

Evaluatie van het WK Beachvolleybal

Economische impact, tevredenheid van de bezoekers en de beleving van de inwoners van Den Haag



Noud van Herpen
Dewi Asselman
Carlie van Meer



Evaluatie van het WK Beachvolleybal

Economische impact, tevredenheid van de bezoekers
en de beleving van de inwoners van Den Haag

In opdracht van de Gemeente Den Haag



Gemeente Den Haag

In samenwerking met TIG Sports



TIG SPORTS

DE HAAGSE
HOGESCHOOL

De Haagse Hogeschool

Faculteit Gezondheid, Voeding en Sport

Noud van Herpen (Docent De Haagse Hogeschool)

Dewi Asselman (Medewerker De Haagse Hogeschool)

Carlie van Meer (Auteur bachelor scriptie over dit onderwerp)

De onderzoeksrichtlijnen die worden aanbevolen door de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP) vormden het uitgangspunt voor de evaluatie van het WK Beachvolleybal (www.evenementenevaluatie.nl). Zoals gebruikelijk bij de WESP heeft er een peer-review plaatsgevonden, welke met succes is afgerond. Voor het uitvoeren van de peer-review gaat onze dank uit naar Rik Burger

Foto's: De Haagse Hogeschool (Wim van der Spiegel), TIG Sports (Getty Images, Thomas Doornbos).

© De Haagse Hogeschool
Den Haag, November 2015

Samenvatting

Het WK Beachvolleybal vond plaats van 26 juni tot en met 5 juli 2015 in vier speelsteden, Den Haag, Amsterdam, Apeldoorn en Rotterdam. Tijdens dit toernooi streden 96 teams (dames en heren) uit 39 landen in 208 wedstrijden om de wereldtitels. Elke speelstad had zijn eigen unieke locatie. In Amsterdam werd er op de Dam gespeeld, in Apeldoorn op het Marktpllein, het stadion in Rotterdam had als achtergrond het passagiersschip SS Rotterdam en in Den Haag dreef het stadion op de Hofvijver. Van de poulefase tot aan de kwartfinales zijn de wedstrijden in alle vier de steden gespeeld. Het finale weekend, met de halve finales en finales, heeft plaatsgevonden in Den Haag.

De gemeente Den Haag wil het WK Beachvolleybal evalueren op de economische impact, de tevredenheid van de bezoekers en de beleving van het evenement onder de inwoners van de stad Den Haag. Voor de evaluatie van sportevenementen zijn standaard meetinstrumenten voorhanden, die zijn ontwikkeld door de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP).

Voor het bepalen van de economische impact zijn verschillende methoden ingezet: gestructureerde interviews met bezoekers en een interview met de organiserende partij (Liesbeth de Jong - TIG Sports). Studenten van De Haagse Hogeschool hebben gedurende iedere dag van het WK Beachvolleybal bezoekers face-to-face geïnterviewd. Dit heeft geresulteerd in 934 respondenten wat betreft de economische impact. Voor de tevredenheid zijn bij 437 bezoekers gestructureerde interviews afgenomen. Voor de beleving van de inwoners van Den Haag is de vragenlijst uitgezet via het stadpanel van de gemeente Den Haag (uitgevoerd door Steda Research BV - www.steda.nl). De uitnodiging is verstuurd naar een steekproef van 2600 inwoners en 1513 (58%) inwoners hebben gereageerd.

Het aantal bezoeken aan het WK Beachvolleybal is door TIG Sports geteld door middel van de verkochte tickets. In totaal zijn er in de vier speelsteden bij elkaar 98.000 bezoeken afgelegd. Echter, voor de berekening van de economische impact zijn de accreditaties en de middag vrijkaartjes niet meegeteld waardoor het aantal relevante bezoeken op 82.900 komt. Van de 82.900 bezoeken die wel meetellen voor de economische impact vond meer dan de helft plaats in Den Haag (42.874). Dit hoge aantal Haagse bezoeken komt onder meer door het stadion dat een grotere capaciteit had dan de overige speelsteden, er op nagenoeg alle dagen een Nederlands team heeft gespeeld in Den Haag en het finaleweekend in Den Haag was. Van de bezoekers was het merendeel man, de gemiddelde leeftijd was 39 jaar en driekwart was hoger opgeleid (HBO/WO diploma). Van de bezoekers kwam 7% uit het buitenland en 93% uit Nederland. Het grootste gedeelte van de buitenlanders was woonachtig in Duitsland (13%), de Verenigde Staten (12%) en Engeland (10%). In totaal bezochten bezoekers van 42 nationaliteiten het WK Beachvolleybal in Den Haag. Het waarderingcijfer dat de bezoekers hebben gegeven aan het WK Beachvolleybal in Den Haag is een 8,3 gemiddeld.

De additionele bezoekers zijn goed voor een economische impact van 623 duizend euro. Dit zijn de uitgaven in de gemeente Den Haag van deze groep. Dit bedrag is hoger dan de uitgaven van deze groep in de overige speelsteden. Tegenover deze positieve bijdrage staat een negatieve impact van de organisatie van 446 duizend euro waardoor de totale economische impact van het WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag uit komt op 177 duizend euro.

Ook in het tevredenheidsonderzoek geven de bezoekers het WK Beachvolleybal een 8,3 als rapportcijfer. Daarnaast geeft 98% aan tevreden te zijn over het WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag. Met name de sfeer en de locatie zijn zeer hoog gewaardeerd en daarna volgde de inrichting/aankleding, de amusementswaarde en de opstelling van de tribune. De tevredenheid van de bezoekers uit zich ook in het advies aan de gemeente Den Haag om zich in te blijven zetten om meer topsport evenementen in Den Haag te organiseren. Alleen over de zorg en hulpvaardigheid van de organisatie is het merendeel van de bezoekers ontevreden. Echter is niet te achterhalen wat hier de reden voor is. Verder is een kwart van de bezoekers zeer ontevreden over de betaalbaarheid van het evenement. Ook de informatieverstrekking voorafgaand aan het evenement is een verbeterpunt voor de organisatie.

De respondenten in het belevingsonderzoek geven het WK een 7,4, echter als er alleen gekeken wordt naar diegenen die WK Beachvolleybal ook bezocht hebben is dit cijfer een 8,5. Verder vindt driekwart van de respondenten dat het evenement goed is voor het imago van de stad en de meeste inwoners zijn er trots op dat het evenement in de eigen stad wordt georganiseerd. Zij geven echter ook aan dat het niet zorgt voor meer binding tussen de bewoners. De kritiekpunten van de inwoners op de organisatie van het evenement zijn met name gericht op de locatie. Een deel van de inwoners had het evenement liever op het strand van Scheveningen gezien dan op de Hofvijver. Aan de andere kant waren er ook veel positieve geluiden die o.a. benadrukten dat het goed is voor de stad en dat de sfeer fantastisch was.

De Haagse Hogeschool

Faculteit Gezondheid, Voeding en Sport
Opleiding Sport & Bewegen
(Sportmanagement)

Laan van Poot 363
2566 DA Den Haag

T (070) 448 32 36
E n.a.vanherpen@hhs.nl

www.dehaagsehogeschool.nl

Inhoudsopgave

Samenvatting	3
1. Inleiding	7
1.1 WK Beachvolleybal 2015	7
1.2 Leeswijzer	7
2. Economische Impact	9
2.1 Inleiding	9
2.2 Methoden	9
2.3 Definities	9
2.4 Economische impact bezoekers	10
2.4.1 Bezoekersaantallen en -kenmerken	10
2.4.2 Dag- en overnachtingsbestedingen bezoekers	12
2.5 Economische impact organisatie	13
2.6 Conclusie	13
3. Tevredenheid	17
3.1 Inleiding	17
3.2 Methoden	17
3.3 Tevredenheid WK Beachvolleybal; Den Haag	17
3.3.1 Bezoekersprofiel	17
3.3.2 Tevredenheid	18
3.3.3 City hosts, activiteiten in Den Haag en inzet gemeente	19
3.4 Conclusie	21
4. Beleving Inwoners Den Haag	23
4.1 Inleiding	23
4.3 Beleving WK Beachvolleybal; inwoners Den Haag	23
4.4 Rapportcijfer WK Beachvolleybal	27
4.5 Conclusie	27
Literatuurlijst	29
Bijlagen:	31
Bijlage 1: Economische Impact	31
Bijlage 1a: Overzicht aantal enquêtes per dag	31
Bijlage 1b: Vragenlijst onderzoek economische impact	31
Bijlage 1c: Begroting organisatie	35
Bijlage 2: Tevredenheid	36
Bijlage 2a: Vragenlijst tevredenheidsonderzoek	36
Bijlage 2b: Overzicht aantal enquêtes per dag	38
Bijlage 3: Beleving	39
Bijlage 3a: Vragenlijst belevingsonderzoek	39

1. Inleiding

1.1 WK Beachvolleybal 2015

Het WK Beachvolleybal vond plaats van 26 juni tot en met 5 juli 2015 in vier speelsteden, Den Haag, Amsterdam, Apeldoorn en Rotterdam. Tijdens dit toernooi streden 96 teams (dames en heren) uit 39 landen in 208 wedstrijden om de wereldtitels. In totaal hebben 9 Nederlandse teams meegedaan. Het Nederlandse vrouwenteam Meppelink/van Iersel kwam van de Nederlandse vrouwenteams het verst maar strandde in de achtste finales. Het Nederlandse mannenteam Nummerdoor/Varenhorst haalde de finale maar moest daarin hun meerdere erkennen in het Braziliaanse team Alison/Bruno Smith.

Elke speelstad had zijn eigen unieke locatie. In Amsterdam werd er op de Dam gespeeld, in Apeldoorn op het Marktplein, het stadion in Rotterdam had als achtergrond het passagiersschip SS Rotterdam en in Den Haag dreef het stadion op de Hofvijver. Van de poulefase tot aan de kwartfinales zijn de wedstrijden in alle vier de steden gespeeld. Het finaleweekend, met de halve finales en finales, heeft plaatsgevonden in Den Haag.

In deze rapportage staat de speelstad Den Haag centraal. Als 'Sportstad aan Zee' heeft de gemeente Den Haag de Hagenezen betrokken bij het evenement. Zo zijn er tal van side-events georganiseerd voor de inwoners van de stad, voor jong en oud. Voorbeelden zijn de wereldrecordpoging beachvolleybal, (school)toernooien, smashbal op pleintjes in de stad en de Beach Club The Hague (op het Plein) met een verscheidenheid aan Haagse artiesten op het podium.

Naast de sportieve side-events was het Plein in Den Haag volledig omgetoverd tot een Beach club waarbij de horeca op en om het Plein een belangrijke rol speelde. De fans konden voor, tijdens en na de wedstrijden genieten van het volledig Haags beklommen podium met uiteenlopende optredens, schermen waarop de verdiensten van de beachvolleyballers op de voet gevolgd konden worden en hapjes en drankjes op de zonnige terrasjes.

De gemeente Den Haag wil het WK Beachvolleybal evalueren op de economische impact, de tevredenheid van de bezoekers en de beleving van het evenement onder de inwoners van de stad Den Haag. Voor de evaluatie van sportevenementen zijn standaard meetinstrumenten voorhanden, die zijn ontwikkeld door de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP). Toepassing van standaard meetinstrumenten maakt sportevenementen beter vergelijkbaar waardoor een groter leereffect wordt bereikt. Bovendien kan de opdrachtgever de resultaten gebruiken in communicatie-uitingen naar (potentiële) sponsors en andere stakeholders van het betreffende evenement en toekomstige evenementen. Voor de Faculteit Gezondheid, Voeding en Sport van De Haagse Hogeschool is het van belang dat haar studenten relevante beroepsopdrachten kunnen uitvoeren in het werkveld. De evaluatie van grote strategische sportevenementen in de regio Den Haag wordt gezien als belangrijke kans op het snijvlak van onderwijs, onderzoek en beroepspraktijk. De Haagse Hogeschool is de gemeente Den Haag dan ook dankbaar voor het verstrekken van deze opdracht.

1.2 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 staat de economische impact van het WK Beachvolleybal centraal. De tevredenheid komt aan bod in hoofdstuk 3. Vervolgens is in hoofdstuk 4 verwoord hoe de inwoners van Den Haag het WK Beachvolleybal ervaren hebben. Elk hoofdstuk start met een korte inleiding, beschrijft de gebruikte methoden, geeft een overzicht van de belangrijkste resultaten en sluit af met conclusies.

Door het hele rapport zijn quotes opgenomen. Deze quotes zijn gegeven door de inwoners van Den Haag bij het belevingsonderzoek.



"WAT EEN FANTASTISCHE SFEER!
ECHT GENOTEN!"

"IK VOND HET FANTASTISCH
GEORGANISEERD. PRACHTIG STADION,
GEWELDIGE GEZELLIGE EN ONTSPANNEN
SFEER IN EN ROND DE HOFVIJVER. ZO'N GOED
GEORGANISEERD TOERNOOI EN GOED
TOEGANKELIJK (10 EURO VOOR EEN
DAGDEEL) MAAKTE MIJ TROTS. HEEL GOED
VOOR DE STAD!"



"DE FEESTELIJKE SFEER WAS GOED TE PROEVEN. IK VOND HET HELEMAAL SUPER! TOP DAT ER ZOVEEL ACTIVITEITEN WAREN. EN ERG LEUK DAT IK ALS OOIEVAARSPASHOUDER GRATIS 1 VAN DE WEDSTRIJDEN HEB MOGEN BEZOEKEN. HARTELIJK DANK!"

"BRILJANTE ORGANISATIE. DEN HAAG IS WEDEROM (INTERNATIONAAL) UITSTEKEND OP DE KAART GEZET. TOP SFEER EN MOOIE ACTIVITEITEN OP HET PLEIN. TROTS!"

2. Economische Impact

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de economische impact van het WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag. De overige speelsteden worden hierbij buiten beschouwing gelaten.

Van het evenement zijn het aantal bezoekers en de kenmerken van deze bezoekers in kaart gebracht. Er wordt een beeld geschetst van wat de bezoekers uitgeven en wat daarmee de economische impact binnen de gemeente Den Haag op korte termijn is. Hierbij worden ook de overnachtingen meegenomen. De kosten die de organisatorische partij TIG Sports heeft gemaakt om het WK Beachvolleybal te organiseren worden vervolgens ook meegenomen in de economische impact. De subsidie van de gemeente Den Haag is hierin opgenomen, evenals de uitgaven voor de VIP's, media en deelnemers. Naast de economische impact komt het bezoekersprofiel aan bod en wordt een waardering gegeven in de vorm van een rapportcijfer.

2.2 Methoden

Voor dit onderzoek zijn verschillende methoden ingezet: gestructureerde interviews (enquête) met bezoekers en een interview met de organiserende partij (met dank aan Liesbeth de Jong – TIG Sports). Het onderzoek naar de economische impact van het WK Beachvolleybal 2015 volgt de richtlijnen zoals die beschreven worden in het Handboek Richtlijnen Economische Impact versie 1.0 van de WESP (Richtlijnenhandboek Economische Impact, 2010).

Gestructureerde interviews met bezoekers. Ten behoeve van dit onderzoek heeft onder supervisie van de onderzoekers uitgebreid veldwerk plaatsgevonden. Studenten van De Haagse Hogeschool, opleiding Sportmanagement, hebben gedurende iedere dag van het WK Beachvolleybal bezoekers face-to-face geïnterviewd. Dit heeft geresulteerd in 934 respondenten onder de bezoekers. De verdeling van de respondenten over de interviewdagen is te vinden in bijlage 1a. De verdeling is gekoppeld aan het aantal wedstrijden per dag. Om die reden zijn de absolute aantallen tijdens de openingswedstrijd en de (halve-)finale wedstrijden lager dan de overige speeldagen. Op die dagen waren er slechts twee tot vier wedstrijden. Deze verdeling is gekoppeld aan het aantal wedstrijden per dag en daarmee is de spreiding goed geweest. De vragenlijst (bijlage 1b) was er in twee talen (Nederlands en Engels). Met de vragen is de nadruk gelegd op het achterhalen van de herkomst van de bezoekers en het uitgavenpatroon tijdens het bezoek aan het WK Beachvolleybal in de gemeente Den Haag.

De gestructureerde interviews zijn afgenomen door middel van het invullen van antwoorden op een tablet of smart Phone. Dit was mogelijk door de applicatie Harvest Your Data. Bij het afnemen van de gestructureerde interviews onder de bezoekers was er sprake van een steekproef. Om de steekproef zo representatief mogelijk te maken is er getracht iedere 10e bezoeker te interviewen. Alle dataverzamelaars hebben deze instructie meegekregen. Daarbij is een steekproef van minimaal 385 respondenten de eis bij een evenement met meer dan 5.000 bezoekers. Met 934 respondenten werd zeer ruim aan deze eis voldaan. De onderzoekers hebben de ingevoerde gegevens gecontroleerd en zijn daarmee verantwoordelijk voor de kwaliteitscontrole van de dataset.

Interview met TIG Sports. Met TIG Sports is overlegd over de inkomsten en uitgaven van de organiserende partij voor het WK Beachvolleybal. Speciale aandacht ging uit naar de spreiding van de inkomsten en de uitgaven binnen en buiten Den Haag. Als onderdeel daarvan zijn ook de inkomsten en de uitgaven van de VIP's, media en deelnemers overlegd. Gegevens over bezoekersaantallen en de herkomst van de bezoekers zijn ook door TIG Sports ontvangen.

2.3 Definities

Economische impact. Bij elk evenement is een veelheid aan economisch effecten denkbaar: bestedingen aan reclame door het bedrijfsleven, overnachtingen door bezoekers, promotie-effecten voor de gemeente, et cetera. De economische impact heeft in dit rapport betrekking op een deel van deze economische effecten en verwijst naar de directe bestedingen van de belangrijkste stakeholders (bezoekers, organisatie, pers, deelnemers, en begeleiding). Uitgaven van (lokale) overheden zijn volgens de richtlijn niet additioneel omdat aangenomen wordt dat deze middelen op een ander moment ten goede komen aan de betreffende regio (het is een verschuiving van uitgaven in de tijd). Mochten er uitgaven gedaan zijn door de gemeente Den Haag buiten de regio dan wordt dit gezien als een negatief effect ten aanzien van de economische impact. Dit omdat aangenomen wordt dat dit bedrag anders wel in de gemeente terecht had kunnen komen. Geld dat door bedrijven van buiten Den Haag, in Den Haag wordt uitgegeven heeft een positief effect op de economische impact. Aangenomen wordt dat dit geld anders niet in Den Haag terecht zou komen. Eventuele (positieve) effecten ten aanzien van regio marketing of citymarketing, bijvoorbeeld als uitvloeisel van de media-aandacht, zijn niet verdisconteerd. Hetzelfde geldt voor de langetermijn effecten voor de gemeente Den Haag en eventuele verdringingseffecten tijdens het evenement.

Additionele bezoekers. Additionele bezoekers van het WK Beachvolleybal 2015 zijn bezoekers die specifiek voor het evenement naar Den Haag zijn gekomen. Additioneel voor Den Haag wil in dit geval zeggen dat men, indien het WK niet had plaatsgevonden, niet aanwezig zou zijn geweest in de gemeente. Conform de richtlijn 'Economische Impact' is als uitgangspunt genomen dat de inwoners van Den Haag die het WK bezoeken niet als additioneel worden beschouwd. De uitgaven van de inwoners van Den Haag aan het evenement betreffen volgens wetenschappelijk sportonderzoek in veel gevallen een verschuiving van bestedingen in tijd. De uitgaven van deze groep dragen dus niet bij aan de economische impact.

WK Beachvolleybal 2015. Net als bij andere grote topsportevenementen geldt ook voor het WK Beachvolleybal 2015 dat er diverse side-events en andere afgeleide activiteiten zijn. Met het WK Beachvolleybal 2015 worden in dit onderzoek, tenzij anders vermeld, de 58 topsportwedstrijden van het WK in Den Haag bedoeld.

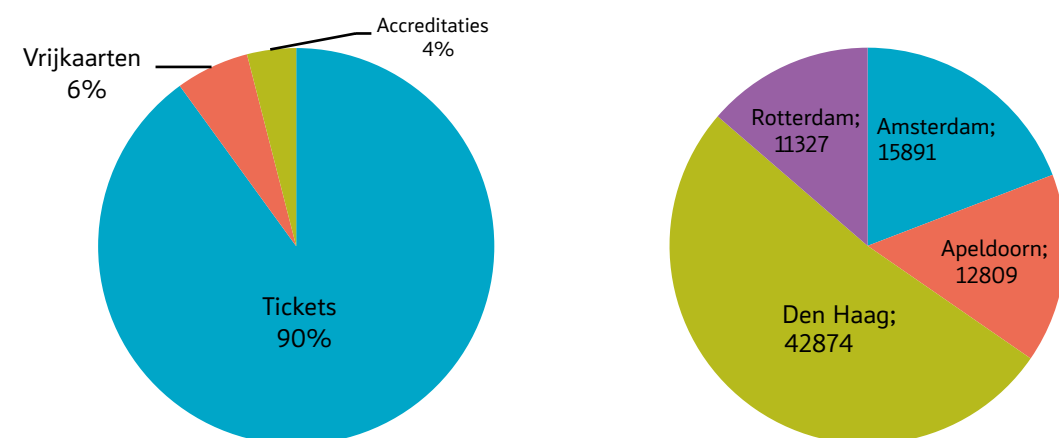
Geografische afbakening. De economische impact van een evenement wordt beïnvloed door het geografische gebied dat bij het onderzoek centraal staat. De economische impact van het WK is voor de provincie Zuid-Holland derhalve anders dan voor de gemeente Den Haag. In dit onderzoek is op verzoek van de opdrachtgever (gemeente Den Haag) de impact voor de gemeente Den Haag becijferd. De overige speelsteden (Amsterdam, Apeldoorn en Rotterdam) worden niet meegenomen in dit onderzoek.

2.4 Economische impact bezoekers

2.4.1 Bezoekersaantallen en -kenmerken

Aantal bezoeken. Het aantal bezoeken aan het WK Beachvolleybal is door TIG Sports geteld door middel van de verkochte tickets. In totaal zijn er in de vier speelsteden bij elkaar 98.000 bezoeken afgelegd. Echter, voor de berekening van de economische impact zijn de accreditaties en de middag vrijkaartjes niet meegeteld waardoor het aantal relevante bezoeken op 82.900 komt. De accreditaties zijn niet mee geteld omdat deze zijn gebruikt door VIP's, media, deelnemers en vrijwilligers en die zijn allen meegenomen in de begroting van de organisatie. Voor middag vrijkaartjes geldt dat deze voornamelijk zijn gebruikt door basisschool leerlingen en daarvan is uitgegaan dat zij weinig tot geen geld uitgeven. Van de 82.900 bezoeken die wel meetellen voor de economische impact is meer dan de helft in Den Haag afgelegd (42.874). Dit hoge aantal Haagse bezoeken komt onder meer door het stadion dat een grotere capaciteit had dan de overige speelsteden en dat er op nagenoeg alle dagen een Nederlands team heeft gespeeld in Den Haag.

Figuur 2.1: Verdeling tickets over de speelsteden



Additionele bezoeken. Voor het berekenen van de economische impact wordt er gekeken naar de additionele bestedingen in Den Haag ten gevolge van het WK Beachvolleybal. Om dit te kunnen berekenen wordt er gekeken naar de verdeling additionele en niet-additionele bezoeken. Deze verdeling wordt gemaakt aan de hand van de eerder genoemde methode. Zo tellen de bezoekers afkomstig uit Den Haag dus niet mee als additioneel. De herkomst van bezoekers is te zien in onderstaande tabel.

Tabel 2.1: Herkomst bezoekers WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag

Aandeel bezoeken/tickets Den Haag	42.874
Aandeel Hagenezen	34%
Aandeel Nederlanders elders	59%
Aandeel buitenlanders	7%
Totaal	100%

Van de bezoeken die door bezoekers van buiten Den Haag zijn afgelegd zijn bijna 18.000 bezoeken additioneel. Zij geven aan op dat moment zonder het evenement niet in de gemeente Den Haag te zijn geweest. Het percentage bezoeken dat additioneel is komt daarmee op 41% van alle bezoeken aan het evenement. Dit percentage is lager dan verwacht door het grote aandeel Hagenezen dat het WK Beachvolleybal heeft bezocht.

Basiskkenmerken. Van de bezoekers was 62% man en 38% vrouw, de gemiddelde leeftijd was 39 jaar en driekwart was hoger opgeleid (HBO/WO diploma). Bezoekers onder de 16 jaar zijn niet ondervraagd. De gemiddelde leeftijd van alle bezoekers zal dus lager uitvallen. In tabel 2.2 is de verdeling per leeftijdscategorie te zien.

Tabel 2.2: Leeftijdscategorieën bezoekers WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag

Leeftijdscategorieën	Percentage (%)
16-24	20%
25-34	25%
35-44	16%
45-54	21%
55-64	13%
65+	5%
Totaal	100%

Van de bezoekers kwam 7% uit het buitenland en 93% uit Nederland. Het grootste gedeelte van de buitenlanders was woonachtig in Duitsland (13%), de Verenigde Staten (12%) en Engeland (10%). In totaal bezochten bezoekers van 42 nationaliteiten het WK Beachvolleybal in Den Haag. Onder de bezoekers vallen zowel de bezoekers die op eigen initiatief naar het evenement zijn gekomen (74%) als de bezoekers op uitnodiging van een sponsor of de organisatie (24%).

Gezelschap. De bezoekers hebben aangegeven met hoeveel personen zij aanwezig waren op het WK Beachvolleybal in Den Haag. De gemiddelde groepsgrootte was vier personen. Dit gemiddelde is sterk beïnvloed door een aantal grote groepen mensen, zoals o.a. een vereniging die met 300 personen aanwezig was. Er waren namelijk vooral kleine groepen mensen aanwezig. De helft van de gezelschappen bestond uit twee personen, 13% was alleen, bij 11% bestond het gezelschap uit drie personen en bij 10% waren dit vier personen. Tabel 2.3 geeft weer waaruit het gezelschap bestond.

Tabel 2.3: Gezelschap bezoekers WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag

Type gezelschap	Percentage (%)
Met vrienden/kennissen	27%
Met partner zonder kinderen	26%
Alleen	12%
Met school/bedrijf/vereniging e.d.	9%
Met overige familie	8%
Alleen met kinderen	7%
Met partner met kinderen	7%
Gemengd gezelschap	4%
Totaal	100%

Overnachting. Van alle bezoeken aan het WK Beachvolleybal in Den Haag is 11% afgelegd door bezoekers die buitenshuis overnachten hebben. Deze overnachters zijn tezamen goed voor ruim 10 duizend overnachtingen in de gemeente Den Haag. De gemiddelde overnachtingsduur per bezoek aan het evenement was 2,15 nachten, waarbij geen onderscheid is gemaakt tussen buitenlanders en Nederlanders. Het type accommodaties waarin de overnachters verbleven waren voornamelijk 4-5 sterren hotels (30%), 0-3 sterren hotels (26%) en bij vrienden/familie/kennissen (14%).

Waarderingscijfer WK Beachvolleybal; Den Haag. Het waarderingscijfer dat de bezoekers hebben gegeven aan het WK Beachvolleybal in Den Haag is een 8,3 gemiddeld. In Den Haag heeft alleen het WK Hockey 2014 een hoger waarderingscijfer gekregen, namelijk een 8,5 (van Herpen et al., 2014). Overige evenementen in Den Haag scoorden lager, zoals de Grand Slam Beach 2014 met een 8,1 gemiddeld en het Volvo Ocean Race Festival 2015 met een 7,8 gemiddeld (Klomp, 2014) (van Herpen & Asselman, 2015). De World League Volleybal 2013 in Apeldoorn heeft een gemiddeld waarderingscijfer van een 8,1 gekregen (de Boer, 2013).

2.4.2 Dag- en overnachtingsbestedingen bezoekers

Voor de economische impact van de bezoekers is er een onderscheid gemaakt in dagbezoekers en overnachters en de herkomst van de bezoekers. Er wordt eerst gekeken naar de dagbestedingen van de dagbezoekers en daaropvolgend wordt er gekeken naar de dagbesteding en de overnachtingsbesteding van de overnachters. Voor beide groepen is alleen gekeken naar de additionele bezoekers.

Dagbestedingen dagbezoekers en overnachters. Tijdens het WK Beachvolleybal is er aan de bezoekers gevraagd wat zij die dag binnen de gemeente Den Haag hebben uitgegeven. Er is gevraagd naar de bestedingen aan: merchandising/souvenirs, eten/drinken, openbaar vervoer, winkelen, parkeerkosten en overige doeleinden. De gemiddelde dagbestedingen van additionele dagbezoekers over het gehele evenement genomen in Den Haag zijn weergegeven in tabel 2.4. Overnachters geven gemiddeld meer uit dan dagbezoekers, evenals buitenlanders meer uitgeven dan Nederlanders. De bestedingen aan overnachtingen zijn hierin niet meegenomen.

Tabel 2.4: Gemiddelde dagbesteding van de additionele bezoeker WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag

Dagbezoekers/overnachters	Herkomst	Gemiddelde dagbesteding
Additionele dagbezoekers	Buitenland	€32,14
	NL elders	€22,94
Additionele overnachters	Buitenland	€44,25
	NL elders	€41,09

Gekeken naar de verschillende uitgaven categorieën wordt er van dit bedrag het meest uitgegeven aan eten en drinken (65%), daarna volgt winkelen in de stad Den Haag waar 14% van het bedrag aan wordt besteed. De overige categorieën (parkeren, merchandising/souvenirs, openbaar vervoer en overig) zijn tezamen goed voor de overige 21% van de gemiddelde dagbesteding. Er is hierbij geen onderscheid gemaakt tussen dagbezoekers, overnachters, buitenlanders en Nederlanders. Als de gemiddelde dagbestedingen worden vermenigvuldigd met het aantal additionele bezoeken gedurende het evenement resulteert dat in een totale dagbesteding van bijna 500 duizend euro door de additionele bezoekers.

$$\begin{aligned} €32,14 * 183 &= € 6.000 \\ €22,93 * 14907 &= € 342.000 \\ €44,25 * 2280 &= € 101.000 \\ €41,09 * 1157 &= € 48.000 + \\ &€ 496.000* \end{aligned}$$

*door afronding tellen bedragen niet op

Overnachtingsbestedingen overnachters. Tijdens het WK Beachvolleybal overnachtte 11% van alle bezoekers elders dan op het vaste woonadres binnen de gemeente Den Haag. Ruim de helft van deze overnachters is additioneel omdat zij zonder het evenement niet in de gemeente Den Haag waren geweest. In totaal zijn die additionele overnachters goed voor 3.425 overnachtingen binnen de gemeente. Buitenlanders geven gemiddeld meer uit aan een overnachting dan Nederlanders (tabel 2.5).

Tabel 2.5: Gemiddelde overnachtingsbesteding van de additionele bezoeker WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag

Overnachters	Herkomst	Gemiddelde overnachtingsbesteding
Additionele overnachters	Buitenland	€45,80
	NL elders	€19,41

Als de gemiddelde overnachtingsbestedingen worden vermenigvuldigd met het aantal overnachtingen gedurende het evenement resulteert dat in 127.000 duizend euro aan totale bestedingen aan overnachtingen.

$$\begin{aligned} €45,80 * 2280 &= € 104.000 \\ €19,41 * 1145 &= € 22.000 + \\ &€ 127.000* \end{aligned}$$

*door afronding tellen bedragen niet op

Totale economische impact bezoekers. De totale netto economische impact door bezoekers van het WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag komt op €623.000,- (tabel 2.6). Voor de additionele bezoekers is dit is de hoogste economische impact van de vier speelsteden. Amsterdam volgt met €525.000,-, daarna Rotterdam met €145.000,- en ten slotte Apeldoorn met een impact van €97.000,-.

Tabel 2.6: Economische impact door bezoekers WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag

Soort uitgaven	Bedrag in Euro's
Dagbestedingen door additionele bezoekers	€496.000
Overnachtingsbestedingen door additionele bezoekers	€127.000
Totaal uitgegeven in de gemeenten Den Haag	€623.000

2.5 Economische impact organisatie

Om de economische impact van de organisatie van het WK Beachvolleybal te berekenen wordt er gekeken naar het geld dat afkomstig is uit Den Haag (inkomsten organisatie) en naar het geld dat in Den Haag uitgegeven wordt (uitgaven organisatie). Deze inkomsten en uitgaven zijn weergegeven op de begroting van TIG Sports, die in totaal bijna 9 miljoen bedraagt. De begroting is verdeeld over Haagse inkomsten/uitgaven en niet-Haagse inkomsten/uitgaven (bijlage 1c). TIG Sports is gevestigd in Amsterdam, waardoor geldstromen vanuit Den Haag naar de organisatie een negatieve impuls geven aan de economische impact van de organisatie.

Van de totale inkomsten van TIG Sports is bijna 1,9 miljoen euro afkomstig uit Den Haag. Deze inkomsten zijn o.a. de bijdrage van de gemeente Den Haag (1,1 miljoen), de sponsoring van T-Mobile dat gevestigd is in Den Haag (400.000 euro) en de gekochte tickets door Hagenezen (200.000 euro).

Aan de uitgavenkant geeft TIG Sports ruim 1,4 miljoen van de totale uitgaven uit in de gemeente Den Haag. Dit betekent dat de investering van de gemeente ook weer terecht is gekomen bij Haagse bedrijven. De catering, hotels en infrastructuur vormen ruim de helft van de uitgaven in Den Haag. Bij catering ging het tijdens dit evenement vooral om Sociëteit de Witte en Millers. De hotelovernachtingen waren in het Mercure, Ibis en Hilton in Den Haag. De Haagse infrastructuur is den dele toegekomen aan Lenn (signage). Echter is het grootste gedeelte van het kopje infrastructuur en logistiek buiten de 4 speelsteden terecht gekomen. Dit komt doordat de meeste kosten zitten in partijen als Agterberg in Groenekan (zand voor de speelvelden en statische boarding), Racor in Oirschot (electra), Van Stokkum in Drunen (Tribunes), Sightline productions in De Meern (tekeningen), Dionisysin Noord Scharwoude (licht en geluid), De Boer Tenten in Alkmaar en Sports Exposure in Ouderkerk aan de Amstel (LED Boarding).

Er vloeit dus per saldo 446 duizend euro weg uit de gemeente, wat een negatief effect heeft op de economische impact van het WK Beachvolleybal (zie tabel 2.7).

Tabel 2.7: Economische impact organisatie WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag

Economische impact organisatie	Den Haag
Inkomsten uit Den Haag	€ 1.870.000,-
Uitgaven in Den Haag	€ 1.424.000,-
Netto economische impact organisatie	€ - 446.000,-

2.6 Conclusie

De additionele bezoekers zijn goed voor een economische impact van 623 duizend euro. Dit zijn de dagbestedingen en overnachtingsbestedingen van deze groep in Den Haag. In geen van de andere drie speelsteden is dit bedrag, wat de additionele bezoekers hebben uitgegeven, hoger. Tegenover deze winst staat een negatieve impact van de organisatie van 446 duizend euro waardoor de totale economische impact van het WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag uit komt op 177 duizend euro. Dit wordt weergegeven in het totaaloverzicht in tabel 2.8.

Bovenstaande zegt echter niks over de investering die de Gemeente Den Haag heeft gedaan voor het evenement, die is namelijk in zijn geheel weer terecht gekomen bij Haagse bedrijven. De negatieve organisatorische economische impact voor de stad Den Haag heeft voornamelijk twee redenen. Allereerst vloeit er bijna een half miljoen weg uit Den Haag in de vorm van sponsorgelden van T-Mobile. Dit is een bedrijf dat gevestigd is in Den Haag en daarom heeft het volgens de definities een negatieve invloed op de economische impact voor de stad Den Haag. Discussabel is dat deze sponsoring waarschijnlijk uit een landelijk sponsorbudget komt en in andere gevallen ook niet besteed zal worden in Den Haag. Ten tweede gaan de uitgaven van Hagenezen aan tickets naar TIG Sports, welke gevestigd is in Amsterdam. Ook deze geldstroom heeft een negatief effect op de economische impact van de organisatie in Den Haag. Volgens de definitie is dit geld dat nu wegvloeit uit de gemeente dat zonder dit evenement in de gemeente had gebleven.

Maar ondanks een negatieve economische impact van de organisatie blijft het totaal ruimschoots in de positieve cijfers en levert het WK Beachvolley de stad Den Haag 177 duizend euro op.

Tabel 2.8: Totaaloverzicht economische impact WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag

Groep	Totaal in euro's
Bezoekers	€ 623.000
Organisatie (incl. VIP's, media en deelnemers)	-€ 446.000
Totaal	€ 177.000

"DIT SOORT EVENEMENTEN ZIJN
GOED VOOR HET INTERNATIONALE
KARAKTER VAN DEN HAAG."

"IK BEN ZELF NIET GEWEEST MAAR
MIJN ZOON WAS HEEL ERG
ENTHOUSIAST NA HET BEZOEK, HET
SCHOLENPROGRAMMA WAS ERG LEUK
OPGEZET."



"SPORTEVENEMENTEN ZIJN GOED VOOR HET IMAGO VAN DEN HAAG. VORIG JAAR HOCKEY, NU BEACHVOLLEYBAL EN VOLVO OCEAN RACE...PRIMA DAT WE DIT ORGANISEREN."

"PERFECTE SFEER EN LOGISTIEK. GEEN OVERLAST."

3. Tevredenheid

3.1 Inleiding

Dit hoofdstuk geeft inzicht in de tevredenheid van de bezoekers van het WK Beachvolleybal in Den Haag. De gebruikte vragenlijst is gebaseerd op de tevredenheidsrichtlijnen van WESP. In overleg met de opdrachtgever zijn daar vragen over de inzet van de city hosts, de georganiseerde activiteiten in Den Haag en de blijvende inzet van de gemeente voor soortgelijke evenementen aan toegevoegd.

De city hosts zijn ingezet door de gemeente Den Haag en hadden als taak bezoekers gastvrij te ontvangen en hen te helpen met alle vragen over de stad, het WK Beachvolleybal en om de bezoekers te helpen van A naar B te komen. Zo waren er naast het hoofdtoernooi op de Hofvijver verschillende activiteiten verspreid over de stad en in Scheveningen.

3.2 Methodes

Voor dit onderzoek is één methode ingezet: gestructureerde interviews met bezoekers van het WK Beachvolleybal. Onder supervisie van de onderzoekers heeft uitgebreid veldwerk plaatsgevonden. Studenten van De Haagse Hogeschool hebben gedurende iedere dag van het WK Beachvolleybal bezoekers face-to-face geïnterviewd. Dit heeft geresulteerd in 437 respondenten onder de bezoekers. Het betreft zowel bezoekers die in het bezit waren van een toegangsticket als bezoekers die zich rondom het stadion bevonden zonder toegangsticket. De verdeling van respondenten over interviewdagen is te vinden in bijlage 2b. De vragenlijst (bijlage 2a) was er in twee talen (Nederlands en Engels). De bezoekers zijn 18 stellingen voorgelegd, waarbij zij konden aangegeven hoe belangrijk het voor hen was en hoe tevreden ze erover waren. Voorbeelden van stellingen zijn locatie, bewegwijzering, horeca, etc. Verder is er gevraagd naar de sfeer op het evenement, de city hosts die door de gemeente zijn ingezet en de activiteiten die op verschillende plekken in de stad zijn georganiseerd. Ten slot is er ook gevraagd naar eventuele blijvende inzet van de gemeente Den Haag voor soortgelijke topsportevenementen in de stad en een overall waarderingscijfer voor het WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag.

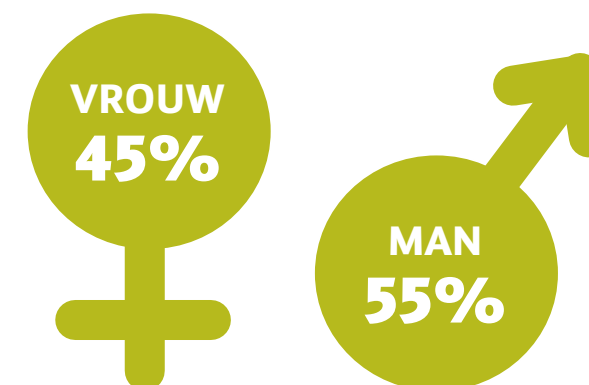
De gestructureerde interviews zijn afgenomen door middel van het invullen van antwoorden op een tablet of smart Phone. Dit was mogelijk door de applicatie Harvest Your Data. Bij het afnemen van de gestructureerde interviews onder de bezoekers was er sprake van een steekproef. Om de steekproef zo representatief mogelijk te maken is er getracht iedere 10e bezoeker te interviewen. Alle dataverzamelaars hebben deze instructie meegekregen. Daarbij is een steekproef van minimaal 385 respondenten de eis bij een evenement met meer dan 5.000 bezoekers, welke met 437 respondenten ruim gehaald is. De onderzoekers hebben de ingevoerde gegevens gecontroleerd en zijn daarmee verantwoordelijk voor de kwaliteitscontrole van de dataset.

3.3 Tevredenheid WK Beachvolleybal; Den Haag

3.3.1 Bezoekersprofiel

De man-vrouw verdeling van de tevredenheid-respondenten is verschillend van de man-vrouw verdeling beschreven bij hoofdstuk 2, economische impact, namelijk 55% man en 45% vrouw ten opzichte van 62% man en 38% vrouw bij de economische impact.

Figuur 3.1: Man vrouw verdeling bezoekers WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag



De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 39 jaar. Tabel 3.1 laat een verdeling zien per leeftijdscategorie. Hierin is ook de verdeling zoals die was onder de respondenten bij het onderzoek naar de economische impact toegevoegd. Het verschil tussen beide is minder groot dan het verschil bij het geslacht.

Tabel 3.1: Leeftijdscategorieën bezoekers WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag

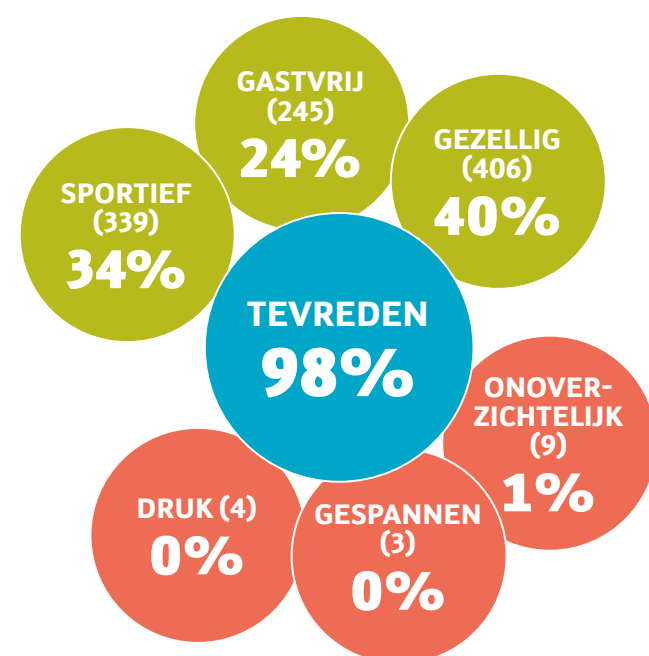
Leeftijdscategorieën	Tevredenheid	Economische Impact
16-24	23%	20%
25-34	23%	25%
35-44	18%	16%
45-54	20%	21%
55-64	10%	13%
65+	6%	5%
Totaal	100%	100%

De respondenten kwamen overwegend uit Nederland (89%) en in totaal zijn er 18 nationaliteiten onder de respondenten. Slechts enkele nationaliteiten zijn meerdere keren genoemd, dit waren Duitsland (33%), België (13%), Engeland (7%), de Verenigde Staten (7%) en Brazilië (7%).

Waarderingscijfer WK Beachvolleybal: Den Haag. Het waarderingscijfer dat de bezoekers hebben gegeven aan het WK Beachvolleybal in Den Haag voor de organisatie en het evenement is een 8,3 gemiddeld. Dit komt exact overeen met het waarderingscijfer bij het onderzoek naar de economische impact.

3.3.2 Tevredenheid

Bij een van de eerste vragen in de vragenlijst konden de respondenten kiezen of zij wel of niet tevreden waren met het evenement. Een overtuigend percentage van 98% van de bezoekers geeft hier aan tevreden te zijn over het WK Beachvolleybal in Den Haag. Als toelichting geven de respondenten aan dat zij tevreden waren vanwege de sfeer, de locatie (zowel het stadion zelf als de stad Den Haag) en de organisatie van het evenement. De sfeer is ervaren als gezellig, sportief en gastvrij.

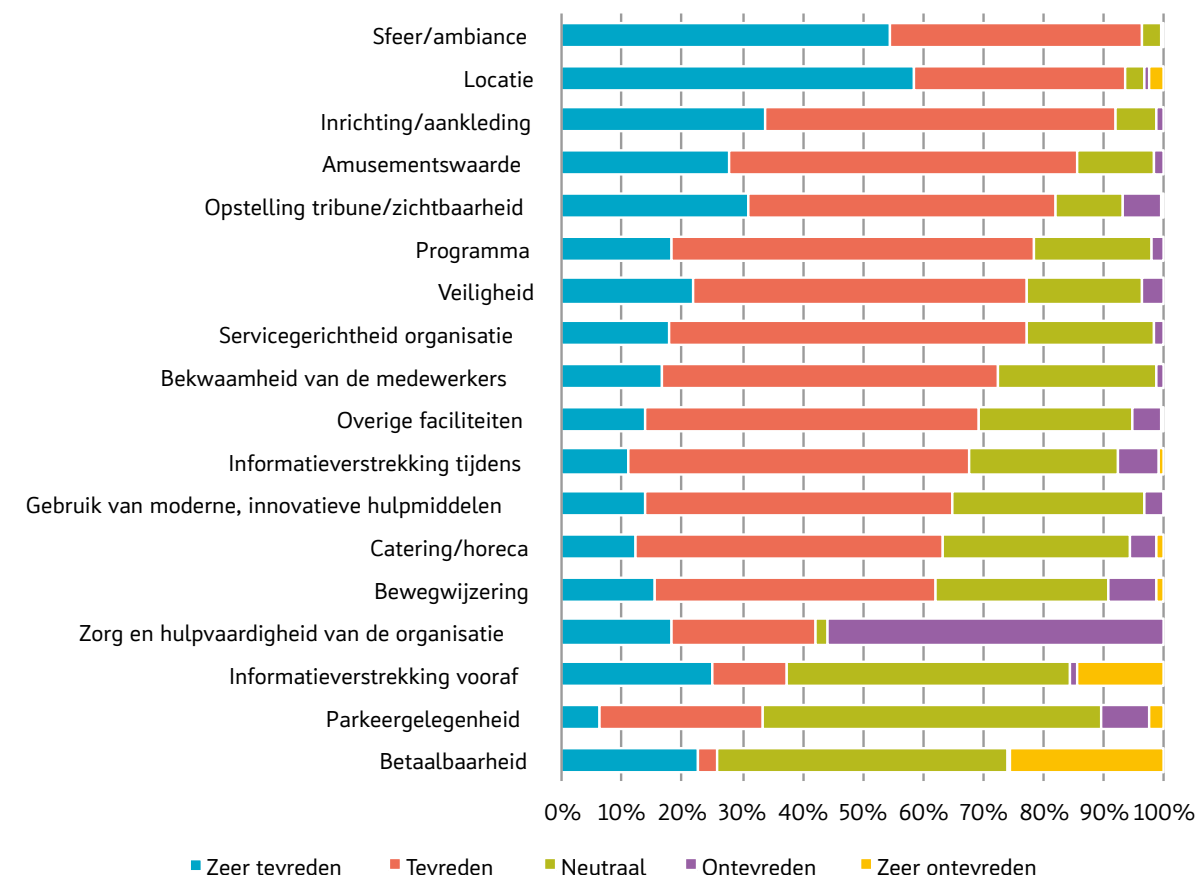


Tevredenheidsstellingen. Voor 18 stellingen is de respondent gevraagd de belangrijkheid en tevredenheid aan te geven. De belangrijkheid was voor alle stellingen redelijk consistent, waar gemiddeld 80% aangaf de stelling belangrijk tot zeer belangrijk te vinden. Dit in tegenstelling tot de tevredenheid, waar de percentages meer variëren per stelling. Dit is weergegeven in figuur 3.2. De figuur is zo opgebouwd dat de stelling waarbij het percentage zeer tevreden en tevreden tezamen het hoogst is, boven aan staat.

De bovenste drie stellingen springen eruit. Ruim 90% van de bezoekers is zeer tevreden of tevreden over de sfeer en ambiance, de locatie en de inrichting/aankleding van het WK Beachvolleybal. Daarop volgen 11 stellingen waarover de bezoekers voor 60-80% zeer tevreden of tevreden waren. Deze stellingen zijn de amusementswaarde, de opstelling van de tribune, het programma, de veiligheid, de servicegerichtheid van de organisatie, de bekwaamheid van de organisatie, de overige faciliteiten, de informatieverstrekking tijdens het evenement, het gebruik van moderne innovatieve hulpmiddelen, de catering/horeca en de bewegwijzering. In totaal zijn de bezoekers dus over 14 van de 18 stellingen zeer tevreden of tevreden.

Als men iets anders aangaf dat zeer tevreden of tevreden, dan wil dit niet zeggen dat men óntevreden was. Namelijk 10-30% van de bezoekers zegt neutraal te zijn. Dit komt mogelijk omdat zij er niet mee in aanraking zijn geweest. Bijvoorbeeld bij parkeergelegenheid, waarbij 56% neutraal heeft aangegeven, kan het zijn dat zij niet met de auto naar het evenement zijn gekomen. Slechts bij vier stellingen was meer dan 10% ontevreden of zeer ontevreden. Dit geldt voor de zorg en hulpvaardigheid van de organisatie, de betaalbaarheid, de informatieverstrekking voorafgaand aan het evenement en de parkeergelegenheid. Van deze vier stellingen is met name de betaalbaarheid een aandachtspunt, waar een kwart van de mensen aangeeft zeer ontevreden te zijn.

Figuur 3.2: Tevredenheid WK Beachvolleybal



3.3.3 City hosts, activiteiten in Den Haag en inzet gemeente

City hosts. De city hosts zijn gezien door ruim een derde van de bezoekers van het WK Beachvolleybal. Van de bezoekers die de city hosts gezien hebben is 10% aangesproken door de city hosts, 16% heeft hen zelf aangesproken en 74% geeft aan geen contact te hebben gehad. Van de bezoekers die contact hebben gehad met de city hosts is 95% naar tevredenheid geholpen. Figuur 3.3 geeft het vervolg weer van de bezoekers die de city hosts gezien hebben.

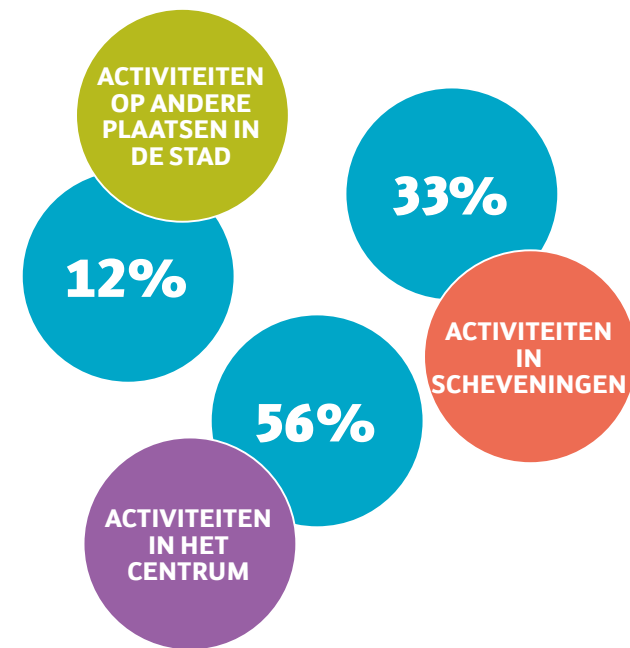
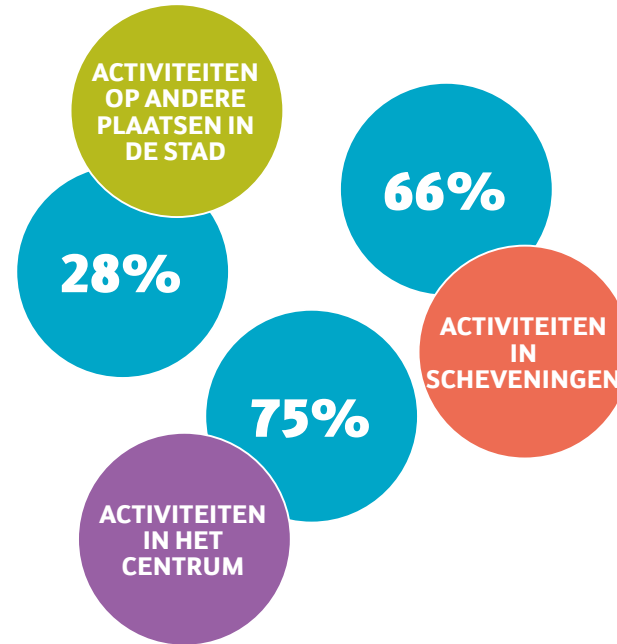
Figuur 3.3: Contact met en tevredenheid over de City Hosts.



Van alle bezoekers heeft slechts 9% contact gehad met de city hosts. Hiervoor kunnen twee verklaringen zijn. Of de city hosts zijn niet nodig geweest voor de bezoekers, of ze waren niet zichtbaar genoeg.

Activiteiten. In het centrum, op het strand bij Scheveningen en elders in de stad Den Haag zijn diverse activiteiten georganiseerd in het kader van het WK Beachvolleybal. Het gaat om activiteiten als de wereldrecordpoging beachvolleybal op het strand van Scheveningen, (school)toernooien en smashbal op pleintjes verspreid in de stad en Beach Club The Hague op het Plein in het centrum.

Van de bezoekers geeft twee derde aan dat zij wisten dat er activiteiten werden georganiseerd omtrent het WK Beachvolleybal. Bij die bezoekers die op de hoogte waren van de activiteiten was 75% op de hoogte van de activiteiten in het centrum. Dat is ook niet wonderlijk omdat de enquêtes in de buurt en op de Hofvijver zijn afgenomen. De activiteiten in Scheveningen waren bij 66% van mensen die gehoord hadden van de activiteiten bekend. De activiteiten elders in de stad, zoals smashbal op pleintjes, zijn minder bekend bij diegenen die gehoord hadden van de verschillende side-events (28%). Als er gekeken wordt naar alle respondenten, dus ook diegenen die niet op de hoogte waren van de activiteiten, dan waren de activiteiten op andere plaatsen in de stad slechts bij 18% van de ondervraagden bekend.



Bijna de helft van de bezoekers heeft de activiteiten ook bezocht (44%). Echter komt een groot deel van deze deelname door de activiteiten op het Plein. 56% van de bezoekers is namelijk bij activiteiten in het centrum geweest. Van de bezoekers die ergens aan hebben deelgenomen is ook nog een derde bij de activiteiten in Scheveningen geweest. Als laatste heeft ook nog 12% van de personen die naar een activiteit zijn geweest deelgenomen aan de activiteiten elders in de stad. Als de bezoekers mee worden genomen die nergens aan deel hebben genomen zakken deze percentages naar respectievelijk 28%, 16% en 6%.

Inzet gemeente Den Haag voor sportevenementen. Bijna alle bezoekers (99%) geven aan dat de Gemeente Den Haag zich blijvend in moet zetten om evenementen als het WK Beachvolleybal in de stad te blijven organiseren. Daarnaast geven de bezoekers aan dat zij Den Haag als locatie voor soortgelijke evenementen aan zullen bevelen bij een internationale sportfederatie.

3.4 Conclusie

Uit de resultaten kan geconcludeerd worden dat de bezoekers van het WK Beachvolleybal met een waardingscijfer van een 8,3 tevreden zijn over het evenement. Daarnaast geeft 98% dan ook aan tevreden te zijn over het WK Beachvolleybal 2015 in Den Haag. Met name de sfeer en de locatie zijn zeer hoog gewaardeerd en daarna volgde de inrichting/aankleding, de amusementswaarde en de opstelling van de tribune. De tevredenheid van de bezoekers uit zich ook in advies aan de gemeente Den Haag om zich in te blijven zetten om meer topsport evenementen in Den Haag te organiseren.

Alleen over de zorg en hulpvaardigheid van de organisatie is het merendeel van de bezoekers ontevreden. Echter is niet te achterhalen wat hier de reden voor is. Verder is een kwart van de bezoekers zeer ontevreden over de betaalbaarheid van het evenement. Ook de informatieverstrekking voorafgaand aan het evenement is een verbeterpunt voor de organisatie.

De city hosts hebben de bezoekers naar tevredenheid kunnen helpen. Het is echter wel een aandachtspunt voor de organisatie dat slechts 9% van de bezoekers in contact is geweest met de city hosts. Het kan zijn dat de city hosts niet zichtbaar genoeg waren of dat de hulp niet nodig was voor de bezoekers.

Overall zijn de bezoekers dus zeer te spreken over het evenement maar zijn er enkele aandachtspunten voor toekomstige evenementen.

"TIJDENS HET TOERNOOI WAS DE SFEER IN DE STAD GEWELDIG. ALS MEN GOED LUISTERDE WERD ER VEEL OVER HET WK BEACHVOLLEYBAL GESPROKEN. WELLICHT EEN STIMULANS OM MEERDERE VAN DIT SOORT EVENEMENTEN TE ORGANISEREN?"

"HEEL GESLAAGD TOPSPORTEVENEMENT. IN HET STREVEN NAAR EEN JAARLIJKS TOPSPORTEVENEMENT IN DE RESIDENTIE ZOU EEN START VAN DE TOUR DE FRANCE OF DE RONDE VAN ITALIE NIET MOGEN ONTBREKEN!"

4. Beleving Inwoners Den Haag

4.1 Inleiding

Dit hoofdstuk geeft antwoord op de vraag hoe de inwoners van Den Haag het WK Beachvolleybal 2015 hebben beleefd. Het belevingsonderzoek betreft de beleving van zowel de inwoners in Den Haag die het evenement hebben bezocht alsook van diegenen die geen bezoek hebben afgelegd.

4.2 Methode

Dit belevingsonderzoek heeft plaatsgevonden tot twee weken na afloop van het evenement. Dit om ervoor te zorgen dat het nog vers in het geheugen zit.

Voor dit onderzoek is er een vragenlijst opgesteld door de onderzoekers in samenwerking met de gemeente Den Haag, dienst OCW (bijlage 4a). Dit om de beleving te meten bij de inwoners van Den Haag. De volgende onderwerpen kwamen aan bod in de vragenlijst: persoonskenmerken, kenbaarheid van het WK Beachvolleybal, bezoek aan het evenement of side-events en wat de bewoners vinden dat dit evenement doet voor het imago van de stad, de trots van inwoners op de stad en het effect op de binding van de inwoners. Als laatste was er de mogelijkheid om een rapportcijfer te geven en dit cijfer toe te lichten. De vragenlijst is uitgezet via het stadspanel van de gemeente Den Haag (uitgevoerd door Steda Research BV - www.steda.nl). Alle inwoners van Den Haag met een internetaansluiting kunnen lid worden van het stadspanel. De uitnodiging is verstuurd naar een steekproef van n=2600 inwoners en n=1513 (58%) inwoners hebben gereageerd.

De resultaten zijn heroverwogen op het kenmerk WOZ-waarde. Hiermee wordt de vertekening in de steekproef zo goed mogelijk gecompenseerd. Er was namelijk sprake van een ondervertegenwoordiging van jongeren (<30 jaar), mensen met een niet-autochtone achtergrond en lager opgeleiden.

Bij het analyseren van de vragen is gekeken of verschillen waren tussen bijvoorbeeld jongeren en ouderen, stadsdelen (centrum, Scheveningen of overig), sportiviteit en of men het evenement wel of niet heeft bezocht. Indien er noemenswaardige verschillen waren met de gehele respons zijn deze uitgesplitst. Indien dit niet het geval is kan er dus vanuit worden gegaan dat er geen verschil zit in hoe jongeren en ouderen een onderdeel beleven.

4.3 Beleving WK Beachvolleybal; inwoners Den Haag

Demografische gegevens. Van de respondenten was 54% man en 46% vrouw. De leeftijd van de respondenten varieerde van 25 tot 88 jaar en de gemiddelde leeftijd was 55 jaar. Zie tabel 4.1 voor een verdeling in drie leeftijdscategorieën. De meeste respondenten (88%) waren van Nederlandse afkomst en 61% was hoger opgeleid (WO/HBO). Dit is dus niet geheel representatief voor de gehele Haagse populatie. Hier moet rekening mee worden gehouden tijdens het interpreteren van de onderstaande tabellen.

Tabel 4.1: Verdeling leeftijdscategorieën

Leeftijdscategorie	Aantal	Percentage
25-44	374	25
45-64	723	48
65+	416	28

*Door afronden telt percentage niet op tot 100%.

De respondenten waren als volgt verdeeld over de drie stadsdelen; het centrum (20%), Scheveningen (11%) en overig (70%). De verdeling van de respondenten over deze drie stadsdelen is weergegeven in tabel 4.2.

Tabel 4.2: Verdeling stadsdelen

Stadsdeel	Aantal	Percentage*
Centrum	306	20
Scheveningen	160	11
Overig	1047	70

*Door afronden telt percentage niet op tot 100%.



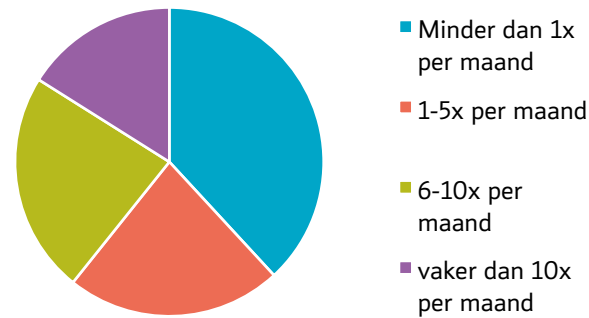
"GOED EN LEUK DAT ER ZO EEN GROOT EVENEMENT IN DEN HAAG WORDT GEORGANISEERD, KOMEN WE OOK EEN KEER IN HET NIEUWS MET IETS DAT NIET MET DE SCHILDERSWIJK OF POLITIEK TE MAKEN HEEFT"

"IK HEB OP TV GEKEKEN MAAR BEN ZEER TROTS DAT HET IN DEN HAAG IS GEHOUDEN. GOED VOOR DE STAD, DE SAAMHORIGHEID, DE BELANGSTELLING VOOR DE SPORT EN DE RECLAME VOOR DEN HAAG."

Sportief profiel. Het grootste gedeelte van de respondenten sport nauwelijks, namelijk minder dan 1x per maand (38%). Ruim de helft van de lager opgeleiden geeft dit aan en van de hoger opgeleiden is dit een derde. Slechts 16% geeft aan vaak te sporten (meer dan 10x per maand).

De sport (beach)volleybal wordt weinig beoefend door inwoners van Den Haag. Slechts 3% geeft aan te volleyballen, beachvolleyballen of beide vormen van volleybal te doen. Van de beachvolleyballers bezoekt wel bijna iedereen een WK wedstrijd op de Hofvijver.

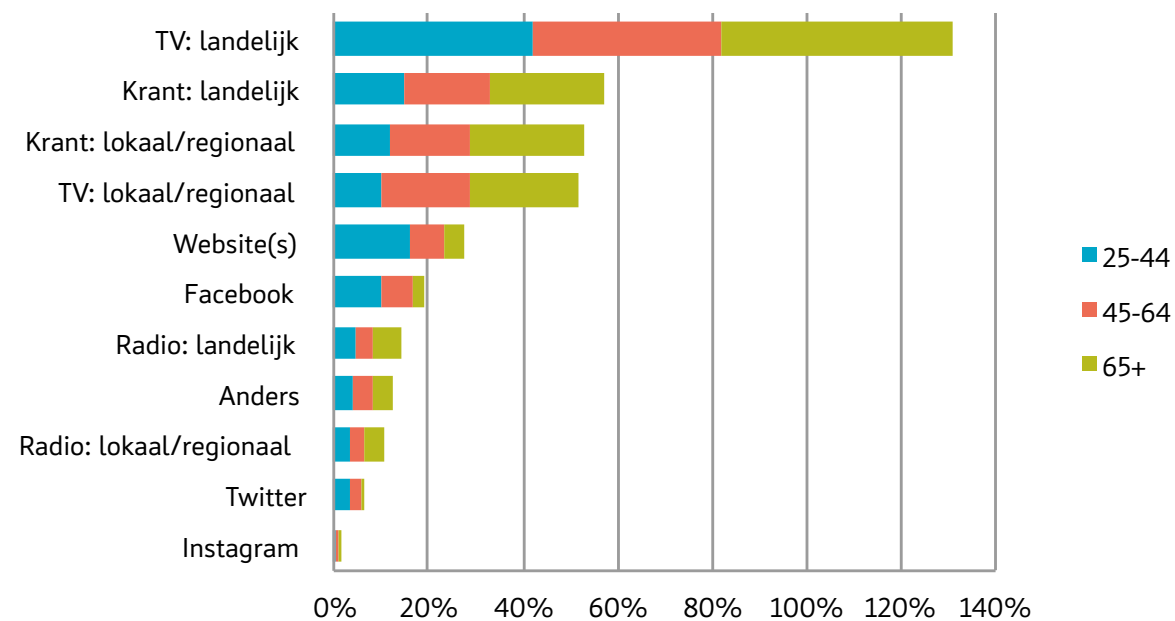
Figuur 4.1: Sporten per maand



Kenbaarheid WK Beachvolleybal. Ruim twee derde heeft de fysieke media in de stad rondom het evenement opgemerkt. De fysieke media bestond uit o.a. posters, vlaggen en flyers. Als gevolg van het zien van die media geeft 11% aan minimaal één van de activiteiten van het WK Beachvolleybal bezocht te hebben.

Bijna twee derde (62%) heeft het WK Beachvolleybal minimaal via één mediakanaal gevolgd. De gevolgde media verschilt per leeftijdscategorie. Zo kijken 65+ inwoners bijvoorbeeld meer naar de lokale televisie dan de inwoners van 25-44 jaar. De krant wordt ook meer gelezen door de 65+ inwoners. Media als websites, facebook en twitter worden meer gevolgd door jongere inwoners. Onder alle respondenten wordt de landelijke televisie het meest genoemd als gevolgde media. Onderstaand figuur geeft weer via welke media het WK Beachvolleybal gevolgd.

Figuur 4.2: Gevolgde berichtgeving door inwoners Den Haag*



* De percentages zijn per leeftijdsgroep bepaald. Zo gaf 43% van de 25-44 jarige aan het WK Beachvolleybal op landelijke TV te volgen. Dit was 40% van de 45-64 jarige en 49% van 65 plussers. Het totaal komt dan boven de 100%

In figuur 4.2 is verder te zien dat de radio en de online berichtgeving nauwelijks werd gevolgd. De krant en de TV is dus verreweg het meest populaire mediakanaal om het WK beachvolleybal te volgen. Als kanttekening die geplaatst dient te worden bij deze vragen is dat onduidelijk kan zijn wat mensen verstaan onder het 'volgen van' het WK. Is dit het op de hoogte blijven van bijvoorbeeld de uitslagen of is een keer een krantenbericht zien al 'volgen'.

Als er gekeken wordt naar geslacht, opleiding of stadsdeel verandert het bovenstaande beeld niet of nauwelijks.

Bezoek activiteiten en WK Beachvolleybal. Naast de wedstrijden op de Hofvijver zijn er ook verschillende activiteiten in Den Haag georganiseerd, in het centrum, Scheveningen en elders in de stad. In onderstaande tabel is schematisch weergegeven in welke mate de activiteiten zijn bezocht door de inwoners van Den Haag. Hierbij is te zien dat bewoners van het centrum en Scheveningen vaker hebben deelgenomen aan de activiteiten. De bewoners die elders in de stad wonen hebben dus minder vaak aan activiteiten deelgenomen. Dit is respectievelijk 9% en 4% voor centrum en Scheveningen versus 2% van de bewoners uit de andere stadsdelen. Een zelfde verschil is te zien als er gekeken wordt naar de bekendheid met deze activiteiten. Twee derde van de inwoners van het centrum en Scheveningen waren op de hoogte van deze activiteiten. Dit was voor de overige stadsdelen bij een derde van de inwoners het geval.

Tabel 4.3: Bezoek activiteiten per locatie

Locatie	Activiteiten bezocht of eraan deelgenomen	Niet bezocht, maar wel kennis van de activiteiten	Geen kennis van de activiteiten
Centrum	9%	66%	25%
Scheveningen	4%	62%	34%
Elders in Den Haag	2%	36%	62%

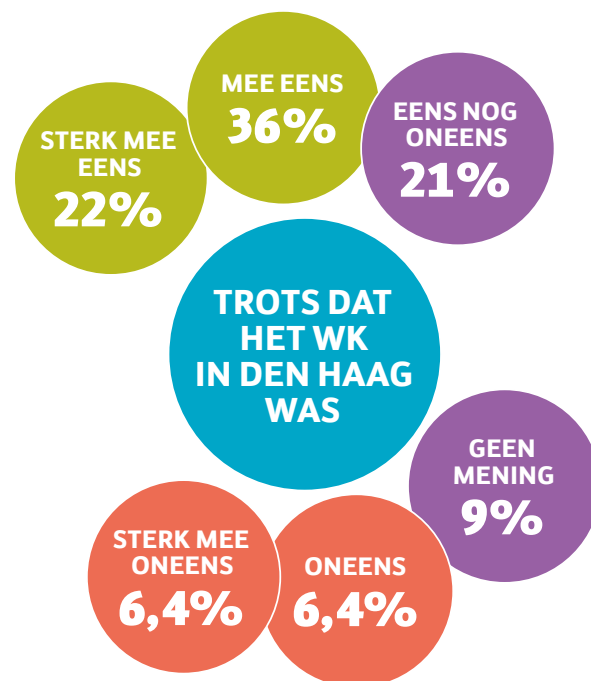
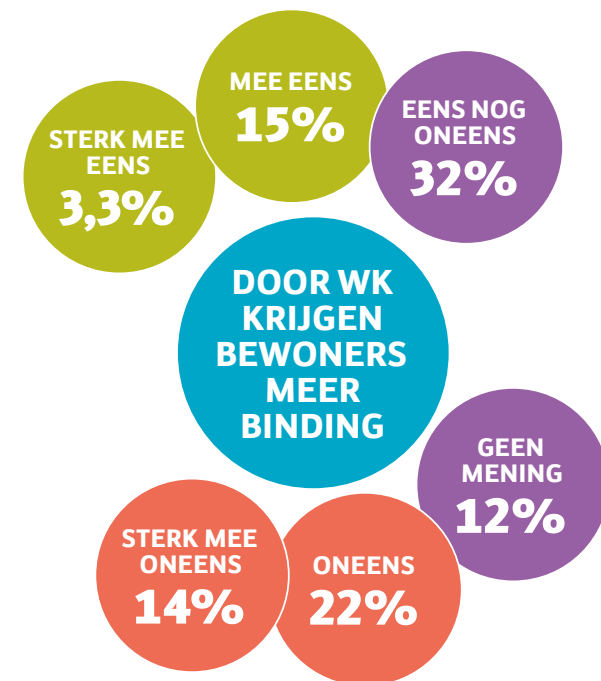
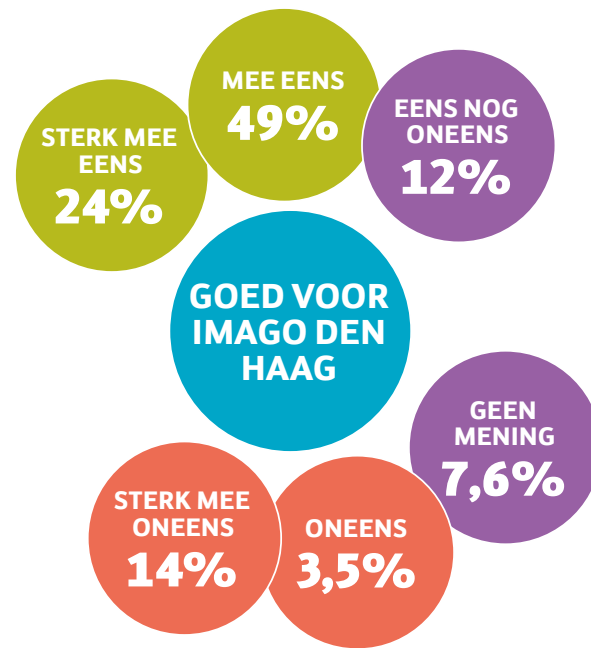
Van alle respondenten heeft 7% een wedstrijd bezocht op de Hofvijver. Dat is een aanzienlijk percentage, als namelijk 7% van de inwoners van de stad een wedstrijd zou hebben bezocht zou dit neer komen op ruim 35.000 bezoeken. Echter is bekend dat er ongeveer 15.000 bezoeken zijn afgelegd door Hagenezen. Dit betekent dus dat deze groep oververtegenwoordigd is geweest bij deze respondenten.

Het zijn met name de hoger opgeleiden die bezoek hebben gebracht aan het WK Beachvolleybal, namelijk 8% van deze groep heeft een bezoek gebracht tegenover 3,7% van de lager opgeleiden en 4,7% bij de personen met een middelbaar opleidingsniveau. De man/vrouw verhouding van de bezoekers was volgens deze enquête vrijwel gelijk. De leeftijdscategorieën 25-44 jaar en 45-64 jaar waren, zoals verwacht, sterker vertegenwoordigd in Het stadion dan de 65-plussers.

"IEDER JAAR EEN WK IN DE STAD.... DEN HAAG, STAD DER WERELDKAMPIOENEN!"

"SUPER DAT DEN HAAG HIERMEE WEER EENS OP DE KAART IS GEZET (GEBEURT WEL VAKER, VOLVO OCEAN RACE, CONCERTEN EN WK HOCKEY ETC. TROTS OM HAGENEES TE ZIJN.)"

Imago, binding, trots. Drie kwart van alle respondenten vindt dat het WK Beachvolleybal goed is voor het imago van de stad Den Haag, daarnaast is ruim de helft (58%) van de respondenten trots op de stad voor het organiseren van het WK Beachvolleybal. Echter is slechts 18% van mening dat het evenement meer binding creëert tussen inwoners. Bij diegenen die het WK hebben bezocht liggen deze percentages echter een stuk hoger. Van de bezoekers geeft 94% aan dat het WK goed is voor het imago, is 94% trots op de stad voor het organiseren van het WK en onder bezoekers geeft 42% aan dat het voor binding zorgt tussen inwoners. De plek waar iemand woont, het geslacht, de leeftijd en plek waar iemand woont heeft op het imago, de binding en de trots geen invloed. De cijfers zijn voor deze groepen nagenoeg gelijk.



4.4 Rapportcijfer WK Beachvolleybal

De respondenten konden de kwaliteit van de organisatie van het WK Beachvolleybal in een rapportcijfer weergeven. Van alle respondenten heeft 33% geen rapportcijfer gegeven. In de toelichting bleek dat dit voornamelijk mensen zijn die weinig hebben meegekregen van WK Beachvolleybal. Van de respondenten die wel een rapportcijfer hebben gegeven, gaf 88% een voldoende (6 of hoger) en 12 % een onvoldoende (5 of lager). Het gemiddelde rapportcijfer is een 7,4. Als er gekeken wordt naar hoe de verschillende geslachten, leeftijden, opleidingsniveaus of stadsdelen hebben gereageerd dan ligt het gemiddelde rapportcijfer tussen de 7,3 en 7,6 (zie tabel 4.4). Er zitten dus weinig verschillen tussen de verschillende categorieën. De respondenten die naar een wedstrijd op de Hofvijver zijn geweest geven een beduidend hoger cijfer, zij geven gemiddeld een 8,5 voor het WK Beachvolleybal in Den Haag.

Tabel 4.4: Rapportcijfers per bezoekersgroep

		Gemiddeld rapportcijfer
Geslacht	Man	7,5
	Vrouw	7,3
Leeftijd	25-44	7,6
	45-64	7,3
	65+	7,5
Opleidingsniveau	Lager	7,5
	Middel	7,3
	Hoger	7,4
WK bezoek	Ja	8,5
	Nee	7,3
Totaal		7,4

De respondenten konden ook een toelichting geven op het cijfer dat zij gaven. Bij diegenen die een onvoldoende hebben gegeven (5 of lager), is de meest genoemde toelichting dat het evenement niet op de Hofvijver plaats had moeten vinden maar op het strand van Scheveningen. Een van de respondenten zei hier het volgende over: "Beach, het woord zegt het al. Dit betekent niet dat het strand naar de Hofvijver moeten worden gehaald maar dat het evenement in zijn geheel in Scheveningen zou moeten plaatsvinden." Daarnaast gaven een aantal bewoners van het centrum aan dat het zorgde voor een verstoord stadsbeeld, geluidsoverlast en/of omleidingen in het verkeer. Een aantal respondenten vond het jammer dat het veld niet te zien was als men geen kaartje had gekocht. Zij hadden graag gezien dat er betaald moest worden voor de plekken aan het veld maar dat het ook (onbetaald) te zien zou moeten zijn vanaf de kade. Een respondent beschreef dit als volgt: "Spijtig dat er gigantische schotten rond het stadion in de Hofvijver waren geplaatst. Tv-beelden gaven een open indruk; belangstellende inwoners van de stad die iets van de sfeer wilden proeven kwamen bedrogen uit en zagen een ondoordringbare vesting." Daarnaast werd ook nog vrij vaak opgemerkt dat het evenement een verspilling is van gemeenschapsgelden. Zo zei een respondent: "Naar mijn mening is het geen taak van een gemeente om geld te gebruiken voor een sportevenement. Het is wel een gemeentetaak om openbare voorzieningen aan te leggen en te onderhouden." Als laatste kritiekpunt is aangegeven dat de informatieverstrekking niet voldoende was. Dit gold zowel voor het WK als voor de overige activiteiten die in de stad zijn georganiseerd. "Aangezien ik erg pas op tv achter kwam dat deze wedstrijden ook hier in Den Haag werden gehouden geeft toch aan dat er te weinig aandacht aan is besteed hier in Den Haag." was wat een respondent zei over de informatieverstrekking.

Tegenover deze kritische opmerkingen stond echter ook een veelvoud van positieve opmerkingen. De sfeer, trots op de stad en de unieke locatie werden regelmatig als toelichting gegeven. Maar ook krachttermen als fantastisch, geweldig en super kwamen voorbij. De quotes verspreid over deze rapportage zijn voorbeelden van deze positieve reacties.

4.5 Conclusie

Het belevingsonderzoek is afgenomen onder 1513 inwoners van Den Haag. Een groot deel van deze respondenten heeft het WK Beachvolleybal gevolgd en/of bezocht. De activiteiten in het centrum zijn meer bezocht dan de activiteiten in Scheveningen of de overige plaatsen in de stad. Driekwart van de respondenten vindt dat het evenement goed is voor het imago van de stad en de meeste inwoners zijn er trots op dat het evenement in de eigen stad wordt georganiseerd. Zij geven echter ook aan dat het niet zorgt voor meer binding tussen de bewoners. Het gemiddelde rapportcijfer is met een 7,4 ruim voldoende tot goed. Diegenen die het WK bezocht hebben zijn nog positiever over het evenement dan diegenen die geen bezoek hebben gebracht. De kritiekpunten van de inwoners op de organisatie van het evenement zijn met name gericht op de locatie. Een deel van de inwoners had het evenement liever op het strand van Scheveningen gezien dan op de Hofvijver. Aan de andere kant waren er ook veel positieve geluiden die o.a. benadrukten dat het goed is voor de stad en dat de sfeer fantastisch was.

Literatuurlijst

Herpen, N. van., Kloek, G., Joosse, J., Verheem, M. (2014). *Evaluatie van de Rabobank Hockey World Cup*. Den Haag: De Haagse Hogeschool, Faculteit Gezondheid, Voeding & Sport.

Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (2010). *Richtlijnen handboek 'Economische impact'*. Verkregen op 11 april 2015, via <http://www.evenementenevaluatie.nl/wp-content/uploads/2012/04/WESP-richtlijnenhandboek-Economische-impact-v1.pdf>





Bijlagen:

Bijlage 1: Economische Impact

Bijlage 1a: Overzicht aantal enquêtes per dag

Datum	Bezoekers WK Beachvolleybal	Percentage
Vrijdag 26 juni	32	3%
Zaterdag 27 juni	119	13%
Zondag 28 juni	106	11%
Maandag 29 juni	139	15%
Dinsdag 30 juni	105	11%
Woensdag 1 juli	100	11%
Donderdag 2 juli	124	13%
Vrijdag 3 juli	62	7%
Zaterdag 4 juli	91	10%
Zondag 5 juli	56	6%
Eindtotaal	934	100%

Bijlage 1b: vragenlijst onderzoek economische impact

Vragenlijst WK Beachvolleybal 2015; Economische Impact

Welkom bij de vragenlijst over de economische impact van dit evenement van de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP). Deze enquête wordt uitgevoerd in opdracht van de organisatie door studenten van verschillende hogescholen.

1. Bent u ...

- (1) Bezoeker op eigen initiatief
- (2) Bezoeker op uitnodiging van een sponsor of organisatie
- (3) Deelnemer
- (4) Begeleider of coach van een deelnemer
- (5) Pers
- (6) Vrijwilliger
- (7) Anders

2. Hoe heeft u voor vandaag uw toegangsbewijs verkregen?

- (1) Van te voren gekocht op internet
- (2) Vandaag gekocht aan de kassa
- (3) Anders, namelijk

3. Wat voor kaartje heeft u?

- (1) Middag of avondkaart
- (2) Dagkaart
- (3) Passe-partout

4. Woont u in Nederland?

- (1) Ja
- (2) Nee Ga door naar vraag 6

5. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode of wat is het land waar u woont?

- NL postcode Ga door naar vraag 8

6. Uit welk land komt u?

- (1) Duitsland
- (2) België
- (3) Groot-Brittanie
- (4) Polen
- (5) Brazilië
- (6) Verenigde staten
- (7) Anders, namelijk

7. Als dit evenement niet had plaatsgevonden in Nederland, was u vandaag toch in Nederland geweest:

- (1) Waarschijnlijk wel
 (2) Waarschijnlijk niet Ga door naar vraag 10
 (3) Weet niet/hangt ervan af

8. Als dit evenement niet had plaatsgevonden in de gemeente Den Haag, was ik vandaag toch in deze gemeente geweest:

- (1) Waarschijnlijk wel
 (2) Waarschijnlijk niet Ga door naar vraag 10
 (3) Weet niet/hangt ervan af

9. Bent u langer in deze gemeente gebleven door dit evenement?

- (1) Nee
 (2) Ja, 1-2 uur
 (3) Ja, 3-5 uur
 (4) Ja, > 5 uur
 (5) Ja, 1 dag
 (6) Ja, 2 dagen
 (7) Ja, 3 dagen
 (8) Ja, meer dan 3 dagen:

10. Bent u lid van een volleybalvereniging (geweest), of één van uw gezinsleden?

- (1) Ja, ik ben zelf lid
 (2) Ik zelf ben geen lid, maar partner en/of gezinsleden wel
 (3) Nee, ik ben geen lid, gezinsleden evenmin, maar in het verleden wel
 (4) Nee, ik zelf ben geen lid en gezinsleden evenmin, ook niet geweest
 (5) Anders

11. In welk gezelschap bent u hier?

- (1) Alleen
 (2) Met partner zonder kinderen
 (3) Met partner met kinderen
 (4) Alleen met kinderen
 (5) Met overige familie
 (6) Met vrienden / kennissen
 (7) Met school, bedrijf, vereniging etc.
 (8) Gemend gezelschap
 (9) Anders

12. Hoeveel kinderen t/m 16 jaar zijn er in uw gezelschap?

..... kinderen

13. Uit hoeveel personen bestaat uw gezelschap?

..... personen

14. Overnacht u, of heeft u afgelopen nacht(en) overnacht, ergens anders dan op uw vaste woonadres?

- (1) Ja
 (2) Nee Ga door naar vraag 19

15. Waar en hoe vaak overnacht u?

..... Overnachtingen in Den Haag
 Overnachtingen in Amsterdam
 Overnachtingen in Apeldoorn
 Overnachtingen in Rotterdam
 Overnachtingen in Nederland

16. In welk type accommodatie overnacht u?

- (1) Bij vrienden / familie / kennissen Ga door naar vraag 19
 (2) Bed & Breakfast
 (3) Hotel 0 – 3 sterren
 (4) Hotel 4 – 5 sterren
 (5) Bungalowpark
 (6) Camping
 (7) Anders

17. Wat is de prijs van 1 overnachting?

..... euro

18. Op hoeveel personen heeft deze overnachtingsprijs betrekking?

..... personen

19. Hoe wist u van dit evenement?

U kunt meerdere antwoorden aangeven.

- (1) Promotiefilmpjes op schermen in de stad
 (2) Vlaggen en stickers in de stad
 (3) Via vrienden, familie, collega's of kennissen
 (4) Via sportvereniging
 (5) Via school, werk, opleiding of cursus
 (6) Social media (zoals Facebook, Twitter)
 (7) Website WK Beachvolleybal
 (8) Andere websites
 (9) Emailbericht van de organisatie
 (10) Artikel of recensie in de krant of tijdschrift
 (11) Advertentie in krant, tijdschrift, radio, tv
 (12) Andere informatiebronnen
 (13) Geen informatiebronnen het was mijn/ons eigen initiatief

20. Welke beschrijvingen zijn van toepassing op het WK Beachvolleybal?

U kunt meerdere antwoorden aangeven.

- (1) Vriendelijk personeel
 (2) Goede prijs/kwaliteit verhouding
 (3) Prettige sfeer
 (4) Goede bereikbaarheid (vervoer)
 (5) Aantrekkelijke locatie(s)
 (6) Afwisselend entertainment
 (7) Goede horecavoorziening/catering
 (8) Geschikt voor kinderen
 (9) Goede informatievoorziening
 (10) Geen van bovenstaande beschrijvingen

21. Op welke locatie bent u?

- (1) Den Haag
 (2) Amsterdam
 (3) Apeldoorn
 (4) Rotterdam

22. Welke dagen van het WK Beachvolleybal heeft u bezocht of gaat u bezoeken?

U kunt meerdere antwoorden aangeven.

- (1) Vrijdag 26 juni
 (2) Zaterdag 27 juni
 (3) Zondag 28 juni
 (4) Maandag 29 juni
 (5) Dinsdag 30 juni
 (6) Woensdag 1 juli
 (7) Donderdag 2 juli
 (8) Vrijdag 3 juli
 (9) Zaterdag 4 juli
 (10) Zondag 5 juli

23. Welke speelsteden heeft u bezocht of gaat u nog bezoeken tijdens het WK Beachvolleybal? (vink altijd deze locatie aan)

- (1) Den Haag
 (2) Amsterdam
 (3) Apeldoorn
 (4) Rotterdam

24. Wat is vandaag voor u van toepassing?

- (1) Ik doe alleen uitgaven voor mijzelf
 (2) Ik betaal ook voor een ander, anderen
 (3) Ik betaal niets, iemand anders betaalt voor mij Ga door naar vraag 27
 (4) Ik geef vandaag niets uit en evenmin doen anderen dat voor mij Ga door naar vraag 27

25. Voor hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

..... Personen

Nu vragen wij u naar bedragen (Euro's) die u VANDAAG denkt uit te geven. Uitsluitend uitgaven in Den Haag, tenzij anders aangegeven. Geef de bedragen voor het aantal personen dat u hiervoor heeft aangegeven.

26. Hoeveel denkt u vandaag ongeveer uit te geven voor uzelf en / of uw gezelschap aan het volgende?

ENQ: controleer totaalbedrag, meerdere antwoorden mogelijk

Uitgegeven in Den Haag					
1	Merchandising / souvenirs	€	5	Parkeergeld	€
2	Eten en drinken	€	6	Overige uitgaven	€
3	Openbaar vervoer	€		Totaal (1 - 6)	€
4	Winkelen	€		Weet alleen totaal	€
Totaal vandaag buiten Den Haag					€

27. Welk cijfer (1-10) zou u dit evenement geven? (1=zeer slecht en 10=uitmuntend)

Cijfer:

28. Met welk vervoersmiddel heeft de langste afstand van uw vaste woonadres of verblijfplaats naar deze locatie afgelegd?

- (1) Auto / motor
- (2) Trein
- (3) Bus / tram / metro
- (4) Taxi
- (5) (brom) fiets / scooter
- (6) Boot
- (7) Lopend
- (8) Anders

29. Wat is uw geboortjaar?

Geboortjaar = 19

30. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

- (1) Geen onderwijs
- (2) Basisonderwijs
- (3) Middelbare school/ (VMBO, Havo, VWO)
- (4) Beroepsonderwijs (LBO, MBO)
- (5) Hoger onderwijs HBO
- (6) Master/Ph.D.
- (7) Anders

31. Geslacht: Man of Vrouw (omcirkel het juiste antwoord)

Bijlage 1c: Begroting TIG Sports

Inkomsten	Haags	niet-Haags	Totaal begroot
Sponsoring	€ 406.581	€ 1.770.946	€ 2.177.527
Suppliers		€ 281.600	€ 281.600
Nationale Bond		€ 707.607	€ 707.607
Standhouders	€ 12.500	€ 7.450	€ 19.950
Kaartverkoop	€ 201.471	€ 935.159	€ 1.136.630
Steden en provincies	€ 1.173.433	€ 643.382	€ 1.816.815
Subsidie VWS		€ 1.935.550	€ 1.935.550
TV		€ 325.000	€ 325.000
Overig	€ 76.000	€ 265.140	€ 341.140
Totaal	€ 1.869.985	€ 6.871.837	€ 8.741.822
Kosten	Haags	niet-Haags	Totaal begroot
Algemeen	€ 16.691	€ 1.530.907	€ 1.547.598
Communicatie	€ 52.231	€ 722.970	€ 775.201
TV-registratie		€ 656.024	€ 656.024
Hospitality	€ 311.249	€ 118.657	€ 429.906
Infrastructuur en logistiek	€ 193.000	€ 1.980.593	€ 2.173.593
Wedstrijdzaken	€ 18.120	€ 102.841	€ 120.961
Kaartverkoop	€ 11.675	€ 163.123	€ 174.798
ICT	€ 2.718	€ 104.649	€ 107.367
Transport	€ 1.255	€ 243.126	€ 244.381
Hotelaccommodatie	€ 240.828	€ 190.995	€ 431.823
Accreditatie		€ 43.750	€ 43.750
Stewarding en beveiliging	€ 18.750	€ 274.383	€ 293.133
Evenementen	€ 80.715	€ 406.189	€ 486.904
Catering	€ 260.965	€ 340.816	€ 601.781
Mediazaken	€ 32.554	€ 67.106	€ 99.660
Overig	€ 183.675	€ 371.261	€ 554.936
Totaal	€ 1.424.426	€ 7.317.390	€ 8.741.822

Bijlage 2: Tevredenheid

Bijlage 2a: vragenlijst tevredenheidsonderzoek

Vragenlijst WK Beachvolleybal 2015; Tevredenheid

Welkom bij de vragenlijst over het tevredenheidsonderzoek van het WK Beachvolleybal in Den Haag van de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP). De enquête wordt uitgevoerd in opdracht van de gemeente Den Haag door de studenten van de Haagse Hogeschool, opleiding Sportmanagement.

1. Wat is uw land van herkomst?

- (1) Nederland
- (2) Anders, namelijk:

2. Wat is uw geboortjaar?

Geboortjaar

3. Bent u tevreden over het evenement?

- (1) Ja
- (2) Nee

4. Kunt u uw (on)tevredenheid toelichten?

.....

5. Ik leg u 18 stellingen voor.

Kunt u per stelling aangeven in hoeverre u dit belangrijk vindt en hoe tevreden u hierover bent? Het is een vijf punten schaal, voor belangrijkheid gaat die van zeer onbelangrijk tot zeer belangrijk en voor tevredenheid is het zeer ontevreden naar zeer tevreden.

- A) Belangrijk
- B) tevreden

	A) Belangrijk					B) tevreden				
	Zeer onbelangrijk	Onbelangrijk	Neutraal	Belangrijk	Zeer belangrijk	Zeer ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Zeer tevreden
1. Locatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Overige faciliteiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Het programma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. De parkeergelegenheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. De bewegwijzering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. De catering / horeca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. De sfeer / ambiance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. De amusementswaarde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. De inrichting / aankleding	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. De opstelling van de tribune / zichtbaarheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. De servicegerichtheid van de organisatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. De zorg en hulpvaardigheid van de organisatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. De bekwaamheid van de medewerkers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. De informatieverstrekking vooraf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. De informatieverstrekking tijdens het event	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. De veiligheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. De betaalbaarheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Het gebruik van moderne, innovatieve hulpmiddelen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Wat vindt u van het sfeer tijdens het WK Beachvolleybal?

U kunt meerdere antwoorden aangeven.

- (1) Gastvrij
- (2) Gezellig
- (3) Sportief
- (4) Te druk
- (5) Gespannen
- (6) Onoverzichtelijk
- (7) Anders, namelijk:

Op belangrijke plekken in de stad heeft Den Haag tijdens het WK Beachvolleybal city hosts ingezet. Zij hebben als taak bezoekers gastvrij te ontvangen en hen te helpen als ze vragen hebben over de stad, over het WK Beachvolleybal of om hen te helpen van A naar B te komen. De city hosts zijn te herkennen aan hun badge en groen met zwarte kleding.

7. Heeft uw tijdens uw bezoek aan de stad Den Haag tijdens het WK Beachvolleybal deze city hosts gezien?

- (1) Ja
- (2) Nee (ga verder naar vraag 10)

8. Heeft u contact gehad met een van deze city hosts?

- (1) Ja, ze hebben mij aangesproken
- (2) Ja, ik heb hen aangesproken
- (3) Nee (ga verder naar vraag 10)

9. Bent u naar tevredenheid geholpen door deze city host?

- (1) Ja
- (2) Soms wel, soms niet
- (3) Nee

In het centrum, op het strand bij Scheveningen en elders in de stad zijn diverse activiteiten georganiseerd in het kader van het WK Beachvolleybal. Het gaat om activiteiten als de wereldrecordpoging beachvolleybal, (school)toernooien, smashbal op pleintjes in de stad en Beach Club The Hague (op het Plein).

10. Wist u dat deze activiteiten georganiseerd werden?

U kunt meerdere antwoorden aangeven.

- (1) Ja, ik wist van de activiteiten in het centrum
- (2) Ja, ik wist van de activiteiten in Scheveningen
- (3) Ja, ik wist van de activiteiten elders in Den Haag
- (4) Nee

11. Bent u van plan om een of meerdere activiteiten te bezoeken, er aan mee te doen of heeft u dat al gedaan?

U kunt meerdere antwoorden aangeven.

- (1) Ja, activiteiten in het centrum
- (2) Ja, activiteiten in Scheveningen
- (3) Ja, activiteiten elders in Den Haag
- (4) Nee

12. Denkt u dat de gemeente Den Haag er goed aan doet om zich blijvend in te zetten voor de komst van evenementen als het WK Beachvolleybal?

- (1) Ja
- (2) Nee, waarom niet:

13. Zou u, als u daartoe in de gelegenheid zou zijn, de organisatie / locatie willen aanbevelen bij bijvoorbeeld de Internationale Federatie om ook vervolgevenementen hier te houden?

- (1) Ja
- (2) Nee, waarom niet:

14. Als u het WK Beachvolleybal als totaal beoordeelt, welk rapportcijfer zou u dat dan geven?

Waarbij 1 staat voor zeer slecht en 10 voor uitmuntend.
Score:

15. Heeft u nog overige op- of aanmerkingen?

.....

16. Wat is het geslacht van de respondent?

In te vullen door enquêteur

- (1) Man
- (2) Vrouw

Bijlage 2b: Overzicht aantal enquêtes per dag

Datum	Bezoekers WK Beachvolleybal	Percentage
Vrijdag 26 juni	-	-
Zaterdag 27 juni	32	7%
Zondag 28 juni	78	18%
Maandag 29 juni	43	10%
Dinsdag 30 juni	56	13%
Woensdag 1 juli	67	15%
Donderdag 2 juli	66	15%
Vrijdag 3 juli	32	7%
Zaterdag 4 juli	39	9%
Zondag 5 juli	24	5%
Eindtotaal	437	100%

Bijlage 3: Beleving

Bijlage 3a: Vragenlijst belevingsonderzoek

Vragenlijst WK Beachvolleybal 2015; Beleving inwoners Den Haag

1. Wat is de WOZ-waarde? (x1.000)

- (1) < 125
- (2) 126-175
- (3) 175+

2. Wat is uw geslacht?

- (1) Man
- (2) Vrouw

3. Waaruit bestaat uw huishouden?

- (1) 1 persoon
- (2) 2 personen
- (3) Gezin
- (4) 1-ouder gezin
- (5) Anders

4. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

- (1) geen/basis
- (2) LBO
- (3) MAVO/VMBO-t/gt
- (4) MBO
- (5) HAVO/VWO bb
- (6) HBO
- (7) WO

5. Wat is uw werksituatie?

- (1) ondernemer
- (2) loondienst (business)
- (3) loondienst (overheid)
- (4) arbeidsongeschikt
- (5) werkloos/bijstand
- (6) gepensioneerd
- (7) student/schoolgaand
- (8) huisvrouw-/man

6. Wat is uw achtergrond?

- (1) Allochtoon
- (2) Autochtoon

7. Wat is uw etniciteit?

- (1) Nederlands
- (2) Turks
- (3) Marokkaans
- (4) Surinaams
- (5) Antilliaans
- (6) Zuid-Europees
- (7) Anders

8. In welk stadsdeel bent u woonachtig?

- (1) Centrum
- (2) Scheveningen
- (3) Elders

9. Hoe vaak per maand sport u?

- (1) minder dan 1x per maand
- (2) 1-5x per maand (1x per week of minder)
- (3) 6-10x per maand (1 à 2 keer per week)
- (4) vaker (meer dan 2 keer per week)

10. Doet u zelf aan volleybal en/of beachvolleybal?

- (1) Ja, allebei
- (2) Ja, alleen volleybal
- (3) Ja, alleen beachvolleybal
- (4) Nee, geen van beide

Voorafgaand en tijdens het WK Beachvolleybal hingen er in de stad posters en vlaggen over het WK Beachvolleybal en zijn er flyers verspreid.

11. Heeft u deze gezien?

- (1) Ja, ik heb er daar een of meerdere van gezien
- (2) Nee

12. Hebben deze posters, vlaggen of flyers er toe geleid dat u het WK Beachvolleybal of een van de activiteiten daaromheen bezocht heeft?

- (1) Ja
- (2) Nee

13. Heeft u de berichtgeving over de wedstrijden van het WK Beachvolleybal via een (of meer) van de onderstaande media gevolgd? (meerdere antwoorden mogelijk)

- (1) TV: lokale/regionale zender(s)
- (2) TV: landelijke zender(s)
- (3) Radio: lokale/regionale zender(s)
- (4) Radio: landelijke zender(s)
- (5) Krant: lokaal/regionaal
- (6) Krant: landelijk
- (7) Website(s)
- (8) Facebook
- (9) Twitter
- (10) Instagram
- (11) Anders:
- (12) Nee, ik heb berichtgeving niet gevolgd

40

In het centrum, op het strand bij Scheveningen en elders in de stad zijn diverse activiteiten georganiseerd in het kader van het WK Beachvolleybal. Het gaat om activiteiten als de wereldrecordpoging beachvolleybal, (school)toernooien, smashbal op pleintjes in de stad en Beach Club The Hague (op het Plein).

14. Heeft u activiteiten bezocht en zo nee, was het u bekend dat er activiteiten waren?

	Ik heb daar activiteiten bezocht of eraan meegedaan	Niet bezocht, maar ik wist wel dat daar activiteiten waren	Onbekend dat daar activiteiten waren
in het centrum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
in Scheveningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
elders in de stad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Heeft u een of meer wedstrijden van het WK Beachvolleybal bezocht in het stadion op de Hofvijver?

- (1) Ja
- (2) Nee

16. In welke mate bent u het met de volgende stellingen eens of oneens?

De stellingen hebben betrekking op het WK Beachvolleybal én de activiteiten die daar omheen georganiseerd zijn.

	Sterk mee eens	Mee eens	Eens noch oneens	Mee oneens	Sterk mee oneens	Geen mening
Het WK Beachvolleybal is goed voor het imago van Den Haag.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Door het WK Beachvolleybal krijgen de bewoners meer binding met elkaar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik ben er trots op dat het WK Beachvolleybal in Den Haag heeft plaatsgevonden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17. Hoe beoordeelt u de kwaliteit van de organisatie van het WK Beachvolleybal als geheel? Kunt u hiervoor een rapportcijfer geven van 1=zeer slecht tot 10=uitstekend?

Cijfer:[99=w.n.]

18. Als u wilt, kunt u hier een toelichting geven op uw antwoorden:

.....

41

