

COLUMN REMCO HOEKMAN

Hardloopevenementen

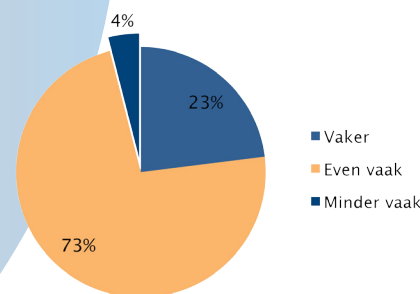
Nog maar 50 jaar geleden werden hardlopers in het openbaar gekschierend nageschreeuwd, 'ze hebben hem al te pakken hoor!'. Dwaze mensen in trainingspakken, dat waren ze. De 'homo adidas' om namens Midas Dekkers te spreken. Tegenwoordig zijn hardlopers niet meer weg te denken uit het straatbeeld. Eén op de vijf Nederlanders, zowel mannen als vrouwen, loopt hard en hardlopen is de grootste evenementensport van het land. >

Hardlopen representeert een gezonde leefstijl en wordt ook om die reden in de reclamewereld omarmd. Neem Becel die haar reclamespotje opbouwt rondom een hardlopende man en Agis die een medewerkster op hakken door het beeld laat rennen. Ook weten evenementenorganisatoren A-merken, waaronder ING en Nike, aan zich te binden. Hardlopen is een sport die op elk niveau beoefend kan worden, op elk moment van de dag en alleen een paar hardloopschoenen vereist. Een sport die uitstekend past in een maatschappij waar veel belang wordt gehecht aan gezondheid, een slank voorkomen en waar volle agenda's meer regel dan uitzondering zijn.

Met de groei van de hardloepsport zien we ook de hardloopevenementen als paddenstoelen uit de grond schieten. Vaak zijn gemeenten, ook los van vergunningverlening, betrokken bij de organisatie van deze evenementen. Enerzijds vanuit citymarketing en anderzijds vanuit sportstimulering. Bij de tien grootste evenementen is vorig jaar onderzoek gedaan door collega's Van Bottenburg en Hover naar de achtergronden van de evenementenlopers. Een eerste inventarisatie leerde dat bij de zeven hardloopevenementen waar cijfers van beschikbaar waren, de inschrijvingen in 2008 met 29 procent zijn toegenomen ten opzichte van 2005, waarbij de groep die is afgewezen omdat het evenement al vol zat nog niet eens is meegerekend. De evenementenlopers uit 2008 bleken voor de helft in de afgelopen vijf jaar te zijn begonnen met hardlopen en tien procent in het jaar voorafgaand aan het evenement. Daar komt bij dat voor bijna alle evenementenlopers het hardlopen niet stopt na het evenement, maar in dezelfde (73%) of hogere frequentie (23%) wordt doorgezet. Dit onderstreept de rol die hardloopevenementen kunnen vervullen voor sportstimulering. Zeker als je bedenkt dat het vooral gaat om mensen tussen

de 30 en 55 jaar, van wie bekend is dat de sportdeelname onder het landelijk gemiddelde ligt en waarvan de sportdeelname met het ouder worden afneemt. Helaas is onbekend of de nieuwe hardlopers afkomstig zijn uit de groep niet-sporters. Het is voor te stellen dat een deel van de nieuwe hardlopers een andere sport beoefende en is overgestapt naar hardlopen of beide sporten is gaan beoefenen.

Hardloopevenementen trekken overigens niet alleen lopers aan, ze staan ook garant voor bezoekers. Drie hardloopevenementen staan bij de Respons Evenementenmonitor in de top tien van best bezochte evenementen, met als absolute topper de Fortis Marathon Rotterdam met een miljoen bezoekers. Grote groepen bezoekers en deelnemers zijn goed voor de lokale economie, al blijft het niet eenvoudig om de exacte economische effecten te bepalen. Het is tevens grotendeels onbekend wat een groot hardloopevenement doet voor het imago van de stad en wat het betekent voor haar inwoners. Meer onderzoek is nodig om zicht te krijgen op de maatschappelijke en economische effecten van sportevenementen. Duidelijkheid over de effecten maakt het eenvoudiger om een keuze te maken om



Verwachting hardlooffrequentie van evenementenlopers komende 12 maanden

Bron: Van Bottenburg & Hover (2009)

wel of niet te investeren in bepaalde sportevenementen. Voor nu is het vooral zaak voor gemeenten om te focussen. Wat streeft je na als gemeente en welke (sport)evenementen kunnen daar een bijdrage aan leveren? Vraag je af of het evenement bij de gemeente past en of je onderscheidend bent.

Remco Hoekman is onderzoeker bij het W.J.H. Mulier Instituut, in deze vaste column brengt hij sportonderzoek en sportbeleid samen. r.hoekman@mulierinstituut.nl
De publicaties waar in deze column naar wordt verwezen zijn te vinden op www.mulierinstituut.nl/publicaties/sportlokaal/

Bezoekersaantallen van top-10 sportevenementen, 2000-2008 (x 1.000)

| | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| 1. Fortis Marathon Rotterdam | 625 | 800 | 925 | 975 | 975 | 825 | 850 | 900 | 1.000 |
| 2. Vierdaagse Nijmegen | 500 | 800 | 800 | 830 | 930 | 950 | * | 850 | 900 |
| 3. Bavaria City Racing | - | - | - | - | - | 300 | 400 | 500 | 575 |
| 4. City Beach! Tour | 240 | 260 | 289 | 139 | 118 | 115 | 150 | 750 | 510 |
| 5. Eneco Tour | 100 | 200 | 240 | 265 | 260 | 300 | 450 | 450 | 450 |
| 6. Youth Friendship Games | - | - | - | - | 150 | 150 | 200 | 300 | 375 |
| 7. NK Beach Soccer | - | - | - | - | - | - | - | - | 315 |
| 8. Amstel Gold Race | 425 | 400 | 325 | 275 | 325 | 325 | 335 | 350 | 250 |
| 9. Dam tot Damloop | 150 | 150 | 125 | 120 | 150 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| 10. Amsterdam Marathon | 125 | 125 | 125 | 184 | 195 | 225 | 190 | 215 | 190 |

Bron: Respons evenementenmonitor *Nijmeegse Vierdaagse afgelast