worden.

Verenigingen

Doel: het meten van de bekendheid van EYOF Utrecht 2013 en de betrokkenheid bij en de beoordeling van EYOF Utrecht 2013 door Utrechtse sportverenigingen.

Methode datacollectie: webenquête en telefonisch contact ter bevordering van de respons (met dank aan Nynke Terpstra, Anne Bultink en Thomas Moraal).

Periode dataverzameling: 13 september -14 november.

Respons en weging: 21 procent (de respons onder verenigingen van niet-EYOF sporten bedraagt 16 procent en onder verenigingen van EYOF-sporten 55 procent), N=100. De data zijn niet gewogen.

Bezoekers

Doel: Het in kaart brengen van het totaal aantal tickets, de bezoekerskenmerken (geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, herkomst, sportfrequentie) en bezochte evenementen. Maar ook de uitgaven (tickets, eten en drinken, overnachting) tijdens EYOF Utrecht 2013 en een beoordeling van het EYOF Utrecht 2013 (rapportcijfer, stellingen, terugkomen naar Utrecht) door bezoekers.

Methode datacollectie: face-to-face interviews en webenquête.

Periode dataverzameling: 23 juli-12 augustus.

Respons en weging webenquête: 49%, N=1.832. Bij de berekening van dit responspercentage is uitgegaan van het aantal personen dat voor het online onderzoek is uitgenodigd (3.760). Het aantal van 3.760 personen is tot stand gekomen door e-mailadressen te ontdebellen (vele kaarten stonden op één naam).

Respons en weging face-to-face interviews: circa 70%, N=122 (de totale steekproefomvang van het bezoekersonderzoek komt daarmee op N=1.954). De data zijn niet gewogen.

Opmerkingen: face-to-face interviews hebben plaatsgevonden met bezoekers van de wielrenevenementen aangezien dat een non-ticketed event was en er derhalve geen gegevens van ticketbestellers beschikbaar waren. Bezoekers van de andere evenementen zijn per e-mail benaderd voor een webenquête.

Bevolking Nederland

Doel: het in kaart brengen van de bekendheid en manier van volgen van EYOF Utrecht 2013 onder de Nederlandse bevolking (15-80 jaar).

Methode datacollectie: webenquête.

Periode dataverzameling: 0-meting 2-9 juli, 1-meting 6-13 augustus.

Respons en weging: 0-meting 68 procent en 1-meting 66 procent, respectievelijk N=3062 en N=2962. De data zijn gewogen conform de weging sportersmonitor 2012.

Bevolking Groot Utrecht

Doel: het in kaart brengen van de bekendheid en manier van volgen van EYOF Utrecht 2013 onder de bevolking van Groot Utrecht (15-80 jaar). Maar ook de beoordeling van EYOF Utrecht 2013 (EYOF Utrecht 2013 draagt bij aan bekendheid stad, past bij Utrecht, heeft geleefd).

Methode datacollectie: webenquête.

Periode dataverzameling: 0-meting 20 juni -8 juli, 1-meting 15-31 augustus.

Respons en weging: 0-meting 55 procent, 1-meting onbekend, respectievelijk N=440 en N=410. De data zijn gewogen.

Opmerkingen: Groot Utrecht staat voor de gemeente Utrecht en alle aangrenzende gemeenten.

Bevolking stadsdelen

Doel: Het in kaart brengen van de bekendheid en manier van volgen van EYOF Utrecht 2013 onder de bevolking van de stadsdelen Mariaplaats, Kanaleneiland, Leidsche Rijn en Overvecht. Maar ook de beoordeling van EYOF Utrecht 2013 (EYOF Utrecht 2013 draagt bij aan bekendheid stad, past bij Utrecht, heeft geleefd).

Methode datacollectie: face-to-face interview in een winkelgebied (verwerking data met een app door interviewer). Met dank aan de medewerking van Evelien Oude Avenhuis, Tim van Asdonck, Jorden van Luxemburg, Rianne van Luxemburg, Femke van Hamersveld, Esther Rietman en Marsha Beaufort.

Periode dataverzameling: 12-19 juli.

Respons en weging: 15% (inschatting interviewers), N=409. De data zijn niet gewogen.

Opmerkingen: met het benaderen van de respondenten is de bekendheid mogelijk positief beïnvloed omdat er info van evenement is verstrekt. Ook werden sporters mogelijk meer verleid tot deelname aan het onderzoek. De inschatting is dat 95 procent van de respondenten uit de regio Utrecht afkomstig is.

Media

Informatie afkomstig van Achmea en de EYOF-organisatie.

Bijlage 2 Informatie NOC's

Tabel B2.1 Aantal atleten, scheidsrechters, officials en media naar NOC, in absolute aantallen

NOC	Atleten										Scheidsrechters	Officials	Media	Totaal
	Basketbal	Handbal	Volleybal	Atletiek	Turnen	Wielrennen	Judo	Zwemmen	Tennis	Totaal				
ALB				2			1			3		3		6
AND							1	2		3		3		6
ARM				4	3	3	6	2	4	22	2	11		35
AUT		15		8	6	5	9	9	4	56	5	20	1	82
AZB				8		3	12	6	2	31	1	14	1	47
BEL	12		12	19	6	6	6	9	4	74	5	28	1	108
BIH							4			4		2		6
BLR		15		24	6	6	12	12	4	79	3	26	1	109
BUL				10	5	2	10	4	2	33	2	13		48
CRO	12	15		8	3	1	5	6	2	52	5	21	1	79
CYP				4	2		2			8	1	4	1	14
CZE	12	15		12	6	6	6	8	4	69	4	24	1	98
DEN		15		13		5	4		1	38	2	14	1	55
ESP				20	6	3	8	14	2	53	3	20		76
EST				16		6	6	10	3	41		17		58
FIN			12	20	6	6	6	12	4	66	4	24	1	95
FRA	24		12	24	6	6	12	15	4	103	6	34	1	144
GBR					6	6	12	16	4	44	2	18	1	65
GEO				8		2	12	1	4	27		9	1	37
GER	12	30	12		6	6	12	16	4	98	7	32	1	138
GRE			12	8	4	2	4	6	2	38	3	16		57
HUN	12	15		16	6	2	8	14	2	75	6	22	1	104
IRL				16	2	6		7		31	1	13	1	46
ISL				4	3		3	5	4	19	1	9		29
ISR				6	3	3	6	8	4	30	1	17	1	49
ITA	24		24	24	6	6	12	16	4	116	7	37		160
LAT				20	6	6	7	8	4	51	2	20	1	74
LIE							1	1		2		4		6
LTU				18	4	6	10	12	4	54	2	21	1	78
LUX				2	3	6	2	5		18	1	11		30
MDA				5		1	4	2	2	14		6		20
MKD				1				1		2		3		5
MLT				1			1		1	3		4		7
MNE				1			1		1	3		4		7
MON							1			1		2		3
NED	24	30	24	24	6	6	11	10	4	139	9	40	1	189
NOR		30			5	6		7	1	49	2	17	1	69
POL	12		24	15	6	6	12	16	4	95	6	32	1	134
POR				8	4	3	4	4	2	25	3	12		40
ROU				20	6		10	6	4	46	3	17	1	67
RUS	12	15	12	24	6	6	12	16	4	107	5	33	1	146
SLO		15	12	12	4	6	10	10	4	73	5	25	1	104
SMR				1				3	1	5		5		10
SRB	12		12	13	3	3	8	8	4	63	4	23		90
SUI				9	6	6	5	11	4	40	2	17	1	60
SVK	12			13	4	4	6	10	4	53	3	22	1	79
SWE		30			3	6	3	5	4	51	4	17	1	73
TUR	12		24	24	6	6	12	16	4	104	5	34		143
UKR				20	6	6	12	14	2	60	2	23	1	86
Totaal	192	240	192	505	169	174	311	363	126	2.271	129	843	28	3.271