EVALUATIE VAN DE VOLVO OCEAN RACE 2018

Economische impact, tevredenheid van bezoekers en draagvlak onder de inwoners van de stad

Auteurs:

Roan Rigter

Noud van Herpen

Den Haag, januari 2018

WESP-review: Willem de Boer

let's change
YOU. US. THE WORLD.

DE HAAGSE HOGESCHOOL

INHOUDSOPGAVE

Samenvatting 3

1. Inleiding 5
1.1 Volvo Ocean Race 5
1.2 Leeswijzer 5

2. Economische impact 7
2.1 Inleiding 7
2.2 Methode 7
2.3 Begrippen en definities 7
2.4 Economische impact bezoekers 8
2.4.1 Bezoekersaantallen en kenmerken 8
2.4.2 Uitgaven bezoekers en economische impact 9
2.4.3 Schatting bezoekers buiten de Race Village 11
2.4.4 VIP's 11
2.4.5 Pers/media 12
2.4.6 Deelnemers/teams 12
2.4.7 Vrijwilligers 12
2.5 Economische impact organisaties 12
2.6 Conclusie economische impact 13

3. Tevredenheid 15
3.1 Inleiding 15
3.2 Methode 15
3.3 Tevredenheid Volvo Ocean Race 2018 15
3.3.1 Bezoekersprofiel 15
3.3.2 Tevredenheid 15
3.4 Conclusie tevredenheid 18

4. Mening van de inwoners van Den Haag 21
4.1 Inleiding 21
4.2 Methode 21
4.3 Beleving Volvo Ocean Race 2018 21
4.4 Rapportcijfer stadspanel 23
4.5 Conclusie 23

5. Slotconclusie Volvo Ocean Race 2018 25
Bijlage I: Percentages bezoekers & steekproef 27
Bijlage II: Vragenlijst economische impact 28
Bijlage III: Begroting gemeente Den Haag 30
Bijlage IV: Begroting TIG Sports 31
Bijlage V: Vragenlijst tevredenheid 32

De Haagse Hogeschool
Faculteit Gezondheid, Voeding en Sport
Opleiding Sport & Bewegen
(Sportmanagement/Sportkunde)

Meester P. Droogleever Fortuynweg 22
2533 SR Den Haag

T (070) 305 2101
E n.a.vanherpen@hhs.nl

www.dehaagsehogeschool.nl

SAMENVATTING

In opdracht van de gemeente Den Haag is door het watersport-verbond en TIG Sports een onderzoek uitgevoerd naar de economische impact, tevredenheid en beleving van de Volvo Ocean Race (VOR) die plaatsvond van 24 juni tot 1 juli 2018.
De VOR is de grootste en meest prestigieuze zeilwedstrijd ter wereld die dit jaar in de haven van Scheveningen, Den Haag, eindigde. Het organiseren van de VOR past bij de ambities van Den Haag om zich te profileren als sportstad aan zee. De onderzoeken zijn gebaseerd op de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP) richtlijnen, een wetenschappelijk onderbouwde methode van onderzoek. Door middel van enquêtes, bezoekersaantallen en gegevens van de organisaties kon de economische impact worden berekend en de tevredenheid worden gemeten. Beleving is gemeten met behulp van een stadspanel onder de inwoners van Den Haag. In totaal zijn er 938 enquêtes over de economische impact afgenomen, 420 enquêtes over tevredenheid en hebben 972 panelleden de vragenlijst over beleving ingevuld.

Resultaten:
Economische impact: In totaal hebben 145.410 reguliere bezoekers (exclusief VIP's) de VOR bezocht. Deze bezoekers zijn goed geweest voor 204.936 bezoeken. Voor de berekening van de economische impact is er gekeken naar de additionele dagbestedingen en additionele bestedingen aan overnachtingen in Den Haag. De totale impact van de reguliere bezoekers bedraagt € 6.574.875. De extra bezoekers buiten de Race Village (RV) van de VOR waren goed voor € 699.948. Het aantal VIP's van in totaal 38.212 bezoekers hebben een totale additionele besteding van € 678.646. De pers/media genereert een additionele besteding van € 22.730. Vrijwilligers zorgden met een groep van 2.310 personen voor impact € 16.632.

De projectorganisatie van de gemeente Den Haag heeft een negatieve impact van - € 1.954.973. Daar tegenover heeft de projectorganisatie van TIG Sports een positieve impact van € 1.735.154. De conclusie is dat al deze bedragen bij elkaar opgeteld voor een totale economische impact zorgen van € 7.976.684 voor de gemeente Den Haag.

Tevredenheidsonderzoek: In totaal was 98% van de respondenten of zeer tevreden over de VOR. Gemiddeld was 73,1% tevreden of zeer tevreden over achttien verschillende onderwerpen gerelateerd aan het VOR evenement. Hieruit volgt de conclusie dat de mate van tevredenheid onder de bezoekers van de VOR hoog is.

Mening van de inwoners van Den Haag: Om de mening van de inwoners van de stad Den Haag te onderzoeken zijn aan het stadspanel verschillende onderwerpen voorgelegd. Zo zijn o.a. de communicatie vooraf, het bezoek aan (side-)events en algemene beeldvorming bevraagd. Over alle onderdelen zijn de inwoners in principe enthousiast. Als rapportcijfer krijgt de organisatie gemiddeld een 7.5.

Als de Volvo Ocean Race in zijn totaliteit wordt geëvalueerd, kunnen de onderzoekers concluderen dat de Volvo Ocean Race een geslaagd evenement is geweest op economisch gebied als ook voor de mensen die het evenement hebben bezocht. Een deel van de inwoners van Den Haag is iets kritischer op het evenement maar ook daar heerst over het algemeen een postief beeld. De gemeente Den Haag heeft samen TIG Sports een succesvolle finish van de VOR georganiseerd.

VREDE EN RECHT
Den Haag

VOLVO OCEAN RACE
ROUND THE WORLD
THE HAGUE

DE HAAGSE HOGESCHOOL

inmarsat
SAILOR
COBHAM
DONGFENG
OCEAN ULTRAVALUE
HARKEN

1. INLEIDING

1.1 Volvo Ocean Race

De finish Volvo Ocean Race 2018 (hierna VOR) vond plaats van 24 juni tot 1 juli in de haven van Scheveningen. Het einde van het grootste watersportevenement en de meest prestigieuze zeilwedstrijd ter wereld eindigde voor de eerste keer in de geschiedenis in Nederlandse wateren. De zeilwedstrijd is voor het eerst gehouden in 1973 en wordt sindsdien om de drie jaar gehouden. De VOR 2017-18 is opgebouwd uit 11 etappes waarbij er in totaal 45.000 zeemijl (83.000 km) wordt gevaren. In deze editie van de VOR deden twee Nederlandse boten mee, Team AkzoNobel en Team Brunel. In totaal zijn er zeven boten die meededen aan de race. In totaal deden er zes Nederlandse zeil(st)ers mee (Volvo Ocean Race Den Haag, z.d.). De race is uiteindelijke gewonnen door het Dongfeng Race Team, waarbij de Nederlandse zeilster Carolijn Brouwer zeilt.

De race eindigde op 24 juni in de haven van Scheveningen. Het evenement duurde nog tot 1 juli met als hoogtepunt de in-port race op 30 juni. In deze rapportage staat het volledige achtdaagse evenement centraal. Met het streven van de gemeente Den Haag naar een 'topsportklimaat' en 'sportstad aan zee' heeft zij getracht de inwoners van Den Haag zoveel mogelijk te betrekken bij het evenement. Zo zijn er verschillende side-events georganiseerd voor jong en oud zoals de 'Optimist on Tour', 'EK Optimisten' en verschillende activiteiten die gedaan konden worden op het evenemententerrein van de VOR. Naast het sportieve karakter van het evenement is het evenemententerrein voorzien van horeca aangelegenheden met terrasjes zodat mensen in alle rust konden genieten van het evenement. Daarnaast konden bezoekers genieten van het podium met uiteenlopende optredens van zowel Haagse als niet Haagse artiesten. De gratis toegang van de VOR maakte het toegankelijk voor iedereen.

De gemeente Den Haag wil de VOR evalueren op basis van de economische impact van het evenement, de tevredenheid van de bezoekers en de mening van de inwoners van Den Haag. De evaluatie van het evenement wordt gedaan op basis van een gestandaardiseerd meetinstrument dat is ontwikkeld door de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP). Door gestandaardiseerde meetinstrumenten toe te passen kunnen sportevenementen beter met elkaar worden vergeleken en kan hierdoor een groter leereffect worden bereikt. Daarnaast kan de gemeente Den Haag de resultaten en eventuele vergelijkingen met andere onderzoeken gebruiken in haar communicatie-uitingen naar (potentiële) sponsors en andere stakeholders van het betreffende evenement en toekomstige evenementen. Voor de uitvoerder van de evaluatie, De Haagse Hogeschool, faculteit gezondheid, voeding & sport, is het van belang dat haar studenten relevante en actuele vraagstukken uit de beroepspraktijk kunnen uitvoeren. 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 deze samenwerking.

1.2 Leeswijzer

Deze rapportage bestaat uit vier hoofdstukken. In hoofdstuk 1 is de inleiding gepresenteerd. In hoofdstuk 2 staat de economische impact van de VOR centraal. In hoofdstuk 3 wordt nader ingegaan op de tevredenheid van de bezoekers ten aanzien van de VOR. Tot slot wordt in hoofdstuk 4 de mening van de inwoners van Den Haag ten opzichte van de VOR besproken. In ieder hoofdstuk wordt een korte inleiding gegeven, vervolgens wordt de gebruikte methode beschreven, daarna volgt een overzicht van de belangrijkste resultaten en tot slot wordt de conclusie gegeven.

AkzoNobel
AkzoNobel
International
International
VOLVO
OCEAN
RACE

2. ECONOMISCHE IMPACT

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt er ingegaan op de economische impact van de VOR. Van het evenement zijn het aantal bezoekers en de kenmerken van deze bezoekers in kaart gebracht. Op basis van deze gegevens wordt er voor de bezoekers berekend wat zij uitgeven binnen de gemeente Den Haag en wat hiermee de economische impact is op de korte termijn. In deze berekeningen worden ook de overnachtingen van bezoekers meegenomen. Verder worden de organisatorische bestedingen van de gemeente Den Haag en TIG Sports ook meegenomen in de economische impact. Naast de economische impact wordt ook het bezoekersprofiel weergegeven en wordt de VOR beoordeeld met een rapportcijfer.

Om het rapport leesbaar te houden is er voor gekozen de getallen waar nodig af te ronden. In de berekeningen zelf is uiteraard niet tussentijds afgerond.

2.2 Methode

Voor dit onderzoek zijn verschillende methoden ingezet: gestructureerde interviews (enquête) met bezoekers van het evenement en een interview met de organiserende partijen. Zo hebben er interviews plaatsgevonden met Den Haag en TIG Sports. Het onderzoek naar de economische impact volgt de richtlijnen van de WESP zoals deze zijn beschreven in het Richtlijnenhandboek Economische Impact (WESP, 2016). De WESP is een organisatie die zich ten doel heeft gesteld om een wetenschappelijk kader te bieden ten behoeve van kennisopbouw en -uitwisseling over de impact van sportevenementen.

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/Sportkunde en ingehuurde enquêteurs hebben gedurende iedere dag van de VOR bezoekers face-to-face geïnterviewd. Dit heeft geresulteerd in 738 respondenten. De verdeling van het aantal respondenten over de verschillende dagen ten opzichte van de bezoekersaantallen omgerekend naar percentage van het totaal van het evenement is te zien in bijlage I. De bezoekersaantallen zijn verschillend per dag en om die reden het aantal respondenten per dag ook. De vragenlijst die is gebruikt is te vinden in bijlage II en was er in twee talen beschikbaar, de Nederlands- en Engelstalige. De nadruk van de vragenlijst ligt op de herkomst van de bezoekers, met welke reden zij de VOR bezoeken en wat het uitgavepatroon is van de bezoeker ten tijden van de VOR en eventuele overnachtingen in de gemeente Den Haag. De interviews zijn afgenomen door middel van een tablet of smartphone. De antwoorden van de respondent werden direct genoteerd en na afronding van de vragenlijst opgeslagen. Het systeem dat hiervoor werd gebruikt is HarvestYourData. Bij het interviewen van de bezoekers was er sprake van een steekproef om de gegevens zo representatief mogelijk te maken. Hierbij hebben de enquêteurs de opdracht gekregen om zo mogelijk iedere 10^{e} bezoeker te interviewen. In de WESP richtlijn staat dat er een minimum van 385 respondenten behaald moet worden indien het evenement meer dan 5.000 bezoekers heeft. Met 738 respondenten is deze norm ruimschoots behaald. De gevonde gegevens zijn door de onderzoekers gecontroleerd door het maken van rechte tellingen en daarbij te waken voor extreme uitschieters.

Interview met de gemeente Den Haag en TIG Sports.
Met de gemeente Den Haag en TIG Sports is in overleg gesproken over de inkomsten en uitgaven van de organiserende partijen voor de VOR. Speciale aandacht ging uit naar de spreiding van de inkomsten en uitgaven binnen en buiten Den Haag zodat de economische impact kan worden bepaald. De begrotingen van de gemeente Den Haag en TIG Sports zijn aangeleverd door beide organisaties, waarbij zij zelf de splitsing hebben gemaakt naar de inkomsten en uitgaven binnen en buiten Den Haag. De begroting van de gemeente Den Haag is aangeleverd door Ilse Janssen, projectleider gemeente Den Haag. De begroting van TIG Sports is aangeleverd door Niels Markensteijn, directeur TIG Sports. De onderzoekers hebben bij beide begrotingen gecontroleerd of de inkomsten en uitgaven gelijk zijn. De onderzoekers zijn echter geen boekhouders en controleren dus niet in detail de aangeleverde begrotingen.

2.3 Begrippen en 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, vrijwilligers). Uitgaven van (lokale) overheden zijn volgens de richtlijn niet additioneel omdat aangenomen wordt dat deze middelden 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 langetermijneffecten voor de gemeente Den Haag en eventuele verdringingseffecten tijdens het evenement.

Additionele bezoekers. Additionele bezoekers van de VOR 2018 zijn bezoekers die specifiek voor het evenement naar de regio zijn gekomen. Additioneel voor Den Haag wil in dit geval zeggen dat men, indien de VOR niet had plaatsgevonden, niet aanwezig zou zijn geweest in de gemeente. Conform de richtlijn 'Economische Impact' (zie paragraaf 2.2) is als uitgangspunt genomen dat de inwoners van de gemeente Den Haag die het WK bezoeken niet als additioneel worden beschouwd. De uitgaven van inwoners van Den Haag aan het evenement betreffen volgens wetenschappelijk sportonderzoek

in veel gevallen een verschuiving van bestedingen in de tijd. De uitgaven van deze groep dragen dus niet bij aan de economische impact.

Volvo Ocean Race 2018. Net als bij andere grote topsport-evenementen geldt ook voor de VOR 2018 dat er diverse side-events en andere afgeleide activiteiten zijn. Met de VOR 2018 worden in dit onderzoek, tenzij anders vermeld, het evenement "Finish Volvo Ocean Race 2018 in Scheveningen, Den Haag" bedoeld.

Geografische afbakening. De economische impact van een evenement wordt beïnvloed door het geografisch gebied dat bij het onderzoek centraal staat. De economische impact van de VOR is voor de provincie Zuid-Holland derhalve anders dan voor de gemeente Den Haag. In dit onderzoek is op verzoek van de opdrachtgever (de gemeente Den Haag) de impact voor de gemeente Den Haag becijferd.

2.4 Economische impact bezoekers

2.4.1 Bezoekersaantallen en kenmerken

Bezoekersaantallen. Het aantal bezoeken aan de VOR is door TIG Sports geteld. De tellingen zijn gedaan op basis van een click systeem, waarbij een bezoeker die de Race Village (hierna RV) van de VOR bezocht geklikt werd bij de toegangspoort en in het systeem komt te staan. In totaal zijn er tijdens het hele evenement 224.042 bezoeken geweest in de RV. De tellingen van bezoekers buiten de RV zijn schattingen die zijn gemaakt door TIG Sports op basis van luchtfoto's van het strand, de duin en de havenhoofden vanuit een helikopter. Een overzicht van de bezoekersaantallen is te zien in tabel 2.1. In totaal zijn er 337.542 bezoeken afgelegd door bezoekers volgens TIG Sports. Echter worden de berekeningen voor de economische impact van de VOR zijn gedaan op basis van de bezoekersaantallen binnen de RV, aangezien deze bezoekers zijn onderzocht. Van de bezoekersaantallen buiten de RV is niet precies bekend hoe deze schattingen zijn gemaakt en dus discutabel of deze aantallen een goede afspiegeling geven van de werkelijkheid. Om die reden worden voor deze groep bezoekers dezelfde percentages gehanteerd als waar de berekeningen voor de economische impact mee zijn gedaan, maar wordt deze groep gehalveerd en worden alleen de daguitgaven berekend. Daarnaast is een ander verschil tussen deze twee groepen dat de buitenlanders buiten beschouwing worden gelaten aangezien de aanname is dat additionele buitenlanders ook naar de RV zijn gegaan en dus binnen de officiële tellingen zitten. Verder worden voor deze bezoekers alleen daguitgaven berekend en dus geen overnachtingen. Dit omdat de aanname is gedaan dat de mensen die overnachten en speciaal voor het evenement zijn gekomen ook een bezoek brengen aan de Race Village. Op deze manier voorkomen we dus dubbeltellingen in het aantal geboekte nachten.

Datum	Binnen RV	Buiten RV	Totaal
24-jun	59.530	28.500	88.030
25-jun	12.682		12.682
26-jun	14.765		14.765
27-jun	23.674		23.674
28-jun	14.836		14.836
29-jun	23.843		23.843
30-jun	52.578	75.000	127.578
1-jul	22.134	10.000	32.134
Totaal	**224.042**	**113.500**	**337.542**

Tabel 2.1: Bezoekersaantallen Volvo Ocean Race 2018 – TIG Sports

Naast de reguliere bezoekers zijn er tijdens de VOR andere groepen aanwezig. Een overzicht van deze groepen en de aantallen zijn te zien in tabel 2.2. Van deze groepen zijn de vrijwilligers, pers/media, teams/deelnemers en 50% (gegevens van TIG Sports) van de VIP's door de personeelsingang naar binnen gegaan tijdens de VOR. Deze aantallen zitten dus niet in de bovenstaande tellingen van de bezoekersaantallen. 50% van de VIP's (19.106) zijn wel geteld. Voor de VIP's zijn aparte berekeningen gemaakt en dus wordt de economische impact van de reguliere bezoekers berekend met 224.042 – 19.106 = **204.936 bezoeken.**

Om de economische impact van de reguliere bezoekers te berekenen moet eerst het aantal bezoeken omgezet worden in bezoekers. Een bezoeker kan namelijk meerdere dagen komen en dus meerdere bezoeken afleggen. Uit de enquetes is gebleken dat de gemiddelde bezoeker 1,41 dagen een bezoek bracht. Daarmee komt het totaal aantal reguliere bezoekers op 145.410 (204.936 delen door 1,41).

Groep	Aantal
VIP's	38.212
Vrijwilligers	2.310
Pers/media	350
Teams/deelnemers	400
Totaal	41.272

Tabel 2.2: Groepen en aantallen

Additionele bezoekers. Voor de berekening van de economische

impact van de het evenement wordt er gekeken naar de additionele bestedingen in Den Haag die gerelateerd zijn aan de VOR. Om deze berekening voor de economische impact te kunnen maken wordt er een verdeling gemaakt naar *'additionele'* en *'niet-additionele' bezoeken.* Deze verdeling wordt gemaakt op basis van de eerder genoemde methode in het hoofdstuk begrippen. De additionele bezoekers worden per groep berekend en weergegeven in de paragrafen die volgen.

Basiskenmerken. Van de reguliere bezoekers was 63% man en 37% vrouw, de gemiddelde leeftijd van de respondenten is 42 jaar en 72% had een HBO/WO diploma.

Van de bezoekers kwam 13% uit het buitenland en 87% uit Nederland. Het grootste deel van de buitenlanders was afkomstig uit Duitsland (33%), België (15%), Frankrijk (10%), Engeland (8%) en Spanje (6%). Het percentage van de respondenten dat woonachtig is in Den Haag zit op 27%. In totaal waren 79% van de respondenten op eigen initiatief naar de VOR gekomen, 13% was uitgenodigd door de organisatie of sponsor en 3% heeft 'Anders' aangegeven. De overige respondenten waren vrijwilligers, pers/media of team members.

Gezelschap. De bezoekers hebben aangegeven met hoeveel personen zij aanwezig waren bij de VOR. De gemiddelde groepsgrootte was 5 personen. Groepen die met een groot aantal personen kwamen, zoals verenigingen of bedrijven hebben een grote invloed op de gemiddelde groepsgrootte. Echter was het percentage dat met school/bedrijf/vereniging aanwezig was slechts 7%. Daarnaast kwam 15% alleen, 32% kwam met partner, 11% met partner en kinderen, 6% alleen met kinderen, 9% met overige familie, 16% met vrienden/kennissen en 3% met een gemengd gezelschap.

Overnachting & accommodatie. De percentages overnachtingen worden per groep weergegeven bij de berekening van de economische. Van alle respondenten die buitenhuis sliepen is in tabel 2.3 te zien in wat voor soort accommodatie dit was.

Accommodatie	Percentage
Hotel 0-3 sterren	23,2%
Vrienden/familie/kennissen	18,3%
Hotel 4-5 sterren	17,3%
Appartement/AirBnB	12,9%
Camping	10,3%
B&B/Hostel	9,5%
Bungalowpark	6,7%
Anders	1,8%

Tabel 2.3: Waar overnachten de bezoekers die buitenhuis sliepen?

Waarderingscijfer Volvo Ocean Race 2018. Het gemiddelde (gewogen) waarderingscijfer dat de reguliere bezoekers hebben gegeven aan de VOR in zijn geheel is een 8,3. Van de respondenten beoordeelde 49% het evenement met een 8, 28% met een 9 en 9% met een 10. In totaal gaf 99,9% van de respondenten de VOR een voldoende.

2.4.2 Uitgaven bezoekers en economische impact

In totaal zijn er zes verschillende groepen te onderscheiden binnen de bezoekers van de VOR. Voor elke groep is de economische impact berekend. Deze groepen samen vormen uiteindelijk de economische impact van de bezoekers. De verschillende groepen zijn de volgende:

1. Additionele bestedingen van dagbezoeken Nederlanders
2. Additionele bestedingen van dagbezoeken buitenlanders
3. Additionele bestedingen van overnachtbezoeken Nederlanders
4. Additionele bestedingen van overnachtbezoeken buitenlanders
5. Bestedingen aan overnachtingen door Nederlanders
6. Bestedingen aan overnachtingen door buitenlanders

Tijdens de VOR is er aan de reguliere bezoekers gevraagd naar de dagbestedingen in Den Haag. Zo is er gevraagd naar de bestedingen aan: eten en drinken, merchandising/souvenirs, openbaar vervoer (exclusief trein), winkelen, boodschappen, dag attracties/recreatie, parkeerkosten en overige uitgaven. Daarnaast is er gevraagd naar de eventuele overnachtingen die de respondent heeft geboekt en de prijzen van deze overnachtingen samen met het aantal overnachtingen. Al deze gegevens zijn nodig om de economische impact te berekenen.

Additionele bestedingen van dagbezoeken Nederlanders. Om de economische impact te berekenen is er een splitsing gemaakt in dagbezoekers en overnachters. Dit omdat zij een ander bestedingspatroon hebben. Allereerst is gekeken naar de dagbezoekers. Dit omdat zij de grootste groep vormen met ruim 164.000 bezoeken. Vervolgens is deze groep verdeeld in Nederlanders en buitenlanders. Vervolgens is dit aantal vermenigvuldigd met de gemiddelde besteding van de desbtreffende groep. In tabel 2.4 is de berekening te zien. De economische impact van de Nederlandse dagbezoekers komt in het totaal uit op een bedrag van ruim 2 miljoen euro.

Aantal dagbezoeken door reguliere bezoekers	164.095
Percentage rest van NL (dus niet Den Haag)	62%
Aantal bezoeken rest van Nederland	101.612
Percentage additioneel	74%
Aantal additionele dagbezoeken	75.023
Gemiddelde additionele daguitgaven dagbezoekers	€ 28,75
Economische impact	**€2.157.211**

Tabel 2.4: Additionele bestedingen van dagbezoeken Nederlanders

Additionele bestedingen van dagbezoeken buitenlanders.
Voor de additionele dagbezoeken buitenlanders geldt hetzelfde principe als in bovenstaande tabel. Het totaal aantal additionele dagbezoeken buitenland komt uiteindelijk uit op 6.069 dagbezoeken. Als dit wordt vermenigvuldigd met de gemiddelde daguitgaven van € 94,69, dan komt de economische impact uit op een bedrag van **€ 574.655**. De berekening is te zien in tabel 2.5.

Aantal bezoeken door dagbezoekers	164.095
Percentage buitenland	5%
Aantal bezoeken buitenlanders	7.745
Percentage additioneel	78%
Aantal additionele dagbezoeken	6.069
Gemiddelde additionele daguitgaven dagbezoekers	€ 94,69
Economische impact	**€ 574.655**

Tabel 2.5: Additionele bestedingen van dagbezoeken buitenlanders

Additionele bestedingen van overnachtbezoeken Nederlanders.
Op basis van het totaal aantal bezoeken met aftrek van de VIP's (n=204.936) worden de berekeningen gedaan. Hierdoor is er dus berekend dat er in totaal 204.936/1,41 = 145.410 bezoekers aanwezig waren bij de VOR. Van deze bezoekers komt 58% (n=84.479) uit Nederland. Om tot het aantal overnachtbezoeken te komen wordt dit vermenigvuldigd met het percentage overnachters (8%). Vervolgens wordt het aantal overnachters (n=7.138) vermenigvuldigd met het percentage additioneel (75%) waaruit het aantal additionele overnachters volgt (n=5.376). Dit aantal wordt vermenigvuldigd met het gemiddeld aantal bezoeken van een overnachter uit Nederland (1,76), waaruit het totaal aantal additionele overnachtbezoeken volgt (n=9.481). Ten slotte wordt het aantal overnachtbezoeken vermenigvuldigd met de gemiddelde daguitgaven van overnachters (€ 51,98) en komt de economische impact van deze groep uit op **€ 492.855**. De berekening is te zien in tabel 2.6.

Aantal bezoeken	204.936
Wegingsfactor gemiddeld aantal bezoeken	1,41
Aantal bezoekers	145.410
Percentage Nederland	58%
Aantal bezoekers Nederland	84.479
Percentage overnachters in Den Haag	8%
Aantal overnachters	7.138
Percentage additioneel	75%
Aantal additionele overnachters	5.376
Gemiddeld aantal overnachtingen	1,76
Aantal additionele overnachtbezoeken	9.481
Gemiddelde additionele daguitgaven overnachters	€ 51,98
Economische impact	**€ 492.855**

Tabel 2.6: Additionele bestedingen van overnachtende Nederlanders

Additionele bestedingen van overnachtbezoeken buitenlanders.
Voor de additionele overnachtbezoekers uit het buitenland zoals weergegeven in tabel 2.7 geldt hetzelfde principe zoals bij tabel 2.6 is uitgelegd. Het eindtotaal aan additionele overnachtbezoeken uit het buitenland komt op 20.785 bezoeken. Dit aantal bezoeken wordt vermenigvuldigd met de gemiddelde daguitgaven van € 90,86 waaruit een economische impact volgt van **€ 1.888.471**.

Aantal bezoeken	204.936
Wegingsfactor gemiddeld aantal bezoeken	1,41
Aantal bezoekers	145.410
Percentage buitenlanders	13%
Aantal bezoekers buitenland	19.232
Percentage overnachters in Den Haag	69%
Aantal overnachters	13.328
Percentage additioneel	70%
Aantal additionele overnachters	9.287
Gemiddeld aantal overnachtingen	2,24
Aantal additionele overnachtingen	20.785
Gemiddelde additionele daguitgaven overnachters	€ 90,86
Economische impact	**€ 1.888.471**

Tabel 2.7: Additionele bestedingen van overnachtbezoeken buitenlanders

Bestedingen aan overnachtingen door Nederlanders.
Het totaal aantal bezoekers opgesplitst in een gedeelte afkomstig uit Nederland, in dit geval 58% (n=84.479). Vervolgens wordt hiervan het percentage overnachters in Den Haag genomen (8%) waaruit 7.138 overnachters volgen. Van dit aantal wordt het percentage additioneel (75%) genomen (n=5.376). Dit aantal wordt vermenigvuldigd met het aantal gemiddelde nachten dat één persoon in Den Haag verblijft. Dit aantal is 2,61 nachten, waardoor het totaal aantal nachten op 14.022 uitkomt. Deze nachten worden vermenigvuldigd met de gemiddelde prijs per persoon per nacht van € 19,43 wat leidt tot een economische impact van **€ 272.397**. De berekening is weergegeven in tabel 2.8.

Aantal bezoekers	145.410
Percentage Nederland	58%
Aantal bezoekers Nederland	84.479
Percentage overnachters in Den Haag	8%
Aantal overnachters	7.138
Percentage additioneel	75%
Aantal additionele overnachters	5.376
Gemiddeld aantal nachten in Den Haag	2,61
Totaal aantal nachten in Den Haag	14.022
Gemiddelde prijs per persoon per nacht	€ 19,43
Economische impact	**€ 272.397**

Tabel 2.8: Additionele bestedingen aan overnachtingen door Nederlanders

Bestedingen aan overnachtingen door buitenlanders.
De bestedingen aan overnachtingen door buitenlanders worden op dezelfde wijze berekend als de bestedingen door Nederlanders. Het aantal additionele overnachters komt uit op 9.287. Dit wordt vermenigvuldigd met het gemiddeld aantal nachten in Den Haag á 3,42 nachten waardoor het totaal aan nachten uitkomt op 31.731. Dit aantal nachten wordt vermenigvuldigd met de gemiddelde prijs per persoon per nacht van € 37,48 voor buitenlanders. De economische impact is dan **€ 1.189.286**. De berekening is weergegeven in tabel 2.9.

Aantal bezoekers	145.410
Percentage buitenland	13%
Aantal bezoekers buitenland	19.223
Percentage overnachters in Den Haag	69%
Aantal overnachters	13.328
Percentage additioneel	70%
Aantal additionele overnachters	9.287
Gemiddeld aantal nachten in Den Haag	3,42
Totaal aantal nachten in Den Haag	31.731
Gemiddelde prijs per persoon per nacht	€ 37,48
Economische impact	**€ 1.189.286**

Tabel 2.9 Additionele bestedingen aan overnachtingen door buitenlanders

Totale Economische impact. Door de uitkomsten van de bovenstaande zes groepen bij elkaar op te tellen wordt de economische impact van de reguliere bezoekers berekend. Deze som wordt meegenomen in de eindberekening van de economische impact die later in dit hoofdstuk te vinden is. De economische impact van de reguliere bezoekers bedraagt in totaal **€ 6.574.875** en wordt in onderstaande tabel 2.10 schematisch weergegeven.

	Buiten-landers	Nederlanders	Totaal
Additionele bestedingen dagbezoekers	€ 574.655	€ 2.157.211	€ 2.731.866
Additionele bestedingen overnachters	€ 1.888.471	€ 492.855	€ 2.381.327
Overnachtingen	€ 1.189.286	€ 272.397	€ 1.461.683
Economische impact	€ 3.652.412	€ 2.922.463	**€ 6.574.875**

Tabel 2.10: Economische impact van de reguliere bezoekers

2.4.3 Schatting bezoekers buiten de Race Village

De schattingen zijn gemaakt op basis van de bezoekersaantallen buiten de RV. In totaal gaat het om een aantal van 113.500. Omdat het in dit geval gaat om bezoekers buiten de RV wordt alleen de groep Nederlanders berekend. Voor deze groep worden dezelfde daguitgaven gerekend als die van de reguliere bezoeker. In totaal gaat het om 65.940 Nederlandse bezoekers waarvan 74% additioneel is. In totaal blijven er dan 48.685 bezoekers over. Hiervan wordt 50% gereduceerd, aangezien deze personen officieel niet voorkomen in de dataset en dergelijke aantallen erg veel invloed hebben zonder dat met zekerheid te zeggen is of deze aantallen daadwerkelijk kloppen. Vervangen door. Hierbij wordt aangenomen dat 50% ook in het Race Village is geweest. Om dubbeltellingen te voorkomen worden deze hier dus weg gelaten.

Aantal bezoekers	113.500
Percentage Nederland	58%
Aantal bezoekers Nederland	65.940
Percentage additioneel	74%
Aantal additionele bezoekers	48.685
Reductie	50%
Aantal additionele bezoekers na reductie	24.343
Gemiddelde daguitgaven per persoon	€ 28,75
Economische impact	**€ 699.948**

Tabel 2.11: Schatting bestedingen bezoekers buiten de Race Village

2.4.4 VIP's

Net zoals bij de reguliere bezoekers is een verdeling gemaakt in Haagse VIP's, VIP's uit de rest van Nederland en buitenlandse VIP's. Ook hier is er gekeken naar bestedingen gedurende dag en naar overnachtingen. Deze bedragen zijn per persoon aanzienlijk lager omdat in het arrangement al eten en drinken was opgenomen. In het totaal is deze groep goed voor een Econimisch impact van ruim 140 duizend euro. Dit is inclusief geboekte hotelovernachtingen.

In de tabellen 2.12 t/m 2.14 zijn de berekeningen te zien voor de VIP's die zijn uitgenodigd door andere partijen dan TIG Sports. In het totaal waren dit er ruim 19 duizend. Ook hier is weer een verdeling gemaakt in Haagse, overig Nederland en buitenlandse VIP's. Van deze groepen is gekeken of zij bleven slapen of niet en wat zij gemiddeld per persoon uitgaven. Bestedingen zijn gedaan gedurende de dag dan wel aan het boeken van een of meerdere overnachtingen. Opvallend was dat veel van de buitenlandse VIP's als niet additioneel uit de steekproef kwamen.
Een opstelsom van alle bestedingen zorgt voor een totaalbedrag van ruim 678 duizend euro.

	Nederland	Buitenland
Percentage waarvandaan	74%	12%
Aantal bezoekers	10.206	1.622
Percentage overnachters in Den Haag	13%	87%
Aantal overnachters	1.339	1.405
Percentage additioneel	76%	90%
Aantal additionele overnachters	1.013	1.269
Gemiddeld aantal bezoeken	1,5	2,22
Aantal additionele overnachtbezoeken	1.520	2.822
Gemiddelde additionele daguitgaven overnachters	€ 28,95	€ 68,00
Economische impact	**€ 43.991**	**€ 191.928**

Tabel 2.12: bestedingen additionele overnachtbezoekers externe VIP's

	Nederland	Buitenland
Percentage waarvandaan	80%	2%
Aantal bezoeken door dagbezoekers	11.072	271
Percentage additioneel	83%	0%
Aantal additionele dagbezoeken	9.174	0
Gemiddelde additionele daguitgaven dagbezoekers	€ 28,95	€ 0
Economische impact	**€ 265.546**	€ 0

Tabel 2.13: bestedingen additionele dagbezoekers externe VIP's

	Nederland	Buitenland
Aantal bezoekers	10.206	1.622
Percentage overnachters in Den Haag	13%	87%
Aantal overnachters	1.339	1.405
Percentage additioneel	76%	90%
Aantal additionele overnachters	1.013	1.269
Gemiddeld aantal nachten in Den Haag	1,14	2,61
Totaal aantal nachten in Den Haag	1.158	3.307
20% reductie overnachtingen via TIG Sports	926	2.645
Gemiddelde prijs per persoon per nacht	€ 48,06	€ 50,15
Economische impact	**€ 44.516**	**€ 132.664**

Tabel 2.14: Bestedingen overnachtingen VIP's extern

2.4.5 Pers/media

Tijdens het evenement was er geen mogelijkheid om de aanwezige pers/media te interviewen. Om die reden is er achteraf op basis van de gegevens van TIG Sports en andere WESP rapportages een schatting gemaakt van de economische impact van de pers/media. Het aantal geaccrediteerde pers/media personeel was in totaal 350 (TIG Sports, persoonlijke communicatie, 3 september 2018). Hiervan is de verdeling Den Haag, Nederland en buitenland 1/3, waarvan Nederland en buitenland additionele bestedingen zijn. Verder wordt er aangenomen dat de dagbestedingen van pers/media uit Nederland en buitenland hetzelfde is als die van reguliere bezoekers (Nederland is € 28,75 en buitenland is € 90,86). Van de pers/media uit Nederland wordt uitgegaan dat zij niet overnachten wat de impact op 117 * € 28,75 = € 3.355 brengt. Voor de pers/media uit het buitenland zijn de daguitgaven 117 * € 90,86 = € 10.600. De verblijfsduur wordt geschat op 8 dagen (aantal dagen dat het evenement plaats vond) á € 75 per nacht (op basis van eerdere economische impact studies). De impact aan overnachtingen is dan 117 * 8 * € 75 = € 70.000. De economische impact van de pers/media komt dan uit op **€ 83.955.** Het overzicht is te zien in tabel 2.12.

	Nederland	Buitenland	Totaal
Dagbestedingen door pers/media	€ 3.355	€ 10.600	€ 13.955
Bestedingen aan overnachtingen door pers/media	-	€ 70.200	€ 70.200
Economische impact			**€83.955**

Tabel 2.15: Additionele bestedingen pers

2.4.6 Deelnemers/teams

De additionele bestedingen van de deelnemers/teams zijn geregeld via TIG Sports. In totaal waren er 400 personen aanwezig als deelnemer of deel van een team. De uitgaven hiervoor zijn opgenomen in de begroting van TIG Sports die in bijlage IV is te vinden.

2.4.7 Vrijwilligers

Vanuit TIG Sports zijn de aantallen van de vrijwilligers bekend gemaakt. In totaal zijn er tijdens de acht dagen 2.310 vrijwilligers werkzaam geweest. Van deze aantallen kwam 9% uit het buitenland, 63% uit Nederland en 28% uit Den Haag. Ook voor de vrijwilligers worden de personen uit Den Haag niet meegenomen in de berekening voor de economische impact. Voor de additionele bestedingen van vrijwilligers wordt € 10 gerekend. Dit getal is gekozen op basis van eerdere economische impact studies. Eten en drinken is geregeld voor de vrijwilligers dus blijven er enkel kleine bestedingen over. In totaal zijn de additionele bestedingen van de vrijwilligers **€ 16.632**.

2.5 Economische impact organisaties

Bij de begrotingen van de organisaties is het van belang dat er een splitsing wordt gemaakt naar inkomsten die uit Den Haag en buiten Den Haag afkomstig zijn. Hetzelfde geldt voor de uitgaven die binnen en buiten Den Haag worden uitgegeven. Inkomsten die uit Den Haag afkomstig zijn, is dus geld dat wegvloeit uit de regio en telt als negatieve economische impact. Daar tegenover staat at de uitgaven die worden gedaan binnen Den Haag als positieve economische impact tellen. Binnen de begrotingen is hier rekening mee gehouden.

Gemeente Den Haag. Door middel van een interview met de gemeente Den Haag is er informatie verzameld over het saldo inkomsten en uitgaven ten opzichte van de VOR. In bijlage III is de volledige begroting opgenomen. De begroting van de gemeente Den Haag was in totaal € 3.089.476. Dit was allemaal afkomstig uit Den Haag, dat betekent dat dit een negatieve impact heeft van € 3.089.476. Vervolgens is hiervan € 1.134.503 uitgegeven in Den Haag en de rest buiten Den Haag. Uiteindelijk geeft dit een negatieve economische impact van **€ 1.954.973**.

TIG Sports. Door middel van een interview met TIG Sports is er informatie verzameld over het saldo inkomsten en uitgaven ten opzichte van de VOR. In bijlage IV is een overzicht te vinden van de begroting. De begroting van TIG Sports bedroeg in totaal € 7.598.357. Van dit bedrag is € 1.693.932 afkomstig uit Den Haag en telt dus als negatieve impact. Daar tegenover heeft TIG Sports € 3.429.086 uitgegeven in Den Haag. Uiteindelijk geeft dit dus een positieve economische impact van **€ 1.735.154**.

De totale berekening waarin de kosten voor het organiseren van de VOR overzichtelijk staan weergegeven is te zien in tabel 2.13.

	Project-organisatie (Gemeente Den Haag)	Project-organisatie (TIG Sports)	Totaal
Inkomsten uit Den Haag	€ 3.089.476	€ 1.693.932	
Uitgaven in Den Haag	€ 1.134.503	€ 3.429.086	€ 4.563.589
Saldo	**- € 1.954.973**	**€1.735.154**	**- € 219.819**

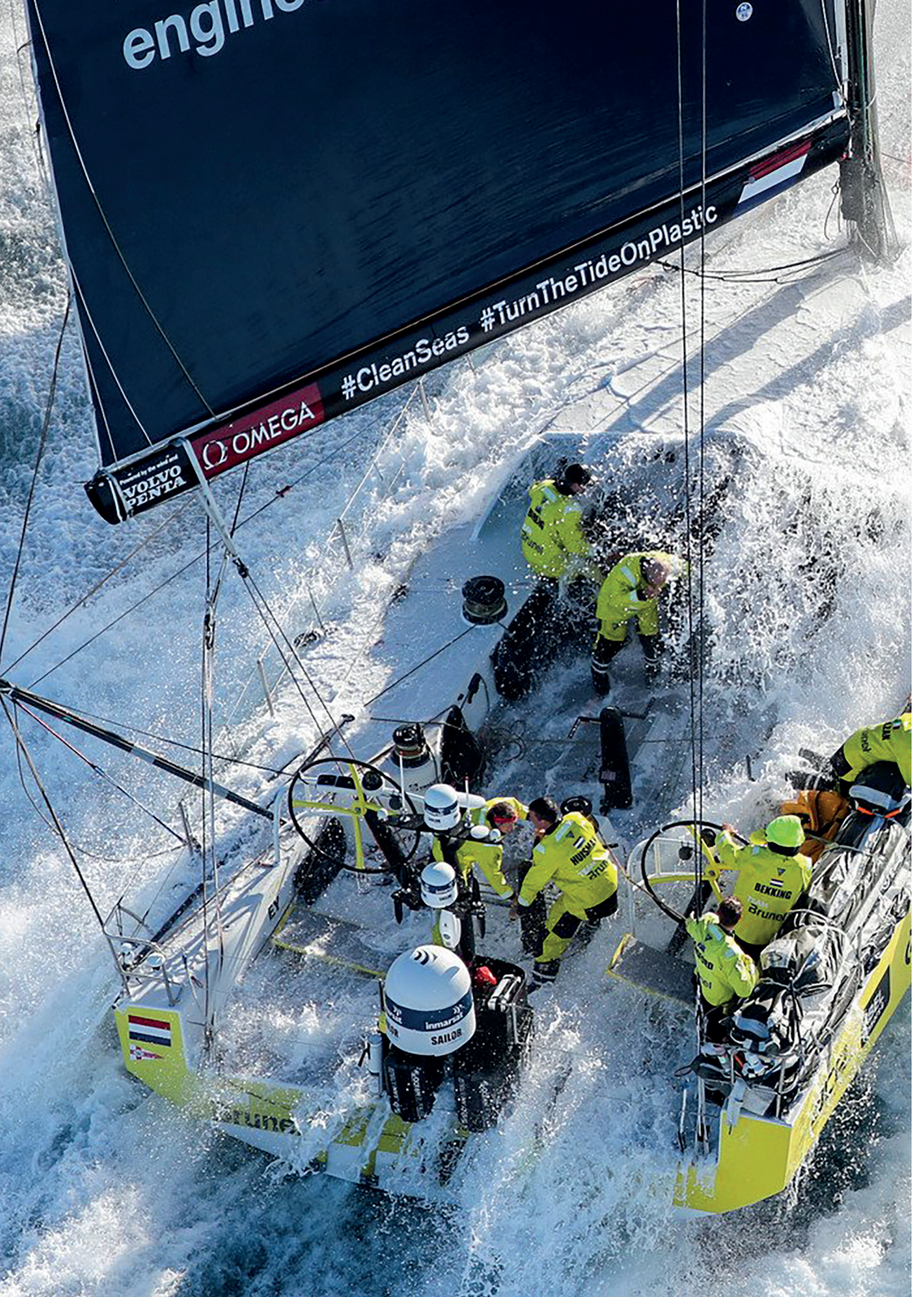
Tabel 2.16: Begroting gemeente Den Haag & TIG Sports

2.6 Conclusie economische impact

In tabel 2.14 is een overzicht te zien van de totale economische impact van de VOR. In totaal bedraagt de economische impact **€ 7.976.684.** De reguliere bezoekers nemen het grootste gedeelte van de economische impact voor hun rekening, dit is voornamelijk door de dagbestedingen die de reguliere bezoekers deden tijdens de VOR. Daarnaast hebben de overnachtingen van de reguliere bezoekers ook een grote impact van bijna 1,5 miljoen euro. Na de reguliere bezoekers zorgt TIG Sports voor de grootste economische impact van ruim 1,7 miljoen euro. Dit komt doordat de organisatie meer geld in Den Haag spendeerde dan dat zij uit Den Haag ontving. Onderzoekers van De Haagse Hogeschool schatten de economische impact van het evenement voorafgaand van het evenement in op 8 miljoen euro. Deze prognose komt dus er goed overeen met de gevonden resultaten van dit onderzoek.

Soort	Economische impact
Bezoekers & VIPS	€ 6.574.875
Extra bezoekers outside RV	€ 699.948
VIP's TIG Sports	€ 142.448
VIP's Extern	€ 678.646
Pers/media	€ 83.955
Vrijwilligers	€ 16.632
Project organisatie (Gemeente Den Haag)	-€ 1.954.973
Project organisatie (TIG Sports)	€ 1.735.154
Totaal	**€ 7.976.684**

Tabel 2.17: Totaaloverzicht van de economische impact van de Volvo Ocean Race 2018


OMEGA
#CleanSeas #TurnTheTideOnPlastic
VOLVO PENTA
BEKKING
Brunel
SAILOR

3. TEVREDENHEID

3.1 Inleiding

Dit hoofdstuk geeft inzicht in de tevredenheid van de bezoekers van de VOR. Voor het onderzoeken van de tevredenheid is een vragenlijst gebruikt die is gebaseerd op de vragenlijst van de WESP. In overleg met de opdrachtgever zijn er enkele specifieke vragen in opgenomen over bijvoorbeeld het Innovatiepaviljoen dat zich bevond in de Race Village van de VOR of georganiseerde activiteiten in Den Haag.

De percentages die worden genoemd worden afgerond naar hele getallen. Om die reden kunnen percentages soms niet optellen tot 100%. Dit heeft te maken met het dataverwerkingsprogramma dat in sommige gevallen rekent met negen getallen achter de komma.

3.2 Methode

Voor dit onderzoek is één methode ingezet: gestructureerde interviews met bezoekers van de VOR. Onder supervisie van de onderzoeker heeft uitgebreid veldwerk plaatsgevonden. Het onderzoek volgt de richtlijn zoals deze is opgenomen in het WESP richtlijnenhandboek tevredenheid. Studenten van De Haagse Hogeschool en ingehuurde enquêteurs hebben gedurende het hele evenement bezoekers face-to-face geïnterviewd.

Dit heeft geresulteerd in 420 respondenten onder de bezoekers. De vragenlijst is te vinden in bijlage V en was beschikbaar in twee talen (Nederlands en Engels). De vragenlijst bestaat uit enkele vragen over de achtergrond van de bezoeker. Vervolgens wordt er gevraagd naar achttien stellingen en in hoeverre de bezoeker hier (on)tevreden over is. Vervolgens zijn er enkele vragen gesteld over het innovatiepaviljoen en een rapportcijfer voor het evenement in zijn geheel. De interviews zijn afgenomen met behulp van een tablet of smartphone. De antwoorden van de respondent werden direct genoteerd en na afronding van de vragenlijst opgeslagen. Het systeem dat hiervoor werd gebruikt is HarvestYourData. Bij het interviewen van de bezoekers was er sprake van een steekproef om de gegevens zo representatief mogelijk te maken. Hierbij hebben de enquêteurs de opdracht gekregen om zo mogelijk iedere 10e bezoeker te interviewen. Hierbij staat het gegeven vanuit de WESP richtlijn dat er een minimum van 385 respondenten behaald moet worden indien het evenement meer dan 5.000 bezoekers heeft. Met 420 respondenten is deze norm behaald. De gegevens die volgden uit de interviews zijn door de onderzoekers gecontroleerd en staan daarmee garant voor de kwaliteit van deze gegevens.

3.3 Tevredenheid Volvo Ocean Race 2018

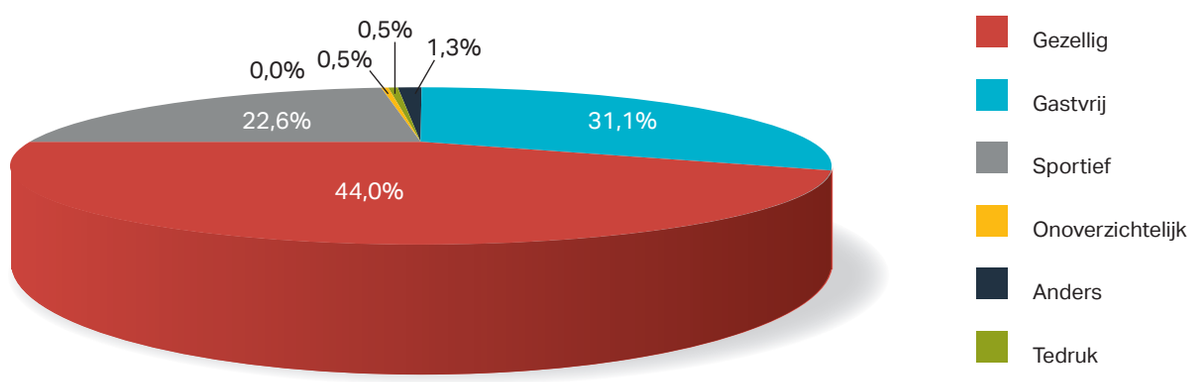
3.3.1 Bezoekersprofiel

De verdeling tussen mannen en vrouwen verschilt iets met de economische impact. De mannen zitten op 54% en de vrouwen op 46%. De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 44 jaar, ook hierbij geldt dat de minimale leeftijd van een respondent 16 jaar is en dus de werkelijke gemiddelde leeftijd lager uit kan vallen. Van alle respondenten heeft 74% een HBO/WO diploma. 86% van de respondenten heeft een Nederlandse nationaliteit, gevolgd door 5% Duits, 3% uit Engels, 1% uit Frans, 1% uit Belgisch, 1% Spaans en 4% anders. Hiervan komt 15% van de respondenten uit het buitenland, 56% uit Nederland en 30% uit Den Haag.

De respondenten geven gemiddeld een 8,4 voor de VOR als evenement. In totaal beoordeelde 99,5% de VOR met een voldoende. Hiervan gaf afgerond 92% een 8 of hoger. Slechts 0,5% beoordeelde de VOR met een 5.

3.3.2 Tevredenheid

Bij een van de eerste groep vragen in de vragenlijst konden de respondenten kiezen of zij wel of niet tevreden waren over het evenement. Een overtuigend percentage van 98% van de bezoekers geeft hier aan tevreden te zijn over de VOR. Als toelichting geven de respondenten aan dat zij tevreden waren vanwege de sfeer, de aankleding van het evenement, de activiteiten en de professionele organisatie. De sfeer tijdens het evenement is ervaren als sportief, gezellig en gastvrij. Een overzicht hiervan is te zien in grafiek 3.1.

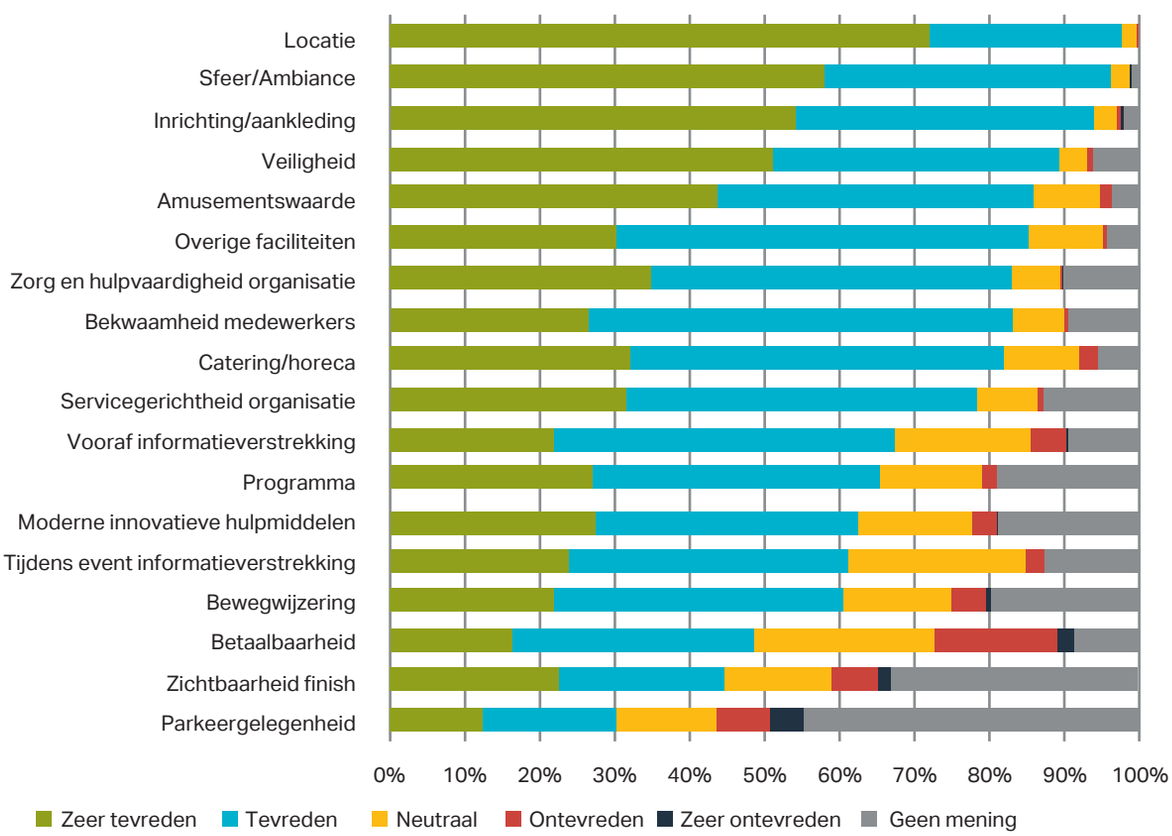


Grafiek 3.1: Sfeer tijdens de Volvo Ocean Race

Tevredenheidsstellingen. Voor 18 stellingen is de respondent gevraagd de tevredenheid aan te geven. De tevredenheid varieert per stelling. De stellingen zijn weergegeven in figuur 3.1. De figuur is zo opgebouwd dat de stelling waarbij het percentage zeer tevreden en tevreden tezamen het hoogst is, boven aan staat.

Het gemiddelde percentage dat tevreden of zeer tevreden is over alle achttien onderwerpen bij elkaar is 73%. Twee positieve uitschieters zijn de locatie en de sfeer/ambiance. De locatie werd door 98% als tevreden of zeer tevreden aangevinkt. De sfeer/ambiance scoorde 96% op tevreden of zeer tevreden. Daar tegenover staan twee negatieve uitschieters, de betaalbaarheid en de zichtbaarheid van de finish. 19% van de respondenten gaf aan ontevreden of zeer ontevreden te zijn over de betaalbaarheid. Verder gaf 8% van de respondenten aan ontevreden of zeer ontevreden te zijn over de zichtbaarheid van de finish. Naast de positieve en negatieve uitschieters waren er nog twee onderwerpen die opvallend waren, namelijk parkeren en de zichtbaarheid van de finish. Bij parkeren gaf 45% aan geen mening te hebben. Dit betekent dat er waarschijnlijk een groot deel van de bezoekers niet met de auto naar de VOR is gekomen. Daarnaast had 33% van de respondenten geen mening over de zichtbaarheid van de finish.

Als men iets anders aangaf dan zeer tevreden of tevreden, dan wil dit niet zeggen dat men óntevreden was. Zoals hierboven gaf 33% aan geen mening te hebben over de zichtbaarheid van de finish. In zo'n geval kan het betekenen dat de respondent er niet mee in aanraking is geweest. Hetzelfde geldt voor het antwoord 'neutraal'.

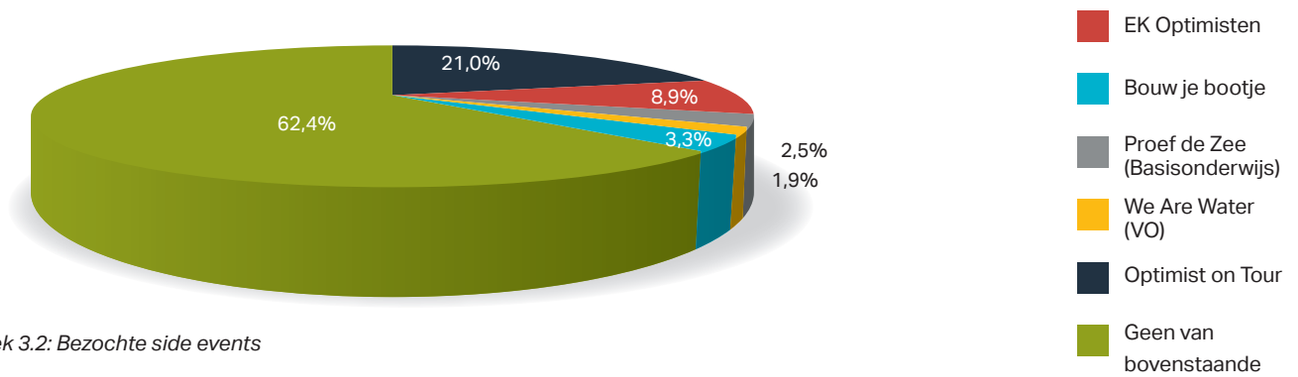


Side events. Van alle respondenten gaf 62% aan dat zij geen side-events hebben bezocht. Het meest bezochte side-event was de Optimist on Tour met 21%. Dit komt mede omdat de Optimist on Tour aanwezig was met een activiteit in de Race Village van de VOR. De EK Optimisten volgt hierna met 9%. Een overzicht is te zien in onderstaande grafiek 3.2.

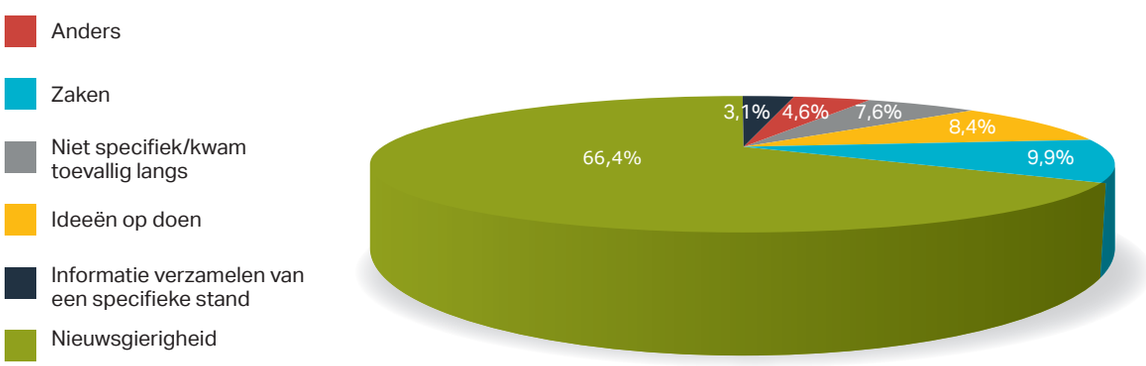
Innovatiepaviljoen. Dit onderdeel is op verzoek van de organisatie opgenomen in het onderzoek. Er zijn drie vragen gesteld over het innovatiepaviljoen.

Allereerst gaf 69% van de respondenten aan het innovatiepaviljoen niet te hebben bezocht. Dit staat tegenover 31% die het innovatiepaviljoen wel hebben bezocht. Van deze 31% gaf 66% aan het bezoek uit nieuwsgierigheid af te leggen. Verder kwam 10% voor zaken naar het innovatiepaviljoen. 8% kwam ideeën opdoen. Als deze percentages worden toegepast op de totale bezoekersaantallen dan is er toch nog een respectabele groep die het innovatiepaviljoen hebben bezocht met bijvoorbeeld de reden als zaken of ideeën opdoen. Alle verschillende percentages is hieronder te zien in grafiek 3.3.

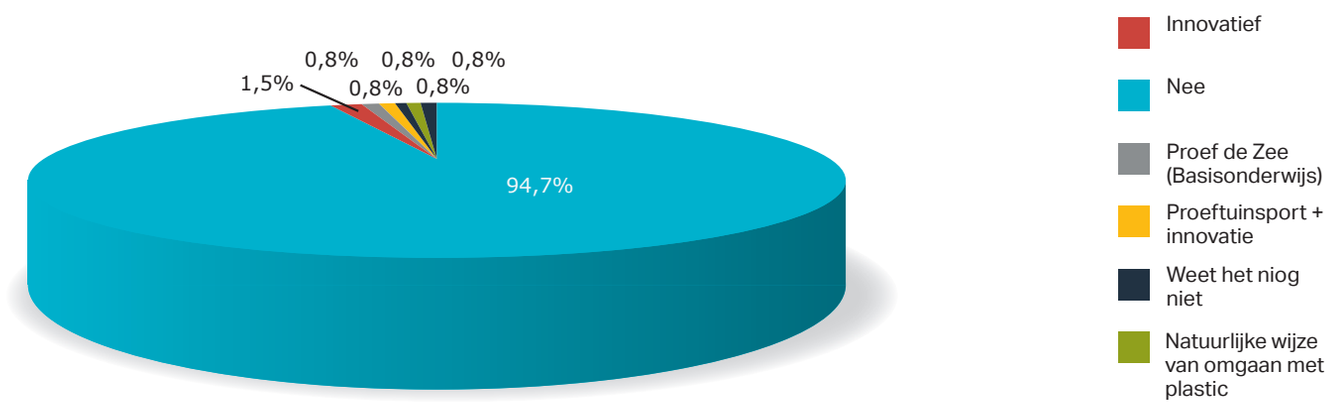
De laatste vraag was of het innovatiepaviljoen het beeld van de respondent over de regio heeft veranderd. 95% van de respondenten gaf nee als antwoord. Dit kan echter ook te maken hebben met de vraagstelling. De organisatie wilde weten of de bezoekers een ander beeld kregen van de regio. Alleen als respondenten de regio bijvoorbeeld al innovatief vinden, dan is het antwoord op de vraag ook nee.



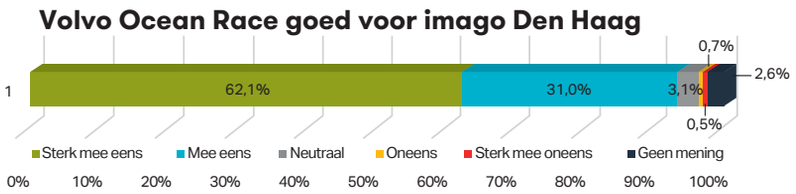
Grafiek 3.2: Bezochte side events

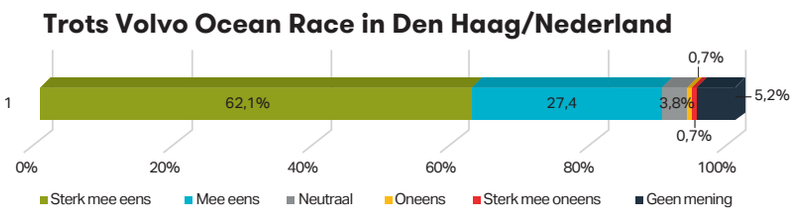


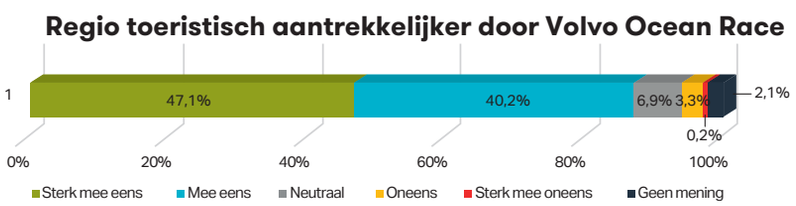
Grafiek 3.3: Reden bezoek innovatiepaviljoen

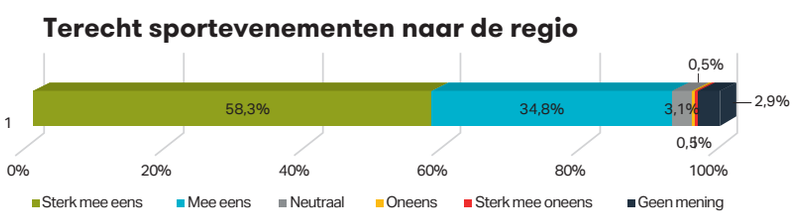


Grafiek 3.4: Verandering beeld van de regio









> **“Top geregeld, volgende keer weer! Ik ben er trots op Scheveningen, woon zelf in de haven.”**

Stellingen over (de regio) Den Haag. Om de mening van de respondenten te meten over de VOR of topsportevenementen zijn er vier stellingen geformuleerd. Respondenten konden via een vijfstapschaal aangeven in hoeverre zij het met de stelling eens of oneens zijn. De schaal loopt van sterk mee eens tot sterk mee oneens. Daarnaast is een ‘geen mening’ optie toegevoegd.

De eerste stelling luidt als volgt: “De Volvo Ocean Race is goed voor het imago van Den Haag”. Van de respondenten is 93% het eens of sterk eens met de stelling. Slechts 1% is het oneens of sterk oneens met deze stelling. In de tweede stelling werd er aan de respondent gevraagd of zij trots zijn op het feit dat de Volvo Ocean Race in Den Haag/Nederland heeft plaatsgevonden. In totaal was 90% het eens of sterk eens met deze stelling. Ook bij deze stelling was slechts 1% het oneens of sterk oneens met de stelling. In totaal had 5,2% (n=22) geen mening over deze stelling. ‘Ik vind het volkomen terecht dat topsportevenementen (zoals de Volvo Ocean Race) naar de regio worden gehaald’. Zo luidt de derde stelling. Maar liefst 93% van de respondenten gaf aan het eens of sterk eens te zijn met deze stelling. De bezoekers zien dus graag topsportevenementen in Nederland. De laatste stelling is of de respondenten vinden dat de regio toeristisch aantrekkelijker wordt door de Volvo Ocean Race. 87% van de respondenten is het eens of sterk eens met deze stelling. Zij vinden dus dat de regio profiteert van de VOR. 7% (n=29) heeft aangegeven geen mening te hebben over deze stelling. Alle stellingen en bijbehorende percentages zijn te zien in grafiek 3.5. Bezoekers kregen ook de mogelijkheid om nog overige opmerkingen te plaatsen. Op deze pagina zijn enkele typerende quotes gegeven ter illustratie.

3.4 Conclusie tevredenheid

Uit de resultaten kan geconcludeerd worden dat de bezoekers van de VOR met een waarderingscijfer van een 8,4 tevreden zijn over het evenement. Daarnaast geeft 98% daadwerkelijk aan tevreden te zijn over de VOR in zijn geheel. Met name de sfeer/ambiance en de locatie zijn zeer hoog gewaardeerd en daarna volgde de inrichting/ aankleding, de amusementswaarde en veiligheid. 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, wat blijkt uit de stellingen gerelateerd aan de regio en evenementen. Daar tegenover staat de hogere mate van ontevredenheid over de betaalbaarheid tijdens het evenement en de zichtbaarheid van de finish. Ook de informatieverstrekking kon volgens de respondenten beter.

In het algemeen kan er geconcludeerd worden dat de mate van tevredenheid onder de bezoekers van de VOR hoog is, op enkele aandachtspunten na.

“We really enjoyed a lovely & sportive sailling weekend. Thanks!”

“Fantastische promotie voor de zeilsport en de stad Den Haag”

“Goed voor Den Haag als sportstad. Helpt mee aan het imago van Den Haag als stad aan zee”

SHARE!

4. ONDERZOEK ONDER DE INWONERS VAN DEN HAAG

4.1 Inleiding

Dit hoofdstuk geeft antwoord op de vraag hoe de inwoners van Den Haag de VOR hebben beleefd. In dit onderzoek is gekeken wat de inwoners van de stad Den Haag vinden van de Volvo Ocean Race. Dit betreft zowel de inwoners die het evenement hebbenbezocht alsook diegene die geen bezoek hebben afgelegd.

Het onderzoek is uitgevoerd door Steda, een onafhankelijk onderzoeksbureau, in opdracht van de gemeente Den Haag. De vragenlijst voor het onderzoek is gebaseerd op het WESP richtlijnenhandboek beleving. De resultaten worden in hoofdlijnen besproken. De onderwerpen zijn de volgende:

- Communicatie vooraf
- Bezoek aan side events
- Bezoek aan het evenement zelf
- Beeldvorming over het evenement algemeen
- Beoordeling organisatie

In totaal zijn 2.500 panelleden benaderd. In totaal heeft 39% (n=972) de vragenlijst daadwerkelijk ingevuld. Het percentage respondenten dat woonachtig is in Scheveningen is 16,1% (n=157). Steda maakt in haar resultaten onderscheid tussen twee groepen: *'Allen'* en *'Inwoners Scheveningen'* (inw. Scheveningen). Een opmerking van Steda bij dit onderzoek is dat in het panel jongeren en lager opgeleiden ondervertegenwoordigd zijn. Daarnaast geldt er voor de interpretatie van de percentages een marge van ± 3%. Dit betekent dat als een percentage 60% is, dan ligt het percentage in werkelijkheid tussen de 57% en 63%. Dit geldt alleen voor de groep Allen.
De percentages die worden genoemd worden afgerond naar hele getallen. Om die reden kunnen percentages soms niet optellen tot 100%. Dit heeft te maken met het dataverwerkingsprogramma dat in sommige gevallen rekent met negen getallen achter de komma.

4.2 Methode

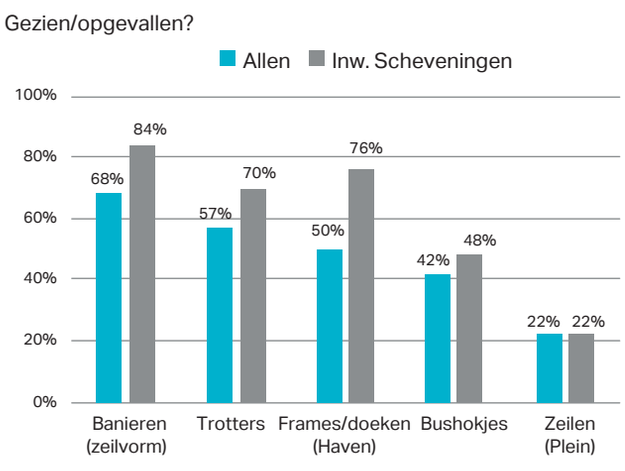
Het onderzoek naar de mening van de inwoners van Den Haag is gebasseerd op de WESP richtlijn voor belevingsonderzoek. Echter is deze niet volledig gevolgd, aangezien de organisatie voor dit specifieke onderwerp enkel een paar dingen wil weten. Om deze reden wordt niet de volledige WESP richtlijn gehanteerd, maar wordt enkel de vragenlijst gebaseerd op de adviesvragenlijst van de WESP.

Het onderzoek richt zich op inwoners die 16 jaar en ouder zijn. Het onderzoek wordt gehouden onder het stadspanel van de gemeente Den Haag. Hierin bevinden zich 2.500 mensen die zich hebben aangemeld om regelmatig mee te doen aan onderzoeken door de gemeente. Het gebruikte meetinstrument is een online enquête via het stadspanel van de gemeente Den Haag. De enquête is verstuurd via de mail met een uitnodiging erbij. In de enquête is er gevraagd naar de gebruikte communicatiemiddelen vanuit de organisatie, of zij zelf de VOR hebben bezocht, in welke mate ze het eens zijn met een aantal stellingen, informatie of de persoon zelf aan (zeil)sport doet en een rapportcijfer voor de organisatie van de VOR als geheel.

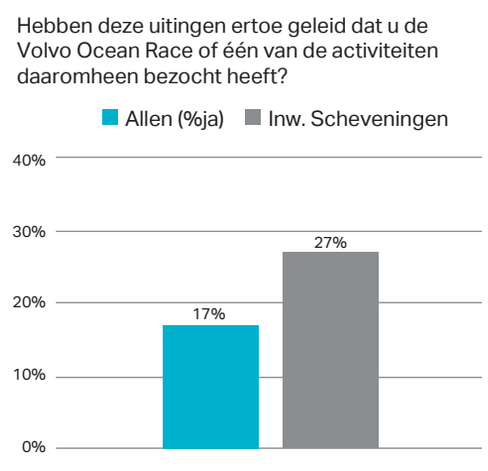
4.3 Wat vinden de inwoners van Den Haag van de Volvo Ocean Race 2018

Communicatie vooraf. Voorafgaand aan de VOR heeft de organisatie verschillende vormen van communicatiemiddelen ingezet om de inwoners van Den Haag te informeren over het komende evenement. De communicatiemiddelen die zijn gebruikt zijn banieren, trotters, frames of doeken, bushokjes en zeilen (Plein). Daarnaast is er gebruik gemaakt van televisie, krant, social media en internet.

De banieren zijn het meeste opgevallen of gezien, 68% van Allen tegenover 84% van de inw. Scheveningen. Voor de groep Allen staan de trotters op de tweede plaats met 57%. Helemaal onderaan staan de zeilen (Plein) met 22%. Voor de groep inw. Scheveningen staan juist de frames of doeken op de tweede plaats met 76%. Ook hier staan de zeilen (Plein) onderaan met 22%. De volledige percentages staan in onderstaande grafiek 4.1. In totaal hebben deze uitingen ertoe geleid dat 17% van de groep Allen daadwerkelijk de VOR of één van de activiteiten daaromheen hebben bezocht. Voor de groep inw. Scheveningen ligt dit percentage op 27%.



Grafiek 4.1: Communicatie vooraf en effect op bezoek



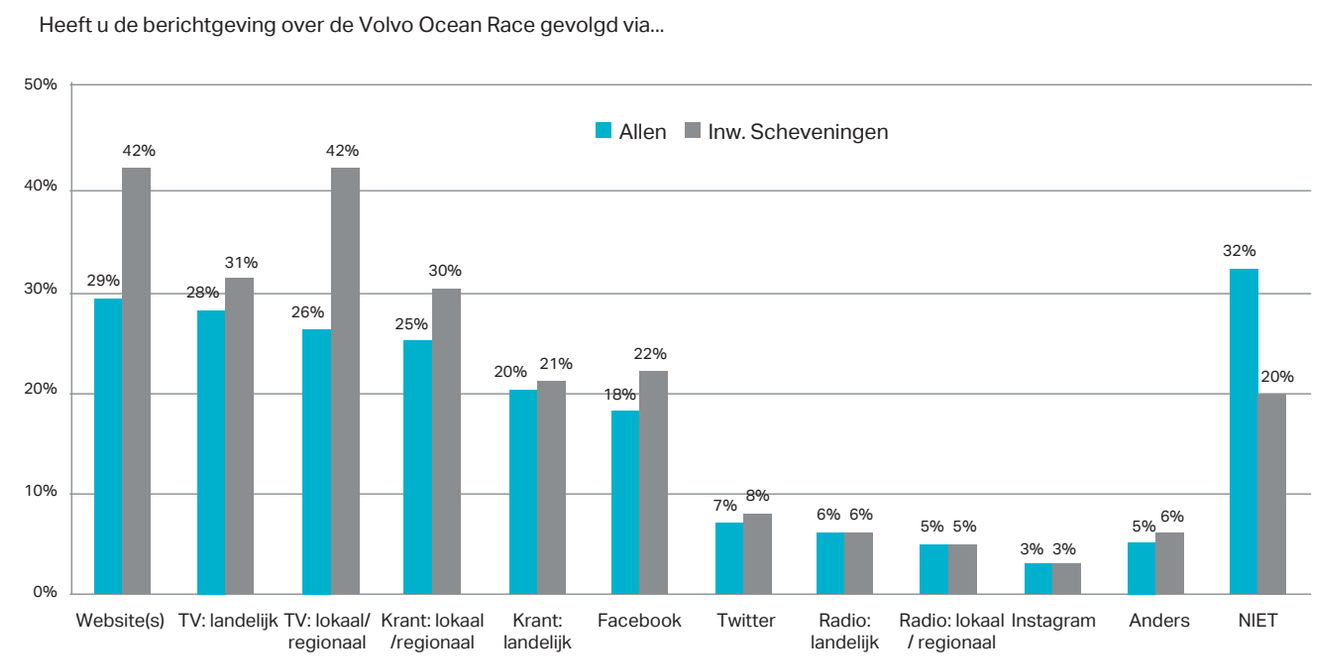
Grafiek 4.2 Leiden uitingen tot een bezoek?

Vervolgens hebben de respondenten antwoord gegeven op vragen die gerelateerd zijn aan berichtgeving van de VOR. In grafiek 4.2 is een overzicht te zien van alle gevraagde mogelijkheden. Bij deze vraag waren er meerdere antwoordmogelijkheden, dit betekent dat de percentages tot boven de 100% optellen.

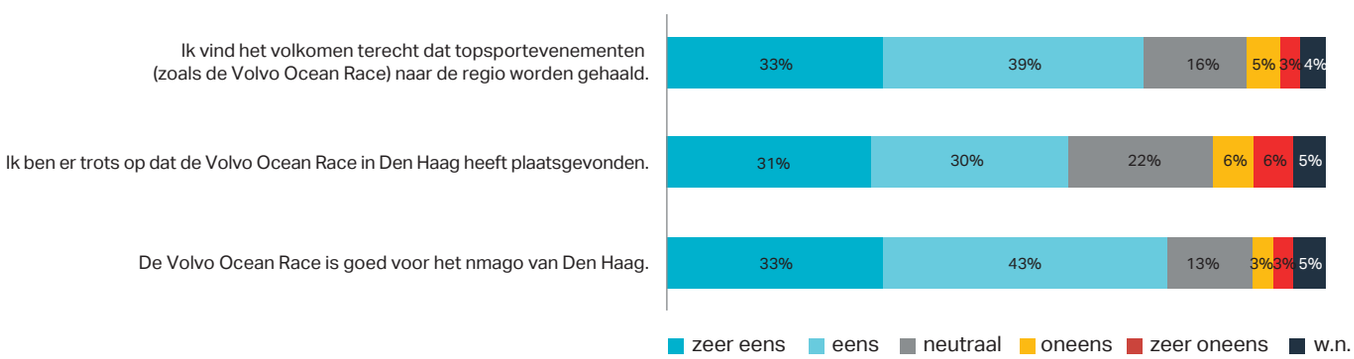
Voor de groep Allen is het hoogste percentage 32% met het antwoord 'Niet'. Dit percentage heeft dus de berichtgeving over de VOR niet gevolgd. Dat betekend dat 68% de berichtgevingen wel hebben gevolgd en deze aantallen dus verantwoordelijk zijn voor de percentages van de rest van de antwoordmogelijkheden. De website werd door 29% gevolgd, de landelijke TV door 28%, de lokale en/of regionale TV door 26% en de lokale en/of regionale krant door 25%. Facebook stak ruim boven de andere social media kanalen uit met 18%.

Voor de groep inw. Scheveningen heeft 20% aangegeven de berichtgevingen niet te hebben gevolgd. Dit betekent dat 80% verantwoordelijk is voor de percentages van de andere antwoordmogelijkheden. De website en lokale en/of regionale TV staat met 42% ruimschoots bovenaan. Hierna volgt de landelijke TV met 31% en de lokale en of regionale krant met 30%. Facebook scoort onder de inw. Scheveningen hoger dan Allen met een verschil van 4%, wat uitkomt op een percentage van 22%. Andere berichtgevingen zoals Twitter, radio, Instagram werden weinig gevolgd en zit rond de 3% tot 8%.

Side events. In de vragenlijst werden er naar vier verschillende side events gevraagd. De *'Optimist on Tour'*, *'Lespakket Proef de Zee (PO)'*, *'Lespakket We Are Water (VO)'* en *'Bouw je bootje'*. Het *'Lespakket We Are Water (VO)'* werd door zowel Allen als inw. Scheveningen niet bezocht of aan deelgenomen. Het *'Lespakket Proef de Zee (PO)'* werd door Allen niet bezocht of aan deelgenomen. Van de inw. Scheveningen is dit slechts 1%. Ook *'Bouw je bootje'* werd door slechts 1% van beide groepen bezocht. De *'Optimist on Tour'* werd door een hoger percentage bezocht of aan deelgenomen. Van de groep Allen was dit percentage 4% en van inw. Scheveningen 7%.



Grafiek 4.3: Volgen van berichtgevingen



Grafiek 4.4: Draagvlak onder bewoners

Bezoek aan het evenement. De respondenten is gevraagd of zij het evenement zelf hebben bezocht. Zij hadden hier de keuze uit meermaals, één keer of nee. Van de groep Allen gaf 10% aan de VOR meerdere keren bezocht te hebben, 20% is één keer geweest en 70% heeft de VOR helemaal niet bezocht. Van de groep inw. Scheveningen gaf 22% aan de VOR meerdere keren bezocht te hebben, 26% is één keer geweest en 52% heeft de VOR niet bezocht.

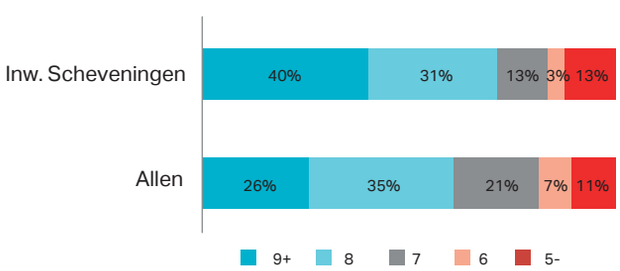
Algemene beeldvorming over het evenement. De beeldvorming over het evenement heeft betrekking op drie stellingen die zijn weergegeven in grafiek 4.4. Er is onder de inwoners van Den Haag over het algemeen veel draagvlak voor sportevenementen. De percentages zijn iets lager dan in vergelijking met dezelfde stellingen onder bezoekers van het evenement. Dit zijn over het algemeen mensen die affiniteit hebben met sportevenementen, anders gaan ze niet, dus het is logisch dat de score daar nog hoger uitvalt.

4.4 Rapportcijfer

Het panel is twee vragen gesteld. Hoe zij de organisatie als geheel beoordelen en wat voor rapportcijfer zij geven over tevredenheid organisatie. 35% van de respondenten gaf aan deze vraag niet te weten. Dit betekent dat met 65% de nieuwe 100% berekeningen zijn gedaan. Dit is te zien aan de aantallen die worden benoemd achter de percentages.

In totaal beoordeelt 87% (n=89) van inw. Scheveningen de organisatie van de VOR met een voldoende. Daarvan was 71% (n=72) een 8 of hoger. Opvallend is dat dus 13% (n=13) een onvoldoende geeft van een 5 of lager. Voor de groep Allen beoordeelde 89% (n=562) de VOR met een voldoende, waarvan 61% (n=385) een 8 of hoger was. 11% (n=69) gaf een onvoldoende aan de organisatie van de VOR. De percentages onvoldoendes zijn hoog als dit wordt vergeleken met de percentages van het tevredenheids- en het economische impact onderzoek. De totale beoordeling is te zien in grafiek 4.4.

Hoe beoordeelt u de organisatie van de Volvo Ocean Race als geheel?



Grafiek 4.5: Beoordeling organisatie Volvo Ocean Race

De tevredenheid over de organisatie werd door de groep Allen met een 7,5 beoordeeld, tegenover een 7,8 van de inw. Scheveningen.

4.5 Conclusie

De algemene conclusie is dat de inwoners van Den Haag gemiddeld genomen tevreden zijn over de ondervraagde aspecten ten aanzien van de VOR. De trend is duidelijk in mindere mate positief als het wordt vergeleken met de tevredenheidsonderzoek onder de bezoekers.

De resultaten van dit onderzoek geven een goede inschatting over hoe de inwoners van Den Haag over de VOR als evenement denken en hoe zij tegenover sportevenementen staan in de stad. Uiteindelijk krijgt de organisatie van de VOR een ruime voldoende als rapportcijfer.

VOLVO OCEAN RACE
sky ocean rescue
clean seas
turn the tide on plastic
UN
VOLVO OCEAN RACE FINISH THE HAGUE 24 JUNI - 1 JULI
VOLVOCEANRACEDENHAAG.NL
AkzoNobel
VOLVO OCEAN RACE FINISH THE HAGUE 24 JUN - 1 JULI
VOLVOCEANRACEDENHAAG.NL

5. SLOTCONCLUSIE VOLVO OCEAN RACE 2018

De Haagse Hogeschool heeft in opdracht van de gemeente Den Haag en Tig Sports gekeken naar de impact van de Volvo Ocean Race 2018 op basis van de economische impact, tevredenheid van de bezoekers en mening van de inwoners van Den Haag. Voor deze onderwerpen zijn er drie onderzoeken uitgevoerd. Gebaseerd op de conclusies van de drie onderzoeken kan een slotconclusie worden getrokken. De totale economische impact van de Volvo Ocean Race 2018 heeft een positief saldo van **€ 7.976.684**. Daarnaast is de mate van tevredenheid over het gehele evenement Volvo Ocean Race 2018 **hoog** waarbij er een gemiddeld rapportcijfer is gegeven van een **8,4.** De inwoners van Den Haag zijn in mindere mate positief dan de bezoekers. De eindbeoordeling is echter nog steeds ruim voldoende.

Dit onderzoek laat zien dat topsportevenementen erg interessant kunnen zijn voor gemeentes. Hierbij moet worden opgemerkt dat zoals in de inleiding is beschreven, het onderzoek zich richt op een paar specifieke onderwerpen, terwijl een evaluatie van een evenement in een veel breder perspectief geplaatst kan worden. Op basis van deze onderzoeken heeft de gemeente Den Haag een succesvol evenement georganiseerd.

engineers today
#CleanSeas #TurnTheTideOnPlastic
OMEGA
VOLVO PENTA
LANGFORD
TEAM Brunel
BEKKING
TEAM Brunel
CAPE
SAILOR
inmarsat
OCEANLINE TRADE
Coated by AkzoNobel
VOLVO OCEAN 65
ROTTERDAM
TEAM Brunel

BIJLAGE I: PERCENTAGES BEZOEKERS & STEEKPROEF

DATUM	PERCENTAGE BEZOEKERS	PERCENTAGE STEEKPROEF
Zondag 24 juni	27%	22%
Maandag 25 juni	6%	10%
Dinsdag 26 juni	7%	12%
Woensdag 27 juni	11%	13%
Donderdag 28 juni	7%	7%
Vrijdag 29 juni	11%	12%
Zaterdag 30 juni	23%	15%
Zondag 1 juli	10%	9%
Eindtotaal	**100%**	**100%**

.

BIJLAGE II: VRAGENLIJST ECONOMISCHE IMPACT

Vragenlijst finish Volvo Ocean Race 2018 - Bezoeker/VIP
Goedendag mevrouw/meneer, wij willen u graag namens de gemeente Den Haag enkele vragen stellen over uw bezoek aan de finish Volvo Ocean Race.

Datum:	Tijd:	Huidig weer:
☐ 24 juni ☐ 25 juni ☐ 26 juni ☐ 27 juni ☐ 28 juni ☐ 29 juni ☐ 30 juni ☐ 1 juli	☐ 08:00 – 12:00 ☐ 12:00 – 17:00 ☐ 17:00 – 23:00	○ ○ ○ ○

Dit schema is in te vullen door de interviewer (papieren versie).

1. Bent u …
1. Bezoeker op eigen initiatief
2. Bezoeker op uitnodiging van organisatie/sponsor (VIP)
3. Vertegenwoordiger van pers/media
4. Vrijwilliger
5. Team member (SHORE/SAILING CREW)
6. Anders, namelijk……

2. Woont u in Nederland?
1. Ja
2. Nee – ga verder naar vraag 4

3. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode?
Cijfers van de postcode ☐☐☐☐

4. Wat is uw nationaliteit?
1. Nederlands
2. Belgisch
3. Duits
4. Frans
5. Engels
6. Spaans
7. Anders, namelijk ……

5. Wat is uw geboortejaar?
Geboortejaar: ☐☐☐☐

6. Wat is uw geslacht?
1. Man
2. Vrouw
3. Anders

7. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?
1. Geen onderwijs
2. Basisonderwijs
3. MAVO / VMBO
4. MBO
5. Middelbaar onderwijs (HAVO, VWO)
6. HBO
7. WO
8. Anders

8. In welk gezelschap bent u hier?
1. Alleen
2. Met partner / echtgeno(o)t(e) en zonder kinderen
3. Met partner / echtgeno(o)t(e) en met kinderen
4. Alleen met kinderen
5. Met overige familie
6. Met vrienden / kennissen
7. Met school, bedrijf, vereniging, etc.
8. Gemengd gezelschap
9. Anders

9. Uit hoeveel personen bestaat uw gezelschap?
☐ personen

10. Welke dagen heeft u/welke dagen gaat u bezoeken van de Volvo Ocean Race 2018? *ENQ: Meerdere antwoorden mogelijk*
1. Zondag 24 juni
2. Maandag 25 juni
3. Dinsdag 26 juni
4. Woensdag 27 juni
5. Donderdag 28 juni
6. Vrijdag 29 juni
7. Zaterdag 30 juni
8. Zondag 1 juli

11. Als de Volvo Ocean Race niet had plaatsgevonden in Den Haag, was u dan vandaag toch in Den Haag geweest?
1. Waarschijnlijk wel
2. Waarschijnlijk niet
3. Weet niet/neutraal

12. Hoe lang bent u (gemiddeld) aanwezig op het evenemententerrein?
☐ ure

13. Overnacht u, of heeft u afgelopen overnacht(en), ergens anders dan op uw vaste woonadres?
1. Ja
2. Nee → verder met vraag 16

14. Waar en hoe vaak overnacht u?

1. ……. overnachtingen in Den Haag
2. ……. overnachtingen elders in Zuid – Holland
3. ……. overnachtingen elders in Nederland
4. ……. overnachtingen buiten Nederland

15. In welk type accommodatie overnacht u en wat is de prijs van 1 overnachting?

1. Bij vrienden/familie/kennissen
2. Bed & Breakfast → prijs per overnachting = € ……
3. Hotel 0 – 3 sterren → prijs per overnachting = € ……
4. Hotel 4 – 5 sterren → prijs per overnachting = € ……
5. Bungalowpark → prijs per overnachting = € ……
6. Camping → prijs per overnachting = € ……
7. Overig → prijs per overnachting = € ……

16. Op hoeveel personen heeft deze overnachtingsprijs betrekking?

☐ personen

17. Welke side events heeft u bezocht/ aan deelgenomen?

1. Optimist on Tour
2. EK Optimisten
3. Lespakket VOR Proef de Zee (basisonderwijs)
4. Lespakket VOR We Are Water (voortgezet onderwijs
5. Bouw je bootje

18. Wat is vandaag voor u van toepassing?

1. Ik doe alleen uitgaven voor mezelf
2. Ik betaal ook voor een ander, anderen
3. Ik betaal niets, iemand anders betaalt voor mij verder met vraag 20

19. Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

☐ personen

20. Hoeveel denkt u vandaag in Den Haag ongeveer uit te geven voor uzelf en / of uw gezelschap aan het volgende? ENQ: Controleer totaalbedrag, meerdere antwoorden mogelijk

Uitgegeven in Den Haag					
1	Eten en drinken	€	**6**	(Andere) dag attracties/recreatie	€
2	Merchandising / souvenirs	€	**7**	Parkeren en brandstof, huur fietsen	€
3	Openbaar vervoer in de stad Den Haag (GEEN TREIN)	€	**8**	Overige uitgaven	€
4	Winkelen	€			
5	Boodschappen	€			
	Totaal (1 – 8)	**€**		**Weet alleen totaal**	**€**

21. Welk vervoersmiddel heeft u gebruikt om hier vandaag naartoe te komen?

1. Auto / motor
2. Trein
3. Bus / tram / metro
4. (Brom)fiets / scooter
5. Boot
6. Lopend
7. Anders, namelijk……

22. Tot slot: Wat voor rapportcijfer (1-10) zou u de Volvo Ocean Race? Cijfer 1 is zeer slecht en 10 is zeer goed.

Score: ……

Hartelijk dank voor uw medewerking!

BIJLAGE III: BEGROTING GEMEENTE DEN HAAG

OMSCHRIJVING	UITGAVEN					Haags - Niet Haags
Doel	Post	Gerealiseerd	Verplicht	Subtotaal	Totaal	
Fee	Fee	€ 500.000	€ 0	€ 500.000		Niet Haags
		€ 250.000	€ 0	€ 250.000		Niet Haags
				Sub	€ 750.000	
Economische ontwikkeling						
	Handelsmissies	€ 35.254	€ 0	€ 35.254		Niet Haags
	Innovatiepaviljoen	€ 105.712	€ 0	€ 105.712		Haags
	Huur Zuiderstrandtheater	€ 45.000	€ 0	€ 45.000		Haags
				Sub	€ 185.966	
Evenementensubsidie						
	VOR (TIG Sports)	€ 250.000	€ 0	€ 250.000		Niet Haags
				Sub	€ 250.000	
Hospitality	Ontvangsten op schepen	€ 63.000	€ 0	€ 63.000		Haags
				Sub	€ 63.000	
Organisatiekosten gem	Kosten 2016	€ 67.000	€ 0	€ 67.000		Haags
	Kosten organisatie algemeen	€ 919.719	€ 0	€ 919.719		Niet Haags
	Citydressing	€ 154.395	€ 0	€ 154.395		Haags
	Communicatie	€ 348.545	€ 0	€ 348.545		Haags
	Side-events	€ 350.851	€ 0	€ 350.851		Haags
				Sub	€ 1.840.510	
TOTAAL		€ 3.089.476	€ 0		€ 3.089.476	

BIJLAGE IV: BEGROTING TIG SPORTS

KP 120	Volvo Ocean Race 2018			STATUS	Binnen Den Haag		Buiten Den Haag
		algemene zaken		**€ 233.484**	**€ 984**		**€ 232.500**
7401	01.	algemeen	*general*	€ 132.500	€ -		€ 132.500
7402	02.	externe betrekkingen	*external relations*	€ 100.984	€ 984		€ 100.000
		publieke zaken		**€ 519.678**	**€ 240.783**		**€ 279.622**
7403	03.	communicatie	*communications*	€ 500.228	€ 240.783		€ 260.172
7404	04.	tv-registratie	*host broadcasting*	€ 19.450	€ -		€ 19.450
		commerciële zaken		**€ 1.974.494**	**€ 698.132**		**€ 1.235.838**
7405	05.	sponsoring	*sponsor finding*	€ 191.822	€ 81.128		€ 122.195
7406	06.	hospitality	*hospitality*	€ 1.782.672	€ 617.005		€ 1.113.643
		operationele zaken		**€ 4.931.778**	**€ 2.489.187**		**€ 2.342.458**
7407	07.	infrastructuur en logistiek	*infrastructure and logistic*	€ 1.895.167	€ 616.206		€ 1.224.867
7408	08.	wedstrijdzaken	*competion operations*	€ 132.520	€ 51.920		€ 80.600
7409	09.	kaartverkoop	*ticketing*	€ 31.253	€ 11.000		€ 20.000
7410	10.	ICT	*IT*	€ 95.705	€ 80.911		€ 14.794
7411	11.	transport	*transport*	€ 163.871	€ 60.010		€ 54.557
7412	12.	hotelaccommodatie	*hotel accommodation*	€ 679.296	€ 604.296		€ 77.590
7413	13.	accreditatie	*accreditation*	€ 13.576	€ -		€ 13.578
7414	14.	stewarding en beveiliging	*security*	€ 153.745	€ 147.530		€ 6.215
7415	15.	evenementen	*events*	€ 1.131.910	€ 678.965		€ 452.945
7416	16.	catering	*catering*	€ 162.246	€ 32.111		€ 130.135
7417	17.	personeelszaken	*human resources*	€ 232.568	€ 110.516		€ 122.094
7418	18.	teams service	*team services*	€ 15.000	€ -		€ 15.000
7419	19.	kantoor	*back office*	€ 122.727	€ 62.099		€ 61.512
7420	20.	media zaken	*media operations*	€ 102.194	€ 33.623		€ 68.571
		totaal uitgaven	*total expenses*	**€ 7.659.434**	**€ 3.429.086**		**€ 4.090.418**
8400		**Inkomsten**	**Receipts**	**€ 7.598.357**	**€ 1.693.932**		**€ 6.352.429**
	00.01	nationale bond	*national sports body*	€ -	€ -		€ -
	00.02	sponsoren	*sponsors*	€ 2.602.683	€ 523.809		€ 2.497.419
	00.03	suppliers/toeleveranciers	*suppliers*	€ 174.500	€ 119.500		€ 55.000
	00.04	sporters en begeleiders	*athletes and coaches*	€ 560.000	€ -		€ 560.000
	00.05	internationale federatie	*international federation*	€ -	€ -		€ -
	00.06	overheid	*government*	€ 1.971.483	€ 621.633		€ 1.350.000
	00.07	kaartverkoop	*ticketing*	€ 1.058.139	€ 327.500		€ 765.000
	00.08	overige	*other*	€ 1.231.552	€ 101.491		€ 1.125.010
		totaal inkomsten	*total receipts*	**€ 7.598.357**	**€ 1.693.932**		**€ 6.352.429**

BIJLAGE V: VRAGENLIJST TEVREDENHEID

Vragenlijst Volvo Ocean Race 2018; Tevredenheid
Goedendag mevrouw/meneer, wij willen u graag namens de gemeente Den Haag enkele vragen stellen over uw bezoek aan de Volvo Ocean Race.

1. Woont u in Nederland?
1. Ja
2. Nee → ga verder naar vraag 3

2. Wat zijn de cijfers van uw postcode?
Cijfers van uw postcode

3. Wat is uw nationaliteit?
1. Nederlands
2. Belgisch
3. Duits
4. Frans
5. Engels
6. Spaans
7. Anders, namelijk: ……

4. Wat is uw geboortejaar?
Geboortejaar

5. Wat is uw geslacht?
1. Man
2. Vrouw
3. Anders

6. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?
1. Geen onderwijs
2. Basisonderwijs
3. MAVO, VMBO
4. MBO
5. Middelbaar onderwijs (HAVO, VWO)
6. HBO
7. WO
8. Anders

7. Bent u tevreden over het evenement?
1. Ja
2. Nee

8. Kunt u uw (on)tevredenheid toelichten?
……
……
……
……
……
……
……

9. Wat is de hoofdreden van uw bezoek aan het evenement:
1. Liefhebber van de zeilsport
2. Liefhebber van sportevenementen
3. Uitgenodigd door organisatie/sponsor
4. Familie/relatie van deelnemer
5. Netwerken/zaken
6. Dagje uit
7. Was toevallig in de buurt
8. Anders, namelijk……

10. Om uw tevredenheid te meten over een aantal facetten leg ik u 18 stellingen voor. Kunt u per stelling aangeven in hoeverre u hier (on)tevreden over bent? Het is een vijf punten schaal van zeer ontevreden tot zeer tevreden. Ook is de optie geen mening toegevoegd.

Stellingen	Zeer ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Zeer tevreden	Geen mening
Locatie	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Overige faciliteiten	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het programma	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De parkeergelegenheid	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De bewegwijzering	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De catering / horeca	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De sfeer / ambiance	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De amusementswaarde	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De inrichting / aankleding	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De zichtbaarheid van de Finish	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De servicegerichtheid van de organisatie	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De zorg en hulpvaardigheid van de organisatie	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De bekwaamheid van de medewerkers	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De informatieverstrekking vooraf	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De informatieverstrekking tijdens het event	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De veiligheid	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De betaalbaarheid van (restaurant, eten & drinken etc.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het gebruik van moderne, innovatieve hulpmiddelen (bijv. tablets, schermen, apps e.d.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐

11. Wat vindt u van het sfeer tijdens de Volvo Ocean Race?
U kunt meerdere antwoorden aangeven.
1. Gastvrij
2. Gezellig
3. Sportief
4. Te druk
5. Gespannen
6. Onoverzichtelijk
7. Anders, namelijk: ……..

12. Welke side events heeft u bezocht/aan deelgenomen?
1. Optimist on Tour
2. EK Optimisten
3. Lespakket VOR Proef de Zee (basisonderwijs)
4. Lespakket VOR We Are Water (voortgezet onderwijs)
5. Bouw je bootje

13. Heeft u het innovatiepaviljoen in de Race Village bezocht, of bent u het van plan te bezoeken?
1. Ja
2. Nee → ga verder met vraag 16

14. Wat is/was de reden van uw bezoek aan het innovatiepaviljoen?
1. Zaken
2. Ideeën opdoen
3. Informatie verzamelen van een specifieke stand
4. Nieuwsgierigheid
5. Niet specifiek/kwam er toevallig langs
6. Anders, namelijk…..

15. Heeft het innovatiepaviljoen uw beeld van de regio veranderd?
1. Ja, hoe: ……..
2. Nee

16. In welke mate bent u het met de volgende stellingen eens of oneens?
De stellingen hebben betrekking op de Volvo Ocean Race én de activiteiten die daar omheen georganiseerd zijn.

	Sterk Mee eens	Mee eens	Eens Noch oneens	Mee oneens	Sterk mee oneens	Geen mening
De Volvo Ocean Race is goed voor het imago van Den Haag.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik ben er trots op dat de Volvo Ocean Race in Den Haag/Nederland heeft plaatsgevonden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind het volkomen terecht dat topsportevenementen (zoals de Volvo Ocean Race) naar de regio worden gehaald.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Door de Volvo Ocean Race wordt de regio toeristisch aantrekkelijker.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

17. Vindt u de haven van Scheveningen geschikt voor het organiseren van evenementen?
1. Ja
2. Nee, waarom niet……?

18. Zou u de eerste drie woorden kunnen noemen die in u opkomen als u aan de stad Den Haag denkt?
1. ……..
2. ……..
3. ……..

19. Als u de finish van de Volvo Ocean Race in Den Haag als totaal beoordeelt, welk rapportcijfer zou u dat dan geven?
Waarbij 1 staat voor zeer slecht en 10 voor uitmuntend.
Score: ……..

20. Heeft u nog overige op- of aanmerkingen?
……
……
……
……
……

Hartelijk dank voor uw medewerking!

ered by the wind and
VOLVO
PENTA
OMEGA
#Clea
MAPFRE
GORE-TEX
Pro
OCEAN
technology
HARKEN
VOLVO
OCEAN
RACE

De totale economische impact van VOLVO OCEAN RACE 2018 was positief met een bedrag van bijna € 8 miljoen EURO.

De bezoekers waren zeer tevreden met het evenement en de locatie. De inwoners van de stad Den Haag zijn over het algemeen ook positief over het evenement.

DE HAAGSE HOGESCHOOL

Meer informatie

dehaagsehogeschool.nl

E n.a.vanherpen@hhs.nl

Mr. P. Droogleever Fortuynweg 22
2533 SR Den Haag

De Haagse Hogeschool
Faculteit Gezondheid, Voeding en Sport
Opleiding Sport & Bewegen
(Sportmanagement/Sportkunde)

let's change
YOU. US. THE WORLD.