

De maatschappelijke spin-off van side-events

Datum

10 januari 2018

Auteurs

Peter-Jan Mol

Minke van der Kooi

Inleiding

Met name politici en media kennen vaak een maatschappelijke waarde aan topsportevenementen toe, zoals het vergroten van sportparticipatie of sociale cohesie. Vanuit de literatuur weten we echter dat deze maatschappelijke waarde niet vanzelfsprekend is. Side-events kunnen hier aan bijdragen. De kennis over side-events en hoe deze al dan niet maatschappelijke impact kunnen creëren is 'versnipperd' vindbaar en beperkt. Daarom heeft Kenniscentrum Sport een verkenning gedaan om de bestaande kennis bij elkaar te brengen en bruikbaar te maken voor beleid en praktijk. Er zijn twaalf gesprekken met veertien experts vanuit wetenschap, beleid en praktijk gevoerd en er is een analyse van de literatuur op het gebied van side-events gedaan (zie bijlage). In deze notitie komen de uitkomsten van de gesprekken en literatuur samen. De notitie dient als onderligger voor het artikel '[Hoe kun je maatschappelijk waarde van side-events bij topsportevenementen vergroten?](#)'. Doel van het artikel en notitie is om een brug te slaan tussen kennis over side-events en de praktijk van side-events. Wat weten we vanuit literatuur en onderzoek over side-events en wat zien we hiervan terug in de praktijk? Beleidsmedewerkers van gemeenten en bonden en organisatoren van evenementen vormen de voornaamste doelgroepen van beide kennisproducten.

Betrokken partijen

[Kenniscentrum Sport](#) werkt aan kennisontwikkeling op het gebied van sportevenementen op verzoek van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS). De [Nederlandse Sportraad](#) is in 2017 ook gesprekspartner geworden op dit terrein. De werkgroep Kennisdeling van het Netwerk Kracht van Sportevenementen levert al jaren gespreksvoer en kennis op over side-events. Diverse leden van de werkgroep Side-Events van dit netwerk zijn bevraagd, evenals onderzoekers die aangesloten zijn bij de [Werkgroep Evaluatie Sportevenementen \(WESP\)](#). Tot slot is enkele malen overleg gevoerd met de

provincie Gelderland, die in 2017 een visie-ontwikkelingstraject gestart is op het gebied van side events.

Leeswijzer

Deze notitie begint met het uiteenzetten van de verschillende definities die worden gehanteerd rondom de spin-off van sportevenementen.

Daarna wordt aan de hand van de thema's Doel & Doelgroep, Organisatie en Monitoring & Evaluatie de inzichten uit deze verkenning besproken. Tot slot vatten we onze belangrijkste bevindingen samen.

Definities

Termen als maatschappelijk waarde, impact, spin-off en legacy worden vaak door elkaar en met verschillende betekenissen gebruikt. In deze notitie bespreken we verschillende strategieën voor het vergroten van spin-off. Onderstaande definitie is geformuleerd door [De Groot, Blom, & van der Gugten in 2012](#):

Maatschappelijke spin-off omvat de (positieve maar ook negatieve) effecten die merkbaar en meetbaar zijn in de samenleving als gevolg van het plaatsvinden van een top- of breedtesportevenement (inclusief de side-events).

Impact and legacy

Dit is een algemene definitie en omvat spin-off op korte termijn en lange termijn. Spin-off op korte termijn wordt ook wel *impact* genoemd; spin-off op lange termijn wordt ook wel *legacy* genoemd (Hover, Dijk, Breedveld, van Eekeren, & Slender, 2016). Op basis van de literatuur kunnen er vijf soorten legacy onderscheiden worden: de sportieve legacy, de economische legacy, infrastructurele legacy, stedelijke legacy en sociale legacy (Preuss, 2007). In de paragraaf over *Doel & Doelgroep* gaan we verder in op de soort impact en legacy die wij hebben gevonden op basis van de gesprekken met experts.

Interventie en leverage

Een sportevenement kan worden gezien als een interventie waarmee een bepaalde impact beoogd wordt. Daarentegen kan een sportevenement ook worden beschouwd als een platform waarmee positieve (maatschappelijke) spin-off gecreëerd kan worden. Dit wordt *leverage* genoemd (Chalip, 2006). Zo kunnen evenementen worden ingezet als katalysator voor de beoogde resultaten voor bestaand beleid. Het evenement wordt dan gebruikt om beleid, van bijvoorbeeld een gemeente of een bond, te versterken of te versnellen.

Chalip stelt dat evenementen als op zichzelf staande interventie weinig impact hebben, maar dat evenementen als platform wel waardevol kunnen zijn om sociale impact te hebben.

Side-events maken dan gebruik van de sfeer en spektakel van het hoofdevenement om hun (positieve) spin-off te vergroten. Frank van Lenthe (Erasmus MC) ziet side-events ook wel als een *complexe interventie* (Craig et al., 2008) in zijn [onderzoek](#) naar de invloed van side-events op sportdeelname (van Lenthe, 2017).

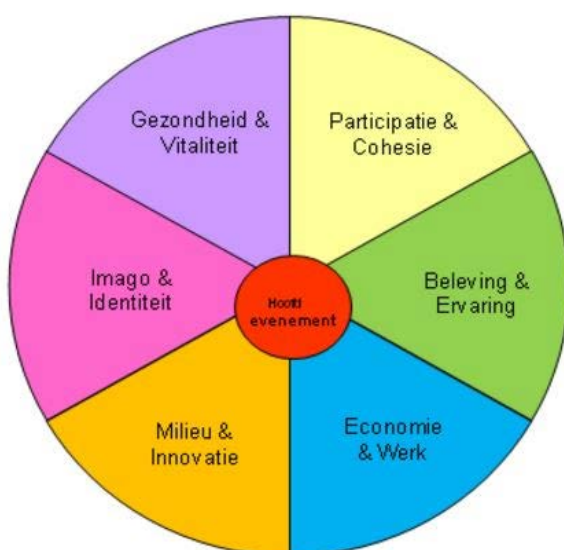
Inzichten uit verkenning

In deze paragraaf worden vier thema's, voortkomend uit de verkenning met verschillende experts, beschreven: *Doel & Doelgroep, Organisatie en Monitoring & Evaluatie*.

Doel & Doelgroep

[DSP-groep](#) beschrijft in het handboek ['Meer halen uit sportevenementen'](#) (2013) zes gebieden waarbinnen maatschappelijke impact rondom topsportevenementen gerealiseerd kunnen worden. Deze zes impactgebieden zijn:

1. Gezondheid & Vitaliteit
2. Participatie & Cohesie
3. Beleving & Ervaring
4. Economie & Werk
5. Milieu & Innovatie
6. Imago & Identiteit



De WESP hanteert deze impactgebieden ook en ontwikkelt haar modules en richtlijnen op basis van deze gebieden. Veel kennis in Nederland, vanuit literatuur en experts, komt uit evaluatierapporten uitgevoerd met WESP richtlijnen. Bovendien zijn ook studies uit andere landen vaak binnen deze zes

impactgebieden te plaatsen ([Chalip, Green, Taks, & Misenerc, 2016](#); [Grix, Brannagan, Wood & Wynne, 2017](#)).

In de gesprekken met experts was merkbaar dat deze gebieden bekend zijn. In de praktijk zetten de beleidsmedewerkers en evenementorganisatoren voornamelijk in op spin-off op het gebied van beleving & ervaring en participatie & cohesie. De andere themagebieden blijven duidelijk achter. Wij zien een onderscheid tussen de verschillende soorten impact. Beleving & ervaring kunnen min of meer vanzelf ontstaan vanuit het hoofdevenement. Dit geldt echter wel voornamelijk voor de liefhebbers van de betreffende tak van sport. Anderen kunnen juist last van het evenement ondervinden en geenszins een gevoel van trots ervaren. Impact op participatie & cohesie wordt met name gecreëerd door de inzet van side-events, waarbij het hoofdevenement als een platform (leverage) dient voor deze activiteiten.

Doel en doelgroep aansluiten bij hoofdevenement

Belangrijk is dat side-events aansluiten bij de doelgroep van het hoofdevenement. Ronald Veerbeek (directeur [Stichting Zevenheuvelenloop](#)) heeft ervaren dat dit het best werkt. Ervaringen met andere doelgroepen (wandelaars en fietsers) leverden niet op wat hij ervan gehoopt had en leidden af van de hoofddoelstelling om zoveel mogelijk mensen aan het hardlopen te krijgen. Edwin de Koning (Gemeente Rotterdam) geeft het voorbeeld van [WEURO 2017](#) waarbij zijn organisatieteam de side-events heeft gericht op 8-16 jarigen en hun ouders omdat zijn team hen graag wilde betrekken bij het hoofdevenement. Het belang van de 'fit' tussen het hoofdevenement en de maatschappelijk doelen van side-events wordt ook beschreven in de [Side-Events Designer](#) van Jelle Schoemaker.

Frank van Lenthe heeft gekeken naar het bereiken van mensen met een lage sociaal-economische status via side events. Via scholen zijn zij volgens hem goed te bereiken. Van Lenthe: *"Bij evenementen moet je goed kijken welke activiteiten je organiseert als je mensen met een [lage SES](#) wilt bereiken. Dan moeten side events niet te ver van de doelgroep georganiseerd worden en goed bij hen aansluiten."*

Maatschappelijke doelen in de praktijk

Bij de Gemeente Amsterdam en de Gemeente Rotterdam ligt de primaire focus op het vergroten van de sportparticipatie. Maar ook city-marketing, de ontwikkeling van sport, sportparticipatie van kwetsbare groepen of het vol krijgen van een stadion, zijn doelen van side-events die veel voorkomen. Martin van der Gugten (DSP) herkent dat het doel van side-events vaak bij het in beweging brengen van schoolkinderen ligt. Aan andere thema's wordt minder aandacht besteed (zoals milieu & innovatie en gezondheid & vitaliteit) terwijl

side-events zich daar wel voor lenen naar zijn mening. Hij pleit bijvoorbeeld voor meer aandacht voor mensen met een beperking.

Het integreren van deze doelgroep in reguliere wedstrijden zoals bij de [EK Atletiek in 2016](#) in Amsterdam gebeurde, is wat hem betreft een goed voorbeeld.

De Zevenheuvelenloop is een voorbeeld van een evenement waarbij wel op andere maatschappelijke impact wordt ingezet, namelijk duurzaamheid. Deelnemers lijken hier echter niet heel erg aan te hechten. Veerbeek denkt zelfs dat er wellicht nog meer deelnemers zouden komen zonder de maatregelen op het gebied van duurzaamheid. Evengoed willen hij en zijn bestuur hier aan vasthouden, omdat zij dit als een wezenlijk aspect van hun evenement beschouwen en hier veel waarde aan hechten. Op kleinere schaal zijn er ook voorbeelden waarbij bepaalde maatschappelijke waarden als voorwaarden voor een evenement worden gesteld. Zoals in Amsterdam waar onder andere aandacht voor gehandicapte sporters is en waar geen kindermarketing op ongezonde voeding plaats mag vinden.

Gezamenlijke doelen stellen

Uit het nog lopende [promotie-onderzoek](#) van Hans Slender (Hanzehogeschool Groningen) komt naar voren dat het zeer belangrijk is dat side events goed aansluiten bij de doelen die de verschillende belangrijke stakeholders al hebben. Dit zijn vaak de gemeente, de bond en een organisator. Slender: *“Ga met hen allen om tafel en zoek gemeenschappelijke doelen. Een stad of regio is normaal gesproken beleidsmatig al actief. Hoe kan je sportevenement daarbij aansluiten? Dat is de vraag die je als organisator moet stellen, maar dat gebeurt nog lang niet altijd. Dit zie je ook nog niet heel sterk terug in het huidige [beleidskader](#) van VWS, dat richting moet geven aan het beter benutten van de kracht van topsportevenementen en aan het positioneren van Nederland.”*

Ook Jelle Schoemaker (HAN) erkent het belang van gezamenlijke doelen: *“Aansluiten op lokaal beleid is een belangrijke succesfactor. Eerst een doel formuleren en dan een geschikt evenement erbij zoeken.”*

Michel Everaert (NeVoBo) is daar heel bewust mee bezig. Hij verdiept zich voorafgaand aan een evenement goed in het beleid van de betreffende gemeente en provincie. Hij vindt het essentieel dat side events aansluiten bij de behoefte van deze beleidspartners. Side events begeleidt hij meestal zelf vanuit de bond. De organisatie van het hoofdevenement laat hij, bij de grotere evenementen, over aan een commerciële organisator.

Organisatie

Hierboven is het belang van het stellen van gezamenlijke doelen tussen de verschillende stakeholders beschreven. Vervolgens moet er worden bepaald wie de side-events organiseren.

Wie er verantwoordelijk moet zijn voor de organisatie van side-events is volgens Jelle Schoemaker afhankelijk van het soort impact dat je wil creëren. *“Voor economische impact laat je een commercieel bedrijf in de lead, voor een maatschappelijke impact als het bevorderen van sportparticipatie een bond of vereniging. Voor gezondheidsdoelen kies je voor de overheid, want dat is hun primaire belang.”*

Projectteam

[SportyV](#), het organisatiebureau van Yvonne Tamminga en Yvon Roelofs, en DSP-groep vinden het noodzakelijk dat je vroegtijdig een projectorganisatie opzet waarin alle stakeholders uit de driehoek gemeente/bond/evenementorganisatie vertegenwoordigd zijn. Dan maak je veel meer kans op impact na afloop van het evenement, dan wanneer er in een later stadium nog een externe projectleider aangetrokken wordt. De doelen die je dan met elkaar bedenkt, moeten vervolgens aansluiten bij bestaand beleid of visie van de stakeholders. Zij tonen dan eerder eigenaarschap over de organisatie. Verder geeft Martin van der Gugten aan het bedrijfsleven te vaak te missen bij de organisatie van side events. Het lukt maar zelden om hen echt te binden.

Hans Slender waardeert in de organisatie rondom de [Tourstart in Utrecht](#) (2015) vooral het feit dat de projectleider side events Ton Wetselaar weliswaar een eigen team had, maar zelf ook in het managementteam van de gehele organisatie zat. Slender: *“Dan zorg je voor een goede aansluiting. In het team van Wetselaar zaten veel mensen die ook in hun dagelijks werk betrokken waren bij soortgelijke activiteiten als die rondom de Tourstart. Na de Tour bleven ze dat doen, waardoor zij voort konden borduren op geboekte successen, samen met het inmiddels aangevulde netwerk.”*

Tim van Dooren, die zich met zijn organisatie [More2Win](#) vooral richt op het vergroten van maatschappelijke impact, is ervan overtuigd dat je alle stakeholders kunt meenemen in je maatschappelijke propositie. Iedereen kan daar baat bij hebben. Hij geeft de tip om ook bezoekers als stakeholder te zien. Ook zij kunnen een rol spelen in het creëren van meer maatschappelijke impact.

Looptijd

Je kan bij side events denken aan een eenmalig evenement tijdens en naast het hoofdevenement, maar de impact van een doorlopende reeks aan evenementen is groter, daar zijn de experts het wel over eens. Ook op tijd beginnen met

nadenken over de organisatie, bij voorkeur vanaf de bidprocedure van het hoofdevenement, lijkt essentieel om echt impact te hebben.

Tamminga en Roelofs: *"Impact creëren doe je niet met een side-event van een dag. Zo had de organisatie van het EK Atletiek 2014 in Zürich het plan om 12.000 kinderen aan atletiek te laten doen. Wat bleek, ze hebben een weekend lang een kennismakingsevent georganiseerd, meer niet. Dat staat in schril contrast met de wijze waarop de organisatie van het EK Atletiek dit in 2016 heeft aangepakt: een 16 weeks programma, in aanloop naar het evenement en tijdens het EK op vijf locaties programma's. (Hover, 2016; Hover, Davids, de la Faille – Deutekom, & Dallinga, 2016; Künzel & Hazelaar, 2017)."* Ook bij de Tourstart in Utrecht in 2015 is bewust gekozen voor een langdurig activatieprogramma. Dit is niet altijd mogelijk. De organisatie van [Giro Gelderland](#) kon bijvoorbeeld veel later beginnen met de organisatie en dat verschil met de Tourstart Utrecht was merkbaar, vinden diverse experts.

Beter nog zijn jaarlijks terugkerende evenementen, volgens Van Dooren: *"Jaarlijks terugkerende evenementen zijn eigenlijk interessanter voor maatschappelijke impact. Daar kan je beter beleid op maken."*

De duurzaamheid en een structurele aanpak van side-events, vindt ook Van der Gugten heel belangrijk. Het EK atletiek in Amsterdam is een mooi voorbeeld waarbij er tijdig iemand vanuit de gemeente Amsterdam aangesteld is voor de side events, maar die ook een jaar na dato nog steeds actief is. Schoemaker erkent dit: *"Continuïteit bieden is een belangrijke succesfactor, dus stop niet meteen met je side-events na het evenement."*

Slender gelooft sterk in een '100 dagen programma', met elke week side events, waar je goed over moet communiceren. Gemeente Utrecht had de Tourstart volgens hem ook visueel goed zichtbaar gemaakt door onder andere vlaggen op te hangen en bomen te versieren (city-dressing). Dit bleek een succesfactor, die later bijvoorbeeld bij GiroGelderland en WEURO herhaald is.

Vanuit de praktijk benadrukt Veerbeek ook het belang van een lange aanloop met side-events richting een evenement. Met de gemeente Nijmegen, de provincie Gelderland en de Atletiek Unie is de Stichting Zevenheuvelenloop bezig met het verwerven van het WK halve marathon in 2022 als onderdeel van de Stevensloop. In 2018 wil hij al beginnen met side events gericht op dit WK. Zo staat komend jaar bij de Stevensloop aangepast sporten centraal. In 2019 vormen middelbare scholieren de hoofddoelgroep, het jaar erna de brede massa en in 2021 vormen werknemers de primaire doelgroep.

Everaert onderscheidt side events voor en na afloop van een evenement van side events tijdens een evenement. Tijdens een evenement stimuleert hij vooral festivalachtige events die als doel hebben om de verblijfsduur van bezoekers te verlengen en die de beleving van hen vergroten (beleving & ervaring). Vooraf en

achteraf wil hij dat side events aansluiten bij de beleidsagenda's van gemeenten en zijn bond (meestal participatie & cohesie). Een goede aansluiting met het hoofdevenement vindt hij essentieel.

Hij probeert de competitieve side events altijd uit te laten monden in finales tijdens het hoofdevenement. Dat draagt ook bij aan het vullen van de tribunes. Deze aansluiting ontbrak volgens Hans Slender bijvoorbeeld bij het European Youth Olympic Festival (EYOF) in 2013 in Utrecht. Achmea organiseerde daar als sponsor de High5 Challenge, een reeks van side events. Deze kwamen volgens Slender echter teveel los te staan van het hoofdevenement.

Voorbeelden uit de praktijk

Patricia Mars van de gemeente Amsterdam legt uit dat zij een vaste opzet van ongeveer twee jaar hebben om jeugd te betrekken bij de betreffende sport. Ruim tevoren begint de gemeente met docentenscholing in de tak van sport van het evenement. Vervolgens wordt deze sport onder schooltijd gegeven, waarna kinderen ook na schooltijd verder kunnen trainen. Een finalewedstrijd sluit deze aanpak uiteindelijk af. Deze vindt vaak plaats tijdens het hoofdevenement. Tot slot biedt de gemeente kinderen de gelegenheid om lid te worden van een vereniging in de buurt. Voor grote topsportevenementen gebeurt nog meer aan side-events, afhankelijk van tijd en budget. De ontwikkeling en de uitvoering hiervan gebeurt in nauwe samenwerking met de sportbond. De gemeente heeft vaak een adviserende rol en brengt de verschillende stakeholders bij elkaar. Wetselaar vindt het vooral belangrijk dat de gemeente organisatoren van side events helpt bij het koppelen van hun ideeën aan bestaande gemeentelijke projecten, onder andere om zo middelen vrij te maken. Hij wil dat er tot op het hoogste organisatieniveau over side events gesproken en besloten wordt. Het moet er niet bij hangen!

De gemeente Utrecht heeft als projectorganisatie vooral voorwaarden gecreëerd ten behoeve van side events, maar heeft deze niet zelf georganiseerd. Er is gekozen voor vier thema's (cultuur, sport, kennis en economie) en daar is budget aan gehangen. Met relevante partijen rondom deze thema's is vroegtijdig gebrainstormd.

Van Dooren heeft op basis van zijn maatschappelijk georiënteerde projecten vier stappen geïdentificeerd:

1. Kies een maatschappelijk thema. Dat hoeft geen geïjkte thema te zijn.
2. Formuleer vooraf een heldere doelstelling.
3. Maak een creatieve propositie richting alle stakeholders.
4. Zorg voor een blijvend en concreet resultaat.

Financiering

“De gemeente Rotterdam heeft een budget dat bij grotere evenementen vergroot wordt”, geeft De Koning aan. Er is sowieso stedelijk budget en budget vanuit het ‘lokale’ gebied waar het evenement plaatsvindt.

Vervolgens dragen zowel Rotterdam Topsport als Rotterdam Sportsupport bij. Het ministerie van VWS betaalt meestal ook mee en soms zelf sponsoren en toernooi-organisaties.

Subsidiegeld zou wat Hans Slender betreft vooral ingezet moeten worden voor het faciliteren van side-events en voor het bijdragen aan de communicatie ervan. Niet zozeer voor het daadwerkelijk organiseren. Dat sluit aan bij de gedachte van De Koning: *“Alles valt of staat met een goed hoofdevenement. De gemeente moet aanvullend, niet invullend zijn.”*

De gemeente Utrecht heeft qua financiering nooit meer dan de helft van de kosten van een side event betaald. Als een organisatie de financiering dan nog niet rond krijgt, is er volgens Wetselaar blijkbaar te weinig draagvlak voor en is het maar beter ook dat het niet plaatsvindt. Voor de organisatie van een topsportevenement wordt door het ministerie van VWS alleen een rijksbijdrage verstrekt als er ook een programma van side events rondom het betreffende sportevenement wordt georganiseerd. De kosten van deze side events worden voor maximaal 50% gesubsidieerd met een vastgestelde limiet, afhankelijk van de categorie waarin het evenement is toegekend.

Monitoring & Evaluatie

Monitoring & Evaluatie in de praktijk

Door het ministerie van VWS gesubsidieerde evenementen kennen de verplichting om hun evenement volgens de WESP-richtlijnen te evalueren. Meestal wordt alleen het hoofdevenement goed geëvalueerd, vooral op het gebied van economische impact. Onderzoek naar side-events wordt soms nog wel begroot, maar zodra er elders een tekort ontstaat, is dit vaak de eerste post die geschrapt wordt. Positieve uitzonderingen zijn diverse side events van het [EK Atletiek](#) en de [Best Football Friends](#) toernooien in Noord-Brabant in aanloop naar het EK Vrouwenvoetbal (Mulier Instituut, 2017). Soms wordt alleen een deel van de side-events geëvalueerd zoals bij de Tourstart in Utrecht. Dit geeft een vertekend beeld, volgens Slender.

Ook Van Lenthe constateert dat evaluatiegegevens veelal ontbreken. “Effecten van evenementen kan je in principe breed meten, maar het blijft vaak beperkt tot economische impact. Sociale, gezondheidsimpact wordt nauwelijks gemeten. Je zou bijvoorbeeld ook kunnen kijken naar wat (side-) events opleveren voor participatie onder ouderen of voor vrijwilligerswerk.” Van Lenthe geeft ook aan

dat het evalueren van side events complex is. Deze complexiteit zit wat hem betreft vooral in het aantal betrokken partijen en in het feit dat vervolgstappen op evenementen ingewikkeld zijn. Vaak is er geen geld om te volgen welk (beweeg)gedrag mensen vertonen een jaar na afloop van een evenement. In dat natraject kan namelijk op veel terreinen wat mis gaan: onvoldoende accommodaties, verenigingen die eventuele nieuwe aanwas niet aan kunnen, et cetera.

De Koning houdt goed bij hoe de deelname aan activiteiten is. Hij richt zich daarbij niet alleen op mensen met een lage Sociaal-Economische Status (SES), maar op de gehele Rotterdamse bevolking. Hij telt het aantal activiteiten, de deelnemers en hij kijkt op voorhand naar de cijfers van de bond. Hij is dus veelal gericht op het verhogen van sportparticipatie. [Maatschappelijke meerwaarde](#) laat hij ook regelmatig onderzoeken. Hij merkt wel dat het nog steeds ingewikkeld is om aan te tonen of bijvoorbeeld criminaliteit minder is geworden door sportactiviteiten. Hetzelfde geldt voor sociaal isolement. Tevredenheidsonderzoeken doet hij ook bij ieder evenement.

Andere evaluatie benadering

Van der Gugten geeft aan dat er sinds het in 2012 verschenen handboek voor side-events meer aandacht is gekomen vanuit VWS voor de monitoring en evaluatie van side-events. Waar wat hem betreft nog meer aandacht voor zou moeten komen is de legacy, het lange termijn effect. Monitoring en evaluatie richt zich nu nog vooral op de impact rond het hoofdevent, vindt Van der Gugten. Er is volgens hem behoefte aan meer onderzoek naar de langere termijn effecten, zowel op deelname als aanbodontwikkeling.

Ook Sportyv pleit voor meer aandacht aan na-evaluatie, bijvoorbeeld één jaar na een evenement. Dan kun je maatschappelijke effecten veel beter in beeld brengen. In een ideale onderzoeksvorm doe je een 0, 1 en 2 meting. Echter, budgetten zijn vaak al op, zeker na afloop van een evenement. Door deze beperkte manier van meten, kun je niet hard maken dat evenementen leiden tot meer sportparticipatie, terwijl dat in de ogen van Sportyv wel degelijk het geval kan zijn. Tamminga en Roelofs zijn van mening dat bonden het meeste belang hebben bij het bereiken van maatschappelijke impact. Zij zouden dan ook financieel het meest mogen bijdragen aan de evaluatie van side events, maar in de praktijk is het meestal kansloos om van hen investeringen in impactonderzoek te verwachten. Uitzonderingen vormen onder andere de KNVB bij het EK Vrouwenvoetbal (2017) en de NeVoBo bij het WK Beachvolley en het EK volleybal (2015).

De gemeente Amsterdam geeft aan dat lange termijn procesonderzoek waardevolle inzichten kunnen geven voor het verbeteren van de organisatie. Ook kan (advies over) standaardisatie van meetmethodes wellicht bijdragen aan

het structureel verzamelen van data over de impact van sportevenementen. Hiervoor zijn wel middelen nodig; de gemeente zelf ziet hier geen mogelijkheden toe.

Er is volgens Paul Hover (Mulierinstituut) voldoende instrumentarium om maatschappelijke impact te meten, maar waar het vaak aan ontbreekt, is een evaluatie op de langere termijn (legacy). Pas dan kun je echt impact in kaart brengen. Slender vindt dat dit instrumentarium er weliswaar is (WESP-richtlijnen), maar dat het niet haalbaar is om dit allemaal toe te passen. Hij vindt het simpelweg teveel en hij vindt dat de vragen in de richtlijnen vaak ook niet logisch zijn dan wel moeilijk te beantwoorden zijn. Het meten van trots en cohesie is volgens hem wel goed meetbaar. Slender: *“Als evenementen hoog gewaardeerd worden, vinden veel andere effecten vaak ook plaats. Hoge waarderingcijfers van bezoekers lijken te leiden tot trots en een positieve beleving.”*

Slender is op de Hanze Hogeschool samen met Bake Dijk aan het studeren op een [andere benadering van evenementen](#). Een evenement zien zij als een project. Het creëren van maatschappelijke impact zien ze als een proces. Vanuit de theorie zijn project- en procesmanagement verschillende activiteiten. Dit is daarom ook moeilijk te verenigen. Daarom is Slender van mening dat je het organiseren en evalueren van maatschappelijke spin-off een aparte plek in je organisatie moet geven en er mensen op moet zetten die daar geschikt voor zijn.

Het zou volgens Van der Gugten goed zijn als een onderzoeker al aan de voorkant van de organisatie van een sportevenement meedenkt over het inrichten van maatschappelijk impact, in plaats van hier pas na afloop naar te kijken. Dit helpt ook bij de monitoring en evaluatie.

Kennisvergaring en -deling vinden de geïnterviewde experts uit de praktijk wel belangrijk, maar de meesten van hen geven aan dat ze hier onvoldoende de tijd voor nemen.

Samenvatting en conclusies

Tamminga en Roelofs (Sportyv) vatten het mooi samen: “Side-events zijn tegenwoordig eerder programma’s of projecten. Een reeks aan side events vormen in feite een programma.” Zij zien ook dat er tegenwoordig meer met side-events wordt gewerkt. “Aanvankelijk waren side events noodzakelijk om subsidie vanuit het Beleidskader te krijgen. Afgelopen jaren is er meer bewustzijn ontstaan dat er veel meer gedaan kan worden met een evenement. Vaak is dit ook een wens van bond of gemeente, om de looptijd van een

evenement te verlengen". Een intensieve samenwerking tussen gemeenten, bonden en organisatoren is een belangrijke succesfactor. Hier moet volgens Sportyv ook al vroeg, in de planfase, mee begonnen worden. Een conclusie die vrijwel alle geïnterviewde experts overigens noemen.

Evenals het belang van een goede afstemming over doel, doelgroep en gewenst bereik. Verder blijkt het belangrijk om een gezamenlijke verantwoordelijkheid te creëren. En om uiteindelijk focus te kiezen. Zoals de dames van Sportyv aangeven: *"Je kunt best breed beginnen met het verzamelen van ideeën, maar ga daarna trechteren en formuleer vervolgens smart doelstellingen. Dan kun je effecten ook beter meten."*

Een belangrijke conclusie die Van Lenthe trekt naar aanleiding van zijn onderzoek, is dat nevenevenementen een tak van sport vormen die vrijwel onontdekt zijn. *"Veel gemeenten halen evenementen binnen, mede met het oog op neveneffecten die deze op zouden moeten leveren. Maar we weten nog heel weinig af van deze beoogde effecten."* Van Lenthe vindt het vreemd dat beschikbare kennis vanuit gezondheidsbevordering met betrekking tot het bereiken van mensen en gedragsverandering nauwelijks ingezet wordt bij nevenevenementen. Het wiel wordt volgens hem vaak opnieuw uitgevonden. De geïnterviewde experts benadrukken het belang van het opstellen van meetbare en realistische doelstellingen wat betreft side events. Deze moeten additioneel zijn aan het hoofdevenement en ze moeten liefst zowel toeleiden naar zowel meer interesse van de doelgroep in het hoofdevenement als blijvende impact voor de tak van sport (of sport/gezondheid in bredere zin) genereren. Meerdere experts spreken over het belang van de factor trots. Onder hen Everaert. Hij is ervan overtuigd dat het kweken van trots bij bezoekers én organisatie energie oplevert binnen de sportwereld. *"Uiteindelijk gaat iedereen daar dan harder van lopen, zowel binnen de bond, bij verenigingen als ook bij sponsors. Dat levert een enorme maatschappelijke impact op, die echter moeilijk tot niet te meten is"*, denkt hij.

De DSP-brochure over maatschappelijke spin-off (2012) noemt tien tips voor de voorbereiding van succesvolle side-events:

1. Start ruim op tijd met de voorbereiding.
2. Zorg voor een goede verbinding tussen hoofd- en side-events.
3. Bepaal tevoren de doelstelling en de doelgroep(en).
4. Betrek relevante partners tijdig bij de uitwerking.
5. Zorg voor een goede communicatiestrategie.
6. Besteed voldoende aandacht aan het betrekken van vrijwilligers.
7. Bepaal vooraf welke gegevens geregistreerd moeten worden.
8. Stuur tussentijds bij als doelstellingen niet gehaald worden.
9. Borg de kennis en ervaring die opgedaan worden binnen de organisatie.
10. Zorg voor terugkoppeling naar doelgroep, vrijwilligers en partners.

Uit de gesprekken met de experts blijkt dat deze tips nog altijd actueel zijn. Ze zijn alle tien belangrijk, maar we pikken er tip negen over borging van kennis even uit. De organisatie van het evenement en de side-events levert kennis en ervaring op over wat werkt en wat niet werkt.

Door die kennis en ervaring te borgen, wordt voorkomen dat volgende organisatieteams het wiel opnieuw moeten uitvinden. Het is belangrijk deze kennis vast te leggen in een notitie, artikel of andersoortig kennisproduct.

Bijlagen

Geïnterviewde experts

- Tim van Dooren (More2Win)
- Michel Everaert (NeVoBo)
- Martin van der Gugten en Ineke Deelen (DSP)
- Paul Hover (Mulierinstituut)
- Edwin de Koning (gemeente Rotterdam)
- Frank van Lenthe (Erasmus Medisch Centrum Rotterdam)
- Patricia Mars en Wim van Beusekom (gemeente Amsterdam)
- Jelle Schoemaker (HAN)
- Hans Slender (Hanzehogeschool Groningen)
- Yvonne Tamminga en Yvon Roelofs (Sportyv)
- Ronald Veerbeek (Stichting Zevenheuvelenloop)
- Ton Wetselaar (gemeente Utrecht)

Literatuur

Chalip, L. (2006). Towards Social Leverage of Sport Events. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 109–127.

Craig, P., Dieppe, P., Macintyre, S., Michie, S., Nazareth, I., Petticrew, M., & Medical Research Council Guidance. (2008). Developing and evaluating complex interventions: the new Medical Research Council guidance. *BMJ*, 337, a1655.

Deelen, I., Duijvestijn (2017). 'Het vrouwenvoetbal is echt op de kaart gezet. Evaluatie van het side-events programma van WEURO 2017'.

De Groot, M., Blom, S., & van der Gugten, M. (2012). Meer halen uit sportevenementen. DSP Groep.

Hover, P. (2016). EK ATLETIEK AMSTERDAM 2016 | Organisatie en Impact. Mulier Instituut.

Hover, P., Davids, A., de la Faille – Deutekom, M. B., & Dallinga, J. (2016). EK Atletiek Amsterdam 2016 | Economische Impact en Beleving. Mulier Instituut.

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

Künzel, M., & Hazelaar, C. (2017). Eindrapportage Sportstimuleringsprogramma Atletiek. Gemeente Amsterdam.

Ministerie van VWS (2015), Beleidskader sportevenementen

Nederlandse Sportraad (2017). Nederland op de kaart. Analyse van 25 grote sportevenementen in Nederland.

Preuss, H. (2007). The Conceptualisation and Measurement of Mega Sport Event Legacies. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3-4), 207–228.

Van Lenthe, F. (2017). De Kracht van Sportevenementen. *Presented at the CEPHIR symposium*.