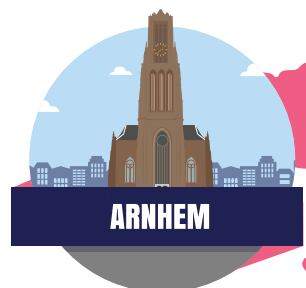


EVALUATIE GIRO GELDERLAND 2016



Hogeschool



van Arnhem en Nijmegen

GG
BIG START 2016
GIRO GELDERLAND

Colofon

SAMENSTELLING

Dit rapport is een externe evaluatie van de start van de 99ste Giro d'Italia in Gelderland, in opdracht van projectorganisatie Giro Gelderland, namens de provincie Gelderland en de gemeenten Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen. Deze rapportage is samengesteld door onderzoekers van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN). Zij maken deel uit van het expertiseteam Sports Economics & Strategic Sports Management van HAN Sport & Bewegen. HAN Sporteconomie is gespecialiseerd in economische aspecten van sport en het evalueren van sportevenementen. Naast het uitvoeren van onderzoek geeft HAN Sporteconomie advies over het meten en vergroten van de economische impact van sportevenementen voor de regio.

HAN Sporteconomie heeft opgetreden als projectmanager en is verantwoordelijk voor de regie en eindredactie van deze rapportage. Het onderzoeksrapport is openbaar beschikbaar. Kijk voor meer informatie op www.sporteconomie.nl.



DEELONDERZOEKEN

Dit rapport bevat de verzamelde deelonderzoeken rondom de evaluatie van de Girostart in Gelderland (Giro Gelderland) die door verschillende partners zijn uitgevoerd. De raming van de bezoekersaantallen is tot stand gekomen door analyses van Decisio, in samenwerking met de HAN. Het onderzoek naar de maatschappelijke impact is uitgevoerd door sectie Sociologie van de faculteit der Sociale Wetenschappen van de Radboud Universiteit. De HAN heeft de economische impact en toeristische effecten onderzocht. Het onderzoek naar de organisatorische waarde is verzorgd door USBO. Advies dat is verbonden aan de faculteit Recht, Economie, Bestuur en Organisatie van de Universiteit van Utrecht. Nielsen Sports en Clipit hebben onderzoek naar de mediawaarde uitgevoerd, welke door de HAN zijn verwerkt.



Auteurs:

Bake Dijk (UU)
Hidde Bekhuis (RU)
Jelle Schoemaker (HAN)
Luuk Janssen (HAN)
Menno de Pater (Decisio)
Willem de Boer (HAN, projectleider)

© Hogeschool van Arnhem en Nijmegen

HAN Sport en Bewegen
Postbus 6960
6503 GL, Nijmegen

www.han.nl

www.sporteconomie.nl

ISBN/EAN: 978-90-8707-043-4

INHOUDSOPGAVE

Evaluatie Giro Gelderland 2016

Colofon	3
Samenvatting	6
Conclusie	9
1. Inleiding	10
Achtergrond Giro d'Italia	12
Komst en organisatie 99ste editie Giro d'Italia	12
Achtergrond en doelstelling onderzoek	15
Structuur van het rapport	17
2. Bezoekersaantallen	18
Bezoekersaantallen voor heel Gelderland	20
Ploegenpresentatie en tijdrif: Apeldoorn	23
Tweede en derde etappe: Arnhem	25
Tweede en derde etappe: Nijmegen	26
Conclusie bezoekersaantal	27
3. Bezoekersprofiel	28
Persoonskenmerken	30
Kenmerken van het Girobezoek	31
Waardering	32
Conclusie bezoekersprofiel	33
4. Economische impact	34
Economische impact bezoekers	36
Economische impact RCS en wielerploegen	39
Netto economische impact projectorganisatie Giro Gelderland	40
Economische impact media	42
Totale economische impact Girostart voor Gelderland	42
Conclusie economische impact	43
5. Maatschappelijke legacy	44
Bekendheid Giro en bezoek van de Giro en side-events	46
Sportparticipatie	49
Sociale cohesie	51
Draagvlak Girostart	54
Conclusie	57

6. Toeristisch imago	58
Bezoek Gelderland voor vrijetijdsdoeleinden	60
Beoordeling aantrekkelijkheid	61
Bezoekers Giro en Gelderland als vrijetijdsbestemming	64
Conclusie toeristisch imago	65
7. Organisatorische waarde	66
Samenwerking tussen vier overheden	68
Organisatiestructuur	70
Verhouding tussen centrale aansturing en decentrale uitvoering	71
Samenwerking tussen projectorganisatie en externe stakeholders	72
Waarde evenement en legacy	73
Conclusie	75
8. Media-aandacht	76
Printmedia, online media en social media (Clipit)	78
Europese berichtgeving en televisie aandacht (Nielsen Sports)	79
Conclusie media-aandacht	83
Conclusie	84
Negen lessen voor toekomstige eenmalige topsportevenementen	88
Kortom	89
Dankwoord	90
Bijlage: verantwoording en werkwijze	92
Bezoekersaantallen	93
Bezoekersprofiel en economische impact	98
Maatschappelijke effecten en toeristisch imago	101
Organisatorische waarde	103
Media aandacht	104



Samenvatting

Van donderdag 5 mei tot en met zondag 8 mei 2016 kleurde Gelderland roze vanwege de start van de Giro d'Italia in Gelderland. Niet eerder vond in Gelderland de start van een grote internationale wielerronde plaats. Naast de organisatie van de eerste drie etappes van de 99ste editie Giro d'Italia was de organisatie verantwoordelijk voor het activatieprogramma dat 99 dagen voorafgaand aan de start van de Giro d'Italia begon op 28 januari 2016. Het hoofddoel voor de projectorganisatie Giro Gelderland was het organiseren van een veilig en succesvol internationaal wielerevenement, met daarbij een attractief side-eventprogramma ter stimulering van maatschappelijke activiteiten. Ook moest het evenement leiden tot zo veel mogelijk exposure en naamsbekendheid, evenals een maximale economische bestedingsimpuls.

Giro Gelderland trok in vier dagen tijd 482.500 dagbezoekers. Daarvan waren 126.500 additioneel voor Gelderland, oftewel van mensen van buiten Gelderland die speciaal voor de Girostart waren gekomen. Op de

dag van de ploegenpresentatie in Apeldoorn waren 34.000 bezoekers aanwezig, waarvan een groot deel ook voor side-events. De eerste etappe (tijdrit) trok 114.500 bezoekers naar Apeldoorn en op de tweede en derde etappe kwamen in totaal respectievelijk 133.000 en 201.000 bezoekers af. De Girostart in Arnhem trok in totaal 61.000 bezoeken en Nijmegen 41.500. Ongeveer tweederde van alle bezoeken was van Gelderlanders en ongeveer een kwart kwam uit de rest van Nederland. De overige 42.500 bezoeken werden gemaakt door buitenlanders, voornamelijk Italianen, Belgen en Duitsers.

Onder de bezoekers van Giro Gelderland waren relatief veel mannen, hoger opgeleiden en oudere bezoekers (gemiddelde leeftijd 46 jaar). Bezoekers gaven gemiddeld bijna 30 euro per persoon per dag uit. In met name Arnhem, maar ook in Apeldoorn lag dit gemiddelde hoger. In Arnhem werd relatief veel aan winkelen besteed. De bezoekers van Giro Gelderland waarden het evenement gemiddeld met een 8,1, wat relatief hoog is in vergelijking met andere grote wielerevenementen.

De start van de Giro d'Italia heeft gezorgd voor in totaal 8,4 miljoen extra bestedingen in de provincie Gelderland. Dit bedrag is als volgt opgebouwd. De bezoekers aan Giro Gelderland zorgden met 10,2 miljoen euro voor de grootste bestedingsimpuls. Giro-eigenaar RCS, de wielerteams en de media zorgden nog eens voor 1,5 miljoen extra bestedingen. De projectorganisatie had echter een negatieve netto economische impact van 3,3 miljoen euro, mede doordat een groot deel van de bestedingen buiten de provincie Gelderland belandden.

Op het vlak van sportparticipatie kan gesteld worden dat deze niet aantoonbaar is veranderd door de komst van de Giro naar Gelderland. Giro Gelderland werd veelal bezocht met bestaande relaties en heeft er niet toe geleid dat op grote schaal nieuwe contacten zijn opgedaan of nieuwe vriendschappen zijn gesloten. Ook blijkt dat Giro

Gelderland weinig invloed heeft gehad op de mate van trots op Gelderland. Wel lijkt een verband te bestaan tussen een bezoek aan de start van de Giro en het sociale vertrouwen op korte termijn.

Er is sprake van een groot en toegenomen draagvlak onder Gelderlanders voor de Girostart en grote sportevenementen in het algemeen. Tussen de 30% (voor het evenement) en 40% (direct na het evenement) was zelfs bereid om te betalen voor het evenement. Daar staat wel tegenover dat 20-25% het onnodig vindt om de Giro en andere evenementen naar Gelderland te halen. De positieve immateriële waarde (plezier en geluk) van Giro Gelderland is ruim 6 miljoen euro voor de (volwassen) Gelderlanders en ruim 50 miljoen voor heel Nederland.



Op heel veel aspecten krijgen Gelderland en de drie gemeenten hoge waarderingen van mensen van buiten Gelderland. Met name op het gebied van sportevenementen is het imago van Gelderland (maar ook de drie gemeenten) aanzienlijk positiever geworden. Ook op de meeste andere imagoaspecten scoort de provincie en in mindere mate de gemeenten iets hoger na de Girostart, al is het onmogelijk om met deze cijfers onomstotelijk aan te tonen dat deze imagoverbeteringen (alleen) het effect van Giro Gelderland zijn. De keuze voor het zelf organiseren van de Girostart door de vier overheden was begrijpelijk en heeft voor- en nadelen gehad. Voordelen waren een verbeterde onderlinge samenwerking tussen de vier overheden, een groei van kennis bij de eigen ambtenaren over het werken in grote evenementen en de mogelijkheid een directe relatie te kunnen leggen tussen het gemeentelijke/provinciale beleid en de inhoud van het side-eventprogramma van Giro Gelderland. Een nadeel van de gekozen samenwerking was het relatieve gebrek aan kennis en ervaring van projectmedewerkers vanuit de overheden met het organiseren van zo'n grootschalig evenement. Tevens is het voor de uitvoering van Giro Gelderland nadelig geweest dat de (commerciële) dynamiek van een

sportevenement enigszins tegenstrijdig is aan de publieke taak van een overheid. De organisatorische waarde van Giro Gelderland zit hem vooral in een beter klimaat voor sportevenementen in Gelderland en trotse en tevreden organiserende partners. De Girostart heeft, samen met een zeer uitgebreid side-eventprogramma, geleid tot een betere relatie tussen de organiserende overheden onderling en met lokale organisaties en bedrijven.

Giro Gelderland genereerde veel media aandacht, zowel in print, op televisie als online en op social media. In Nederland alleen al waren er ruim 1000 berichten in printmedia en 17.500 online. Daarnaast waren er zo'n 37.000 social media berichten. Over de gehele linie van deze media was het sentiment positief, met name op print. Er waren in Nederland in totaal ruim 10,5 miljoen cumulatieve kijkers die iets van de Girostart hebben meegekregen op de drie dagen in mei. Voor heel Europa was dit aantal zo'n 72 miljoen, waarvan ruim een derde in Italië.





Conclusie

De algemene doelstelling voor de projectorganisatie Giro Gelderland en de provincie Gelderland en gemeenten Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen was het organiseren van een 'veilig en succesvol Giro-evenement'. Daaraan heeft Giro Gelderland grotendeels voldaan. De ploegenpresentatie en de drie Gelderse etappes trokken veel bezoekers (samen 482.500 bezoeken) en is veilig en zonder grote problemen verlopen. Sportief was het evenement (vooral voor de Nederlanders) zeer succesvol en de bezoekerswaardering was met een gemiddeld cijfer van 8,1 hoog te noemen. Buitenlandse bezoekers waren nog positiever en uit de complimenten van RCS ('beste buitenlandse Giro-start') is op te maken dat er internationaal een prima visitekaartje afgegeven is. Door de Girostart is het (sportevenementen) imago van de provincie en de drie gemeenten verbeterd en in Europa hebben 72 miljoen (cumulatieve) kijkers iets van Gelderland en de drie gemeenten meegekregen. Ook is er een positieve economische spin-off gerealiseerd van 8,4 miljoen euro. Dat is echter wel minder dan werd beoogd. Giro Gelderland heeft daarnaast niet geleid tot een (aantoonbaar) hogere sportdeelname, meer sociale cohesie of een verbeterde leefbaarheid. Uit andere studies is al gebleken dat dergelijke effecten niet of zeer beperkt kunnen worden gerealiseerd door één grootschalig sportevenement. Side-events zouden mogelijk kunnen helpen om maatschappelijke legacy te creëren. Giro Gelderland organiseerde honderden side-events maar bekendheid en het bereik ervan waren beperkt. De interne organisatiestructuur met deels relatief onervaren projectmedewerkers en de bijzonder korte tijdspanne waarin het hoofdevenement en de side-events moesten worden gerealiseerd heeft belet dat het maatschappelijk en economisch potentieel van de Gelderse girostart volledig is benut. Desondanks is door Giro Gelderland wel het draagvlak voor grote sportevenementen toegenomen, zowel bestuurlijk als onder de bevolking. Maar het belangrijkste resultaat is misschien wel dat honderdduizenden mensen langs het parcours en thuis hebben genoten van een mooi evenement en dat nog steeds doen. Het Girozonnetje dat van 5 tot en met 8 mei 2016 bijna onophoudelijk was te zien, schijnt voor veel van de betrokkenen, bezoekers en bestuurders nog steeds.



1

INLEIDING

Van donderdag 5 mei tot en met zondag 8 mei 2016 kleurde Gelderland roze vanwege de start van de Giro d'Italia in Gelderland.

Dit eerste hoofdstuk gaat in op de komst en de organisatie van Girostart in Gelderland. De achtergrond van de Giro d'Italia wordt toegelicht en de drie Gelderse etappes kort besproken evenals de prestatie van de Nederlandse deelnemers. Daarnaast komen de doelstellingen van de Giro Gelderland projectorganisatie aan bod en wordt de opzet van deze evaluatiestudie uiteengezet.

De provincie Gelderland was van donderdag 5 mei tot en met zondag 8 mei 2016 gastheer van de start en eerste etappes van de Giro d'Italia. Geholpen door het zonnige weer leidde het evenement overal langs de route tot grote en kleine feesten. Gebouwen, bruggen, bomen, mensen en zelfs dieren werden roze versierd. Er hingen oude roze fietsen aan lantaarnpalen en drukke winkelstraten hadden waslijnen met roze shirts. De Girostart trapte op 5 mei af in Apeldoorn met een ploegenpresentatie,

waarbij de wielrenners aan het publiek voorgesteld werden. De Nederlandse wielersfans, waaronder Koning Willem-Alexander, zagen tot hun vreugde landgenoot Tom Dumoulin op vrijdag 6 mei in Apeldoorn de tijdrit winnen en de roze leiderstrui aantrekken. Arnhemmer Maarten Tjallingii reed de twee dagen daarna mee in een ontsnapping en mocht na afloop van de laatste Gelderse etappe in Arnhem de blauwe bergtrui in ontvangst nemen.

Komst en organisatie 99ste editie Giro d'Italia

Begin 2014 kwam de provincie Gelderland in gesprek over de mogelijke organisatie van de start van de Giro d'Italia in 2016. Libéma Profcycling trad op als bemiddelende partij tussen de provincie en de organisator van de Giro (RCS Sport) om de Girostart en eerste etappes in Gelderland te laten plaatsvinden. De gemeenten Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen sloten zich daarna bij deze ambitie aan. In juni 2015 kwam er groen licht en werd officieel vastgelegd dat de 'Grande Partenza' van de 99ste editie van de Giro d'Italia in Apeldoorn zou zijn. Daarmee was het de twaalfde maal dat er buiten Italië werd gestart. Niet eerder vond in Gelderland een finish van een etappe van een grote internationale wielerronde plaats. Eenmaal was het gastheer van de start van een

etappe in de Vuelta. Zutphen fungeerde in 2009 als startplaats voor een etappe naar Venlo van de Vuelta a Espana.

De start van de Giro d'Italia in Gelderland werd georganiseerd door een projectorganisatie van ongeveer 60 medewerkers van de provincie en drie gemeenten, aangevuld met ingehuurd professionals op het gebied van veiligheid, marketing, sponsoring, logistiek en mobiliteit. Daarnaast kon de organisatie niet zonder de inzet van ongeveer 1.500 vrijwilligers.



DOELSTELLINGEN EN BEOOGDE DEELRESULTATEN GIRO GELDERLAND

De vier overheden willen met de Giro Gelderland de volgende doelstellingen bereiken:

- het organiseren van een veilig en succesvol internationaal wielerevenement, dat sportief een succes is en voor alle bezoekers een groot feest is;
- het organiseren van een attractief side events-programma ter stimulering van de wielersport in Gelderland en de culturele en maatschappelijke activiteiten rond Italië en de Giro;
- het initiëren van een zo groot mogelijke exposure en naamsbekendheid – nationaal en internationaal – voor Gelderland, Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen en de doorgangsgemeenten op de etapperoutes die lang doorwerkt op recreatief, toeristisch en sportief gebied;
- het behalen van een zo groot mogelijke economische bestedingsimpuls voor de nationale, provinciale en lokale economie waarvan de effecten - dankzij onder meer vervolgevenementen - ook jaren na de Giro Gelderland merkbaar zijn.

Hiervoor zijn de volgende beoogde deelresultaten geformuleerd in het projectplan van Giro Gelderland:

1. het initiëren van een stimulans voor fietsen en de wielersport;
2. het verhogen van de sportdeelname;
3. het verhogen van de participatie;
4. verbeteren van de leefbaarheid (door middel van side-events);
5. duurzaam bevorderen van de provinciale, regionale en lokale economie door aandacht voor health, food, creatieve economie en duurzaamheid vanuit een Italiaans dan wel Giro-perspectief;
6. het vergroten van de naamsbekendheid van Gelderland en haar gemeenten;
7. zoveel mogelijk mensen het evenement laten beleven (streven 460.000 bezoekers);
8. het behalen van een bestedingsimpuls van 11,3 miljoen euro.

Naast de organisatie van de drie etappes van de Giro d'Italia was de organisatie verantwoordelijk voor het activatieprogramma dat 99 dagen voorafgaand aan de start van de Giro d'Italia begon op 28 januari 2016. Met dit activatieprogramma wilde de organisatie zoveel mogelijk de vruchten plukken van de kansen die de internationale wielersport met zich meebracht. Dit werd gedaan door de organisatie van side-events die onder meer aandacht moesten genereren voor het evenement, maar ook innovatie, gezondheid, voeding, duurzaamheid en creativiteit in Gelderland. Bovendien moesten deze side-events een stimulans geven aan de Gelderse (wielersport en culturele en maatschappelijke activiteiten in Gelderland.

De provincie Gelderland en de gemeenten Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen besloten tot een gezamenlijke organisatie van de Gelderse Girostart. Zij zijn daarvoor een samenwerking aangegaan, die moest leiden tot een succesvolle Giro Gelderland 2016. In een samenwerkingsovereenkomst en een daarop aansluitende bestuursovereenkomst zijn de kaders en randvoorwaarden van de samenwerking vastgelegd. Hierin zijn de afspraken vastgelegd over onder meer de wijze van organisatie en het financiële kader. Ook de onderlinge verdeling van de kosten en de inzet van de ambtelijke capaciteit is daarin opgenomen.

Vier globale doelstellingen voor de Girostart zijn in het projectplan van Giro Gelderland nader uitgewerkt in acht beoogde deelresultaten. Deze zijn zichtbaar in de box 'Doelstellingen en beoogde deelresultaten Giro Gelderland' (zie pagina 13). Er is besloten tot een projectorganisatie 'Giro Gelderland' die zelfstandig opereerde, maar formeel gepositioneerd werd binnen de provinciale organisatie. De projectorganisatie stond onder leiding van een projectdirecteur, Simone Richardson, die extern was geworven. Zij droeg de eindverantwoordelijkheid voor de voorbereiding en uitvoering van het project. De projectdirecteur had ook een eigen staf ter beschikking waar onder meer financiën, juridische zaken en coördinatie van de vrijwilligers onder vielen.

Daarnaast waren de werkzaamheden voor het project opgedeeld in vijf werkgroepen, te weten:

- wedstrijdzaken;
- logistiek;
- marketing;
- communicatie / media;
- side-events.

Elk van de werkgroepen werd aangestuurd door een projectmanager, onder de verantwoordelijkheid van de projectdirecteur. Deze moest op haar beurt verantwoording afleggen aan de gedeputeerde Sport van provincie Gelderland en de voor de

Girostart verantwoordelijke wethouders van de drie startgemeenten (het Bestuurlijk Opdrachtgevers Overleg). Voor de meer dagelijkse gang van zaken was er een Ambtelijk Opdrachtgevers Overleg, bestaande uit de ambtelijke opdrachtgevers van de vier overheden.

De organisatie Giro Gelderland werkte met een projectbegroting die eind 2015 werd vastgesteld op 12,85 miljoen euro. Hieronder vielen de kosten voor de ploegenpresentatie, de eerste, tweede en derde etappe, maar ook aanpalende activiteiten – van de medische keuring van de renners tot en met de side-events in de 99-dagentijd – die rond de Girostart georganiseerd werden. De begroting had volgens het projectplan een taakstellend karakter, waarbij het budget op de doelstellingen worden afgestemd, maar in de praktijk waren er door de verschillende gemeenteraden en provinciale staten wel maximale budgetten voor de out-of-pocket kosten vastgesteld.

In de begroting werden ook de kosten van de ambtelijke inzet van de vier overheden opgenomen. Het betreft in dit geval de inzet van projectmedewerkers van de betrokken gemeenten en de provincie die een officiële plek hadden binnen de Giro Gelderland projectorganisatie. Bij vergelijkbare grote evenementen wordt de eigen personele inzet nogal eens buiten de projectbegroting gehouden, waardoor deze op papier veel kleiner is dan in realiteit het geval is.



Achtergrond en doelstelling onderzoek

De provincie Gelderland heeft de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) gevraagd onderzoek te doen naar de impact van de start van de Giro d'Italia in Gelderland (zie de bijlage voor de rol van de HAN bij Giro Gelderland). Uitgangspunt voor dit onderzoek zijn bovenstaande doelstellingen en beoogde resultaten (zie pagina 13). De algemene doelstelling voor de projectorganisatie Giro Gelderland, de provincie Gelderland en de gemeenten Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen was het organiseren van een 'veilig en succesvol Giro-evenement'.

Dit evaluatierapport moet op hoofdlijnen beoordelen of de doelstellingen en beoogde deelresultaten zijn gerealiseerd en welke verdere inzichten verkregen worden. Op basis daarvan zijn (in overleg met de begeleidingscommissie) keuzes gemaakt over de opzet van de deelonderzoeken. Daarbij is om praktische of onderzoekstechnische redenen soms iets anders gemeten dan op basis van de deelresultaten het meest voor de hand ligt. Voor de eerste vier deelresultaten (zie box 'Doelstellingen en beoogde deelresultaten Giro Gelderland') wordt de zogenaamde maatschappelijke 'legacy' (hoofdstuk 5) onderzocht onder de Gelderse bevolking. Hiermee worden de lange termijn effecten bedoeld en daarom is gekeken naar de sport- en fietsparticipatie en sociale cohesie voorafgaand, direct na en op vier maanden na afloop van het evenement. Het vijfde deelresultaat is erg ruim geformuleerd en is daarom geen onderwerp van een deelonderzoek. Wel komt deze zijdelings aan bod bij het onderzoek naar organisatorische waarde (hoofdstuk 7). Bij het zesde deelresultaat is er niet gekeken naar de naamsbekendheid maar naar het imago van de gemeenten en provincie (hoofdstuk 6). Dit onderzoek is in eerste instantie gericht op Nederlanders buiten de provincie Gelderland. Ook is in hoofdstuk 8 de omvang van de media-aandacht in kaart gebracht. De laatste twee deelresultaten zijn gebaseerd op ramingen uit het haalbaarheidsonderzoek voor de komst van de Giro uit februari 2015. In dat onderzoek was de Girostart dus nog niet zeker en waren er nog vele aspecten van een eventuele Girostart nog onduidelijk, bijvoorbeeld rondom parcours, organisatie(vorm) en budget. In hoofdstukken 2 en 3 wordt duidelijk gemaakt wat de schatting is

van het aantal bezoekers aan de Girostart en wat de bezoekerskenmerken zijn. De economische impact (hoofdstuk 4) is in dit onderzoek berekend voor alleen provincie Gelderland (dus niet nationaal), op grond van een strikte toepassing van de landelijke richtlijnen van de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP).

Voor de uitvoering van dit onderzoek heeft de HAN nauw samengewerkt met verschillende andere onderzoekspartijen. Onderzoeksorganisatie Decisio heeft de raming van het aantal bezoekers voor zijn rekening genomen. De Radboud Universiteit (RU) heeft de maatschappelijke effecten inzichtelijk gemaakt en Universiteit Utrecht (UU) is verantwoordelijk voor de organisatorische waarde van Giro Gelderland. Daarnaast is de economische impact, geraamd door de HAN, getoetst middels een peer-review door het Mulier Instituut. De HAN heeft ook het bezoekersprofiel en het toeristisch imago voor zijn rekening genomen. De media-aandacht is door twee adviesbureau's, Nielsen Sports en Clipit, gemeten en de uitkomsten daarvan zijn in hoofdstuk 8 in dit rapport samengevat door de HAN, die ook de eindconclusies voor haar rekening neemt.

Het onderzoeksproces is vanaf het begin kritisch gevolgd door een begeleidingscommissie, met vertegenwoordigers van de vier betrokken regionale overheden en projectorganisatie Giro Gelderland zelf. Zij hebben zeer waardevolle input geleverd voor de opzet van het onderzoek en commentaar gegeven op conceptversies van dit evaluatierapport. De evaluatie is uitgevoerd in de periode maart tot november 2016. Met behulp van dit onderzoek kunnen de provincie Gelderland en de 3 startgemeenten verantwoording afleggen voor de investeringen die uit publieke middelen zijn gedaan om Giro Gelderland mogelijk te maken. Tevens moet het rapport bijdragen aan de kennisopbouw rondom de organisatie en effecten van sportevenementen in Nederland.

WAT IS DE GIRO GELDERLAND?

In dit rapport zijn meerdere begrippen opgenomen die enige toelichting behoeven. Met 'Giro Gelderland' kunnen twee dingen worden bedoeld: 1) de projectorganisatie Giro Gelderland; of 2) het project zelf, de Girostart in Gelderland, inclusief de side-events. Daarbij zij aangetekend dat wanneer er over bezoek aan Giro Gelderland wordt gesproken dit specifiek gaat over de vier dagen én de plekken waar de Giro d'Italia zelf in Gelderland plaatsvond, te weten de ploegenpresentatie en drie etappes op 5 tot en met 8 mei. Dit gaat dus ook op voor de gehele hoofdstukken (2 tot en met 4) over bezoekersaantallen, -profiel en economische impact en in grote lijnen ook voor het effect voor het toeristisch imago. Voor de organisatorische waarde is naar Giro Gelderland in de gehele breedte gekeken en ook de maatschappelijke effecten kunnen hier betrekking op hebben. In de afzonderlijke hoofdstukken en de verantwoording (bijlage) wordt





Structuur van het rapport

In het volgende hoofdstuk (hoofdstuk 2) wordt eerst ingegaan op de bezoekersaantallen die de start van de Giro d'Italia teweeg heeft gebracht in de drie Gelderse gemeenten en langs het parcours. Hoofdstuk 3 gaat in op de achtergronden en kenmerken van de bezoekers. De economische impact en de maatschappelijke legacy van het evenement worden in de hoofdstukken 4 en 5 beschreven. Hoofdstuk 6 gaat in op het toeristische imago

van het evenement en hoofdstuk 7 (organisatorische waarde) gaat in op de leerpunten die de organisatie trekt uit het evenement. De mediawaarde van het evenement komt terug in hoofdstuk 8. Tot slot wordt afgerond met een concluderend hoofdstuk. De verantwoording en methoden van onderzoek worden besproken in de bijlage van dit rapport.



2

BEZOEKERSAANTALLEN

Bij de Girostart in Gelderland waren er in vier dagen naar schatting 482.500 bezoeken, waarvan tweederde uit Gelderland zelf, ongeveer een kwart uit de rest van Nederland en 42.500 uit het buitenland.

In dit hoofdstuk worden de resultaten gepresenteerd van de raming van het aantal bezoekers aan de ploegenpresentatie in Apeldoorn en de eerste drie etappes van de Giro. Deze zijn gemaakt door Decisio, op basis van mobiele telefoondata en enquêtes die zijn afgenomen tijdens het evenement. Daarbij is ook gekeken naar het aantal additionele bezoeken voor Apeldoorn, Arnhem, Nijmegen en heel Gelderland. Dit hoofdstuk start met een overzicht van het gehele evenement, waarna vervolgens wordt ingezoomd op de verschillende gemeenten.

Bezoekersaantallen voor heel Gelderland

De Giro heeft een grote groep mensen op de been gebracht. Om de bezoekersaantallen te schatten is telefoondata geanalyseerd voor de gebieden waar de Girostart plaatsvond (voor een nadere toelichting van de methoden, zie de bijlage). Tabel 2.1 laat de schatting van het aantal bezoekers aan Giro Gelderland per dag zien. In totaal zijn er 482.500 bezoeken aan Giro Gelderland geweest. Op donderdag 5 mei (Hemelvaartsdag én bevrijdingsdag) waren er 34.000 bezoekers in Apeldoorn voor de ploegenpresentatie of een van de side-events die plaatsvonden vanwege de komst van de Giro. Van de 34.000 bezoekers op deze (gehele) dag kwam ruim 60% uit Gelderland en 20% uit de rest van Nederland. Daarnaast waren naar schatting zo'n 5.500 buitenlandse bezoekers in Apeldoorn. De ploegenpresentatie zelf had naar schatting 10 tot 15 duizend bezoekers.

De eerste drie etappes van de Giro d'Italia in Gelderland trokken ook veel bekijks. De eerste etappe (tijdrit) trok meer mensen uit een wijdere omgeving dan de

twee volgende etappes. Bijna de helft van de 114.500 bezoekers kwam van buiten de provincie. De tijdrit heeft dus een grotere aantrekkingskracht op belangstellenden uit een verre omtrek. Waar tijdens een etappe een peloton vaak maar één keer voorbij raast, komen de wielrenners tijdens de tijdrit één voor één langs. Bij een gewone etappe gaan veel inwoners in hun eigen woonplaats langs de kant van het parcours staan. Voor Arnhemmers en Nijmegenaren betekende dit overigens dat zij de renners wel meermaals konden bewonderen op lokale rondes naar de finish.

De tweede etappe van Arnhem naar Nijmegen trok in totaal 133.000 bezoekers en de derde etappe van Nijmegen naar Arnhem 201.000 bezoekers. Het grootste deel van deze bezoekers stond langs de kant van de weg aan het parcours in een van de doorkomstplaatsen (tabel 2.2). Bij de tweede etappe waren dat 91.000 en bij de derde etappe 140.500 bezoekers. Het overgrote deel van de bezoekers hier, bestond uit personen die in de buurt waren of die een kijkje namen toen de Girokaravaan door hun eigen stad of dorp trok. Alleen op bijzondere locaties, zoals de Posbank en Berg en Dal, verzamelden wielersfans zich vanuit een wijdere omgeving.

Tabel 2.1 Totaal aantal bezoekers Giro D'Italia 2016 Gelderland, per etappe

	5-mei	6-mei	7-mei	8-mei	
	Ploegenpresentatie	Tijdrit	Etappe 2	Etappe 3	Totaal
Bezoek uit Gelderland	21.500	59.500	93.500	144.000	318.500
Bezoek van buiten de provincie	7.000	44.500	30.000	40.000	121.500
Buitenlands bezoek	5.500	10.500	9.500	17.000	42.500
Totaal bezoek	34.000	114.500	133.000	201.000	482.500

Tabel 2.2 Locatie waar bezoekers van etappe 2 en 3 zijn komen kijken

	Etappe 2	Etappe 3
	Arnhem - Nijmegen	Nijmegen - Arnhem
Arnhem	16.000	45.000
Nijmegen	26.000	15.500
Doorkomstplaatsen	91.000	140.500
Totaal	133.000	201.000

ADDITIONALITEIT EN BEZOEK VS. BEZOEKER

De start van de Giro d'Italia in Gelderland bracht veel bezoekers op de been. De bezoekers van buiten een onderzoeksgebied (zoals gemeente Arnhem, of provincie Gelderland) die zonder het evenement niet in dat gebied zouden zijn geweest worden 'additioneel' genoemd. Welke bezoekers additioneel zijn hangt af van het onderzoeksgebied. Iemand uit Ede die speciaal voor de Girostart naar Arnhem is afgereisd wordt wel als een additionele bezoeker voor de gemeente Arnhem gezien, maar voor de provincie Gelderland als geheel niet, omdat deze bezoeker in de provincie woont. Daarnaast is het onderscheid tussen bezoek en bezoeker essentieel. Iemand die op 2 dagen de Giro bezoekt wordt in dit hoofdstuk ook twee maal meegeteld (2 bezoeken), terwijl het natuurlijk maar één bezoeker is. Voor één dag of etappe is natuurlijk het aantal bezoeken gelijk aan het aantal bezoekers.

Niet alle bezoekers van buiten Gelderland zijn speciaal voor de Giro naar Gelderland gekomen en zijn een zogenaamde 'additionele' bezoeker voor Gelderland (zie box 'Additionaliteit en bezoek vs. bezoeker'). Veel bezoekers waren al van plan in hun woonplaats te blijven of zouden sowieso al één van de start- of finishplaatsen bezoeken. Deze bezoekers hebben dan een ander doel,

zoals winkelen, een terrasje pakken of familie bezoeken. Uit het bezoekersonderzoek blijkt dat (gemiddeld over alle dagen) 26% van de bezoeken additioneel was (tabel 2.3). Daarmee waren er door Girostart in totaal 126.500 additionele bezoeken in Gelderland. De tijdrit had naar verhouding de meeste additionele bezoekers (40%).

 **26 PROCENT VAN DE BEZOEKERS
WAS ADDITIONEEL**

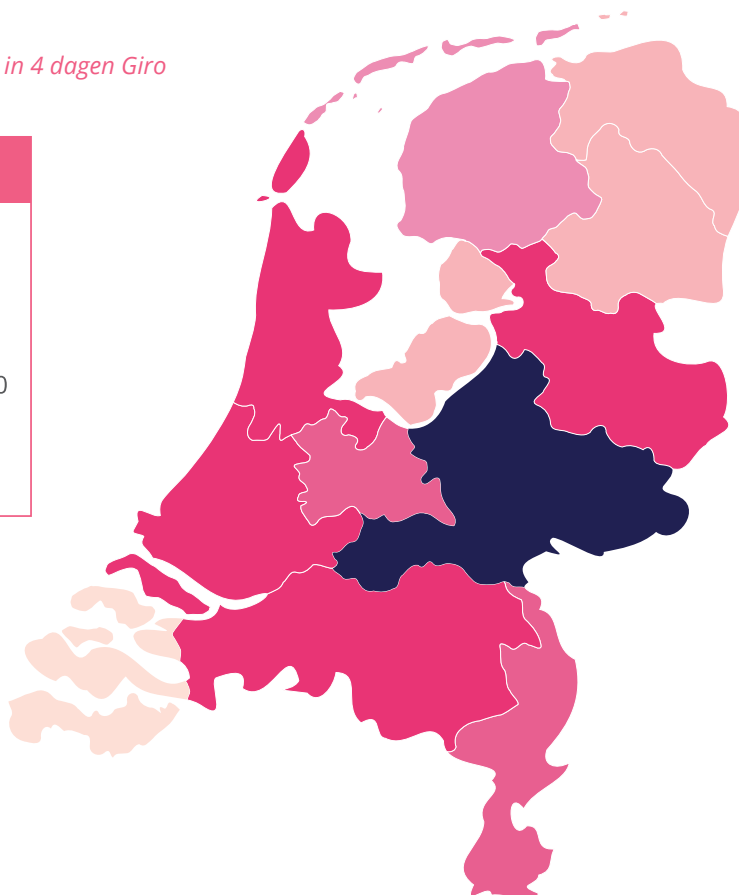
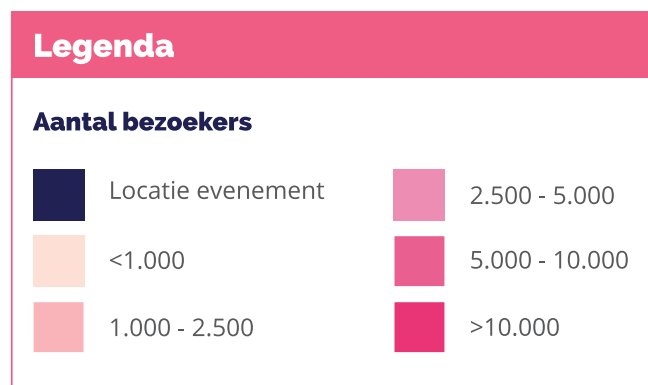
De provincies (buiten Gelderland) waar de meeste bezoekers vandaan kwamen waren Noord-Holland, Zuid-Holland en Noord-Brabant, gevolgd door Overijssel en Utrecht (figuur 2.1). Buitenlandse bezoekers waren veelal afkomstig uit België en Italië. Ook zijn er iets meer

Spanjaarden en Fransen dan gebruikelijk gemeten. In Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen waren er nauwelijks meer Duitse bezoekers dan gebruikelijk, behalve tijdens de laatste etappe.

Tabel 2.3 Additioneel bezoek Giro voor de provincie Gelderland

	5 mei	6 mei	7 mei	8 mei	
	Ploegenpresentatie	Tijdrit	Etappe 2	Etappe 3	Totaal
Additioneel bezoek voor Gelderland	12.000	46.000	27.500	41.000	126.500
Bezoekers die ook zonder Giro d'Italia in Gelderland zouden zijn geweest	22.000	68.500	105.500	160.000	356.000
Totaal bezoeken	34.000	114.500	133.000	201.000	482.500

Figuur 2.1 Herkomst additionele bezoekers naar provincie in 4 dagen Giro



Ploegenpresentatie en tijdrit: Apeldoorn

Naast de additionele bezoekers voor Gelderland kan er voor de startgemeenten gekeken worden welke deel van de bezoeken additioneel was. In Apeldoorn heeft de Giro, verdeeld over twee dagen, in totaal 148.500 bezoeken getrokken (tabel 2.4). Bijna de helft hiervan (65.500) komt van bezoekers die zonder de Girostart niet in Apeldoorn geweest zouden zijn.

De ploegenpresentatie (inclusief de evenementen daaromheen) was voor een deel een lokaal evenement met veel inwoners uit Apeldoorn (43%) die het

evenement bezochten. De eerste etappe (tijdrit) werd met 114.500 bezoekers goed bezocht en had duidelijk aantrekkingskracht op een groot deel van Nederland. Naast bezoekers uit de direct omliggende gemeenten waren er opvallend veel bezoekers uit de Randstad (vooral Amsterdam, Utrecht en Rotterdam), de stad Groningen en de grote steden in Brabant (zie figuur 2.2). Bijna de helft (51.000) van de bezoekers van de eerste etappe waren mensen die zonder de Giro niet in Apeldoorn zouden zijn geweest.

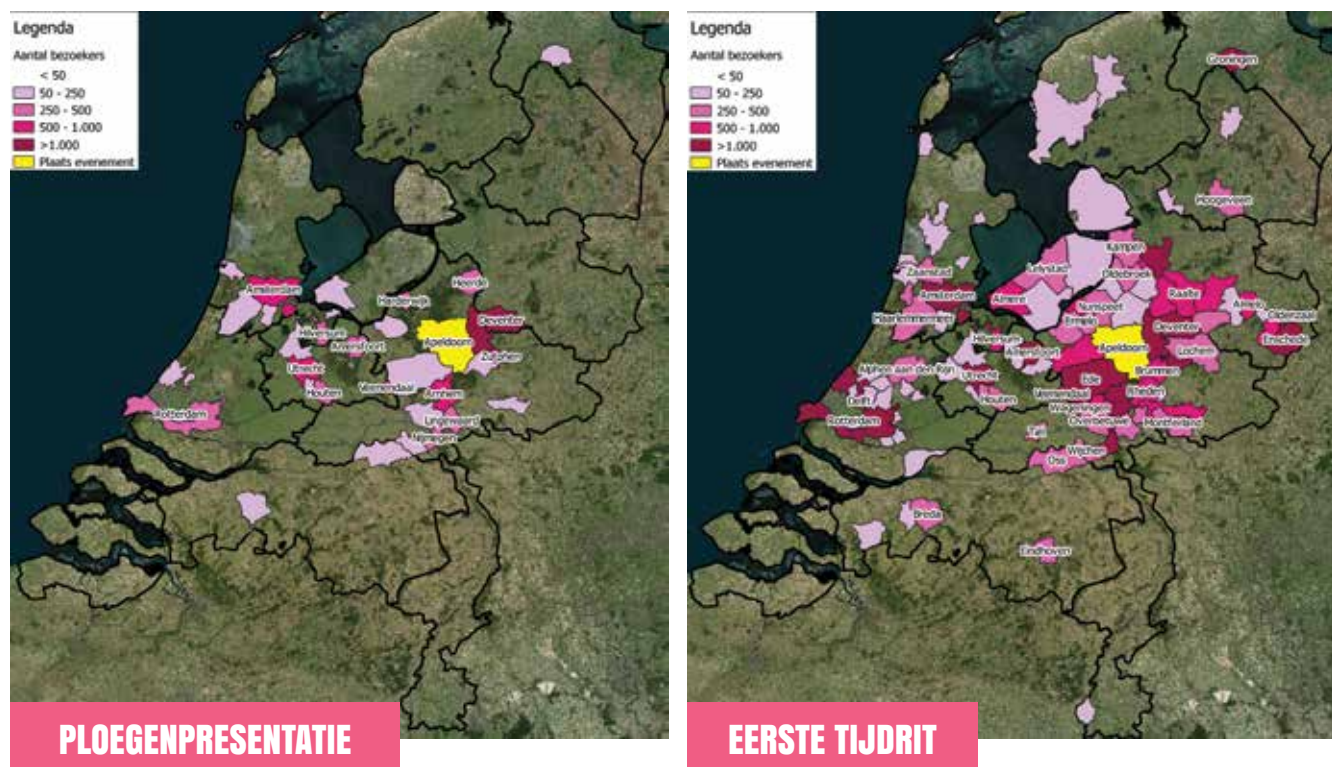
Tabel 2.4 Totaal aantal bezoekers Giro 2016 in Apeldoorn, inclusief additioneel voor Apeldoorn

	5 mei	6 mei	
	Ploegen-presentatie	Eerste tijdrit	Totaal
Bezoek uit eigen gemeente	14.500	34.500	49.000
Bezoek uit Gelderland	7.000	25.000	32.000
Bezoek van buiten de provincie	7.000	44.500	51.500
Buitenlands bezoek	5.500	10.500	16.000
Totaal	34.000	114.500	148.500
... waarvan additioneel bezoek voor Apeldoorn	14.500*	51.000*	65.500*
... waarvan ook zonder evenement in Apeldoorn aanwezig	19.500	63.500	83.000

* Deze additionele bezoekers wijken af van tabel 2.3 doordat in deze tabel gekeken is naar de additionele bezoekers voor Apeldoorn. Een bezoeker uit een ander deel van Gelderland kan voor Apeldoorn additioneel zijn, terwijl deze voor Gelderland (tabel 2.3) een lokale inwoner is en daarom daar niet meegeteld wordt als additionele bezoeker.



Figuur 2.2 Herkomst bezoekers Apeldoorn ploegenpresentatie en eerste tijdrit



Tweede en derde etappe: Arnhem

De gemeente Arnhem trok, verdeeld over zaterdag 7 mei en zondag 8 mei, 61.000 bezoeken (tabel 2.5). Veertig procent van deze bezoeken kwam van mensen vanuit de eigen gemeentegrenzen en 8.000 kwamen voor rekening van buitenlandse bezoekers. Zo'n 44% van de bezoekers zou zonder het evenement Arnhem niet hebben bezocht. Zij zijn daarmee goed voor 27.000 additionele bezoeken. De meeste van deze bezoeken zijn gedaan op de zondag, toen in Arnhem de finish van de derde etappe plaatsvond. Over de hele zaterdag bekeken, was het in de Arnhemse binnenstad mogelijk zelfs rustiger dan op een gemiddelde zaterdag (zie box over verdringingseffecten in de bijlage), al was het aantal bezoekers dat van buiten

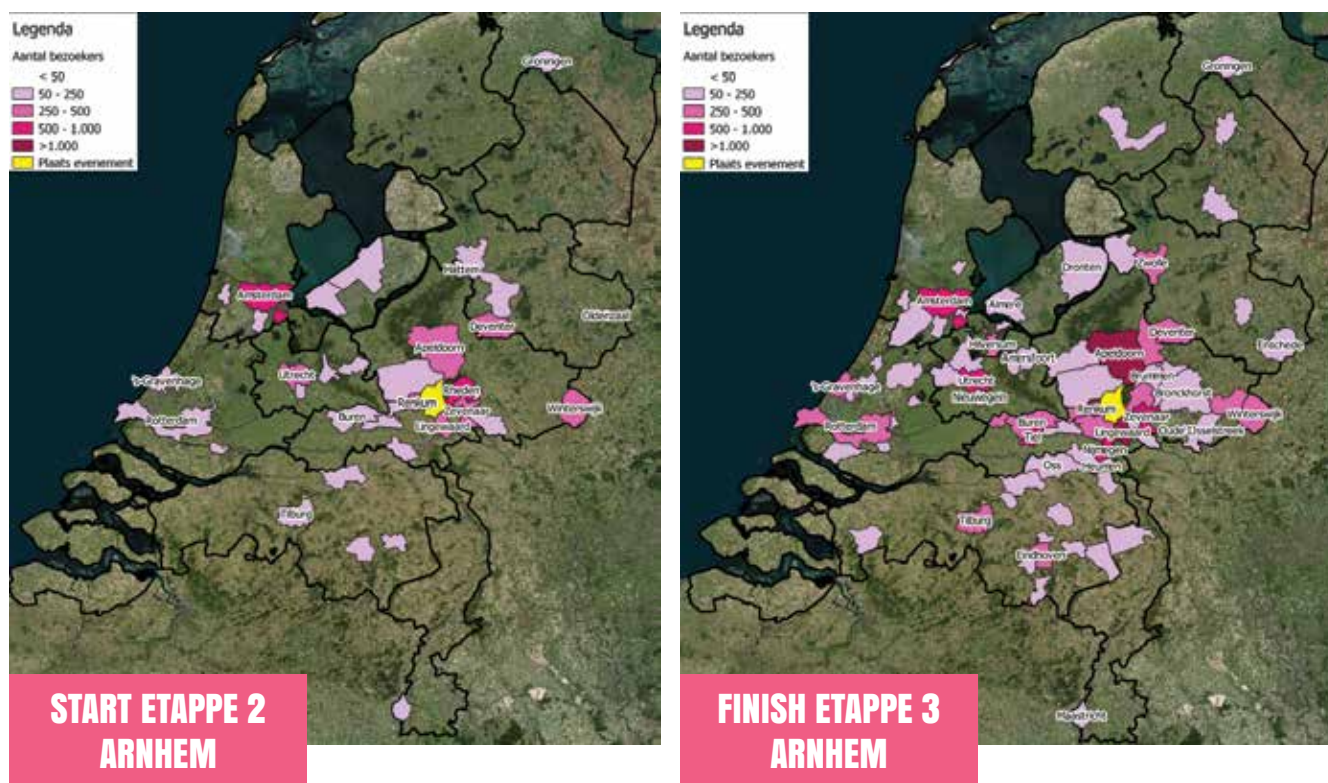
de provincie Gelderland kwam wel aanzienlijk hoger dan normaal. Arnhem trok op zondag relatief veel bezoekers uit de eigen gemeente en direct omliggende gemeenten, personen die ook zonder evenement Arnhem bezocht zouden hebben. Maar deze gemeente trok ten opzichte van de tweede etappe ook een groter aandeel additioneel bezoek van buiten de provincie. Ook onder de buitenlandse bezoeker was de derde etappe duidelijk het populairst. Dit is tevens de enige dag waarop er meer Duitsers dan normaal zijn waargenomen in de start- en finishplaatsen. Op andere dagen lag vooral het aandeel Belgen en Italianen hoger dan normaal.

Tabel 2.5 Bezoekers Giro 2016, gemeente Arnhem

	7 mei	8 mei	
	Etappe 2	Etappe 3	Totaal
Bezoek uit eigen gemeente	6.500	18.000	24.500
Bezoek uit Gelderland	4.000	13.000	17.000
Bezoek van buiten de provincie	3.500	8.500	12.000
Buitenlands bezoek	2.000	6.000	8.000
Totaal	16.000	45.000	61.000
... waarvan additioneel bezoek aan Arnhem	4.000*	23.000*	27.000*
... ww. ook zonder evenement aanwezig in Arnhem	12.000	22.000	34.000

* Deze additionele bezoekers wijken af van tabel 2.3 doordat in deze tabel gekeken is naar de additionele bezoekers voor Arnhem. Een bezoeker uit een ander deel van Gelderland kan voor Arnhem additioneel zijn, terwijl deze voor Gelderland (tabel 2.3) een lokale inwoner is en daarom daar niet meegeteld wordt als additionele bezoeker.

Figuur 2.3 Herkomst bezoekers Arnhem



Tweede en derde etappe: Nijmegen

Nijmegen ontving verspreid over de twee etappes 41.500 bezoeken (tabel 2.6). Bijna vier op de tien van deze bezoeken kwam uit de eigen gemeente en 4.500 bezoeken vanuit het buitenland. Ruim 37% van de 41.500 bezoeken zou zonder de start van de Giro d'Italia niet hebben plaatsgevonden in Nijmegen en levert daarmee 15.500 additionele bezoeken op. De meeste van deze

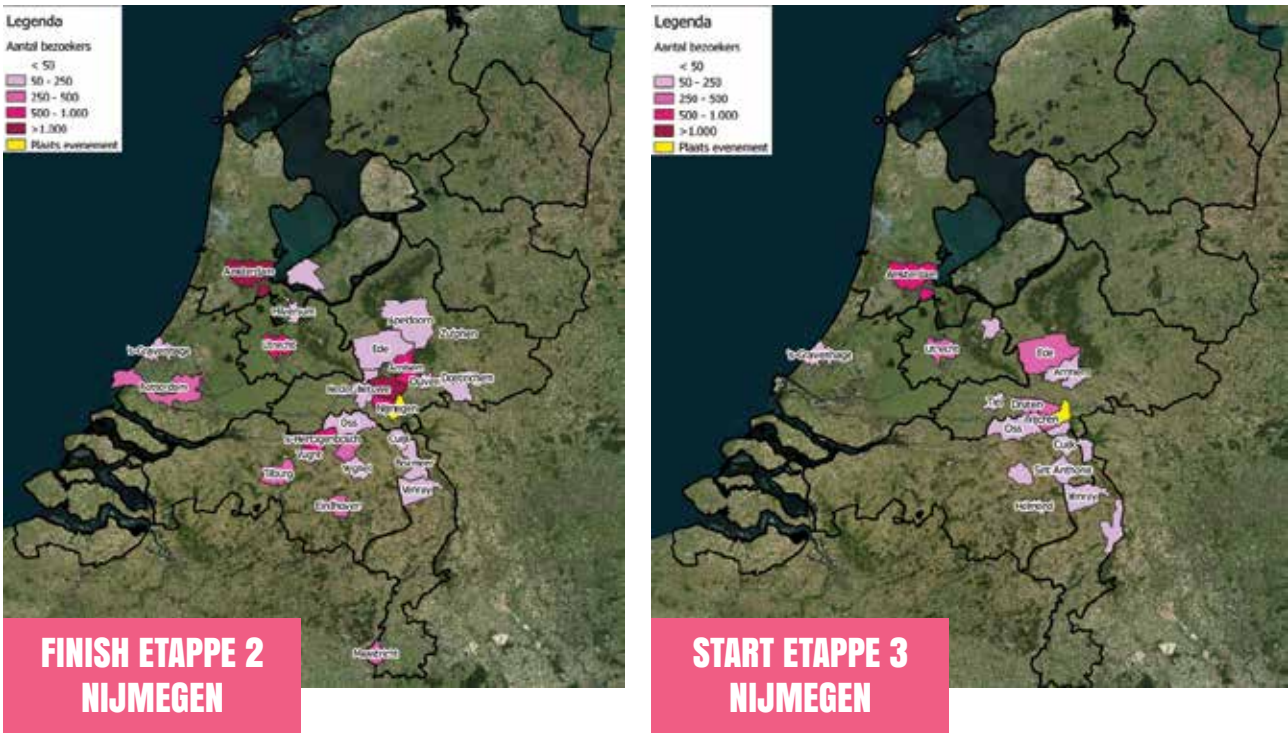
bezoeken zijn gedaan op de zaterdag dat Nijmegen finishplaats was van de tweede etappe. Het was in Nijmegen (over de gehele dag gemeten) overigens niet veel drukker dan op een gemiddelde zaterdag, maar wel drukker dan normaal gesproken op de specifieke zaterdag na hemelvaart in de meivakantie. Ook kwamen bezoekers gemiddeld van verder weg.

Tabel 2.6 Bezoekers Giro 2016 Nijmegen

	7 mei	8 mei	
Etappe	Etappe 2	Etappe 3	Totaal
Bezoek uit eigen gemeente	10.000	6.000	16.000
Bezoek uit Gelderland	5.500	3.000	8.500
Bezoek van buiten de provincie	8.500	3.500	12.000
Buitenlands bezoek	2.000	2.500	4.500
Totaal	26.000	15.500	41.500
... waarvan additioneel bezoek aan Nijmegen	8.000*	7.500*	15.500*
... vv. ook zonder evenement aanwezig in Nijmegen	18.000	8.000	26.000

* Deze additionele bezoekers wijken af van tabel 2.3 doordat in deze tabel gekeken is naar de additionele bezoekers voor Nijmegen. Een bezoeker uit een ander deel van Gelderland kan voor Nijmegen additioneel zijn, terwijl deze voor Gelderland (tabel 2.3) een lokale inwoner is en daarom daar niet meegeteld wordt als additionele bezoeker.

Figuur 2.4 Herkomst bezoekers Nijmegen





Conclusie bezoekersaantal

Giro Gelderland trok in vier dagen tijd 482.500 bezoeken. Daarvan waren er 126.500 additioneel voor Gelderland, oftewel van mensen van buiten Gelderland die speciaal voor de Girostart naar de provincie waren gekomen. Ongeveer tweederde van alle bezoeken was van Gelderse afkomst en ongeveer een kwart kwam uit de rest van Nederland. De overige 42.500 bezoeken werden gemaakt door buitenlanders, voornamelijk Italianen, Belgen en Duitsers. De eerste etappe (tijdrit) trok 114.500 bezoekers naar Apeldoorn en op de tweede en derde etappe kwamen in totaal respectievelijk 133.000 en 201.000 bezoekers af. Op de dag van de ploegenpresentatie waren er 34.000 bezoekers aanwezig, waarvan een groot deel voor side-events. Arnhem trok in totaal 61.000 bezoekers en Nijmegen 41.500. De meeste van deze bezoekers kwamen voor de finish van een etappe. Van de bezoeken aan de Girostart was ruim een kwart additioneel voor Gelderland. Voor elk van de drie startgemeenten lag het aandeel bezoeken van personen van buiten die gemeente die speciaal voor het evenement daar aanwezig was rond de 40%.



3

BEZOEKERSPROFIEL

Giro Gelderland trok relatief veel mannen, hoger opgeleiden en tevreden bezoekers.

Dit hoofdstuk is gebaseerd op de enquêtes die zijn afgenomen door de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) tijdens de Giro d'Italia in Gelderland. Allereerst wordt ingegaan op de demografische kenmerken (geslacht, leeftijd, opleiding) van de bezoeker en daarna op de kenmerken van het bezoek (uitnodiging en uitgaven). Tot slot worden de waarderingcijfers die de bezoekers aan Giro Gelderland toekenden besproken.

Persoonskenmerken

Ruim zes op de tien bezoekers van Giro Gelderland was man. Dit gold ook voor start- en finishplaatsen in Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen (figuur 3.1). De bezoekers aan de start van de Giro d'Italia in Gelderland waren van alle leeftijden (figuur 3.2). Eenderde was tussen de 46 en 60 jaar oud. In alle drie de gemeenten was deze groep het grootst. In Nijmegen waren er beduidend meer bezoekers tussen de 18 en 30 jaar. Dit komt waarschijnlijk doordat deze gemeente een grotere studentenpopulatie heeft dan de andere gemeenten. Hierdoor ligt de gemiddelde leeftijd van alle bezoekers in Nijmegen iets

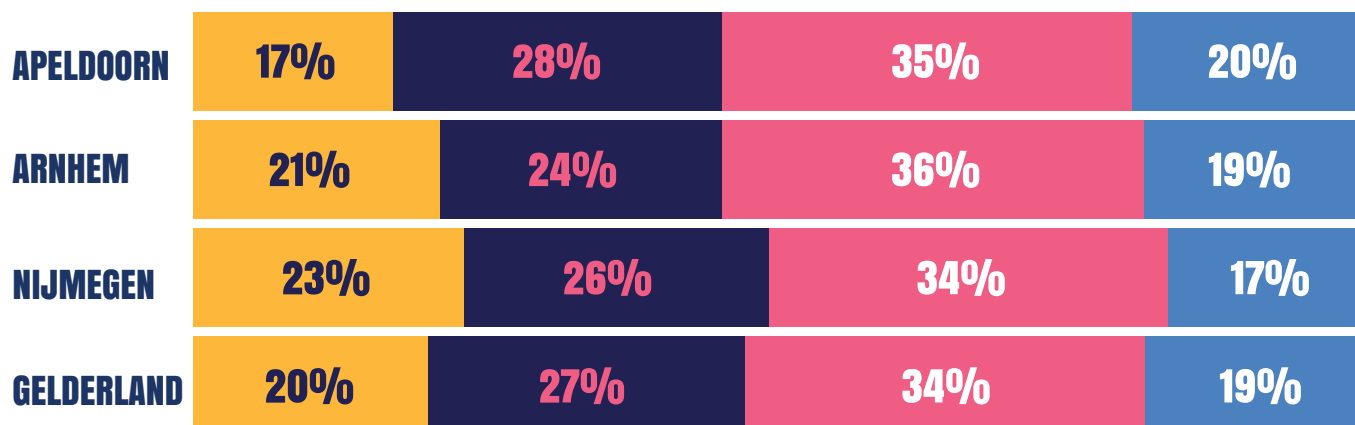
lager dan in de andere twee gemeenten. De gemiddelde leeftijd van de bezoekers was daar 45 jaar, tegenover 46 in de andere onderzoeksgebieden. Het opleidingsniveau van de bezoekers verschilt niet veel per gemeente (tabel 3.1). Ruim eenderde van de bezoekers heeft een HBO of universiteitspropedeuse afgerond en 13% bezit een wetenschappelijk diploma. Van alle volwassen Nederlanders is volgens het CBS ongeveer één op de drie hoger opgeleid. De Girostart trok, met ongeveer de helft, dus een relatief hoog opgeleid publiek.

Figuur 3.1: verdeling geslacht bezoekers Giro Gelderland

	 APELDOORN	 ARNHEM	 NIJMEGEN	 GELDERLAND
	MAN 65%	MAN 62%	MAN 62%	MAN 63%
	VROUW 35%	VROUW 38%	VROUW 38%	VROUW 37%

Figuur 3.2: leeftijd bezoekers Giro Gelderland

Legenda: ● 18-30 jaar ● 31-45 jaar ● 46-60 jaar ● 61+



Tabel 3.1: opleidingsniveau bezoekers Giro Gelderland

	Apeldoorn	Arnhem	Nijmegen	Gelderland
LBO/VMBO/MAVO	7%	7%	6%	6%
HAVO/VWO/HBS	12%	12%	13%	13%
MBO	29%	26%	22%	26%
HBO	33%	38%	38%	36%
WO	13%	13%	18%	13%
Overig	6%	4%	4%	5%

Kenmerken van het Girobezoek

Ongeveer negen van de tien bezoekers aan de start van de Giro d'Italia waren op eigen initiatief gekomen. Zo'n 5% van de bezoekers was op uitnodiging van de organisator of de sponsor. Bij de ploegenpresentatie en de tijdrit in Apeldoorn was een groter percentage (9%) op uitnodiging aanwezig. De verschillen in percentages van type bezoeker zijn tussen de provincie en de gemeenten minimaal.

In tabel 3.2 zijn de gemiddelde bestedingen van bezoekers te zien. Opvallend is dat in Arnhem gemiddeld bijna 40 euro per dag uitgeven wordt terwijl dit in Nijmegen ruim 26 euro is. De relatief grootste verschillen zitten in de uitgaven aan winkelen. Bezoekers in Arnhem geven gemiddeld bijna tien euro uit, ruim drie maal zoveel als in Apeldoorn. In deze bedragen zitten niet de bestedingen aan overnachtingen.

Tabel 3.2: Gemiddelde dagbestedingen van alle bezoekers, additioneel, naar onderzoeksgebied

	Apeldoorn	Arnhem	Nijmegen	Gelderland
Eten en drinken in de huidige gemeente	€ 15,47	€ 22,04	€ 16,77	€ 15,53
Winkelen in deze gemeente	€ 2,84	€ 9,29	€ 3,25	€ 4,36
Vervoer in deze gemeente	€ 2,23	€ 3,64	€ 2,60	€ 2,35
Overige uitgaven in deze gemeente	€ 3,26	€ 1,23	€ 1,43	€ 1,73
Eten en drinken elders in Gelderland	€ 4,04	€ 1,60	€ 1,34	€ 2,49
Winkelen elders in Gelderland	€ 1,94	€ 0,79	€ 0,19	€ 0,98
Vervoer elders in Gelderland	€ 1,55	€ 0,56	€ 0,54	€ 0,84
Overige uitgaven elders in Gelderland	€ 2,23	€ 0,14	€ 0,16	€ 0,80
Totale bestedingen per persoon	€ 33,56	€ 39,27	€ 26,29	€ 29,07

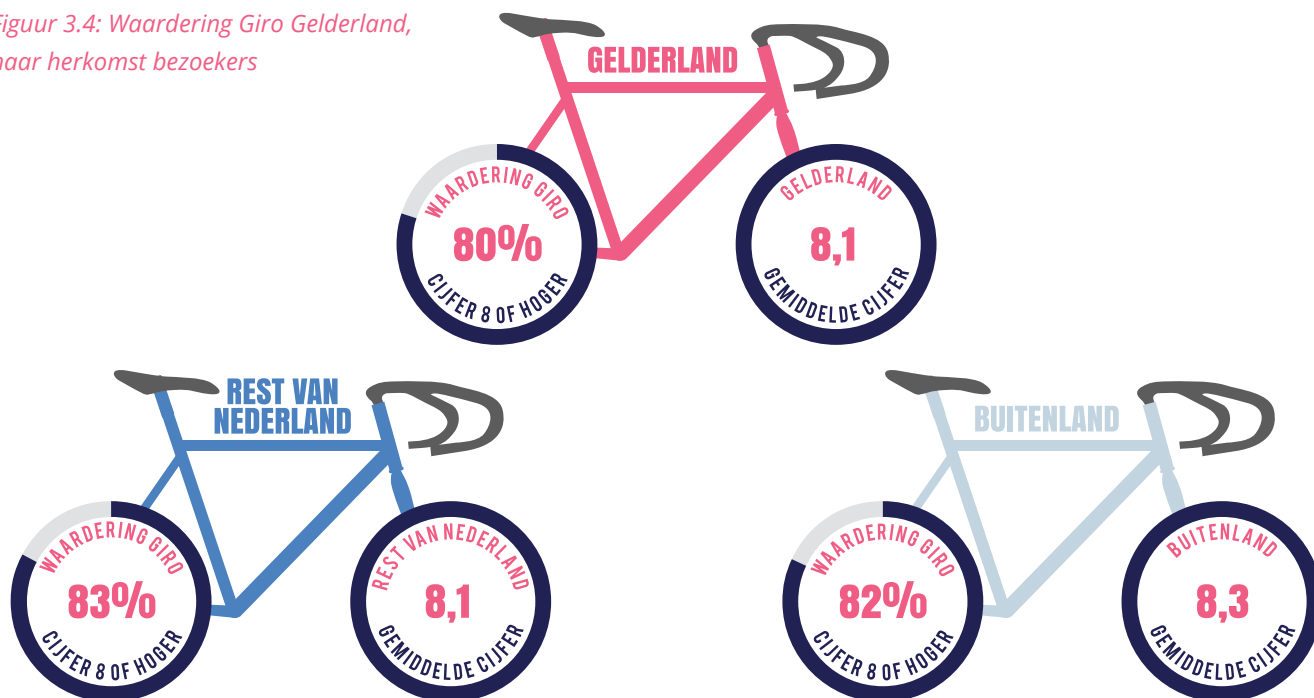
Waardering

De gemiddelde waardering van bezoekers aan de Girostart is 8,1. Dat is een bovengemiddeld cijfer in vergelijking met eerder onderzochte evenementen (figuur 3.3). Meer dan vier op de vijf bezoekers gaf het evenement een 8 of hoger (figuur 3.4). Maar 1% van de respondenten gaf een onvoldoende en meer dan één op de vier bezoekers waardeerden het evenement met een 9 of een 10. Buitenlandse bezoekers waardeerden de Gelderse Girostart met een 8,3 bovengemiddeld.

Figuur 3.3: Ranglijst waardering vergelijkbare evenementen



Figuur 3.4: Waardering Giro Gelderland, naar herkomst bezoekers



DE BEZOEKERS VAN GIRO GELDERLAND WAARDEREN HET EVENEMENT GEMIDDELD MET EEN 8,1.

TOURSTART UTRECHT 2015

8,4

GIRO GELDERLAND 2016

8,1

TOURSTART ROTTERDAM 2010

8,0

WK WIELRENNEN ZUID-LIMBURG 2012

8,0

GIROSTART AMSTERDAM 2010

7,7

VUELTASTART DRENTHE 2009

7,7



Conclusie bezoekersprofiel

Giro Gelderland trok relatief veel mannen en hoger opgeleiden. De gemiddelde leeftijd was met 46 jaar hoger dan bij de meeste vergelijkbare evenementen. Tussen de verschillende start/finish plaatsen waren heel weinig verschillen in bezoekersprofiel. Wel zijn er andere bestedingspatronen te zien. Bezoekers gaven gemiddeld bijna dertig euro uit. In met name Arnhem, maar ook in Apeldoorn lag dit gemiddelde hoger. Ruim de helft van de uitgaven van Giro-bezoekers werd in de horeca gedaan. In Arnhem werd relatief veel aan winkelen besteed. De waardering van bezoekers was met een 8,1 hoger dan voor, op de Tourstart in Utrecht na, alle andere grote éénmalige wielerevenementen in de afgelopen jaren.

A large crowd of spectators and cyclists at a race start, with a large red number 4 overlaid.

4

ECONOMISCHE IMPACT

De start van de Giro d'Italia heeft gezorgd voor 8,4 miljoen extra bestedingen in de provincie Gelderland.

In dit hoofdstuk wordt de economische impact van de start van de Giro d'Italia voor de provincie Gelderland in kaart gebracht. Allereerst wordt gekeken naar de additionele bestedingen van bezoekers in Apeldoorn, Arnhem, Nijmegen en de provincie als geheel. Vervolgens worden de bestedingen van de wielerteams en de Italiaanse organisatie RCS geanalyseerd. Ook de projectorganisatie Giro Gelderland heeft met haar inkomsten en uitgaven invloed op de regionale economie. Tot slot zijn schattingen gebruikt om de additionele bestedingen van media-vertegenwoordigers mee te nemen.

Met de economische impact van Giro Gelderland wordt bedoeld de additionele, dat wil zeggen extra, bestedingen die door dit evenement worden veroorzaakt in een afgebakend gebied (zie bijlage voor methodologische verantwoording). Bestedingen worden als additioneel beschouwd als zij aan twee voorwaarden voldoen: er is een oorzakelijk verband met de organisatie van het evenement en de uitgaven gerelateerd aan het sportevenement moeten niet worden 'teniet gedaan' door vermindering van de vraag in andere delen van de

(regionale) economie. Het gaat hierbij om de bestedingen van de bezoekers, organisatie, deelnemers en media. De economische impact heeft in dit rapport enkel betrekking op de economische impact voor de provincie Gelderland. Omdat er teveel onzekerheden zijn over de bestedingen van de organisatie, ploegen en media in de gemeenten is de economische impact voor deze gemeenten buiten beschouwing gelaten. Wel zijn de additionele bezoekersbestedingen binnen de gemeente Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen weergegeven.

Economische impact bezoekers

Bezoekers uit Gelderland worden bij dit evenement niet als additioneel beschouwd voor de provincie, maar kunnen wel additioneel zijn voor Apeldoorn, Arnhem of Nijmegen. Ter illustratie een voorbeeld. Een inwoner uit de Achterhoek die speciaal voor de finish van de tweede etappe naar Nijmegen ging, verplaatst zich binnen de provincie en is daarom niet additioneel voor Gelderland, maar wel voor Nijmegen. De som van de additionele bezoekersbestedingen in de gemeenten samen kan dus meer zijn dan de impact voor de provincie zelf. Een verdere uitleg over deze begrippen en de methode staat in de bijlage.

In hoofdstuk 2 werd duidelijk dat de start van de Giro d'Italia in Gelderland 482.500 bezoeken trok. Uit het bezoekersonderzoek blijkt dat er 126.500 additionele bezoeken in Gelderland waren. Gemiddeld bleven de additionele bezoekers 1,37 dagen op het evenement, waardoor er zo'n 92.000 individuele additionele bezoekers waren (tabel 4.1).

Tabel 4.1: Overzicht bezoekers, bezoeken, totaal en additioneel, naar onderzoeksgebied

	Apeldoorn	Arnhem	Nijmegen	Gelderland
Aantal bezoeken (zie hoofdstuk 2)	148.500	61.000	41.500	482.500
Totaal additionele bezoeken (zie hoofdstuk 2)	65.500	27.000	15.500	126.500
Gemiddelde aantal bezoeken per additionele bezoeker	1,17	1,21	1,21	1,37
Aantal additionele bezoekers	56.200	22.300	12.800	92.000





Ook voor de drie gemeenten is berekend wat de additionele bestedingen zijn vanwege het evenement. Daarbij tellen bezoekers van buiten de gemeente (en dus ook uit de rest van Gelderland) die speciaal voor het evenement komen mee als additioneel. In Apeldoorn waren dat 65.500 bezoeken die gedaan werden door 56.200 additionele bezoekers. Arnhem had 22.300 additionele bezoekers en Nijmegen 12.800.

Tabel 4.2 laat de gemiddelde dagbestedingen binnen de provincie Gelderland en de gemeenten Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen zien van additionele bezoekers. In Arnhem werd gemiddeld 46 euro uitgegeven, door additionele bezoekers, terwijl dit in Apeldoorn

en Nijmegen respectievelijk 29 en 28 euro was. De gemiddelde dagbestedingen van additionele bezoekers zijn voor Apeldoorn en Nijmegen vergelijkbaar met die voor alle bezoekers. De additionele bezoekers voor Arnhem en Gelderland gaven aanzienlijk meer uit dan de niet-additionele bezoekers (zie hoofdstuk 3). Bestedingen aan overnachtingen zijn hierbij niet inbegrepen. De totale economische impact van dagbestedingen van bezoekers voor de provincie Gelderland komt uit op 5,6 miljoen euro. De gemeente Apeldoorn heeft dankzij het evenement bijna 2 miljoen euro additionele dagbestedingen aangetrokken. In Arnhem zijn ruim 1,2 miljoen euro additionele bestedingen gedaan. In Nijmegen was dat bijna een half miljoen euro.

Tabel 4.2: Gemiddelde bestedingen additionele bezoekers tijdens evenement, naar onderzoeksgebied

	Apeldoorn	Arnhem	Nijmegen	Gelderland
Aantal additionele bezoekers	65.500	27.000	15.500	126.500
Gemiddelde dagbestedingen additionele bezoekers	€ 29,01	€ 46,27	€ 27,97	€ 44,31
Totale dagbestedingen add. Bezoekers tijdens Giro	€ 1.900.000	€ 1.249.000	€ 434.000	€ 5.605.000

Van de additionele bezoekers geeft 38% aan te hebben overnacht vanwege het evenement in Gelderland. Voor de drie gemeenten is dit iets lager. Gemiddeld was de duur van de overnachtingen 2,8 nachten. De gemiddelde uitgaven aan overnachtingen waren 33 euro per persoon per nacht. Dit is inclusief de gratis overnachtingen bij vrienden en familie. De totale additionele bestedingen aan overnachtingen komt voor de provincie Gelderland

uit op 2,8 miljoen euro (tabel 4.3). In de gemeente Apeldoorn en Nijmegen is respectievelijk 336.000 en 355.000 euro besteed aan overnachtingen die zonder het evenement niet gedaan zouden zijn. Arnhem springt er met 426.000 euro bovenuit, dankzij een gemiddeld langere verblijfsduur in combinatie met hoge bestedingen per overnachting. In Nijmegen waren de gemiddelde bestedingen per persoon per nacht het hoogst.

Tabel 4.3: Additionele bestedingen overnachtingen, naar onderzoeksgebied

	Apeldoorn	Arnhem	Nijmegen	Gelderland
Aandeel overnachters onder additionele bezoekers	32,3%	27,5%	32,2%	37,5%
Aantal overnachters onder additionele bezoekers	5.600	4.200	3.900	29.700
Gemiddelde overnachtingsduur additionele bezoekers (overnachtingen)	2,45	2,76	1,88	2,84
Aantal additionele overnachtingen	13.700	11.600	7.300	84.300
Gemiddelde uitgaven per overnachting per additionele bezoeker	€ 24,50	€ 36,74	€ 48,59	€ 33,20
Totale overnachtingsbestedingen additionele bezoekers	€ 336.000	€ 426.000	€ 355.000	€ 2.799.000

Tabel 4.4: Economische Impact door langer verblijf

	Apeldoorn	Arnhem	Nijmegen	Gelderland
Additionele overnachters	5.600	4.200	3.900	29.700
Gemiddeld aantal dagen extra	1,90	2,36	1,50	1,36
Gemiddelde dagbestedingen	€ 29,01	€ 46,27	€ 27,97	€ 44,31
Totale EI door langer verblijf	€ 309.000	€ 459.000	€ 164.000	€ 1.788.000

Onder de overnachters zijn ook bezoekers die langer in Gelderland, Apeldoorn, Arnhem en/of Nijmegen verbleven, naast de dagen dat zij de Giro bezochten. Het gemiddeld aantal dagen langer verblijf is 1,36 voor de overnachters in de provincie Gelderland (tabel 4.4). Tijdens deze extra dagen wordt er van uit gegaan dat deze bezoekers overdag hetzelfde bestedingspatroon vertonen als op de dag dat zij zijn ondervraagd. In totaal is de economische impact vanwege het langere verblijf daarmee 1,8 miljoen euro voor de provincie Gelderland. Voor de gemeente Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen zijn respectievelijk 309.000, 459.000 en 164.000 euro aan

extra bestedingen die gedaan worden door additionele bezoekers die langer in de regio blijven.

De totale economische impact van bezoekers zijn de dagbestedingen plus bestedingen aan overnachtingen langer verblijf in de regio (tabel 4.5). Voor de provincie Gelderland komt uit deze op ruim 10 miljoen euro. Nijmegen is met iets minder dan 1 miljoen euro de gemeente met de minste additionele bestedingen door bezoekers. Apeldoorn heeft het meest geprofiteerd van de bezoekers van de Giro Gelderland (ruim 2,5 miljoen euro additionele bestedingen).

Tabel 4.5: Totale economische impact bezoekers, naar onderzoeksgebied

	Apeldoorn	Arnhem	Nijmegen	Gelderland
Impact dagbestedingen tijdens evenement	€ 1.900.000	€ 1.249.000	€ 434.000	€ 5.605.000
Bestedingen aan overnachtingen	€ 336.000	€ 426.000	€ 355.000	€ 2.799.000
Dagbestedingen langer verblijf	€ 309.000	€ 459.000	€ 164.000	€ 1.788.000
Totaal	€ 2.545.000	€ 2.134.000	€ 953.000	€ 10.192.000

Economische impact RCS en wielerploegen

Naast economische impact van de bezoekers hebben ook de Italiaanse organisatie RCS en de deelnemers (in de vorm van wielerteams en begeleiding) voor economische impact gezorgd in de provincie Gelderland. RCS deed vrijwel al deze additionele uitgaven voor deze groepen, voornamelijk in de vorm van overnachtingen en catering. In totaal hebben 22 wielerteams deelgenomen aan de Giro. De wielerteams verbleven van 3 tot en met 8 mei in de provincie Gelderland. Op 8 mei hebben alle teams overnacht rondom Schiphol (vanwege de terugreis naar Italië) waarmee de gemiddelde verblijfsduur in Gelderland op 5 dagen komt. De onderstaande data met betrekking tot de economische impact betreffende deelnemers zijn afkomstig van RCS. In totaal is voor de provincie Gelderland een economische impact van ruim 1,3 miljoen euro gerealiseerd vanwege het verblijf van 19 wielerteams en medewerkers van RCS in de provincie (tabel 4.6). Onder 'overig' vallen ook de uitgaven gedaan

door wielerteams in Gelderland, naar schatting 200 euro per team, per dag. Doordat 3 van de 22 wielerteams in Deventer verbleven en de overnachtingen rondom Schiphol buiten de provincie vallen, zijn ongeveer een kwart van de totale uitgaven van RCS in Nederland (1,8 miljoen euro) buiten Gelderland beland.

Tabel 4.6: Economische impact bestedingen RCS en wielerteams

	Gelderland
Hotels	€ 535.000
Catering en overig	€ 821.000
Totaal	€ 1.356.000



Netto economische impact

projectorganisatie Giro Gelderland

Uit de begroting van de projectorganisatie Giro Gelderland zijn de inkomsten en uitgaven verkregen. Van deze posten is een opsplitsing gemaakt naar binnen en buiten Gelderland. De organisatorische bestedingen in Gelderland vormen een positieve impuls voor de regionale of lokale economie, maar dit wordt tenietgedaan door de inkomsten vanuit diezelfde provincie, aangezien deze zonder het evenement ook 'gewoon' in de provincie zouden zijn gedaan. Ter illustratie een vereenvoudigend voorbeeld. Stel de provincie financiert de organisatie van een evenement volledig (100%), maar de projectorganisatie besteedt 40% van haar begroting buiten de provincie, dan is er sprake van een weglekeffect, oftewel een negatieve netto economische impact. Zonder het evenement had de provincie het geld gewoon in de eigen provincie kunnen houden of besteden. Omgekeerd levert een evenementenorganisatie die voor maar 40% door provinciale partijen gefinancierd wordt, maar wel al haar bestedingen binnen de provincie doet een positieve netto economische impact op, ter waarde van 60% van de begroting (voor een verdere toelichting zie de bijlage).

In totaal was de projectbegroting van Giro Gelderland bijna 12,5 miljoen euro. Daarvan is iets meer dan de helft (51%) buiten de provincie besteed (tabel 4.7). Opvallend zijn de bestedingen van 4,4 miljoen aan wedstrijdzaakken buiten Gelderland. Hieronder vallen ook de kosten voor het verwerven van het evenement

(3,65 miljoen euro), die direct naar Giro-eigenaar RCS (Italië) zijn gegaan. Daarnaast zijn veel bestedingen buiten Gelderland gedaan omdat Giro Gelderland niet de expertise en kwaliteiten binnen Gelderland kon vinden. Giro Gelderland werkte met het principe dat zoveel mogelijk producten en diensten ingekocht dienden te worden binnen de provincie en lokaal (in Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen). Alleen voor specifieke expertise en substantiële kostenreductie mocht daarvan worden afgeweken. De projectorganisatie geeft aan dat voor driekwart van de bestedingen buiten Gelderland, waarin (excl. de fee voor RCS) deze ook op basis van kosten of kwaliteit zijn gedaan. Voor de overige 25% hadden ook andere keuzes kunnen worden gemaakt. De grote tijdsdruk waaronder de organisatie veelal werkte en onvoldoende kennis over en zichtbaarheid van lokale aanbieders speelden hierbij een rol. Indien de organisatie meer tijd had gehad in aanloop naar de Girostart was het dus mogelijk geweest dat de organisatie zo'n 650.000 euro meer bij Gelderse bedrijven had kunnen besteden dan nu het geval is.

Van de inkomsten was 9,5 miljoen euro (78%) uit Gelderland afkomstig (tabel 4.8). Verreweg het grootste deel komt van de gemeenten en de provincie. Hierbij zit ook het tekort van de projectorganisatie, ter grootte van een kleine 3% van de gehele begroting (€ 365.000).

Tabel 4.7: Bestedingen van projectorganisatie Giro Gelderland (afrondding in duizenden euro's)

Uitgaven	In Gelderland	Buiten Gelderland	Totaal
Staf	€ 1.591.000	€ 246.000	€ 1.836.000
Wedstrijdzaken	€ 2.342.000	€ 4.405.000	€ 6.747.000
Logistiek	€ 492.000	€ 466.000	€ 958.000
Marketing	€ 265.000	€ 638.000	€ 902.000
Communicatie	€ 582.000	€ 194.000	€ 776.000
Side-events	€ 889.000	€ 355.000	€ 1.244.000
Totaal	€ 6.160.000	€ 6.303.000	€ 12.462.000

Tegenvallende sponsorinkomsten waren een belangrijke reden voor het tekort. Toen dit duidelijk werd is de begroting ook teruggeschoefd naar beneden (beoogd was 12,85 miljoen euro). Een deel (12,0%, gebaseerd op inwonersaantal) van de VWS-subsidie wordt aan Gelderland toegerekend. Minder dan één miljoen van de inkomsten is uit sponsoring afkomstig, waarvan bijna

de helft van buiten Gelderland. Daarmee is 93% van de begroting gefinancierd met publieke middelen. Als de bestedingen van de organisatie naast de inkomsten worden gelegd, is er sprake van een negatieve netto economische impact vanuit de projectorganisatie van 3,3 miljoen euro (tabel 4.9).

Tabel 4.8: Inkomsten van projectorganisatie Giro Gelderland

Inkomsten	Uit Gelderland	Buiten Gelderland	Totaal
Regionale overheden	€ 8.706.000	€ 0	€ 8.706.000
VWS bijdrage	€ 300.000	€ 2.200.000	€ 2.500.000
Overig, incl. sponsoring	€ 461.000	€ 431.000	€ 892.000
Totaal	€ 9.467.000	€ 2.631.000	€ 12.097.000

Tabel 4.9: Netto economische impact van projectorganisatie Giro Gelderland

	Gelderland
Bestedingen in Gelderland	€ 6.160.000
Inkomsten uit Gelderland	€ 9.467.000
Netto economische impact organisatie	-€ 3.307.000



Economische impact media

Naast bezoekers, deelnemers en organisatie zijn er ook bestedingen vanuit media-vertegenwoordigers. De onderstaande data in tabel 4.10 is een schatting van de economische impact op basis van de accreditatiecijfers afkomstig van RCS. Er waren 520 mediapersonen, die naar schatting 4,2 dagen in Gelderland waren voor het evenement. Ongeveer 25 hiervan waren uit Gelderland afkomstig en ongeveer de helft was uit het buitenland

afkomstig. Er wordt van uitgegaan dat de mediapersonen gemiddeld 50 euro per dag besteden (iets meer dan de gemiddelde bezoeker). Uitgaande van gegevens van andere evenementen (zoals de Tourstart in Utrecht) wordt verder aangenomen dat alle buitenlandse mediapersonen ook in de provincie overnachtten en gemiddeld 150 euro per persoon per nacht aan overnachtingen besteedden.

Tabel 4.10: Economische impact media

	Gelderland
Aantal mediapersonen Girostart	520
Aandeel additioneel	95%
Gemiddelde verblijfsduur in dagen	4,2
Gemiddelde dagbestedingen per persoon per dag	€ 50,00
Aandeel overnachters	53%
Gemiddelde prijs per overnachting per persoon	€ 150,00
Economische impact	€ 143.000

Totale economische impact Girostart voor Gelderland

De totale economische impact is bepaald door de som van de economische impact van bezoekers, de deelnemers, mediavertegenwoordigers en de organisatie. De economische impact voor de provincie Gelderland komt uit op 8,4 miljoen euro (zie tabel 4.11). De bezoekers aan Giro Gelderland zorgden met ruim tien miljoen euro voor de grootste bestedingsimpuls. RCS en de wielerteams zorgden nog eens voor 1,4 miljoen extra bestedingen en de media besteedden naar schatting 143.000 euro additioneel. De projectorganisatie besteedde, mede door de fee aan Giro-eigenaar RCS meer dan de helft van haar begroting buiten Gelderland. Omdat 78% van de inkomsten van Giro Gelderland wel uit de provincie afkomstig kwamen was, was er sprake van een negatieve netto impact van 3,3 miljoen euro vanuit de organisatie.

Tabel 4.11: Economische impact

	Gelderland
Bezoekers	€ 10.192.000
RCS en wielerteams	€ 1.356.000
Pers	€ 143.000
Projectorganisatie	-€ 3.304.000
Totaal	€ 8.387.000



Conclusie economische impact

De economische impact van de Girostart voor Gelderland wordt gevormd door de additionele bestedingen van bezoekers, deelnemers, media en de evenementenorganisatie. Van alle bezoeken aan de vierdaagse Girostart was ruim een kwart (126.500 in totaal) additioneel voor de provincie Gelderland. De additionele bezoekers besteedden gemiddeld zo'n 44 euro per persoon per dag. De totale additionele dagbestedingen kwamen daarmee uit op 5,6 miljoen euro tijdens het evenement in Gelderland. Daarbij zijn niet de bestedingen aan de ruim 84.000 extra overnachtingen meegerekend. Gemiddeld werd daaraan 33 euro per persoon per nacht uitgegeven. Dit is inclusief de gratis overnachtingen bij vrienden en familie. Dit leverde een economische impact van 2,8 miljoen euro op, plus nog eens dagbestedingen door langer verblijf (dagen in Gelderland waarop de Giro niet werd bezocht) met een omvang van 1,8 miljoen euro. In totaal kwamen de additionele bestedingen door de Girostart in Gelderland uit op 10,2 miljoen euro. Daarnaast gaven RCS en de wielerteams naar schatting een kleine 1,4 miljoen euro uit in Gelderland en was de media goed voor 143.000 euro additionele bestedingen. Tot slot wordt voor de economische impact vanuit de projectorganisatie Giro Gelderland gekeken naar het verschil tussen de bestedingen in Gelderland enerzijds en de inkomsten uit diezelfde provincie anderzijds. Het resultaat wordt de nette economische impact vanuit de projectorganisatie genoemd. Giro Gelderland besteedde minder dan de helft van haar begroting van ruim 12 miljoen euro in Gelderland. Dit komt onder meer omdat de fee voor het mogen organiseren van het evenement (3,65 miljoen euro) naar Italië werd overgemaakt. Aan de inkomstenkant was er sprake van tegenvallende sponsorinkomsten. Mede daardoor werd Giro Gelderland voor 93% gefinancierd met publieke middelen, waarvan het overgrote deel uit Gelderland afkomstig was. Uiteindelijk was de netto economische impact vanuit de projectorganisatie 3,3 miljoen euro negatief. De totale economische impact van de Girostart voor de provincie Gelderland kwam daarmee uit op 8,4 miljoen euro. Dit economische impact is lager dan de beoogde (en in de haalbaarheidsstudie geraamde) 11,3 miljoen euro. Het verschil is onder meer te verklaren doordat er minder bezoekers en media van buiten Gelderland kwamen dan was verwacht. De additionele bezoekers besteedden ook minder aan overnachtingen dan geraamd. Ook was van te voren ingeschat dat er van de organisatorische bestedingen meer in Gelderland zouden kunnen neerslaan. De Giro Gelderland organisatie geeft aan dat met minder tijdsdruk mogelijk zo'n 2% van de begroting (650.000 euro) meer binnen Gelderland had kunnen worden besteed.

A cyclist wearing a white Lotto jersey with 'Bianchi' and 'Lotto' logos is riding on a cobblestone street. A large, stylized pink number '5' is overlaid on the image. In the background, a crowd of spectators is visible, and a person is reaching out towards the cyclist.

5

MAATSCHAPPELIJKE LEGACY

De start van de Giro d'Italia was een sociale aangelegenheid met een groot draagvlak maar leidde niet tot aantoonbaar meer sportparticipatie en trots.

Om de maatschappelijke lange termijn effecten (legacy) in kaart te brengen is een panelonderzoek uitgevoerd onder Gelderlanders. Twee maanden voor de Girostart (maart) en direct (mei) en vier maanden na het evenement (september) zijn aan dezelfde personen vragen en stellingen voorgelegd op verschillende maatschappelijke thema's. Beoogde deelresultaten (verhoogde sportparticipatie en sociale cohesie) zijn breed geformuleerd. Daarom is er gekozen voor een kwantitatief bevolkingsonderzoek over de maatschappelijke effecten van de Giro Gelderland. Er is dus geen sprake van directe effectmeting van aspecten van het evenement op bepaalde doelgroepen. Over de kwaliteit en effectiviteit van specifieke side-events zal dus geen uitspraak kunnen worden gedaan. In dit hoofdstuk wordt door de Radboud Universiteit bekeken welke inwoners van Gelderland de Giro en haar side-events hebben bezocht en wat redenen waren om deze niet te bezoeken. Daarnaast wordt bekeken in hoeverre de start van de Giro heeft bijgedragen tot een blijvende verandering met betrekking tot de sportparticipatie en sociale cohesie. Er wordt gekeken naar het ontmoeten van buurtgenoten, het ontmoeten van nieuwe mensen, het trots zijn op Gelderland en het vertrouwen in de maatschappij. Tot slot heeft de HAN onderzoek gedaan naar het draagvlak voor de Girostart en andere grootschalige sportevenementen.

Bezoek Giro en side-events en blijvende bekendheid

Twee maanden voor de Girostart zijn de panelleden gevraagd naar hun intentie om de Giro op een of meerdere dagen te bezoeken (figuur 5.1). Ruim een derde van de respondenten gaf aan zeker te zullen gaan en 28% gaf aan waarschijnlijk te gaan. Eén op de vijf gaf aan (zeker) niet te zullen gaan. Deze cijfers zijn gebaseerd op 619 respondenten (voor een verdere toelichting op de methodiek zie bijlage).

Uit de meting direct na de Giro kwam naar voren dat 27% van de respondenten de Giro één of meerdere dagen van de Giro heeft bezocht. Het aandeel respondenten wat de Giro daadwerkelijk bezocht heeft is daarmee lager dan op basis van de intentiemeting, 2 maanden voor de Giro, kon worden verwacht. Opgemerkt moet worden dat er hoogstwaarschijnlijk sprake is van een overschatting van het daadwerkelijke aandeel bezoekers onder de gehele het panel, omdat inwoners van de drie startgemeenten oververtegenwoordigd zijn (zie de bijlage voor een verdere toelichting).

De redenen om de Girostart niet te bezoeken staan in figuur 5.2. Bijna de helft van de respondenten die de Giro niet bezocht hebben, had geen interesse in het evenement. Als tweede reden voor het niet bezoeken van de Giro wordt 'geen tijd vanwege andere verplichtingen' genoemd (29%). Ruim één op de zeven Gelderlanders gaf

aan dat zij niet naar de Giro zijn gaan kijken omdat het evenement via de media beter te volgen was.

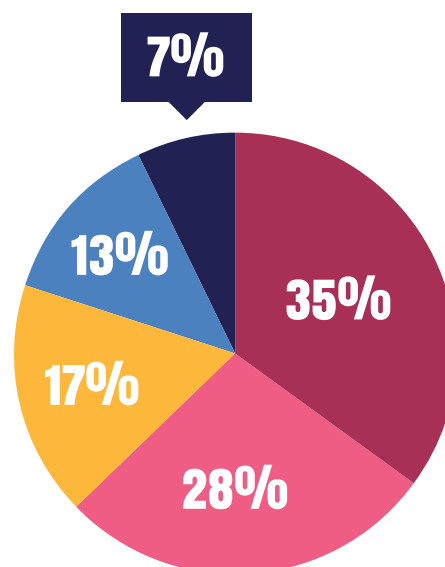
Om te meten in hoeverre de Giro Gelderland een blijvende indruk heeft gemaakt is in september gevraagd of men nog wist dat de Giro in Gelderland is gestart. Van de 565 respondenten die in september een geldig antwoord hebben gegeven wist 93% nog dat de Giro in Gelderland was gestart. Ter vergelijking, 66% van deze respondenten wist in maart 2016 dat de Giro in mei in Gelderland zou starten. Er kan dus gesteld worden dat op middellange termijn de Giro een blijvende indruk heeft gemaakt. In de aanloop naar de start en tijdens de Giro, in Gelderland, zijn er tal van side-events georganiseerd, variërend van Giro Piazza's (Italiaanse buurtfeest) tot Giro Mercato's (Italiaanse markt) en van GiroFietsCampus (collegetour) tot een Giro Gelderland Toertocht. Aan de respondenten is deze informatie (exact zoals in de zin hiervoor) medegedeeld. Vervolgens werd gevraagd of zij van plan waren om een side-event te bezoeken (in maart) en daadwerkelijk hadden bezocht (in mei).

Twee maanden voor de start van de Giro gaf 6% van de respondenten aan waarschijnlijk of zeker naar één of meerdere side-events te gaan (zie figuur 5.3). Ruim driekwart gaf aan waarschijnlijk of zeker niet een side-event te bezoeken.

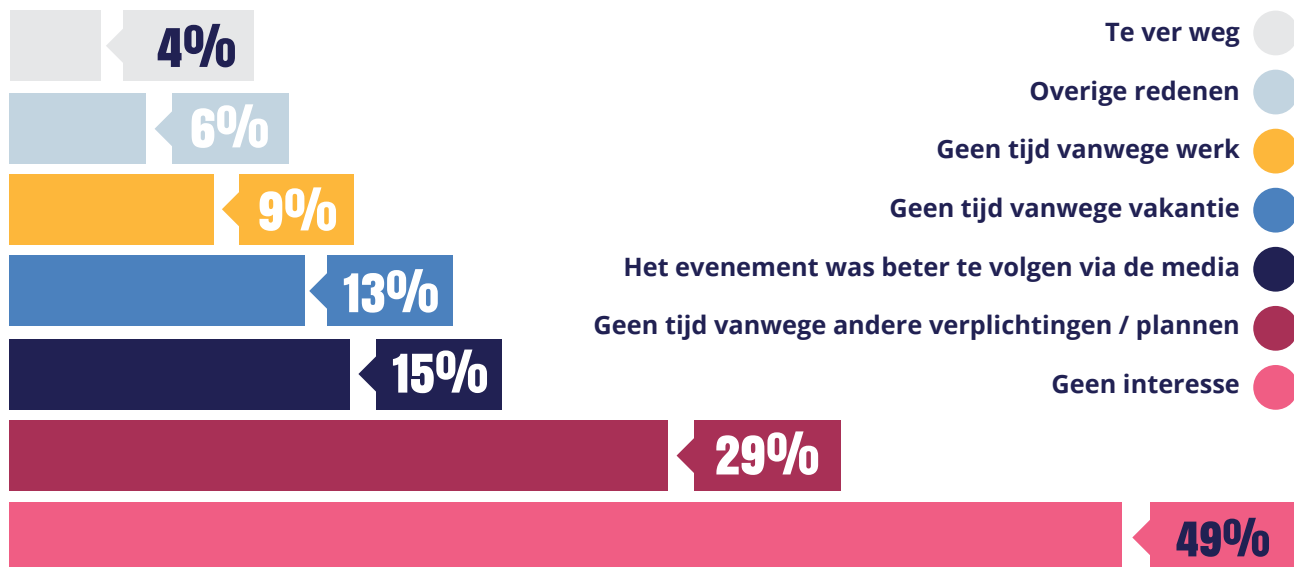
Figuur 5.1: Intentie van Gelderlanders om de Girostart (ploegenpresentatie, etappes) te bezoeken

BENT U VAN PLAN OM ÉÉN OF MEER DAGEN NAAR DE GIRO TE KOMEN KIJKEN?

- Zeker wel
- Waarschijnlijk wel
- Weet niet / misschien
- Waarschijnlijk niet
- Zeker niet

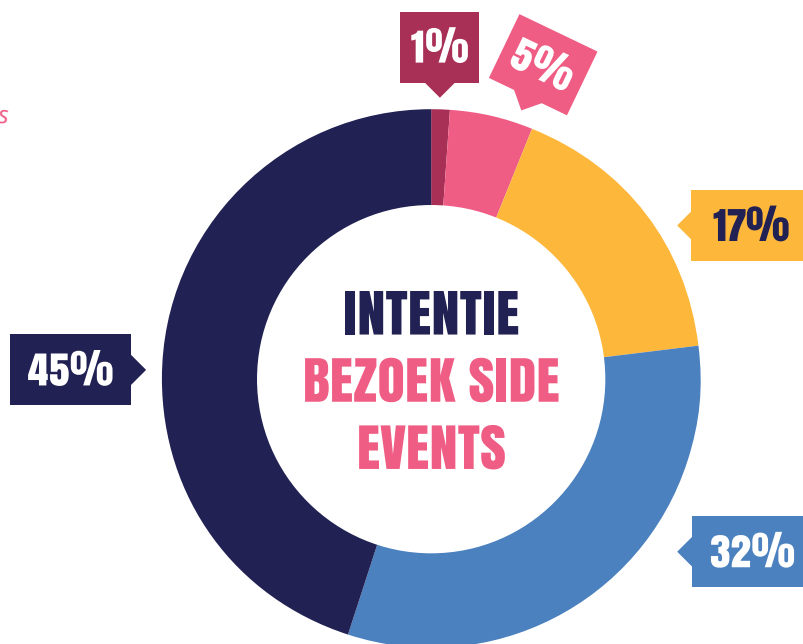


Figuur 5.2: Redenen om de Giro niet te bezoeken
Meerdere antwoorden waren mogelijk



Figuur 5.3: Bezoekintentie side-events Gelderlanders

- Zeker wel
- Waarschijnlijk wel
- Weet niet / misschien
- Waarschijnlijk niet
- Zeker niet

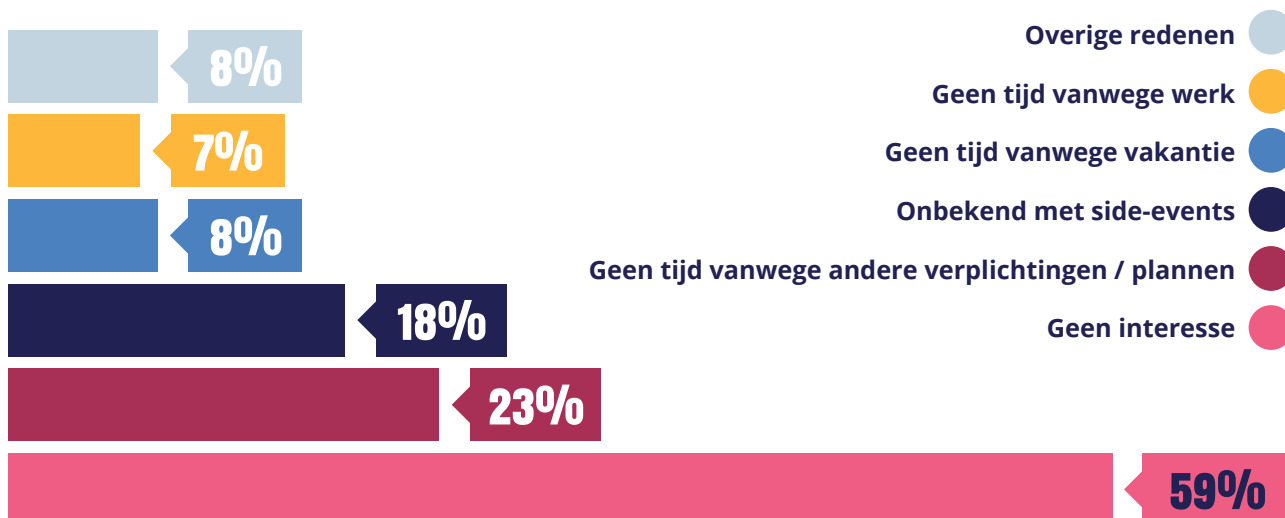


In mei is het daadwerkelijke bezoek van de side-events gemeten. Van de panelleden zegt 3,4% een side-event te hebben bezocht. Dit zou neerkomen op zo'n 50.000 volwassen Gelderlanders die side-events hebben bezocht (mits de data geen overschatting zouden geven van de bezoekersaantallen). De Giro Gelderland organisatie schat zelf dat er ruim 200.000 bezoeken aan side-events zijn geweest. Kinderen, waarvoor een aanzienlijk deel van de side-events (zoals de Giro Scuola) waren bedoeld zijn niet meegenomen in het panelonderzoek. Een andere verklaring voor de lagere uitkomst van het panelonderzoek zou kunnen zijn dat respondenten onbewust naar een side-event zijn geweest. Weliswaar is bij de vraag over side-events gewerkt met concrete voorbeelden, maar het feit dat de doorkomst van de Giro en side-events, zoals sommige Mercato's en Piazza's, met elkaar samen vielen kan ertoe geleid hebben dat respondenten die daar zijn geweest alleen gedacht hadden de Giro te hebben bezocht, terwijl ze ook bij een side-event geweest waren. Of dit zo is, is aan de hand van de gegeven data niet te zeggen. Wat wel met zekerheid te stellen is, is dat minder respondenten een side-event hebben bezocht dan dat zij voornemens waren.

Figuur 5.4 geeft de redenen voor het niet bezoeken van de side-events weer. Geen interesse is met 59% de belangrijkste reden om geen side-events te bezoeken. Deze reden wordt gevolgd door geen tijd vanwege andere verplichtingen / plannen (23%) en onbekendheid met side-events (18%).

3,4%
VAN DE GELDERSE
PANELLEDEN
ZEGT EEN SIDE-EVENT
TE HEBBEN BEZOCHT.

Figuur 5.4: Redenen om side-events niet te bezoeken
Meerdere antwoorden waren mogelijk



Sportparticipatie

Om te onderzoeken of Giro Gelderland heeft geleid tot een grotere sportdeelname in Gelderland is aan de panelleden op de drie momenten gevraagd hoe vaak zij voorafgaande twaalf maanden hebben gesport. Tabel 5.1 laat de sportfrequentie van de respondenten over de drie verschillende meetmomenten zien. Het algemene beeld is dat de sportfrequentie van Gelderlanders redelijk stabiel is gebleven. Ten opzichte van maart en september zijn in mei de uiterste categorieën (nooit en meer dan twee keer per week) iets beter gevuld. Het aandeel respondenten dat nooit zegt te sporten steeg tussen maart en mei van 27,0% naar 28,7%. Maar ook het aandeel respondenten wat aangeeft meer dan tweemaal per week te sporten

steeg van 20,7% naar 24,4%. Deze stijgingen lijken vooral een verschuiving vanuit 'buurcategorieën'. De stijging van de nooit-sporters is ongeveer even groot als de afname in het aandeel respondenten dat minder dan eenmaal per maand sport. Aan de andere kant is er een afname in het aandeel respondenten dat één tot twee keer per week sport, met een omvang vergelijkbaar met de stijging van de veel-sporters. Vier maanden na de Giro is het beeld qua sportparticipatie nagenoeg gelijk als twee maanden voor de Giro. De start van de Giro heeft dus geen aantoonbare langdurende impact op de algemene sportparticipatie in Gelderland gehad.

Tabel 5.1: Sporten voor en na de Giro

Sportfrequentie	Maart	Mei	September
Nooit	27,0%	28,7%	28,0%
Minder dan 1 x per maand	5,3%	4,1%	4,1%
1 a 2 x per maand	3,9%	3,9%	4,2%
1 a 2 x per week	43,1%	38,9%	43,0%
Meer dan 2 x per week	20,7%	24,4%	20,7%



In overeenstemming met de Richtlijn Sport Onderzoek is aan respondenten gevraagd aan te geven welke sporten zij in de voorafgaande twaalf maanden hebben beoefend. Figuur 5.5 laat zien in hoeverre wielersporten (wielrennen, mountainbiken en/of toerfietsen) meer of minder populair zijn geworden. Het aandeel respondenten dat een wielersport beoefent is direct na de Giro 2,5% hoger. Vier maanden na de Giro is deze stijging ten opzichte van voor de Giro gehalveerd (1,3%). Deze stijgingen zijn

niet significant. Alhoewel meer respondenten vlak na de Giro aangaven een wielersport te beoefenen blijkt er geen aantoonbare verandering te zijn voor de Gelderse volwassen bevolking op zowel de korte als de lange termijn.

Figuur 5.5: Wielrennen beoefening voor en na Giro

Doet aan wielrennen / mountainbiken / toerfietsen



Sociale cohesie

Sociale cohesie gaat om de onderlinge samenhang tussen personen en groepen in de maatschappij. Heeft de Giro in Gelderland invloed gehad op deze samenhang? Om deze vraag te beantwoorden wordt sociale cohesie gekoppeld aan drie aspecten, te weten 1) contacten in de buurt en het opdoen van nieuwe contacten; 2) het trots zijn op Gelderland; en 3) het vertrouwen in de maatschappij.

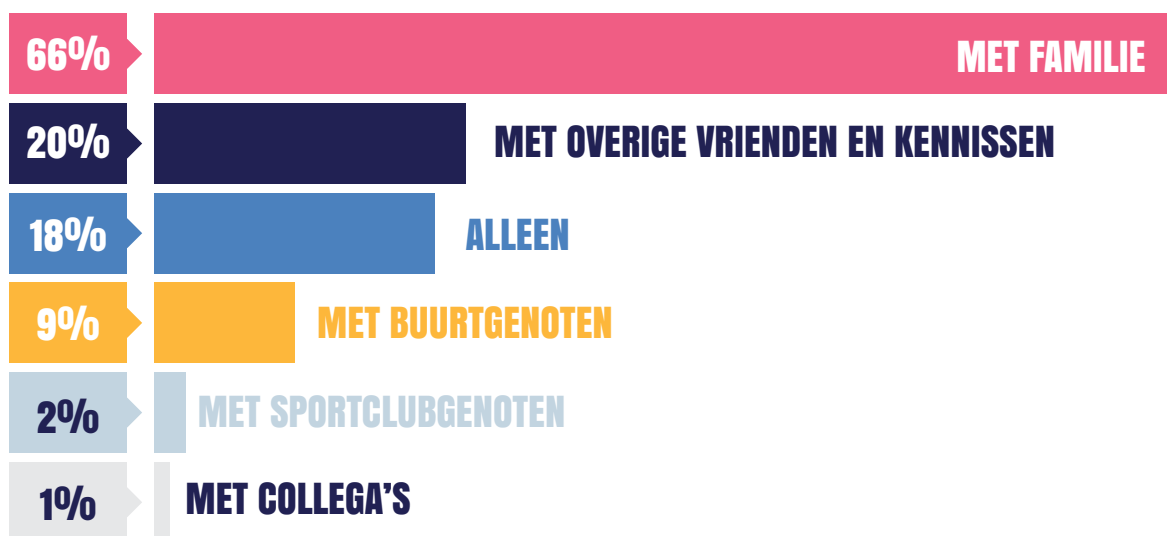
Allereerst is aan de respondenten uit het Gelderse panel die de Girostart bezocht hebben gevraagd met wie ze dit gedaan hebben. Figuur 5.6 laat de uitkomsten op deze vraag zien (meerdere antwoorden waren hierbij mogelijk). Zo'n tweederde van de respondenten heeft de Giro met familieleden bezocht. Eén op de vijf heeft de Giro bezocht met vrienden of kennissen en een even groot deel van de respondenten heeft alleen de Giro bezocht. Bijna één op de tien Gelderlanders heeft de Giro met buurtgenoten bezocht. Sportclubgenoten en collega's werden het minst vaak genoemd. Dat minder dan een vijfde van de respondenten alleen naar de Giro is gaan kijken duidt er

op dat het een evenement is geweest dat veel mensen hebben aangegrepen om bestaande contacten te onderhouden.

Dat een bezoek aan de Giro vooral geleid heeft tot het onderhouden van bestaande contacten komt ook naar voren uit figuur 5.7. Hier zijn de antwoorden op de stellingen "De Giro heeft er toe geleid dat ik nieuwe mensen heb ontmoet" en "De Giro heeft er toe geleid dat ik nieuwe vrienden heb gekregen" weergegeven. Zo'n 6% van de Gelderlanders die bij de Giro aanwezig zijn geweest geeft aan dat ze nieuwe mensen hebben ontmoet door de Girostart. Zo'n 2% geeft aan dat door de komst van de Giro nieuwe vriendschappen zijn ontstaan. Het bezoeken van de Girostart heeft daarom voor meeste Gelderse bezoekers niet geleid tot ontmoetingen met nieuwe mensen of tot nieuwe vriendschappen.

*Figuur 5.6: Gezelschap Giro bezoek
Meerdere antwoorden waren mogelijk*

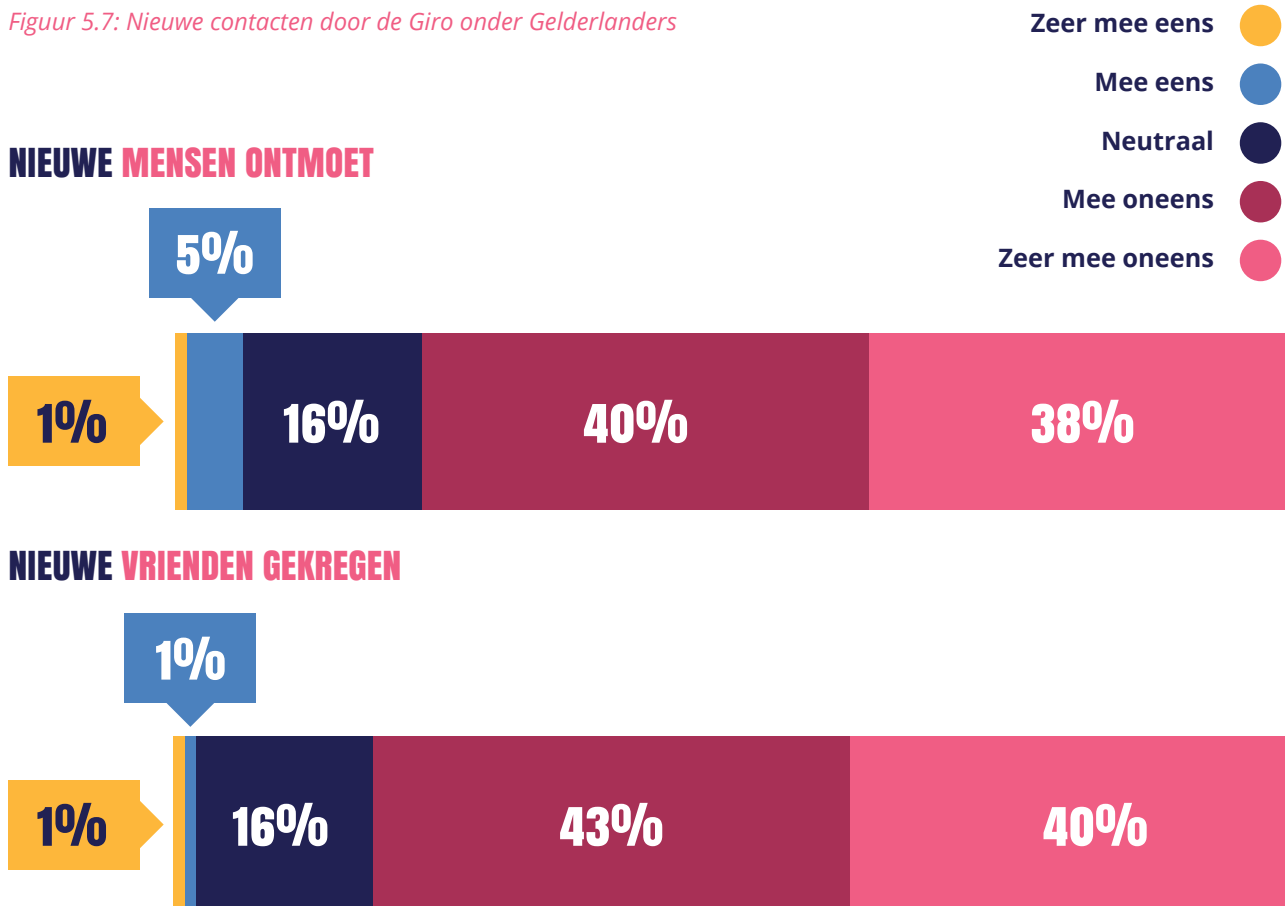
GEZELSCHAP VAN GIRO-BEZOEKERS



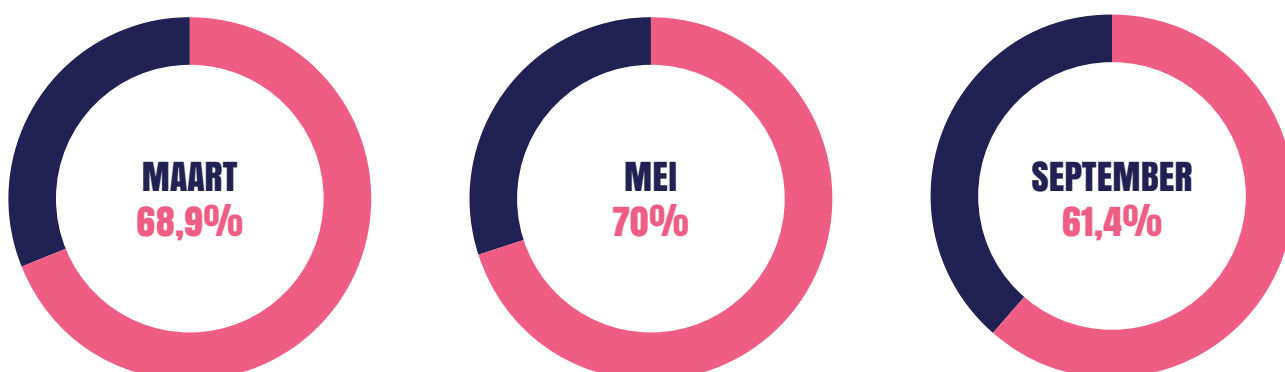
Een ander aspect van sociale cohesie is het trots zijn op de plaats of regio waarin men woont. Omdat de Giro in Gelderland een evenement voor de gehele provincie was – en dus geen nadruk legde op één van de drie startgemeenten of doorkomst plaatsen – wordt nu gekeken naar de mate waarin respondenten trots zijn op Gelderland. Figuur 5.8 laat zien in welke mate de respondenten op de drie verschillende meetmomenten trots op Gelderland waren. Tussen maart en mei blijken

nagenoeg geen veranderingen te zijn opgetreden. Zo'n 70% van de Gelderlanders was trots op zijn provincie. Echter, vier maanden na de Giro waren de respondenten duidelijk minder trots op Gelderland (61,4%). Verdere analyse laat zien dat het al dan niet bezoeken van de Giro hier geen invloed op heeft. De afname in Gelderse trots wordt (deels) verklaard omdat vooral lager opgeleiden aanzienlijk minder trots zijn geworden op Gelderland.

Figuur 5.7: Nieuwe contacten door de Giro onder Gelderlanders



Figuur 5.8: Trots op Gelderland voor en na de Giro



De laatste, mogelijk belangrijkste, maat voor sociale cohesie is sociaal vertrouwen, oftewel het vertrouwen in de medemens en samenleving. Om dit sociaal vertrouwen te meten kregen respondenten vier stellingen over de maatschappij voorgelegd, te weten: 1) “De meeste mensen zijn niet te vertrouwen”; 2) “Je kunt niet voorzichtig genoeg zijn als je met andere mensen omgaat”; 3) “Als je te goed van vertrouwen bent wordt er misbruik van je gemaakt”; en 4) “Als je anderen helpt kom je bedrogen uit”. De vier stellingen vormen samen één betrouwbare schaal die sociaal vertrouwen meet. Op deze schaal staat een één voor helemaal geen vertrouwen in de samenleving en een vijf voor heel veel vertrouwen in de samenleving.

Het sociaal vertrouwen voor de Girostart en direct daarna verschilt niet veel. Wanneer echter onderscheid gemaakt wordt tussen bezoekers van de Girostart en degenen die daar niet bij waren, blijkt dat eerstgenoemde groep meer vertrouwen in de maatschappij heeft en dat dit

vertrouwen bij hen vlak na de Girostart ook gestegen is (zie tabel 5.2). Voor personen die de Giro niet hebben bezocht is dit effect niet zichtbaar: zij hebben zelf iets minder vertrouwen in de maatschappij gekregen. Het verschil tussen deze twee groepen steeg van 0,12 in maart naar 0,20 in mei. Deze significante toename duidt er op dat er een samenhang bestaat tussen sociaal vertrouwen en het bezoeken van de Giro. Echter, vier maanden na de Giro is het verschil in sociaal vertrouwen weer op ongeveer hetzelfde niveau (0,11) als voor de Girostart. Er is dus geen sprake van een langdurend effect van het bezoeken van de Girostart op het sociaal vertrouwen.

ER IS EEN POSITIEVE SAMENHANG TUSSEN HET BEZOEKEN VAN DE GIROSTART EN SOCIAAL VERTROUWEN DIRECT NA HET EVENEMENT, MAAR NA VIER MAANDEN IS DIT EFFECT NIET MEER ZICHTBAAR.

Tabel 5.2: Gemiddeld sociaal vertrouwen voor en na de Giro (1 = helemaal geen sociaal vertrouwen, 5 = heel veel sociaal vertrouwen)

	Maart	Mei	September
Giro bezocht	3,39	3,44	3,34
Giro niet bezocht	3,27	3,24	3,23
Totaal	3,28	3,27	3,24



Draagvlak Girostart

Naast de hierboven weergegeven maatschappelijke effecten is er ook onderzoek gedaan naar het draagvlak van de Girostart onder inwoners van Gelderland. Hiervoor zijn de Gelderlanders in het panel enkele stellingen voorgelegd over hun houding ten aanzien van de Girostart. Voorafgaand aan Giro Gelderland was 30% van de ondervraagden trots op de komst van het evenement. Direct na Giro Gelderland was dit percentage gegroeid tot 40% en in september was dit 37% (zie tabel 5.3). Daarnaast daalde het aandeel Gelderlanders dat niet trots was van 25% in maart naar 19% een half jaar later. Dit zou een weergave kunnen zijn dat Giro Gelderland meer dan aan de verwachtingen voldaan heeft. Ook het positieve sentiment ten aanzien van de komst van grote sportevenementen in het algemeen nam toe van

28% in maart naar 33% in mei, waarna het weer iets daalde in september. Tegelijkertijd bleef het aandeel personen dat negatief is tegenover de komst van grote sportevenementen in het algemeen stabiel, zo'n 22%. Hetzelfde geldt voor het aandeel personen dat voor de Giro uit de eigen woonplaats zou weggaan, uitkomt op zo'n 7%. Het aandeel inwoners dat het onnodig vindt om een dergelijk evenement naar Gelderland te halen was ook stabiel en schommelde tussen de 22% en 25%. Het lijkt er op dat een stabiel deel van de Gelderse bevolking, zo'n 20% tot 25%, niet zit te wachten op evenementen zoals de Giro. Daar heeft Giro Gelderland weinig verandering in gebracht.

Tabel 5.3: Draagvlak voor Girostart en sportevenementen onder Gelderse bevolking

	Maart		Mei		September	
	(zeer) eens	(zeer) oneens	(zeer) eens	(zeer) oneens	(zeer) eens	(zeer) oneens
Ik ben trots dat de start van de Giro in Gelderland plaatsvindt.	30%	25%	40%	21%	37%	19%
Grote sportevenementen zoals de Giro zouden vaker in Gelderland georganiseerd moeten worden.	28%	23%	33%	22%	31%	21%
Ik vind het onnodig om een buitenlands wielerevenement naar Gelderland te halen.	22%	38%	25%	37%	23%	36%
Als (Toen) de Giro door mijn woonplaats komt (kwam) ga (ben) ik die dag bewust naar een andere plaats toe (gegaan).	8%	74%	7%	81%		
De Giro was een feest voor iedereen.					26%	26%

Bereidheid een bijdrage te betalen voor Giro Gelderland

Een sportevenement als de Girostart kan naast de maatschappelijke en economische effecten ook een persoonlijke betekenis hebben voor bezoekers, maar ook de rest van de bevolking. Mensen beleven er plezier van en het kan bijdragen tot gevoelens van persoonlijk

geluk en trots. Met de bereidheid-om-te-betalen methode (Willingness-to-pay, WTP) kan deze persoonlijke waarde worden gemonetariseerd. Bij deze methode wordt aan alle respondenten gevraagd of zij persoonlijk bereid zijn om bij te dragen aan het evenement.

Hiervoor is in dit geval de volgende hypothetische situatie voorgelegd:

Als gevolg van het faillissement van een belangrijke sponsor van de Girostart kreeg de organisatie de begroting voor het evenement niet rond. Om de wielerronde toch in Gelderland te laten plaatsvinden werd er aan de bevolking gevraagd om een bijdrage te leveren. Als er onvoldoende werd opgehaald zou de Girostart verplaatst zijn naar Italië.

Vervolgens is aan de respondent gevraagd: Hoeveel euro zou u persoonlijk maximaal (hebben) willen bijdragen om de start van de Giro d'Italia voor Gelderland te behouden? Niets betalen is hierbij natuurlijk ook een mogelijkheid. De 'bereidheid om te betalen' wordt dan vastgesteld als het gemiddelde bedrag van alle respondenten. Kanttekening bij deze methode is dat alleen de positieve waarden, maar niet de negatieve waarden, zoals ergernis en overlast, hiermee in kaart worden gebracht. In tabel 5.4 hieronder staat de uitkomst van dit onderzoek, onder zowel de Gelderlanders als niet-Gelderlanders. Van de

Gelderlanders was bijna 30% bereid te betalen voor (het behoud van) de Girostart, met een gemiddelde van € 3,60. Na het evenement was dit gestegen met 38% naar € 4,53. Het evenement heeft er vooral voor gezorgd dat personen die voorafgaand aan het evenement niets wilde bijdragen na afloop toch een klein bedrag (1-5 euro) over hadden voor het evenement. Het gemiddelde bedrag van de personen die willen bijdragen daalde daardoor iets, van € 12,58 naar € 11,84. Van de Gelderlanders die bij de Giro Gelderland aanwezig waren wilde 58% wel betalen voor het evenement, met een gemiddelde van € 6,90 direct na het evenement (figuur 5.9). Mensen die zelf niet bij het evenement aanwezig waren hechten toch waarde aan het evenement. De bereidheid van die Gelderlanders lag op iets meer dan de helft van degenen die wel aanwezig waren (€ 3,65). Daarnaast is de gemiddelde bereidheid om te betalen voor Gelderlanders die het evenement in de media volgden zo'n drie keer zo groot als onder de personen die dat niet deden (tabel 5.5).

Tabel 5.4: Bereidheid om te betalen (Willingness to pay – WTP) van de Gelderse bevolking

Bedrag	Maart	Mei
Niets	71%	62%
1 -5 euro	13%	20%
6-10 euro	10%	11%
11-25 euro	4,1%	5,2%
Meer dan 25 euro	2,0%	2,5%
Gemiddelde WTP	€ 3,60	€ 4,53
Gemiddelde WTP (alleen > 0 euro)	€ 12,58	€ 11,84

Figuur 5.9: Bereidheid om te betalen onder Gelderlanders, naar aanwezigheid (mei)



Tabel 5.5: Bereidheid om te betalen onder Gelderlanders, naar volgen Girostart in media (mei)

	Giro Gelderland gevolgd in media	Giro Gelderland niet gevolgd
Bereid om iets te betalen	50%	26%
Gemiddeld bedrag	€ 6,59	€ 2,23

Tabel 5.6: Bereidheid om te betalen onder niet-Gelderlanders

	Maart	September
Bereid om iets te betalen	21%	27%
Gemiddeld bedrag	€ 2,38	€ 3,67

Dat de Giro Gelderland een 'Gelders' feestje zou zijn wordt grotendeels tegengesproken door de uitkomsten onder de rest van Nederland (tabel 5.6). Daarvan wilde voorafgaand aan het evenement ook bijna een kwart wel bijdragen aan het evenement, met een gemiddelde van € 2,38. Ruim na het evenement was lag dit bedrag zo'n 50% hoger: € 3,67.

Als de uitkomsten van dit onderzoek worden gegeneraliseerd naar de zeker 200.000 volwassen Gelderse bezoekers aan de Girostart (maal € 6,90 maakt

1,4 miljoen euro) en alle andere 1,4 miljoen volwassen Gelderlanders (maal € 3,65 is 5,1 miljoen euro) kan worden gesteld dat zij een immateriële waarde aan het evenement van Giro Gelderland waarde toekennen van 6,5 miljoen euro. Als alle overige 11,9 miljoen volwassen Nederlanders (maal € 3,67 maakt 43,7 miljoen euro) ook worden meegenomen ligt de positieve immateriële waarde van Giro Gelderland voor de hele Nederlandse bevolking op 50 miljoen euro.



Conclusie maatschappelijke legacy

Voorafgaand aan de Girostart had een groot deel van de Gelderse bevolking de intentie om het evenement te bezoeken. Het aandeel personen dat daadwerkelijk langs de kant stond was aanzienlijk lager. Als belangrijkste reden om de Giro niet te bezoeken werd geen interesse genoemd, maar ook werd 'geen tijd' en 'het evenement was beter via de media te volgen' vaak als reden aangevoerd. De side-events zijn door minder respondenten bezocht dan die het zich voorgenomen hadden. Doordat verscheidende side-events simultaan waren met de doorkomst van de Giro (georganiseerd aan het Giro parcours op de dag dat de Giro passeerde) is het mogelijk dat respondenten onbewust een side-event hebben bezocht terwijl ze in de veronderstelling waren alleen naar de Giro te hebben gekeken. Een beperking van het onderzoek is dat het zich alleen richtte op de effecten van Giro Gelderland op de bevolking in de breedte. Daardoor is het niet mogelijk om uitspraken te doen over de effecten van bijvoorbeeld side-events op specifieke doelgroepen.

Op het vlak van sportparticipatie laat het onderzoek zien dat de algehele sportparticipatie in Gelderland niet veranderd is door de komst van de Giro naar Gelderland. Deze bevinding is in lijn met eerder onderzoek naar de invloed van grote topsportevenementen op sportparticipatie onder de bevolking.

Met betrekking tot sociale cohesie kan al gesteld worden dat de Giro Gelderland een sociale aangelegenheid is; de meeste respondenten zijn met anderen, in veel gevallen familie, naar de Giro gaan kijken. Maar de Giro heeft er niet toe geleid dat op grote schaal nieuwe contacten zijn opgedaan en nieuwe vriendschappen zijn gesloten. Met betrekking tot trots op Gelderland blijkt dat de Giro daar geen invloed op heeft gehad. Wel lijkt er een verband te bestaan tussen de start van de Giro en het sociale vertrouwen op korte termijn. Direct na de Giro was een duidelijke stijging in het sociale vertrouwen zichtbaar onder respondenten die de Giro hebben bezocht. Echter vier maanden na de Giro is het sociale vertrouwen onder zowel Giro bezoekers als niet Giro bezoekers gedaald tot onder het niveau van de eerste meting.

Het draagvlak onder Gelderlanders voor Giro Gelderland en grote sportevenementen in het algemeen is gestegen. Voor het evenement was 30% van hen is trots op het evenement, terwijl direct na de Girostart dit gestegen was naar 40%. Vier maand later was een deel van deze stijging verdwenen, maar nog altijd was het draagvlak 37%. Een vergelijkbare beweging is er ten aanzien van het draagvlak voor het vaker organiseren van dergelijke evenementen in de provincie. Daar staat tegenover dat een 20-25% het onnodig vindt om de Giro en andere evenementen naar Gelderland te halen. Bijna vier op de tien respondenten was zelfs bereid om te betalen voor de Girostart. Als de positieve persoonlijke, immateriële waarden, plezier, trots en geluk, van Giro Gelderland in geld worden uitgedrukt, levert dat een waarde op van naar schatting 6,5 miljoen euro voor de (volwassen) Gelderlanders en 50 miljoen voor heel Nederland.



TOERISTISCH IMAGO

Op het gebied van sportevenementen is het imago van Gelderland en met name de drie gemeenten aanzienlijk positiever geworden.

Dit hoofdstuk gaat over het toeristisch imago van Gelderland en de drie gemeenten Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen. Hiervoor is op twee momenten (twee maanden voor de Girostart en zes maanden later) een panel van Nederlandse inwoners die buiten Gelderland wonen ondervraagd. Allereerst wordt gekeken of de niet-Gelderse respondenten in hun vrije tijd de gemeente Apeldoorn, Arnhem, Nijmegen of elders in Gelderland hebben bezocht. Daarna wordt de waardering van niet-Gelderlanders op twaalf aspecten van Gelderland en vier voor de drie gemeenten behandeld. Tot slot wordt ingegaan op wat de bezoekers aan de Giro vinden van Gelderland.

Bezoek Gelderland voor vrijetijdsdoeleinden

Om het effect van de Girostart op het imago van Gelderland en de drie startgemeenten te onderzoeken is een panel van Nederlanders die buiten de provincie wonen (hierna ook wel 'Rest van Nederland') bevestigd. Dit gebeurde op twee momenten: twee maanden voor de Girostart (maart) en vier maanden erna (september). Dit onderzoek liep parallel aan twee van de metingen voor het maatschappelijke legacy onderzoek, waardoor sommige vragen ook aan Gelderlanders kon worden voorgelegd (zie bijlage voor een toelichting op het onderzoek).

Voordat het imago van Gelderland bij Nederlanders van buiten de provincie in kaart wordt gebracht wordt eerst

gekeken in welke mate deze groep Gelderland wel eens heeft bezocht voor een activiteit in de vrije tijd. Tabel 6.1 laat zien dat één op de zeven Nederlanders (van buiten Gelderland), voorafgaand aan de Giro, Gelderland nog nooit bezocht had voor vrijetijdsdoeleinden. Voor elk van de drie gemeenten ligt dit op ongeveer één op de drie. Nog eens de helft van de Nederlanders heeft de drie gemeenten het afgelopen jaar niet bezocht. Bijna de helft van de Nederlanders heeft in het afgelopen 12 maanden wel eens Gelderland bezocht. Bij de meeste bezoekers was dit zo'n één of twee keer.

Tabel 6.1: Kunt u aangeven of u de volgende plaatsen hebt bezocht in uw vrije tijd? (rest van Nederland)

	Apeldoorn	Arnhem	Nijmegen	Andere plaatsen	Gelderland totaal
Nee, nooit	34%	30%	34%	30%	14%
Ja, maar niet in de afgelopen 12 maanden	51%	52%	47%	40%	41%
Ja en ook in de afgelopen 12 maanden	15%	19%	19%	30%	45%
... waarvan 1 of 2 keer	70%	72%	73%	58%	n.b.
... waarvan 3 tot 6 keer	18%	13%	18%	23%	n.b.
... waarvan meer dan 6 keer	12%	14%	9%	19%	n.b.



Beoordeling aantrekkelijkheid

De panelleden van personen van buiten Gelderland hebben op twaalf aspecten Gelderland beoordeeld op hun aantrekkelijkheid. Dit is ook door het panel van Gelderlanders gedaan. Tabel 6.2 laat de twaalf aspecten en de uitkomsten zien voor beide groepen in maart en september. Nederlanders van buiten Gelderland beoordelen vooral het landschap en natuur, de wandel- en fietsgebieden van Gelderland als geheel als (zeer) aantrekkelijk. Hetzelfde geldt voor Gelderlanders zelf. Bovendien zijn zij over alle aspecten positiever dan de rest van Nederland. Evenementen en het culturele aanbod worden het minst gewaardeerd.

Wat opvalt is dat het percentage Nederlanders van buiten Gelderland dat de provincie als aantrekkelijk beschouwt, voor 10 van de 12 aspecten na de Girostart hoger ligt ten opzichte van ervoor. Voor Gelderlanders geldt dit voor zes aspecten. Voor de meeste aspecten is het verschil klein, maar er zijn enkele uitzonderingen. De grootste

toename in waardering van de rest van Nederland betreft Gelderse sportevenementen, van 29% (zeer) aantrekkelijk naar 40%. Deze toename is ook statistisch significant. Opvallend is dat de Gelderlanders zelf juist op dit aspect de provincie lager waarderen in september. Mogelijk komt dit doordat zij, na de Girostart, niet direct een vergelijkbaar sportevenement in het vooruitzicht hadden. Naast sportevenementen is er ook een substantiële imagoverbetering in de rest van Nederland voor overnachtingsmogelijkheden, het culturele aanbod en andere evenementen in Gelderland. Voor Gelderlanders geldt dat er vrijwel geen grote veranderingen hebben plaatsgevonden, behalve een toename in de waardering voor de historische steden.

Tabel 6.2: Hoe beoordeelt u de volgende zaken in Gelderland? % (zeer) aantrekkelijk

	Rest van NL		Gelderlanders	
	Maart	September	Maart	September
% (zeer) aantrekkelijk				
Landschap, omgeving en natuur	90%	90%	96%	97%
Historische steden	81%	82%	81%	88%
Bezienswaardigheden en musea	73%	71%	77%	81%
Attractieparken en dierentuinen	71%	72%	81%	81%
Overnachtingsmogelijkheden en horeca	67%	73%	76%	78%
Wandelgebieden	86%	89%	96%	96%
Fietsgebieden	83%	87%	95%	96%
Overige recreatiemogelijkheden	68%	70%	78%	81%
Sportevenementen	29%	40%	57%	52%
Andere evenementen	31%	37%	50%	50%
Culturele aanbod (theater, concerten, etc.)	37%	45%	68%	65%
Gastvrijheid van de inwoners	60%	62%	66%	66%

De drie Giro-gemeenten zijn op vier imagoaspecten beoordeeld door (alleen) de respondenten van buiten Gelderland. Hen is gevraagd naar de aantrekkelijkheid van deze gemeenten aanzien van: bezienswaardigheden en musea; overnachtingsmogelijkheden en horeca; de recreatiemogelijkheden; en sportevenementen (zie tabellen 6.3, 6.4 en 6.5). Afgezien van de sportevenementen worden alle onderdelen in alle drie de gemeenten met ongeveer tweederde meerderheid als (zeer) aantrekkelijk beschouwd. In Apeldoorn scoren de recreatiemogelijkheden het hoogst. Arnhem wordt het meest positief geassocieerd met bezienswaardigheden en musea. Voor Nijmegen is er amper onderscheid tussen de drie genoemde aspecten. Wel valt op dat deze gemeente duidelijk meer positief met sportevenementen wordt geassocieerd dan de overige twee gemeenten.

Het percentage panelleden dat (zeer) aantrekkelijk antwoordde was in september voor vrijwel alle vier aspecten in de drie gemeenten hoger dan in maart. Deze toenames zijn klein, behalve voor sportevenementen,

waar er wel een duidelijke (significante) stijging is van het aandeel personen dat de gemeenten aantrekkelijk vindt. Vooral voor Apeldoorn is de relatieve toename op dit aspect (met bijna de helft) spectaculair te noemen. De verschillen op het gebied van sportevenementen zijn geen toeval en kunnen met een grote mate van zekerheid gelinkt worden aan zaken die hebben plaatsgevonden in de tussenliggende tijd. Aangezien buiten Giro Gelderland geen andere grote incidentele sportevenementen tussen maart en september 2016 hebben plaatsgevonden in Gelderland, kan de toegenomen aantrekkelijkheid op dat vlak met een grote mate van zekerheid aan de Girostart toegerekend worden. Na sportevenementen laat 'recreatiemogelijkheden' een behoorlijke imagoverbetering zien voor de gemeenten Apeldoorn en Nijmegen.



Tabel 6.3: Hoe beoordeelt u de volgende zaken in Apeldoorn? % (zeer) aantrekkelijk (rest van Nederland)



% (zeer) aantrekkelijk	Maart	September
Bezienswaardigheden en musea	63%	64%
Sportevenementen	27%	39%
Overnachtingsmogelijkheden en horeca	56%	59%
Recreatiemogelijkheden in de stad en omgeving	63%	69%

Tabel 6.4: Hoe beoordeelt u de volgende zaken in Arnhem? % (zeer) aantrekkelijk (rest van Nederland)



% (zeer) aantrekkelijk	Maart	September
Bezienswaardigheden en musea	70%	72%
Sportevenementen	33%	42%
Overnachtingsmogelijkheden en horeca	61%	59%
Recreatiemogelijkheden in de stad en omgeving	68%	66%

Tabel 6.5: Hoe beoordeelt u de volgende zaken in Nijmegen? % (zeer) aantrekkelijk (rest van Nederland)



% (zeer) aantrekkelijk	Maart	September
Bezienswaardigheden en musea	68%	72%
Sportevenementen	45%	50%
Overnachtingsmogelijkheden en horeca	67%	66%
Recreatiemogelijkheden in de stad en omgeving	67%	71%

Verdere analyse maakt duidelijk dat ouderen vrijwel alle aspecten van Gelderland beter waarderen dan jongeren. Tussen mannen en vrouwen zijn er weinig verschillen. Alleen voor het culturele aanbod en de gastvrijheid geven vrouwen hogere waarderingen dan mannen. Ook zorgt de mate waarin bezoekers Gelderland eerder hebben bezocht voor weinig verschillen. Alleen de mogelijkheden om te fietsen of te wandelen worden duidelijk hoger gewaardeerd door personen die het afgelopen jaar in hun vrije tijd Gelderland bezocht hebben, dan degenen die dat niet (of nooit) deden.

Gelderland als geheel wordt meer gewaardeerd (uitgedrukt in een rapportcijfer) dan de afzonderlijke gemeenten, zo laat tabel 6.6 zien. Gelderland zelf

geven over de gehele linie hogere rapportcijfers dan de rest van Nederlanders.

Tussen maart en september is de totale beoordeling in de vorm van een rapportcijfer voor zowel de provincie als de drie gemeenten significant verbeterd. Dit geldt niet alleen voor de respondenten uit de rest van Nederland, maar ook voor Gelderlanders zelf. Voor Nijmegen is het gemiddelde rapportcijfer het meest gestegen. De toenames van de waardering onder niet-Gelderlanders is ongeveer even groot als die van de Gelderlanders zelf. Daarom is het niet mogelijk om te concluderen dat het imago van Gelderland en de drie steden in de rest van Nederland (alleen) door de Girostart is verbeterd.

Tabel 6.6: Kunt u voor de provincie en elk van de drie gemeenten een rapportcijfer geven?

Rapportcijfer (1-10)	Rest van Nederland		Gelderland	
	Maart	September	Maart	September
Provincie Gelderland	6,95	7,02	7,70	7,83
Apeldoorn	6,42	6,52	6,72	6,85
Arnhem	6,58	6,68	6,87	6,98
Nijmegen	6,65	6,81	7,07	7,25

Bezoekers Giro en Gelderland als vrijetijdsbestemming

Naast het panelonderzoek zijn tijdens de Girostart bezoekers van het evenement enkele vragen over het Gelders imago gesteld. Dit was onderdeel van de bezoekersenquête (zie hoofdstukken over bezoekersprofiel en economische impact). Aan de Girobezoekers werden vier stellingen ten aanzien van Gelderland als vrijetijdsbestemming voorgelegd (zie tabel 6.7). Meer dan acht van de tien bezoekers was het eens met de stelling dat Gelderland een aantrekkelijke provincie is om te verblijven. Dit aandeel was onder Gelderlanders het hoogst (89%).

Ongeveer de helft van de bezoekers gaf aan door het evenement positiever te zijn geworden over Gelderland als vrijetijdsbestemming. Onder buitenlanders was dit percentage het hoogst (58%). Zo'n 70% van de Girobezoekers zou Gelderland ook daadwerkelijk aanbevelen bij vrienden en familie. Daarnaast was driekwart van de overige Nederlanders het eens met de stelling dat grote sportevenementen zoals de Giro zouden vaker in Gelderland georganiseerd zouden moeten worden.

Tabel 6.7: Waardering Gelderland van bezoekers aan Giro Gelderland, tijdens het evenement

% (zeer mee eens)	Rest van NL	Buitenland	Gelderlanders
Ik vind de provincie Gelderland een aantrekkelijke provincie om in te verblijven	82%	81%	89%
Ik ga Gelderland als vrijetijdsbestemming aanbevelen aan vrienden en familie	71%	62%	70%
Door dit evenement ben ik positiever over Gelderland als vrijetijdsbestemming geworden	45%	58%	52%
Grote sportevenementen zoals de Giro zouden vaker in Gelderland georganiseerd moeten worden	75%	58%	81%



Conclusie toeristisch imago

Op veel aspecten worden Gelderland en de drie startgemeenten door mensen van buiten Gelderland als aantrekkelijk beoordeeld. De waardering van Gelderland is onder de eigen inwoners nog hoger. Vier maanden na de Girostart was de waardering van niet-Gelderlanders op vrijwel alle aspecten iets hoger dan twee maanden voor het evenement. Op het gebied van sportevenementen is het imago van Gelderland en met name de drie gemeenten het meest verbeterd. Daarnaast is er ook een substantiële imagoverbetering waarneembaar voor het culturele aanbod en andere evenementen in Gelderland en recreatiemogelijkheden in met name Apeldoorn en Nijmegen. Het is onmogelijk om aan de hand van dit onderzoek onomstotelijk aan te tonen dat deze imagoverbeteringen het effect van de Girostart zijn. Toch is aannemelijk dat bij sommige imago-effecten, de hogere waardering van (sport)evenementen in het bijzonder, de Gelderse Girostart een rol hebben gespeeld.



7

ORGANISATORISCHE WAARDE

Giro Gelderland heeft volgens betrokkenen geleid tot een beter klimaat voor sportevenementen in Gelderland, trotse organiserende partners, een zeer uitgebreid side-eventprogramma en een betere relatie tussen lokale organisaties en bedrijven.

In dit hoofdstuk worden inzichten en lessen rond de projectorganisatie van Giro Gelderland besproken. Hiervoor is een kwalitatief onderzoek, middels interviews en focusgroepgesprekken, uitgevoerd. Allereerst zal ingegaan worden op de samenwerking tussen de vier organiserende overheden (provincie Gelderland, gemeenten Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen). Daarna zal bekeken worden hoe de organisatiestructuur functioneerde en hoe de afstemming tussen centrale aansturing en decentrale uitvoering verliep. Ook de samenwerking tussen de projectorganisatie en externe stakeholders wordt geëvalueerd. Tot slot zijn betrokkenen rond de projectorganisatie gevraagd naar de waarde van Giro Gelderland en welke legacy het evenement Gelderland nalaat.

Samenwerking tussen vier overheden

Door middel van individuele interviews en focusgroepgesprekken met stakeholders (zie bijlage voor een toelichting op de onderzoeksmethode) is in de evaluatie van het organisatieproces onderzocht op welke wijze het organisatieproces van Giro Gelderland was ingericht op het realiseren van de doelstellingen en deelresultaten (zie hoofdstuk 1).

De provincie Gelderland organiseerde Giro Gelderland samen met de gemeenten Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen. Deze partijen zijn daarvoor een samenwerking aangegaan, die moest leiden tot een succesvolle Giro Gelderland 2016. De vier overheden hebben in een samenwerkingsovereenkomst (SOK) en een daarop aansluitende bestuursovereenkomst (BOK) de kaders en randvoorwaarden van deze samenwerking vastgelegd. In dit projectplan zijn de afspraken vastgelegd over de omvang van het evenement, de wijze van organisatie, ieders aandeel daarin, het financiële kader, de verdeling van de kosten en de inzet van de ambtelijke capaciteit. De voorgenoemde doelstellingen in het projectplan Giro Gelderland 2016 waren volgens de betrokkenen eensgezind opgesteld door de vier overheden. Daarbij vond er af en toe een lokale 'inkleuring' van de doelstellingen plaats door de organiserende gemeenten. Tevens wordt aangegeven dat door het initiatief van de provincie Gelderland om de Giro d'Italia naar Gelderland te halen de drie gemeenten de kans hebben gekregen een bijdrage te leveren aan Giro Gelderland.

Wij konden ons goed vinden in de overall doelstellingen. Daar hebben we zelf ook input op gehad. Voor ons was het echt een kans. We hebben nog nooit zoiets fantastisch als stad gehad.

– lid Ambtelijk Opdrachtgevers Overleg (AOO)

Als we de steun van de provincie niet hadden gehad dan waren we niet eens op het idee gekomen om de Giro naar onze stad te halen. Dat de provincie dit ging doen is allesbepalend geweest.

– lid Bestuurlijk Opdrachtgevers Overleg (BOO)

Vanuit het ministerie van VWS worden er verschillende eisen gesteld aan de subsidieaanvraag voor het organiseren van sportevenementen en het side-eventprogramma. Ten aanzien van het side-eventprogramma heeft VWS in haar Beleidskader Sportevenementen de eis opgenomen dat dit programma zich moet richten op het duurzaam versterken van de maatschappelijke spin-off. Door organisatoren van sportevenementen en side-events kan dit worden opgevat dat zij concrete uitspraken dienen te doen over het verhogen van sportparticipatie of het verbeteren van de sociale cohesie in de organiserende gemeenten of provincie. Vanuit de projectorganisatie van Giro Gelderland zijn er deelresultaten opgesteld ten aanzien van het verhogen van de sportdeelname en het verbeteren van de leefbaarheid in wijken via culturele en maatschappelijke activiteiten gerelateerd aan Giro Gelderland. Het is echter lastig voor een projectorganisatie van een sportevenement (met een tijdelijk karakter) om aan te tonen of doelen ten aanzien van het verhogen van sportparticipatie of het verbeteren van leefbaarheid zijn behaald als gevolg van de organisatie van een sportevenement.

In het projectplan stonden hele concrete doelen: wat we precies willen bereiken. We hebben sportparticipatie en cohesie genoemd, want dat was ook een voorwaarde van VWS. Een voorbeeld van de uitwerking hiervan is het scholenprogramma. Dat programma werkte goed tot aan de Giro, maar het is daarna slecht te meten of dat legacy heeft opgeleverd

– medewerker projectorganisatie

De (niet-financiële) bijdrage van de vier overheden aan Giro Gelderland was verschillend. Hoewel het soms enige moeite kostte om alle vier de overheden op één lijn te krijgen in de samenwerking is de samenwerking de meeste betrokkenen goed bevallen. De inzet van de overheden bestond daarbij onder andere uit de inzet van eigen ambtenaren in de projectorganisatie. Deze

keuze is begrijpelijk aangezien een sportevenement in de openbare ruimte veel impact heeft op afdelingen van een gemeente die zich bijvoorbeeld bezig houden met het verlenen van vergunningen, communicatie naar burgers en de logistiek in de openbare ruimte op het moment dat de Giro door de stad fietst. Echter, de keuze voor het inzetten van eigen ambtenaren voor de organisatie van een sportevenement heeft ook consequenties gehad voor de uitvoering van het project. De ervaring met het organiseren van grote (sport)evenementen in de openbare ruimte ontbrak af en toe bij de betrokken ambtenaren en men bleef (te) lang hangen in processen rond regelgeving en mandatering.

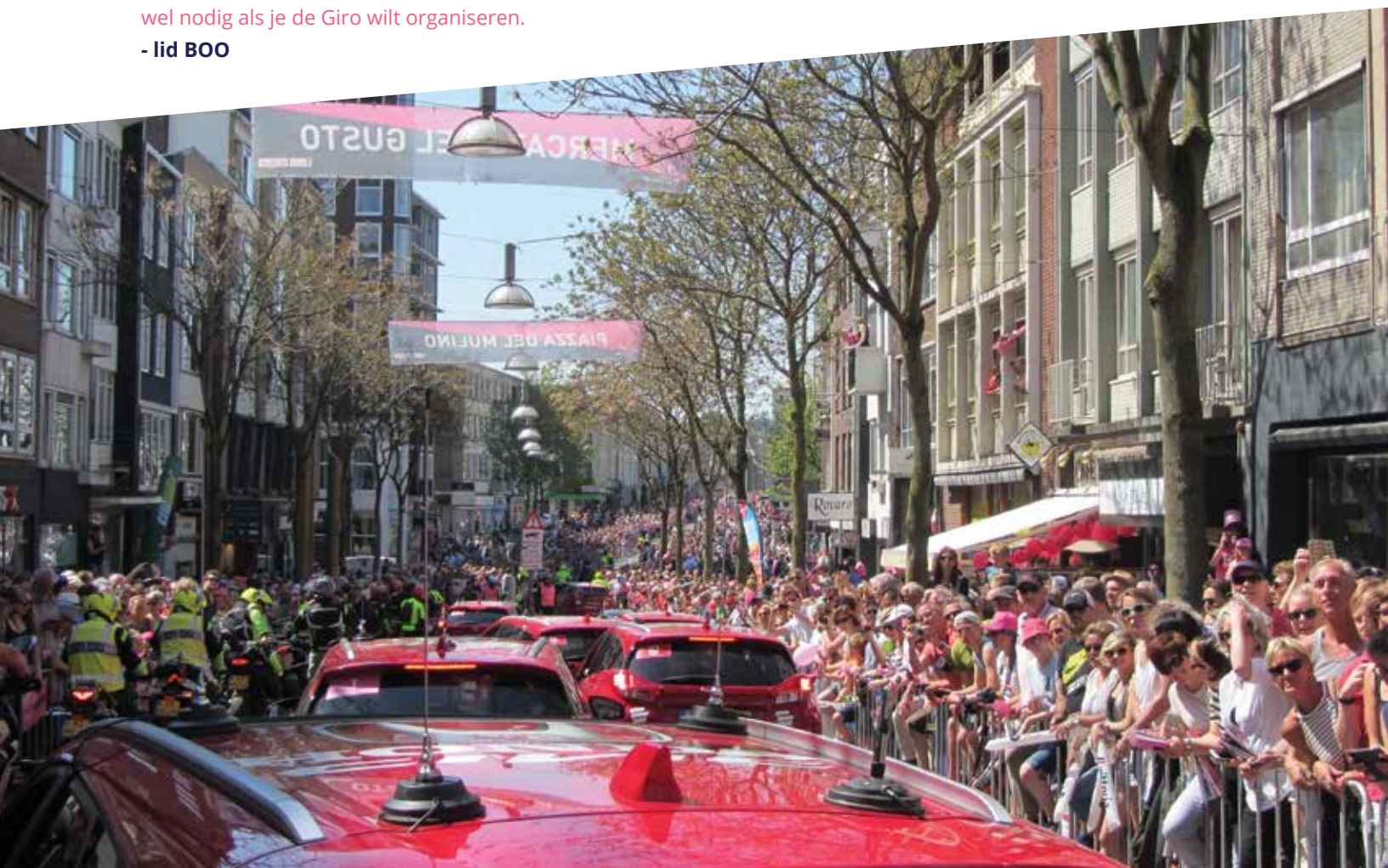
Vanuit de overheden werd de organisatie opgericht, de overheden leverden de mensen. We hadden misschien wel de juiste mensen qua instelling, maar qua skills niet. Alle deelnemende overheden hadden dit probleem, en dat heeft iedereen kunnen merken. Het organiseren van een evenement is een vak apart. Je kunt je afvragen of die kennis aanwezig is binnen de overheden. (...) Als je kijkt naar het krijgen van sponsors en hospitality, dan hebben wij daar geen verstand van. Ook van wedstrijd zaken hebben wij geen verstand. Je hebt deze deskundigheid wel nodig als je de Giro wilt organiseren.

- lid BOO

De samenwerking tussen de vier overheden betekende ook verantwoording en afstemming met vier colleges/raden, met ieder zijn eigen dynamiek. Dit was soms lastig op elkaar af te stemmen gezien de beperkte tijd die er beschikbaar was voor het afstemmen tussen de vier overheden. In aanloop naar de start van Giro Gelderland leverde dat soms (ongewenste) vertraging in het organisatieproces op.

Alles is laat afgetikt. Het papierwerk was een lastig ding. Af en toe moesten we naar college en/of raad en het was altijd moeilijk om het op tijd klaar te krijgen. Dat heeft denk ik met het afstemmen tussen vier overheden te maken. Wij zijn allemaal wel heel erg verschillend.

- lid AOO



Organisatiestructuur

De projectorganisatie en de bestuurlijke inbedding ervan was vastgelegd in het governance-protocol Giro Gelderland 2016. Het project werd uitgevoerd onder de rechtspersoonlijkheid van de provincie Gelderland op basis van de samenwerkingsafspraken tussen de provincie Gelderland en de gemeenten Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen, zoals vastgelegd in de hiervoor genoemde SOK en BOK. De projectorganisatie stond onder leiding van de projectdirecteur die verantwoordelijk was voor de voorbereiding en uitvoering van de Giro Gelderland. Zij werkte nauw samen met de door de vier overheden voorgedragen projectleiders. Er waren zowel bestuurlijke opdrachtgevers, verenigd in het BOO (met daarin de gedeputeerde Sport en coördinerende wethouders) als ambtelijke opdrachtgevers verenigd in het AOO (zie hoofdstuk 1).

Voor een effectieve uitvoering van de Giro Gelderland waren vijf werkgroepen (wedstrijdzaken, logistiek, marketing, communicatie en side-events) gevormd, die onder verantwoordelijkheid van de projectdirecteur werden aangestuurd door een projectmanager. De projectdirecteur had een staf tot haar beschikking waaronder o.a. financiën, juridische zaken en coördinatie van de vrijwilligers vallen. Vanuit de vijf werkgroepen werden alle activiteiten georganiseerd en/of gecoördineerd.

Door de betrokkenen uit het BOO, AOO en de projectorganisaties is er begrip voor de keuze van de provincie om zelf Giro Gelderland te organiseren in samenwerking met de drie gemeenten. De huidige organisatiestructuur zorgde ervoor dat in de beginfase van de organisatie van het evenement de nadruk lag op een zorgvuldige besluitvormingsprocedure voor de samenstelling van het governance-protocol, de bestuursovereenkomst en de samenwerkingsovereenkomst. Alle overheden konden zich uiteindelijk vinden in dit protocol en de overeenkomsten waardoor er een zeer heldere basis voor de uitvoering van het project op papier stond. Het besluitvormingsproces om te komen tot het governance-protocol, de BOK en de SOK duurde echter vrij lang. Medio oktober 2015 was het governance-

protocol definitief en de BOK is pas eind november 2015 ondertekend door de leden van het BOO, minder dan een half jaar voor de start van de Giro.

De zorgvuldigheid van de vier overheden kwam ook naar voren wanneer vragen omtrent sponsoring en hospitality opgepakt moesten worden. De commerciële insteek (het vinden van sponsors en het verkopen van hospitality) van een sportevenement botsten met de publieke taak van een overheid. Dergelijke vraagstukken doen ook vragen oproepen over de organisatiestructuur voor toekomstige grote (sport) evenementen in Gelderland.

Om een voorbeeld te geven: er is veel gesproken over sponsoring en hospitality. Voor het zomerreces 2015 ging het daar al over. Het kostte moeite om het eens te worden over hoe we partijen zouden benaderen en het duurde erg lang voor er een concreet voorstel in BOO lag. Dat voorstel riep vragen op. Uiteindelijk heeft dit proces langer dan een half jaar geduurd en waren we te laat. Daardoor kregen we geen sponsor meer te pakken.

– lid BOO

Maar het zelf organiseren, wat we bij de Giro deden, daar moet je je echt voor achter de oren krabben of je dat niet op afstand moet plaatsen. Dat geeft de organisatie meer speelruimte, ook ten opzichte van de politiek. De afstand tussen de projectorganisatie en de politiek is overigens altijd relatief want als er een financieel tekort is dan wordt je daar als overheid toch altijd op aangesproken. En er blijft sowieso altijd veel inzet van je eigen medewerkers nodig.

– lid AOO

Vanaf begin 2014 tot en met juni 2015 werd de projectorganisatie ingevuld door ambtenaren uit de vier overheden vrij te maken. Vanaf juni 2015 werd er meer externe expertise aangetrokken en werd er een 'externe' projectdirecteur aangesteld. Met de komst van een externe projectdirecteur kwam er direct meer structuur in de projectorganisatie en het organisatieproces. Er werd besloten de projectorganisatie te kantelen; van een organisatie gebaseerd op lokale aansturing door de overheden, werd de kanteling gemaakt naar een matrixorganisatie op thema's waarin in een overkoepelende projectorganisatie verantwoordelijke personen van de vier overheden zaten. Dit zorgde

ervoor dat de taken voor de medewerkers van de centrale projectorganisatie duidelijker waren. Tevens is de kennis van de projectdirecteur over het organiseren van grootschalige sportevenementen van directe toegevoegde waarde geweest voor de het functioneren van de projectorganisatie doordat medewerkers in de projectorganisatie bevestiging kregen over hun functioneren van een expert op het gebied van de organisatie van sportevenementen in de openbare ruimte.

De kanteling van de projectorganisatie was alleen maar goed voor mij. Voor mij als projectleider kreeg ik meer lucht omdat ik nog maar één functie had, en niet meer de dubbele pet had, ook niet meer in mijn team.

- medewerker projectorganisatie.

Het functioneren van het Bestuurlijk Opdrachtgevers Overleg (BOO) en het Ambtelijk Opdrachtgevers Overleg (AOO) is over het algemeen door de betrokkenen als prettig ervaren. Er was echter onduidelijkheid over het toepassen van de mandatering van de projectdirecteur. Formeel waren duidelijke afspraken gemaakt over de verantwoordelijkheden van de projectdirecteur maar in de praktijk was het soms lastig voor betrokkenen

om deze afspraken te volgen met als gevolg dat er ook onduidelijkheden slopen in de scheiding tussen het aansturen van de projectorganisatie en het sturen van het politieke proces in het AOO en BOO. Daarbij was er tevens sprake van zoveel tijdsdruk op het organisatieproces dat besluiten in het BOO zeer kort van te voren door het AOO voorbereid dienden te worden, of dat het bijna onmogelijk was om sturing te vragen en geven op het proces als de lijn van AOO naar BOO gevolgd werd.

Soms ging het zo snel en hard in de projectorganisatie dat het bijna onmogelijk was om dagelijkse sturing te vragen en te geven. Als AOO waren wij (bewust) niet het gezicht van de Giro Gelderland of traden wij naar buiten, wij hadden het achter de schermen zo goed mogelijk te regelen.

- lid AOO

Verhouding tussen centrale aansturing en decentrale uitvoering

Met de kanteling van de projectorganisatie in 2015 werden de taken voor de centraal opererende projectorganisatie duidelijker. Vanuit de centrale projectorganisatie werden de drie steden (en de doorkomstgemeenten) aangestuurd om lokaal invulling te geven aan een aantal onderdelen uit het organisatieproces, zoals logistieke activiteiten en het creëren van side-events. Het was voor de betrokken lokale ambtenaren soms lastig om te schakelen tussen de taak om het centrale project goed voor het voetlicht te brengen en de eigen gemeente ook goed te bedienen. Daarbij was het niet ideaal voor de betrokkenen op lokaal niveau dat zij meerdere opdrachtgevers ervaren hebben; de lokale ambtelijke opdrachtgever én de centraal aansturende projectleider uit de projectorganisatie van

Giro Gelderland. Het onderscheid tussen de centrale aansturing en lokale uitvoering was daardoor niet altijd helder voor de lokale betrokkenen.

In feite heb je het ook over loyaliteit. Werk je nu voor je projectgroep, de provincie of voor je eigen stad? Als je het hebt over stressvolle situaties en je moet hard werken en de taal wordt wat harder: wie is dan je leidinggevende. Dat was goed vastgelegd in de governance, maar bleek tijdens de uitvoering dat het best lastig was, ook voor de ambtelijke opdrachtgever die over hun personeel gaat hiërarchisch.

- medewerker projectorganisatie

Samenwerking tussen projectorganisatie en externe stakeholders

Volgens vertegenwoordigers van betrokken lokale, provinciale en nationale bedrijven en vertegenwoordigers van organisaties die bij het side-eventprogramma betrokken waren, heeft het organiseren van Giro Gelderland volgens de gekozen organisatiestructuur voor- en nadelen gehad voor hen. Met name de betrokken bedrijven geven aan dat zij het vanuit bedrijfsmatige risico's prettig vonden dat een overheid de organisatie van een sportevenement op zich heeft genomen. De nadrukkelijke betrokkenheid van een overheid brengt voor de bedrijven minder (financiële) risico's met zich mee.

Ondanks het uitblijven van een (schriftelijke) opdrachtbevestiging tot kort voor de start van de eerste etappe, hebben wij de inhoudelijke werkzaamheden kunnen continueren. Het feit dat de opdracht via een overheidspartij en bekende contactpersonen verliep gaf voldoende vertrouwen. Bij een stichting op afstand van de overheid hadden we mogelijk werkzaamheden stil moeten leggen omdat het financieel risico te groot werd, met alle gevolgen van dien.

– vertegenwoordiger betrokken bedrijf

Daarentegen hebben een aantal betrokken organisaties de communicatie met de projectorganisatie als lastig ervaren. Voor hen zat er vaak veel tijd tussen het stellen van vragen aan de projectorganisatie en het krijgen van een antwoord. Hierdoor zijn activiteiten (side-events) niet door gegaan, of hebben bedrijven hun eigen hospitality

georganiseerd in plaats van gebruik te maken van hospitality van Giro Gelderland. Bij veel externen was er onduidelijkheid bij welk loket zij moesten zijn.

Een partnership is allemaal leuk maar voordat we een logo hadden, hebben we wel 16 keer moeten bellen. Voor ons had een logo wel waarde doordat we dan konden laten zien dat we officieel partner waren. Waar het dan allemaal verkeerd gaat, geen idee. Maar dat is jammer.

– vertegenwoordiger betrokken organisatie

Grote bedrijven hebben zelf dingen georganiseerd, los van ons of de Giro Gelderland. Bedrijven zijn zelf gaan shoppen doordat Giro Gelderland het niet goed oppakte. Grote bedrijven zijn hierdoor weggelopen en dat is gewoon jammer.

– vertegenwoordiger betrokken bedrijf

Vanuit de projectorganisatie wordt de lastige communicatie met externen ook erkend. Als verklaring wordt gegeven dat pas vrij laat in het organisatieproces de centrale projectorganisatie volledig bezet was. Op het moment dat de werkgroepen in de projectorganisatie volledig bezet waren was het ook mogelijk om één aanspreekpunt per werkgroep te hebben en daardoor beter te communiceren met externe partners.



Waarde Giro Gelderland en legacy

Voor alle betrokkenen geldt dat zij de periode van 5 tot en met 8 mei als één groot feest hebben ervaren. Het weer hielp mee, de prestaties van Tom Dumoulin waren fantastisch en de Arnhemse held Maarten Tjallingii heeft vele wielersnellers sneller doen kloppen. Volgens de betrokkenen zijn de inwoners van Gelderland enorm trots op de organisatie van Giro Gelderland.

Je weet ook dat zo'n evenement lokaal mensen gelukkig maakt. Ik heb van veel mensen dat soort reacties gehad, mensen hadden de 'mooiste dag van hun leven'. Uiteindelijk gaat het toch over geluk. Dit draagt wel bij aan het 'bruto-lokaal-geluk'.

- lid BOO

In het verleden heeft Gelderland enkele evenementen gekend die minder succesvol georganiseerd waren dan Giro Gelderland. Doordat de samenwerking tussen de vier overheden relatief goed is verlopen en de inwoners van Gelderland het evenement als één groot feest hebben ervaren is het klimaat voor het organiseren van evenementen in Gelderland verbeterd. Tevens heeft het organiseren van Giro Gelderland ertoe geleid dat de provincie Gelderland ook in Nederland een groter 'speler' is geworden op het gebied van sportevenementen.

Het klimaat voor evenementen in Gelderland is wel positiever nu. Wat het ook opgeleverd heeft, is dat Gelderland in het landelijk netwerk 'Kracht van Sportevenementen' een plek heeft gekregen. We zijn landelijk meer een speler geworden door dit evenement.

- betrokkene bij het side-eventprogramma

Tevens is de samenwerking tussen de vier overheden zeer waardevol geweest voor de onderlinge verhoudingen. Dit komt lopende overleggen over bijvoorbeeld de provinciale sportnota en het project Gelrestad ten goede.

Wat ik goed vond is dat we inmiddels Gelrestad hebben gelanceerd, waarin we ook op het gebied van sport en evenementen wellicht tot een gezamenlijke aanpak kunnen komen. Dat we een aantal uitgangspunten al formuleren dat we meer duidelijkheid hebben. Dat is al een voortvloeisel van de Giro.

- lid BOO

Hierboven is het gebrek aan ervaring met de organisatie van sportevenementen van de betrokken ambtenaren besproken. De inzet van eigen ambtenaren is echter ook van meerwaarde geweest voor de inrichting en uitvoering van het side-eventprogramma. Doordat de betrokken ambtenaren dichtbij de lokale uitvoerende organisaties stonden waren zij ook in staat om een duidelijke 'couleur locale' mee te geven aan de uitvoering van het side-eventprogramma.

Het is ontzettend waardevol geweest voor de vier overheden om dit samen te organiseren. De 'couleur locale' hadden we nooit door een externe organisatie kunnen laten organiseren.

- lid AOO

De grote betrokkenheid van allerlei organisaties in het side-eventprogramma is van grote waarde geweest. Er zijn honderden side-events georganiseerd tijdens het 99-dagen programma voorafgaand aan, en tijdens, het evenement. Deze side-events zijn waardevol voor de deelnemers van deze activiteiten, maar ook voor de betrokken organisaties.

We hebben zeker vijfhonderd evenementen weggezet rond Giro Gelderland. Die hebben we zelf aangejaagd en ingehuurd en deels gefinancierd. Wat daar ontstaan is, is verspreid over allerlei gebieden. Ruim 2500 kinderen hebben fietslessen gehad en gaan dadelijk veiliger de weg op. Die nevenwinsten van de Giro zijn goed. (...) Voor mij zijn die 99 dagen waarin we veel verbindingen hebben gelegd, en veel leuke dingen laten zien en hebben laten doen, de grootste waarde.

- medewerker projectorganisatie

Naast de 954 side-events die onder verantwoordelijkheid van de projectorganisatie van Giro-Gelderland zijn uitgevoerd, zijn er ook nog honderden side-events door externe organisaties uitgevoerd in aanloop naar, en tijdens, Giro Gelderland. Het is voor de onderzoekers echter lastig om een definitieve vaststelling te doen van de totale omvang van het side-eventprogramma. Enerzijds komt dit doordat het side-eventprogramma breed ingestoken was, bestaande uit sociaal-maatschappelijke activiteiten, economische activiteiten en programmering rond de start- en finishlocaties. Bij vergelijkbare sportevenementen wordt de definitie van een side-event soms smaller gedefinieerd, bijvoorbeeld als lokale activatie van gemeentelijk sport- en beweegbeleid.

Anderzijds hielp het voor het totaaloverzicht van het side-eventprogramma ook niet mee dat via de website van Giro Gelderland het side-eventprogramma getoond werd, maar dat externen ook hun side-event activiteiten op deze website konden plaatsen. De projectorganisatie controleerde de informatie over het side-event op de website wanneer deze geplaatst werd, maar er vond geen check plaats of het side-event daadwerkelijk had plaatsgevonden. Student-onderzoekers van de Universiteit Utrecht kregen hier ook mee te maken. Tussen 25 april en 8 mei 2016 trachten zij de organisatorische waarde van het side-eventprogramma in kaart te brengen. Van de 10 side-events die zij wilden bezoeken vonden er echter vijf niet plaats op het aangegeven tijdstip of locatie.

In verschillende steden hebben ondernemersverenigingen een rol gespeeld in het aankleden van de stad voor Giro Gelderland en het organiseren van evenementen om de stad zo aantrekkelijk mogelijk te maken ten tijde van de

Giro. Deze samenwerking is van waarde geweest voor de onderlinge contacten en de contacten met de lokale overheid. Echter, vanuit verschillende lokale ondernemers zijn er wisselende geluiden over de (economische) waarde van de Giro voor henzelf. De ondernemers focussen zich veelal op de lange termijn effecten van de Giro voor hun regio als gevolg van de exposure voor de regio en eventuele toekomstige groei van het toerisme in de regio.

Onze ondernemers stonden opgelijnd alsof het Koninginnedag was.

- vertegenwoordiger betrokken bedrijf

De dag zelf heeft geen economische impact opgeleverd maar ik ben overtuigd dat het in de toekomst wel komt. We hebben in de *Gazetto dello Sport* gestaan, dat moet iets gedaan hebben in Italië. De economische impact komt er wel, maar ik ben benieuwd hoeveel en wat de waarde is.

- vertegenwoordiger betrokken bedrijf

Naast een betere samenwerking tussen de vier overheden, het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties vinden de betrokkenen het lastig om aanvullende toekomstige effecten (legacy) van de Giro te benoemen. De betrokkenen geven aan dat er voldoende mogelijkheden zijn voor het creëren van legacy, maar dat daarvoor wel sturing aan dit proces gegeven moet worden. De link te maken met Velo City¹ wordt meermaals aangehaald of het laten plaatsvinden van een jaarlijks terugkerende toertocht.

Nu moet je het wel levend houden door bijvoorbeeld een toertocht te organiseren en dat moet Arnhem ook blijven doen. Dat een Giro toertocht blijft worden georganiseerd om het levend te houden.

- vertegenwoordiger betrokken bedrijf

¹ De link tussen Giro Gelderland en Velo City vindt inmiddels plaats doordat 3 medewerkers van Giro Gelderland ook een rol hebben in de organisatie van Velo City



Conclusie organisatorische waarde

De keuze voor het zelf organiseren van Giro Gelderland heeft voor- en nadelen gehad. Voordelen zijn een verbeterde onderlinge samenwerking tussen de vier overheden, een groei van kennis bij de eigen ambtenaren over het organiseren van grote evenementen en de mogelijkheid een directe relatie te kunnen leggen tussen het gemeentelijke/provinciale beleid en de inhoud van het side-eventprogramma van Giro Gelderland. Een nadeel van de gekozen samenwerking is het gebrek aan ervaring van de ingezette ambtenaren over het organiseren van provinciale (sport)evenementen in de openbare ruimte. Tevens is het voor de uitvoering van Giro Gelderland nadelig geweest dat de (commerciële) dynamiek van een sportevenement enigszins tegenstrijdig is aan de publieke taak van een overheid om burgerinitiatieven te faciliteren en (financiële) risico's te mijden. In de gekozen organisatiestructuur middels een Bestuurlijk Oprachtgevers Overleg (BOO), een Ambtelijk Opdrachtgevers Overleg (AOO) en een duidelijk omschreven mandaat aan de projectdirecteur, hadden de overheden de bestuurlijke verantwoordelijkheid en middels het AOO ook de mogelijkheid om inhoudelijk invloed uit te kunnen oefenen op keuzes in het organisatieproces. Het mandaat aan de projectdirecteur werd echter niet altijd gevolgd. Dit leidde tot een spanningsveld tussen de toenemende organisatorische druk op de projectorganisatie en de vraag vanuit het AOO en BOO om verantwoording van de uitvoering van het project.

Door de inrichting van de projectorganisatie met een centraal opererende projectorganisatie was het mogelijk om de projectgroepen op centraal niveau op elkaar af te stemmen. In de lokale uitvoering van het project was het echter lastig voor betrokkenen om de balans te vinden tussen de bovengemeentelijke insteek van het evenement en de lokale (gemeentelijke) uitvoering van het evenement. In de fase voorafgaand aan deze volledige bezetting van de centrale projectorganisatie leidde dit tot suboptimale communicatie met externe partners en vertraging in de samenwerking met externe partners.

De organisatorische waarde van Giro Gelderland zit hem naast eerder genoemde onderwerpen in een beter klimaat voor sportevenementen in Gelderland, trotse organiserende partners, een zeer uitgebreid side-eventprogramma en een betere relatie tussen lokale organisaties/bedrijven en tussen deze organisaties/bedrijven en de organiserende overheden. Er worden echter kanttekeningen geplaatst bij de doorwerking van Giro Gelderland en de side-events naar (maatschappelijke en organisatorische) effecten op de lange termijn in Gelderland. Uit eerder onderzoek naar onder meer Le Grand Départ van de Tour de France in Utrecht (2015), maar ook de Olympische Spelen van London 2012 blijkt dat de (tijdelijke) projectorganisatie van sportevenementen lastig afgerekend kunnen worden op het realiseren van dergelijke resultaten met een lange termijn karakter. Het is juist belangrijk om een sportevenement en haar side-eventprogramma als een vliegwiel te laten fungeren voor het realiseren van bestaand gemeentelijk en provinciaal beleid.

A large crowd of cyclists is riding across a cable-stayed bridge. The bridge has a prominent white arch and numerous stay cables. The cyclists are wearing various jerseys, some with numbers like 136, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300. The background shows a clear sky and some distant structures.

88

MEDIA-AANDACHT

Giro Gelderland genereerde in Nederland ruim 1000 berichten in print, 17.500 berichten online, 37.000 berichten op sociale media en 10,5 miljoen cumulatieve kijkers.

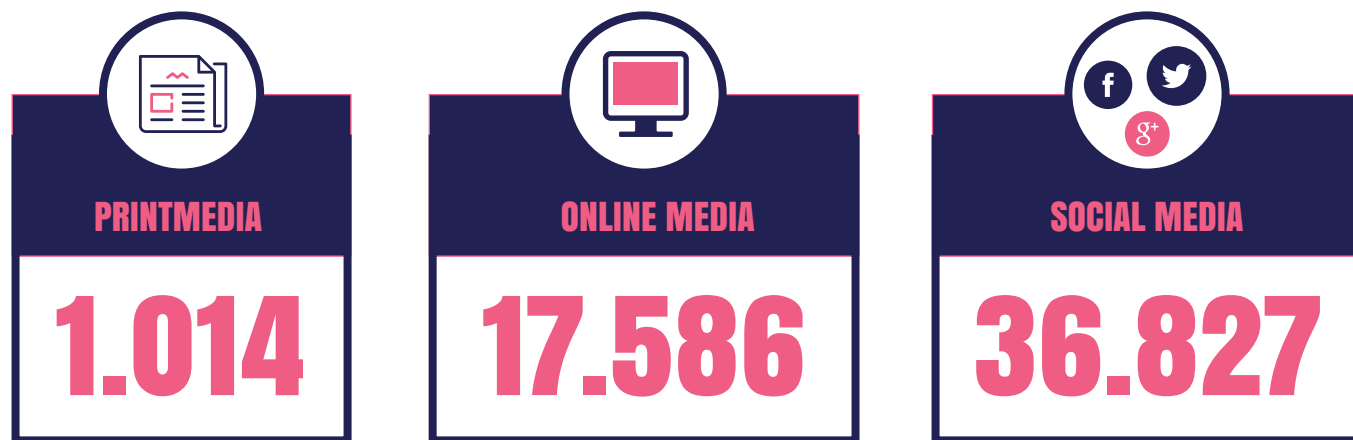
Aan twee bureau's is gevraagd de media-aandacht van de Gelderse Girostart in kaart te brengen. Clipit heeft de media-aandacht van online en printmedia, evenals de aandacht voor het evenement op social media binnen Nederland in kaart gebracht. Hierbij is ook aandacht geschonken aan het sentiment en de relatie met Gelderland en de drie start- en finishplaatsen. Nielsen Sports heeft een Europese media monitoring van de Girostart verzorgd. Dit betreft een overzicht van de vastgestelde programmering op de officiële broadcasters in Europa. Hierbij is gekeken naar de uitzendtijd en de kijkcijfers van alle gemonitorde programma's en zenders. Daarnaast is ook de media-evaluatie van Gelderland en de drie gemeenten in print en online in kaart gebracht.

Printmedia, online media en social media (Clipit)

De Nederlandse media-aandacht voor de Giro d'Italia in Apeldoorn, Arnhem, Nijmegen en Gelderland is voor verschillende typen media inzichtelijk gemaakt door Clipit (zie bijlage voor toelichting op de methode). In de periode van 26 februari tot en met 1 juni 2016 verschenen 1.014 Giro-gerelateerde berichten in de printmedia, 17.586 berichten op online media en 36.827 berichten op social media, zoals facebook en twitter (figuur 8.1). Hierbij is gekeken naar de Giro(start) in combinatie met Gelderland, Apeldoorn, Arnhem en/of Nijmegen. In figuur 8.2 wordt duidelijk welk deel van de aandacht naar elk van de drie gemeenten en de provincie ging. Voor alle mediatypen werd Apeldoorn het meest genoemd, op online media was dit zelfs 44%. Arnhem en Nijmegen ontvingen elk ongeveer een klein kwart van de aandacht, terwijl Gelderland het minst genoemd werd (15% voor alle mediatypen).

De analyses van Clipit laten ook zien wat de teneur van deze berichten was, variërend van zeer negatief tot zeer positief. In de printmedia had een ruime meerderheid (59%) van de berichten een positieve lading. Dit betreft voornamelijk de beoordeling van de Giro in zijn algemeen. Voor online media was ruim eenderde van de berichten positief en dit gold ook voor een kwart van de berichten op social media. Voor deze laatste groep was verreweg de meeste inhoud (71%) neutraal van aard. De online berichtgeving over de Giro laat zien dat 7% van het totaal aan online berichten een (zeer) negatieve lading had. Deze berichten hadden voornamelijk te maken met het warme weer, terrorismedreiging, verkeerscontroles, aanhoudingen, vernielingen, diefstal, slechte omzet en de kosten van het algehele evenement. In de printmedia verschenen relatief de minste negatieve berichten (2%).

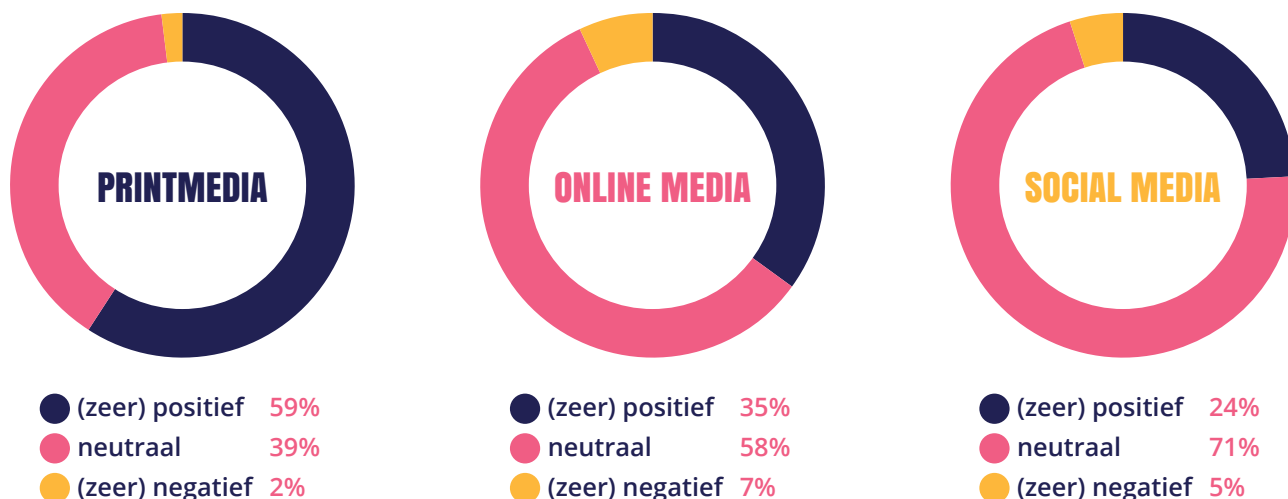
Figuur 8.1: berichtgeving naar medium



Figuur 8.2: berichtgeving naar regio

Regio	Printmedia	Online media	Social media
Apeldoorn	37%	44%	40%
Arnhem	24%	21%	23%
Nijmegen	24%	20%	22%
Gelderland	15%	15%	15%

Figuur 8.3: Sentiment, naar medium



Europese berichtgeving en televisie aandacht (Nielsen Sports)

Nielsen Sports heeft een analyse verzorgd van de media impact rond de eerste dagen van de Giro d'Italia 2016. Voor de evaluatie van de televisiemedia is er gemonitord in vrijwel alle Europese landen in de periode 6 tot en met 8 mei 2016, oftewel de dagen van de eerste drie etappes. Daarvoor is bijgehouden hoeveel tijd de Giro is aangeboden ('event-exposure' in uren en minuten) en hoeveel mensen er naar die uitzendingen keken (kijkcijfers). Het gaat dan om zowel de live-uitzendingen, de uitgestelde en herhaalde live-uitzendingen en uitzendingen met hoogtepunten van landelijke zenders (plus Omroep Gelderland). Daarnaast zijn ook de nieuwsprogramma's van officiële zenders uit wielerlanden Nederland, Italië, België, Duitsland, Frankrijk en Spanje meegenomen.

Totale uitzendtijd eerste drie dagen van de Giro in Europa was ruim 1250 uur. Het gaat hier om de opgetelde tijd dat het evenement was te zien op verschillende zenders naar land. Bijna eenderde (31%) van deze tijd bestond uit live-uitzendingen van de eerste drie etappes. In Nederland werd de Giro in drie dagen tijd 35 uur en 45 minuten uitgezonden. Het betreft hier de gezamenlijke zendtijd voor de Giro d'Italia van NPO1 en Eurosport.

Logischerwijs zond Italië de meeste coverage uit. Dat komt met name doordat er maar liefst vijf zenders aandacht aan de Girostart schonken. Vier zenders zonden het zelfs tegelijkertijd live op televisie uit (Eurosport, RAI Sport 1, RAI Sport 2 en RAI Tre). De Giro werd in Europa in 41 landen via 90 verschillende zenders uitgezonden. Hierbij betreft het voor de meeste landen (België en Zwitserland uitgezonderd) Eurosport en/of Eurosport 2, twee zenders die niet alleen live het event uitzonden, maar ook vele highlights en relive programma's lieten zien.

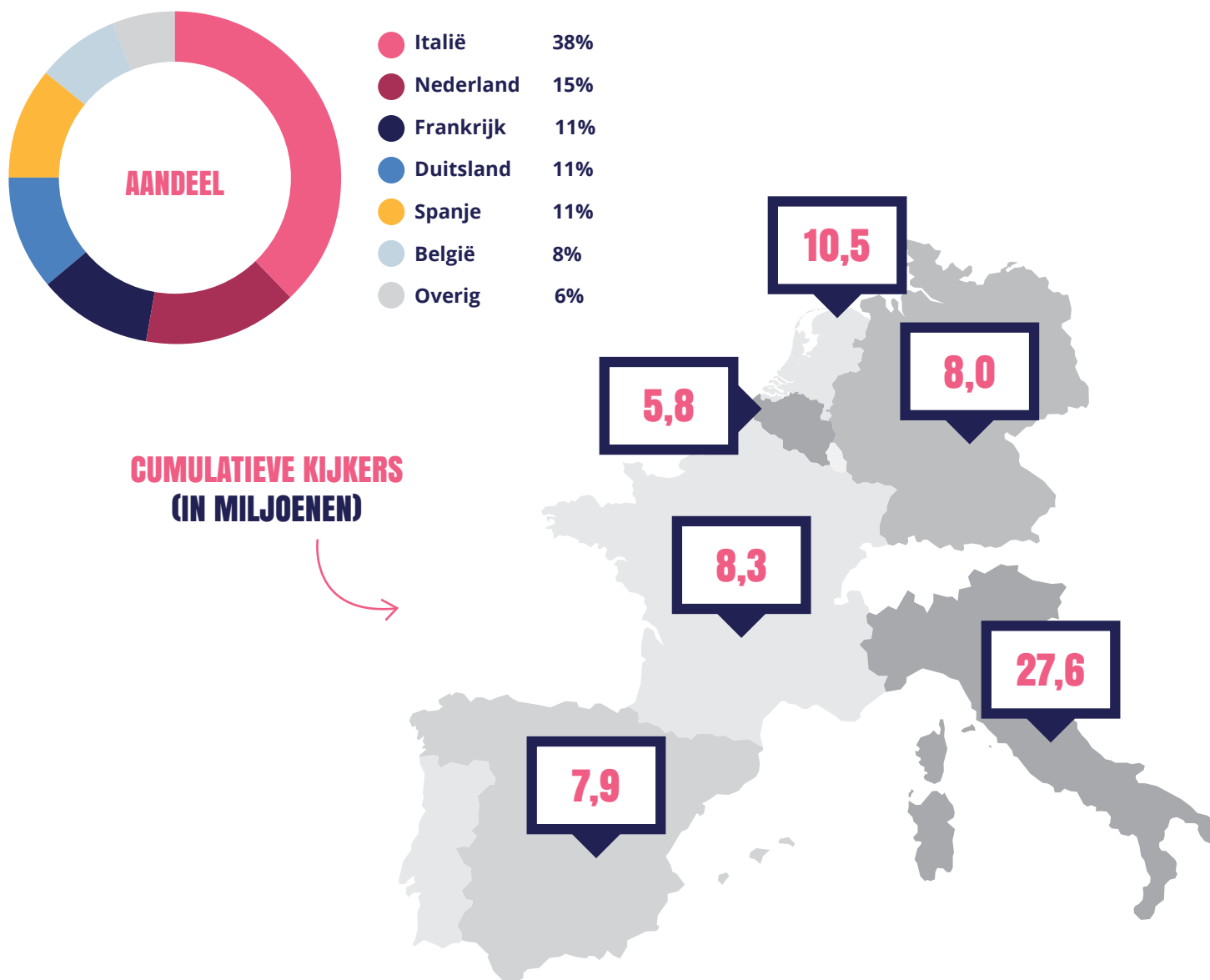
**DE GIRO WERD
IN EUROPA IN 41
LANDEN VIA
90 VERSCHILLENDE
ZENDERS
UITGEZONDEN.**

Buiten Europa was er ook nog ruim 200 uur uitzendtijd, wat neerkomt op 14% van de totale uitzendtijd van ruim 1450 uur.

In totaal heeft Nielsen Sports 1.166 Giro (gerelateerde) uitzendingen in Europa gemonitord. Samen hebben die in drie dagen ruim 72 miljoen cumulatieve kijkers getrokken. Personen die meerdere uitzendingen hebben bekeken zijn hierbij ook even zo vaak meegenomen in deze telling. Tabel 8.1 laat de landen zien waarvoor Nielsen het hoogst aantal cumulatieve kijkers heeft gemeten. In Italië waren de meeste cumulatieve kijkers, met 27,6 miljoen. In Nederland waren er ruim 10,5 miljoen kijkers. NPO1 bereikte in totaal 8,8 miljoen cumulatieve kijkers over de

drie dagen. Alleen voor RAI Uno (16,0 miljoen) was dat aantal nog hoger. Zes grote wielerlanden uit de tabel zorgden samen voor 94% van het totaal. Dit zijn de landen waarvoor ook de nieuwsprogramma's en sportjournaals zijn geanalyseerd. Deze programma's trekken over het algemeen veel hogere kijkcijfers, onder meer omdat zij ook op prime time worden uitgezonden. De tweede en derde etappe werden veel meer samengevat in sportjournaals en nieuwsprogramma's, waardoor ook meer mensen naar die etappes hebben gekeken. De live-uitzendingen zorgden voor ruim 8,3 miljoen cumulatieve kijkers, oftewel 12% van het totaal. De tweede etappe scoorde ook met live-uitzendingen het hoogst aantal kijkers, namelijk 3,2 miljoen.

Tabel 8.1: Aantal cumulatieve kijkers Girostart (6-8 mei)



Figuur 8.4: Cumulatief aantal kijkers Girostart, naar etappe



De print en online media-evaluatie richt zich op de exposure van de gemeenten in combinatie met het evenement. Het gaat hier om het aantal artikelen (print) en 'hits' (online) waarin Gelderland, Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen zichtbaar waren. Voor deze analyse heeft Nielsen Sports in een brede periode van 2 tot en met 11 mei 2016 gemonitord. Alleen voor Nederland, Italië, België, Duitsland en Groot-Brittannië zijn deze mediatypen geanalyseerd. Daarbij is specifiek gekeken naar de Giro in combinatie met Gelderland, Apeldoorn, Arnhem of Nijmegen. In tegenstelling tot de analyses van Clipit, heeft Nielsen alleen gekeken naar media met een landelijk bereik (in Nederland is daar één regionale krant, de Stentor, aan toegevoegd).

In de onderzochte landen en periode heeft Nielsen 549 artikelen in de print media geregistreerd over de Giro d'Italia in combinatie met Gelderland, Apeldoorn,

Arnhem of Nijmegen, of een combinatie van die vier (tabel 8.5). In veel gevallen werden meerdere regio's genoemd waardoor de som van de artikelen per gemeente en provincie groter is dan het totaal aantal artikelen. Apeldoorn werd het meest genoemd, zowel in het aantal artikelen als in het aantal vermeldingen. De verslaggeving van de Girostart in printmedia was het grootst in Nederland. De belangrijkste kranten publiceerden veelvuldig artikelen over de eerste etappes van de Giro d'Italia (met name het Algemeen Dagblad en De Telegraaf).

Online waren er ruim tweeduizend artikelen met aandacht voor de Giro d'Italia in combinatie met Gelderland en/of de drie startgemeenten. Hiervan kwam de helft voor rekening van de Nederlandse online media en was ook hier de meeste aandacht voor Apeldoorn.

Tabel 8.5: aantal artikelen en vermeldingen printmedia in combinatie met Giro d'Italia (2-11 mei)

	Artikelen	Vermeldingen
Apeldoorn	336	815
Arnhem	289	603
Nijmegen	269	502
Gelderland	99	215
Totaal	549	2135

Tabel 8.6: aantal artikelen en vermeldingen online media in combinatie met Giro d'Italia (2-11 mei)

	Artikelen	Vermeldingen
Apeldoorn	1342	4146
Arnhem	1111	2672
Nijmegen	1011	2079
Gelderland	570	1307
Totaal	2101	10204

Apeldoorn was in zowel print- als online media het vaakst zichtbaar. Dat komt met name door de voorbeschouwing van de Giro d'Italia, waarin de start veelvuldig is besproken. Arnhem en Nijmegen werden het meest in Duitse artikelen genoemd, zowel in print als online. Opvallend is verder dat Gelderland wel in een behoorlijk aandeel van alle Nederlandse media (35%) genoemd is,

evenals in de Belgische printmedia (28%) en de Duitse online artikelen (33%), maar verder vrij weinig naar voren is gekomen. Apeldoorn genereerde tot en met 6 mei elke dag de meeste aandacht. In printmedia was dat tot en met 7 mei. Arnhem en Nijmegen hadden de meeste online media-aandacht op 8 mei en in de printmedia op maandag 9 mei.

Tabel 8.7: aantal artikelen en vermeldingen printmedia, per land van publicatie

	Nederland	België	Italië	Duitsland	Groot-Brittannië	Totaal
Apeldoorn	72%	63%	61%	48%	62%	61%
Arnhem	42%	66%	39%	66%	77%	53%
Nijmegen	39%	66%	35%	59%	69%	49%
Gelderland	35%	28%	4%	2%	0%	18%
Aantal artikelen	200	79	93	164	13	549

Tabel 8.8: aantal artikelen en vermeldingen online media, per land van publicatie

	Nederland	België	Italië	Duitsland	Groot-Brittannië	Totaal
Apeldoorn	66%	75%	65%	54%	62%	64%
Arnhem	48%	47%	43%	72%	48%	53%
Nijmegen	45%	39%	35%	70%	37%	48%
Gelderland	35%	15%	10%	33%	4%	27%
Aantal artikelen	1007	206	242	478	168	2101





Conclusie media-aandacht

Giro Gelderland genereerde veel media-aandacht, zowel in print, op televisie als online en op social media. In Nederland alleen komt Clipit tot een aantal van ruim 1000 berichten in print en 17.500 online. Daarnaast waren er zo'n 37.000 social media berichten. Over de gehele linie was het sentiment in de media en online positief, met name op print. Er waren in Nederland in totaal ruim 10,5 miljoen cumulatieve kijkers die iets van de Girostart hebben meegekregen op de drie dagen in mei. Voor heel Europa was dit aantal volgens Nielsen Sports zo'n 72 miljoen, waarvan ruim eenderde in Italië. Het gaat hierbij vooral om berichtgeving in nieuwsprogramma's. In alle media was de meeste aandacht voor Apeldoorn. Gelderland werd het minst vaak genoemd. Dat geldt ook voor de buitenlandse media, met uitzondering voor Duitsland, waar Arnhem en Nijmegen het meest in artikelen werden genoemd.



CONCLUSIE

Begin 2014 vond een eerste verkenning plaats om de start van de Giro d'Italia 2016 naar Gelderland te halen. Bijna tweeëneenhalf jaar later, op drie zonovergoten lentedagen, reed het Giro-peloton daadwerkelijk door deze provincie. Na een ploegenpresentatie in Apeldoorn op 5 mei volgde daar een dag later de eerste etappe: een tijdrit die door Tom Dumoulin werd gewonnen. De tweede etappe ging van Arnhem door het Gelderse rivierenland naar Nijmegen. De laatste Gelderse etappe startte in Nijmegen en ging via de Achterhoek en de Veluwezoom naar Arnhem, alwaar lokale trots Maarten Tjallingii als leider van het bergklassement de blauwe trui in ontvangst kon nemen.

De Provincie Gelderland was de grote trekker van de komst van de Giro d'Italia naar Gelderland. Daarnaast waren ook de gemeenten Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen partner van Giro Gelderland. Deze projectorganisatie moest de 'Grande Partenza' van de Giro in goede banen leiden en had daarnaast nog andere taken, zoals het opzetten en uitvoeren van een uitgebreid nevenprogramma (side-events).

De gezamenlijke overheden hadden met Giro Gelderland de volgende doelstellingen voor ogen:

- het organiseren van een veilig en succesvol internationaal wielerevenement, dat sportief een succes is en voor alle bezoekers een groot feest is;
- het organiseren van een attractief side-eventprogramma ter stimulering van de wielersport in Gelderland en de culturele en maatschappelijke activiteiten rond Italië en de Giro;
- het initiëren van een zo groot mogelijke exposure en naamsbekendheid - nationaal en internationaal - voor Gelderland, Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen en de doorkomstgemeenten op de etapperoutes die lang doorwerkt op recreatief, toeristisch en sportief gebied;
- het behalen van een zo groot mogelijke economische bestedingsimpuls voor de nationale, provinciale en lokale economie waarvan de effecten - dankzij onder meer vervolgevenementen - ook jaren na de Giro Gelderland merkbaar zijn.

Deze algemene doelstellingen werden geconcretiseerd in verschillende deelresultaten, waaronder het initiëren van een stimulans voor fietsen en de wielersport; het verhogen van de sportdeelname; het verbeteren van de participatie en de leefbaarheid; het vergroten van de naamsbekendheid van Gelderland en haar gemeenten; zoveel mogelijk mensen het evenement laten beleven (streven 460.000 bezoekers); en het behalen van een bestedingsimpuls van 11,3 miljoen euro.

De doelstellingen en beoogde deelresultaten vormen de uitgangspunten waarmee onderzoekers in opdracht van Giro Gelderland tot een evaluatie zijn gekomen. De uitkomsten van de deelonderzoeken zijn weergegeven in de voorgaande acht hoofdstukken. Hieronder volgen de belangrijkste conclusies en lessen van deze deelonderzoeken.

Om de Girostart mogelijk te maken werd er door de vier overheden gekozen voor een interne projectorganisatie, 'Giro Gelderland', die formeel binnen de provinciale organisatie een plek kreeg. In deze organisatie werkten voornamelijk vertegenwoordigers van alle vier de overheden, onder leiding van een externe projectdirecteur. Op deelgebieden werden ook externe experts ingehuurd. Omdat de projectorganisatie pas vorm kreeg minder dan een jaar voor het evenement, was er sprake van een grote tijdsdruk waaronder moest worden gepresteerd. Bij de meeste projectmedewerkers die bij de overheden vandaan kwamen was relatief weinig kennis en ervaring aanwezig over het organiseren van (grootschalige) sportevenementen en de (commerciële) dynamiek van bijvoorbeeld sponsorwerving. De gekozen organisatievorm leidde daarnaast tot een spanningsveld tussen organisatorische druk op de projectorganisatie enerzijds en de vraag om bestuurlijke verantwoording aan de vier projectpartners anderzijds. De organisatorische vorm heeft geleid tot een beter bestuurlijk klimaat voor sportevenementen in Gelderland, trotse organiserende partners en verbeterde relaties tussen de organiserende overheden onderling en met bedrijven en lokale maatschappelijke organisaties. Het bedrijfsleven werd pas laat actief betrokken bij Giro Gelderland. De projectorganisatie kreeg mede hierdoor te maken met tegenvallende sponsorinkomsten. Deze zorgden mede voor een tekort van een kleine 3% op de begroting.

De beperkte financiële bijdrage van het bedrijfsleven leidde er ook toe dat Giro Gelderland uiteindelijk voor 93% uit publieke middelen is gefinancierd. Er kan worden vastgesteld dat de Girostart, mede door de inzet van honderden vrijwilligers, vrijwel vlekkeloos is verlopen. Er zijn geen noemenswaardige logistieke of veiligheidsproblemen geconstateerd. Het beeld van een geslaagd sportief evenement wordt bevestigd door de Italiaanse Giro-eigenaar RCS, die sprak van de 'beste buitenlandse Giro-start'.

De Gelderse Girostart trok, over vier dagen verspreid, in totaal 482.500 bezoeken. Dit was 5% meer dan het streven (460.000) van de projectorganisatie. De eerste etappe (tijdrit) trok 114.500 bezoekers naar Apeldoorn en bij de derde etappe waren de meeste bezoekers aanwezig: 201.000 bezoekers. Ongeveer tweederde van alle bezoeken kwam van Gelderland en 42.500 bezoeken werden gemaakt door buitenlanders, voornamelijk Italianen, Belgen en Duitsers. Van de bezoeken waren er 126.500 additioneel voor Gelderland. Additionele bezoekers zijn mensen van buiten Gelderland die speciaal voor de Girostart naar de provincie kwamen. Zij gaven ruim 10,2 miljoen euro uit in Gelderland, vooral in de horeca. De Italiaanse Giro-eigenaar RCS, de wielerteams en media zorgden samen nog eens voor zo'n 1,5 miljoen euro extra bestedingen in Gelderland. De projectorganisatie Giro Gelderland besteedde ook 6,2 miljoen euro in Gelderland. Omdat deze voor bijna 9,5 miljoen euro werd gefinancierd door Gelderse overheden en (in veel mindere mate) Gelderse bedrijven, was er sprake van een negatieve netto impact van 3,3 miljoen euro. De totale economische impact van de Girostart komt daarmee uit op 8,4 miljoen euro. Dit is minder dan de beoogde 11,3 miljoen euro. Het verschil is deels te verklaren doordat minder bezoekers en media van buiten Gelderland kwamen dan was verwacht. Ook was van te voren ingeschat dat er van de organisatorische bestedingen een groter deel in Gelderland zou worden besteed. Met meer aanlooptijd voor de Giro Gelderland organisatie had dit aandeel hoger uit kunnen vallen.

In de media was veel aandacht voor de Girostart en daarmee voor Apeldoorn, Arnhem, Nijmegen en Gelderland, veelal ook in die volgorde. In Europa waren er meer dan 72 miljoen (cumulatieve) televisiekijkers,

waarvan ruim een derde uit Italië en 10,5 miljoen uit Nederland. Daarnaast waren in Nederland alleen al meer dan 1000 mediaberichten in print en 17.500 online. Deze hadden voor een groot deel een positief sentiment. De grote media-aandacht kan mede hebben bijgedragen aan de kleine maar positieve imagoverbetering die er is gemeten voor Gelderland en de drie startgemeenten. Op veel aspecten krijgt met name Gelderland een hogere waardering (van niet-Gelderlanders) vier maanden na de Girostart, ten opzichte van twee maanden voor het evenement. De meeste gemeten verschillen in aantrekkelijkheid van Gelderland en de drie startgemeenten zijn echter klein. Er kan niet onomstotelijk worden vastgesteld dat de imagoverbeteringen het effect van (alleen) de Girostart is. Het is echter wel aannemelijk dat de Girostart heeft bijgedragen aan het aanzienlijk betere imago op het gebied van sportevenementen voor Gelderland en de drie gemeenten.

De Giro Gelderland organisatie heeft een uitgebreid side-eventprogramma opgezet. Slechts 3,4% van de ondervraagde volwassen Gelderlanders zegt bij een side-event van de Giro aanwezig te zijn geweest. Waarschijnlijk werden side-events, zoals de Piazza's en Mercato's, niet door iedereen als zodanig herkend. Het werkelijke aandeel van de Gelderse bevolking dat een side-event heeft bezocht kan daardoor groter zijn geweest. De korte aanloop naar de 99-dagentijd kan ook een rol bij het beperkte bereid hebben gespeeld. Giro Gelderland, met inbegrip van de honderden side-events, heeft niet geleid tot een toename van de algehele sportparticipatie in Gelderland. Door de Giro zijn er ook niet op grote schaal nieuwe contacten opgedaan of nieuwe vriendschappen gesloten. Wel is bij Gelderlanders die de Girostart zelf hebben bezocht het sociale vertrouwen toegenomen direct na het evenement. Deze bevindingen zijn in lijn met eerder onderzoek naar de invloed van topsportevenementen op sportparticipatie en sociale cohesie.

De projectorganisatie van een eenmalige sportevenement kan moeilijk afgerekend worden op het realiseren van langdurende maatschappelijke effecten (legacy). De brede insteek van het side-eventprogramma van Giro Gelderland leende zich goed voor het laten aanhaken van bestaande activiteiten en het verbinden van

organisaties. Het is aan de betrokken overheden en andere stakeholders om de legacy van de Giro te doen voortleven.

De Gelderse Girostart zelf, van 5 tot en met 8 mei, was in veel opzichten een succes. Bezoekers aan Giro Gelderland waardeerden het evenement met gemiddeld een 8,1 en buitenlanders zelfs met een 8,3. Ook was er een groot draagvlak voor de komst van de Girostart onder Gelderlanders, dat direct na het evenement zelfs met een kwart was toegenomen. In maart waren drie op de tien Gelderlanders trots op de komst van het evenement. Een vergelijkbaar deel van de bevolking zou wel vaker dergelijke evenementen willen zien in Gelderland. Direct na het evenement waren deze percentages gestegen naar bijna 40%. Daar staat wel tegenover dat een stabiel percentage van 20-25% van de bevolking het onnodig vindt om de Giro en andere evenementen naar Gelderland te halen. De Gelderse Girostart zorgde voor plezier, trots en geluk voor bezoekers, maar ook voor mensen die het evenement op afstand volgden, in Gelderland en daarbuiten. Dit zijn positieve immateriële effecten die ook een waarde hebben. Om deze waarde te schatten is gevraagd hoeveel euro men persoonlijk bereid was bij te dragen aan de Girostart. Hieruit volgt dat, in euro's uitgedrukt, de immateriële waarde van de Girostart naar schatting 6,5 miljoen euro is voor de (volwassen) Gelderlanders en 50 miljoen euro voor heel Nederland. Daarmee zouden geluk en plezier wel eens één van de belangrijkste effecten van de Gelderse Girostart kunnen zijn.

NEGEN ADVIEZEN VOOR TOEKOMSTIGE TOPSPORTEVENEMENTEN

Uit de evaluatie van de Gelderse start van de 99ste Giro d'Italia zijn ook verschillende lessen te trekken. Hieronder volgen negen suggesties voor de organisatoren van toekomstige (eenmalige) grootschalige sportevenementen, maar ook voor beleidsmakers.

1

De projectorganisatie en betrokkenen geven aan dat de grote tijdsdruk een knelpunt was voor een optimale organisatie en bij het realiseren van maximale economische en maatschappelijke spin-off. Begin daarom op tijd met verwerving en zorg dat de projectorganisatie zeker meer dan een jaar van te voren staat. Projectdirecteur en projectleiders van de werkgroepen dienen op dat moment al duidelijk te zijn. Hetzelfde geldt voor het vastleggen van afspraken tussen betrokken overheid / overheden en andere stakeholders.

2

Het bedrijfsleven was laat bij Giro Gelderland betrokken en droeg uiteindelijk ook maar in zeer beperkte mate financieel bij aan de organisatie van het evenement. Zorg daarom zo snel mogelijk voor betrokkenheid van het bedrijfsleven, ook in de projectorganisatie van een evenement (als zij al niet de initiërende partij zijn). Dat voorkomt frustraties bij de private partijen die mee willen doen en zorgt er ook voor dat deze partijen ook meer financieel gaan bijdragen aan het evenement.

3

Een interne projectorganisatie bij een overheid (met meerdere bestuurslagen) heeft verschillende voor- en nadelen. Betrokkenheid van overheden is belangrijk voor het welslagen van een evenement, maar met teveel onervaren medewerkers vanuit overheden in de centrale projectorganisatie kunnen onnodige knowhow- en loyaliteitsproblemen ontstaan. Daarnaast komt de commerciële insteek van een sportevenement en de toenemende organisatorische intensiteit van een evenement niet altijd overeen met de kernactiviteiten van een overheid. Het is dus belangrijk om hier rekening mee te houden bij het kiezen van een organisatiestructuur voor een evenement.

4

De projectorganisatie van Giro Gelderland kreeg de opdracht om de economische impact van het evenement te vergroten. Mede door de hoge tijdsdruk is deze doelstelling niet optimaal gerealiseerd. Door een aparte verantwoordelijke aan te wijzen zou deze doelstelling waarschijnlijk beter gerealiseerd kunnen worden. Samen met een klein projectteam (met bijvoorbeeld stagiairs) kan deze helpen om het lokale en regionale bedrijfsleven, maar ook de vrijetijdssector optimaal te laten profiteren van een evenement.

5

Voor de Giro Gelderland werden er veel verschillende doelstellingen geformuleerd. Hiervoor werd een brede waaier van side-events georganiseerd. Dit kwam onder meer doordat in de politieke arena side-events voor verschillende partijen een legitimatie en draagvlak verzorgen. Tegelijkertijd was het bereik en de bekendheid van de side-events beperkt. Er lijkt meer van side-events te worden verwacht dan realistisch is. Side-events kunnen goed het sportevenement ondersteunen door de bekendheid en beleving daarvan te vergroten. Maak voor wat betreft activiteiten die gericht zijn op maatschappelijke effecten duidelijke en gerichte keuzes. Het budget daarvoor is immers beperkt. De activiteiten die gericht zijn op maatschappelijke doelen zouden moeten aansluiten bij bestaand beleid. Daarbij ligt samenwerking met lokale (maatschappelijke) organisaties voor de hand, ook voor het meer duurzaam effect.

6

Voor Giro Gelderland waren er brede maatschappelijke doelen vastgesteld (zoals vergroten van sportparticipatie en sociale cohesie). Uit dit, maar ook ander onderzoek, blijkt dat het realiseren van deze doelen door een eenmalig sportevenement, zelfs met side-events, niet realistisch lijkt. Het is daarom verstandig om in de toekomst deze doelstellingen niet zo breed te definiëren of alleen op te hangen aan dat ene evenement. Een incidenteel sportevenement kan helpen bij (vooral het zichtbaar maken van) bestaande beleid en de daarbij horende acties om maatschappelijke verbetering te realiseren.

7

Het onderzoek naar de maatschappelijke legacy van de Girostart richtte zich vooral op effecten op de gehele bevolking. Hier zijn vrijwel geen (langdurige) effecten gemeten. Dat wil niet zeggen dat er helemaal geen effecten zijn. Er kunnen wel degelijk effecten zijn onder hele specifieke doelgroepen. Er is ander onderzoek nodig (bijvoorbeeld meer kwalitatief) om er achter te komen of er op kleinere schaal wel een impact is van bijvoorbeeld side-events. Daarnaast zou er meer onderzoek gedaan kunnen worden over hoe van side-events werken en van betekenis kunnen zijn voor de maatschappij.

8

Giro Gelderland kende een uitgebreid side-eventprogramma voor verschillende maatschappelijke doelstellingen. Over de vraag hoe side-events tot maatschappelijk effecten kunnen leiden is weinig bekend en dat was ook in dit onderzoek geen doelstelling. Het ontbreekt in Nederland aan specialistische kennis hierover. Net als voor de economische spin-off lijkt er behoefte te zijn aan partijen die weten hoe de maatschappelijke effecten van sportevenementen en aanpalende projecten, zoals side-events, zijn te optimaliseren. Mogelijk ligt er een gat in de markt voor advies (en uitvoering) van side-events bij grootschalige sportevenementen. Ook zou de opgedane kennis over het organiseren en faciliteren van side-events en de waarde ervan voor de maatschappij beter geborgd en gedeeld kunnen worden.

9

Grootschalige evenementen in de openbare ruimte die gratis toegankelijk zijn, zoals de Grande Partenza, dragen bij tot het plezier en geluk van bezoekers, maar ook een groot deel van de bevolking. Deze waarden vormen een belangrijk, maar vaak onderbelicht, effect van sportevenementen. Met onderzoek volgens het 'bereidheid om te betalen'-principe kunnen deze positieve (maar ook de negatieve) immateriële waarden in kaart worden gebracht. Het zou goed zijn om in de toekomst deze waarden vaker in kaart te brengen en mee te laten wegen in de evaluatie en aanloop van een sportevenement. Daarmee kan ook de inzet van publieke middelen beter worden verantwoord.

Kortom

De algemene doelstelling voor projectorganisatie Giro Gelderland en de provincie Gelderland en gemeenten Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen was het organiseren van een veilig en succesvol Giro-evenement. Daaraan heeft Giro Gelderland grotendeels voldaan. Het evenement is veilig en vrijwel probleemloos verlopen en was ook sportief (vooral voor de Nederlanders) een aantrekkelijk evenement. Dit blijkt uit de hoge waardering van bezoekers. Buitenlandse bezoekers gaven de Girostart het hoogste cijfer, het evenement is door zo'n 72 miljoen (cumulatieve) kijkers bekeken en Giro Gelderland werd door RCS 'de beste buitenlandse Giro-start' genoemd. Daarmee lijkt een mooi internationaal visitekaartje afgegeven. Giro Gelderland heeft niet geleid tot een hogere sportdeelname en sociale cohesie of een verbeterde leefbaarheid. De interne organisatiestructuur en de bijzonder korte tijdspanne waarin het evenement en de side-events moesten worden gerealiseerd waren daarbij belangrijke knelpunten. De beperkte betrokkenheid van het bedrijfsleven zorgde mede voor een klein tekort op de begroting en een evenement dat vrijwel volledig (93%) door publieke middelen werd gefinancierd. Na de Girostart was het imago van de provincie en de drie startgemeenten iets beter dan ervoor. Met name op het gebied van sportevenementen was er sprake van een aanzienlijke imagoverbetering. Ook is er een positieve economische spin-off gerealiseerd van 8,4 miljoen euro. Maar het belangrijkste is misschien wel dat honderdduizenden mensen langs het parcours, en miljoenen thuis, genoten van deze Gelderse Girostart. Het evenement heeft gezorgd voor een groter draagvlak voor grote sportevenementen onder de Gelderse bevolking en publieke bestuurders. De Girostart verliep onder prachtige weersomstandigheden. Voor veel bezoekers, bestuurders en andere betrokkenen is de Giro-zon ook daarna nog lang blijven schijnen.

Dankwoord

Tussen maart en november 2016 hebben verschillende onderzoekers op allerlei terreinen de effecten van Giro Gelderland in kaart gebracht. De HAN werd de opdracht gegund om dit onderzoek te coördineren. Ondergetekenden zijn weliswaar eindverantwoordelijk voor dit evaluatierapport, maar het zou niet tot stand zijn gekomen zonder de expertise van, en prettige samenwerking met, verschillende collega-onderzoekers. Allereerst gaat onze dank uit naar deze schrijvers van de verschillende hoofdstukken: Bake Dijk (Universiteit van Utrecht), Hidde Bekhuis (Radboud Universiteit), Menno de Pater (Decisio) en onze HAN-collega Luuk Janssen. Speciale dank gaat uit naar de (oud-)studenten die geholpen hebben met de dataverzameling. Vanuit de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen gaat dat om het enquêteren tijdens de Girostart, onder leiding van Tom Froon (Sportsurplus). Emo Peters, Maxime Broekhuizen, Milou Langenbach, Wouter Oosterom, Jelle van Ophoven hebben voor de Universiteit Utrecht geholpen bij het onderzoek naar de organisatorische waarde. Daarnaast danken we medewerkers en panelleden bij Centerdata (LISS en Centerpanel) die geholpen hebben om de

maatschappelijke waarde van de start van de Giro d'Italia in beeld te brengen en Nielsen Sports en Clipit voor hun input voor de media-aandacht. Paul Hover danken we voor zijn deskundige feedback als peer-reviewer. Ook gaat onze Oprechte dank uit naar de opdrachtgevers, in het bijzonder Sjoerd Veenstra en Simone Richardson, om deze evaluatie aan de HAN toe te vertrouwen en mogelijk te maken. De leden van de begeleidingscommissie hebben het onderzoek gesterkt door hun kritische opmerkingen en opbouwende suggesties die soms onder tijdsdruk geleverd moesten worden. Dit onderzoek had er niet zo mooi uitgezien zonder de vakkundige opmaak van Michiel Velthausz van Snorren en Baarden. Ook willen we onze collega's Martijn Kamper en Martijn Valks bedanken voor hun ondersteuning bij het onderzoek. Tot slot willen we andere collega's en alle anderen bedanken die hier anoniem blijven, maar wel ons de morele steun en ruimte gaven toen wij alleen nog over de Giro en wielrennen konden praten.

November 2016, Jelle Schoemaker en Willem de Boer



BIJLAGE

Bijlage: verantwoording en werkwijze

De provincie Gelderland heeft de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) gevraagd onderzoek te doen naar de impact van de start van de Giro d'Italia in Gelderland. Uitgangspunt voor dit onderzoek zijn bovenstaande doelstellingen (zie hoofdstuk 1) en beoogde resultaten. De algemene doelstelling voor de projectorganisatie Giro Gelderland, de provincie Gelderland en gemeenten Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen was het organiseren van een 'veilig en succesvol Giro-evenement'.

Hiervoor zijn de volgende beoogde deelresultaten geformuleerd in het projectplan van Giro Gelderland:

1. het initiëren van een stimulans voor fietsen en de wielersport;
2. het verhogen van de sportdeelname;
3. het verhogen van de participatie;
4. verbeteren van de leefbaarheid (door middel van side-events);
5. duurzaam bevorderen van de provinciale, regionale en lokale economie door aandacht voor health, food, creatieve economie en duurzaamheid vanuit een Italiaans dan wel Giro-perspectief;
6. het vergroten van de naamsbekendheid van Gelderland en haar gemeenten;
7. zoveel mogelijk mensen het evenement laten beleven (streven 460.000 bezoekers);
8. het behalen van een bestedingsimpuls van 11,3 miljoen euro.

Deze beoogde deelresultaten zijn het uitgangspunt van de evaluatie en hebben er toe geleid dat er verschillende deelonderzoeken zijn opgezet. Hierbij zijn verschillende onderzoekspartijen betrokken en zij zijn ook verantwoordelijke voor hun eigen deelonderzoeken die hiervoor als hoofdstukken zijn weergegeven. Onderzoeksorganisatie Decisio heeft de raming van het aantal bezoekers voor zijn rekening genomen. De Radboud Universiteit (RU) heeft de maatschappelijke effecten inzichtelijk gemaakt en Universiteit Utrecht (UU) is verantwoordelijk voor de organisatorische waarde van Giro Gelderland. Daarnaast is de economische impact, geraamd door de HAN, getoetst middels een peer-review door Paul Hover van het Mulier Instituut. De HAN heeft ook het bezoekersprofiel en het toeristisch imago voor zijn rekening genomen. De media-aandacht is door twee adviesbureau's, Nielsen Sports en Clipit, gemeten en de uitkomsten daarvan zijn in hoofdstuk 8 in dit rapport samengevat. Elk hoofdstuk bevat conclusies waarvoor de schrijvers van elk hoofdstuk verantwoordelijk zijn, terwijl de eindconclusie van de hand van de HAN komt.

In de paragrafen hieronder staat de verantwoording en een toelichting op de methode van onderzoek voor elk van de deelonderzoeken. Het onderzoeksproces is daarnaast kritisch gevolgd door een begeleidingscommissie, met vertegenwoordigers van de vier betrokken regionale overheden en projectorganisatie Giro Gelderland zelf. Zij hebben zeer waardevolle input geleverd voor de opzet van het onderzoek en commentaar gegeven op conceptversies van dit evaluatierapport. De evaluatie is uitgevoerd in de periode maart tot en met november 2016.

DE ROL VAN DE HAN

Giro Gelderland heeft eind 2015 aan de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) gevraagd om als hoofdaannemer van dit evaluatieonderzoek op te treden. Daarnaast heeft de HAN voor het evenement ook de haalbaarheidsstudie (2014 en begin 2015) voor de Girostart voor haar rekening genomen en was het zelf ook partner van de Girostart. De betrokkenheid van de HAN bij de evaluatie heeft verschillende voordelen, zoals bekendheid met de organisaties en het evenement, kennis van zaken en een goed begrip van de achtergronden en belangen van de betrokken partijen. Maar er zijn ook enkele argumenten die een goed evaluatierapport in de weg kunnen staan en waarom de HAN heeft geaarzeld om op het verzoek van Giro Gelderland in te gaan. Door de verschillende rollen zouden er sprake kunnen zijn van belangenverstrengeling. Een evaluatie kan immers leiden tot de bevestiging van de eerdere bevindingen en aanbevelingen uit het haalbaarheidsonderzoek. En als projectpartner kan het kritisch vermogen ten aanzien van dat project beperkt zijn. Deelname aan dit project is voor de HAN dan ook niet zonder risico. Ongeacht de uitkomsten is er een kans op reputatieschade, bijvoorbeeld richting personen of organisaties waarvoor de uitkomsten anders uitvallen dan gedacht. Daar staat tegenover dat dit onderzoek, in de eigen achtertuin, de HAN een uitzonderlijke kans biedt om nieuwe kennis op te doen en te delen in het onderwijs en samen te

werken met andere onderzoekspartijen. Uiteindelijk heeft de HAN er voor gekozen om positief te reageren op het verzoek van Giro Gelderland, vooral omdat het er van overtuigd is dat het met enkele ingebouwde voorwaarden een goed, onafhankelijk onderzoek zou kunnen opleveren. Om tot een goede evaluatie te komen is er gewerkt met verschillende onderzoekspartners, die elk verantwoordelijk waren voor deelonderzoeken en -conclusies. Voor de bezoekersaantallen (een schatting in het haalbaarheidsonderzoek) is een extern, gespecialiseerd bureau (Decisio) aangetrokken. De maatschappelijke legacy en organisatorische waarde, welke ook onderdeel van de haalbaarheidsstudie waren zijn onderzocht door respectievelijk de Radboud Universiteit en de Universiteit van Utrecht. Een raming van de economische impact is door de HAN verzorgd in zowel dit rapport als de haalbaarheidsstudie. Hierbij worden echter de standaardrichtlijnen van de WESP (zie onder) gevolgd, waarbij er weinig ruimte voor interpretatie is. Daarnaast zijn de methodiek en de uitkomsten uitvoerig getoetst door een onafhankelijke derde partij: het Mulier Instituut, in de persoon van senior onderzoeker Paul Hover. Met de hulp van al deze partners is de HAN er van overtuigd dat er een voldoende evenwichtige evaluatie van de Gelderse Girostart ligt. Uiteraard is het aan de lezer zelf om daarover het oordeel te vellen.

Bezoekersaantallen

Aan de hand van GSM-tellingen afkomstig van Mezuro is gemeten hoeveel mensen in een gebied zijn geweest en waar deze mensen vandaan komen. Decisio heeft deze data geanalyseerd en vertaald naar bezoekersaantallen als gevolg van het evenement. Big-data afkomstig uit het Vodafone telefoonnetwerk worden door Mezuro en Vodafone geanalyseerd, geaggregeerd en opgehoogd, waarmee verplaatsingen van groepen mensen in beeld worden gebracht en aantallen mensen die in een gebied verblijven kunnen worden geteld.

Mezuro heeft hiervoor Nederland onderverdeeld in meer dan 1250 gebieden. GSM-tellingen vinden voor ieder van deze gebieden 365 dagen per jaar plaats. Dit gebeurt op basis van geanonimiseerde telefoondata waarin is vastgelegd met welke telefoonmasten verbinding is gemaakt. Vereenvoudigd uitgelegd gebeurt het volgende: bij iedere bel-, sms- of datatransactie wordt geregistreerd met welke mast een (geanonimiseerd) telefoonnummer is verbonden. Wanneer een telefoon langer dan een half uur met een of meerdere masten is verbonden die zich in hetzelfde gebied bevinden, wordt deze telefoon als bezoeker van het gebied bestempeld. Het gebied waar

de telefoon zich het meeste bevindt in een maand en op bepaalde tijdstippen ('s nachts) is de veronderstelde woonplaats van de eigenaar van deze telefoon. Hierdoor is het mogelijk de herkomst van bezoekers te bepalen, maar alleen als een groep groot genoeg is: individuele personen zijn nooit te achterhalen. Pas wanneer minimaal 15 telefoons zich van het ene naar het andere gebied verplaatsen, wordt de herkomst van de groep bezoekers bekend. Na een maand worden alle telefoonnummers opnieuw geanonimiseerd. Ophoging vindt plaats door per woonplaats het (dagelijkse) marktaandeel van actieve Vodafone telefoons te bepalen. Dus als er in een gebied 1.000 mensen wonen en daarvan hebben er 200 een Vodafone telefoon aan staan op de bewust dag, dan telt iedere telefoon die zich uit dit gebied verplaatst voor vijf personen. Dagelijks wordt bepaald hoeveel telefoons er actief zijn in ieder gebied en worden inwonersaantallen gecorrigeerd voor vakantieperiodes. Omdat het aandeel op basis van actieve telefoons wordt bepaald, en niet basis van abonneegegevens (deze zijn op geen enkele wijze gekoppeld aan de geanalyseerde verplaatsingsgegevens), wordt ook de woonplaats van eigenaren van prepaid en zakelijke telefoons correct bepaald.

Bezoekers tellen met mobiele telefoondata

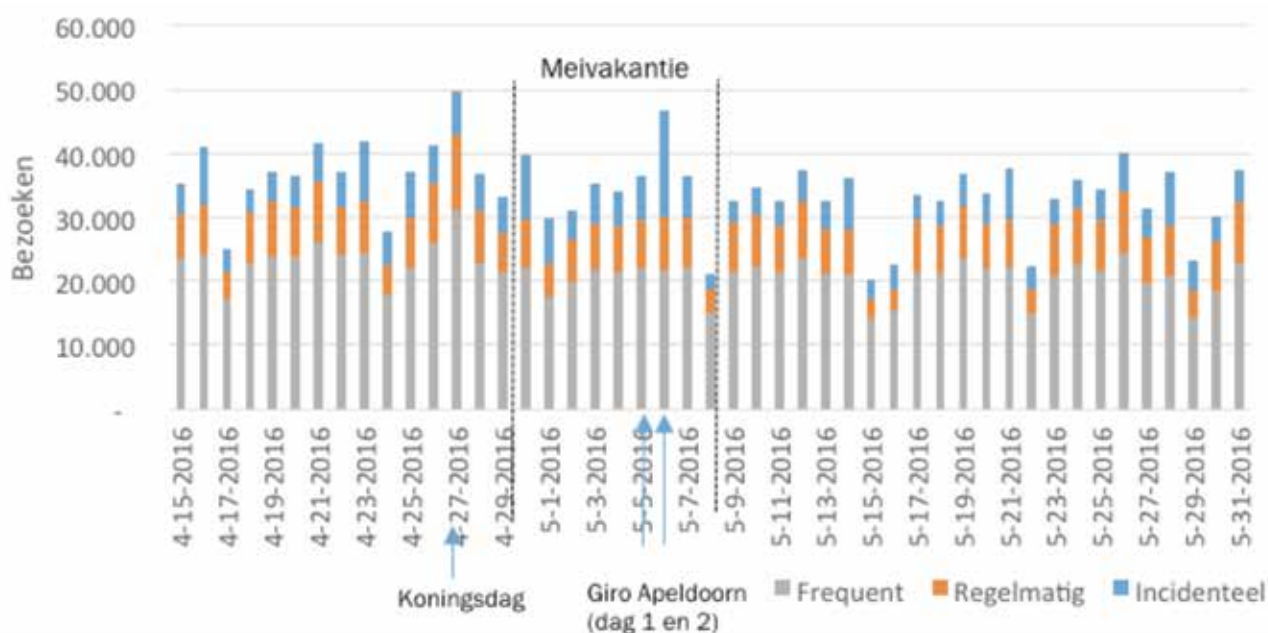
Door het verschil te bepalen tussen de dag van het evenement en een vergelijkbare dag zonder evenement, kan worden bepaald hoeveel (dag)bezoekers het evenement heeft aangetrokken. Stel: op een normale zaterdag gaan er 100.000 mensen naar Arnhem, op de dag van de giro zijn dat er 110.000, dan heeft de Giro 10.000 extra bezoekers aangetrokken. Aan de hand van de GSM-data kan het netto effect op de bezoekersaantallen van een gebied worden berekend. Op basis van enquêtes uitgevoerd door de Hogeschool Arnhem – Nijmegen wordt dit opgehoogd naar totale bezoekersaantallen.

Om te bepalen hoeveel bezoekers de Giro heeft aangetrokken, moet eerst worden bepaald hoeveel bezoekers de onderzochte gemeenten zouden hebben getrokken indien er geen Giro was geweest. Oftewel: hoeveel bezoekers zouden er normaliter zijn op deze dag? De Giro-dagen vielen in een bijzondere periode, namelijk de meivakantie waarin ook Hemelvaart en Bevrijdingsdag plaatsvonden. Op dergelijke dagen is de omvang en samenstelling van bezoekers van de onderzochte gemeenten totaal anders dan op werkdagen of reguliere weekenddagen. Mensen zijn op vakantie, maken meer uitstapjes, doen niet hun reguliere dagelijkse boodschappen en gaan niet naar het werk. Hier is rekening mee gehouden in het bepalen van het aantal verwachte bezoekers.

1. Over de jaren 2014 en 2015 is bepaald wat het effect is van een Hemelvaartweekend, 5-mei, vrijdag na Hemelvaart en een meivakantie op het bezoek van de verschillende onderzochte gemeenten. Daarbij is gekeken naar type bezoeker op basis van bezoekfrequentie van de gemeente (>10 keer per maand, 3-10 keer per maand of maximaal 2 keer per maand) en de herkomst naar provincie.
2. Daarnaast is onderzocht of het weer van invloed is op het bezoek van de verschillende gemeenten. Het blijkt dat dit nauwelijks het geval is. Bij zeer slecht weer komen er enkele duizenden bezoekers minder naar de gemeente dan normaal, maar er is nauwelijks verschil in de bezoekersaantallen van de gemeenten bij bewolkt/licht regenachtig of zeer goed weer.
3. Op basis van de bovenstaande gegevens is het verwachte bezoek van de onderzochte gemeenten in beeld gebracht. Door het verwachte aantal bezoekers te vergelijken met het gerealiseerde aantal bezoekers, kan het aantal netto bezoekers van de Giro worden bepaald. Dit is ook voor het uitgaande bezoek gedaan: hebben meer of minder mensen dan verwacht Apeldoorn verlaten op de dag van de eerste tijdrit?
4. Arnhem, Nijmegen en Apeldoorn bestaan uit meerdere gebieden waarin gemeten is volgens de bovenstaande methode. Per gebied zijn de bovenstaande analyse uitgevoerd. Het is echter goed mogelijk dat iemand zich verplaatst over twee gebieden. Uit de GSM-data blijkt dat een bezoeker van Apeldoorn gemiddeld 1,6 van de vier Apeldoornse gebieden bezoekt. Tijdens de Eerste tijdrit waren dit er 2. Hiervoor wordt gecorrigeerd, zodat de gemeten extra bezoekers niet leiden tot dubbeltellingen.

VOORBEELD BEZOEKERSONTWIKKELING APeldoorn

Het onderstaande figuur laat de bezoekersontwikkeling in het centrum van Apeldoorn zien. Op 6 mei is een duidelijke piek in de aantallen bezoekers te zien. Op 5 mei is die er niet, maar indien er geen Giro was geweest, werd juist een behoorlijke dip verwacht op basis van de gegevens van de voorgaande jaren. Op 5 mei en Hemelvaart zijn er normaliter net zoveel bezoekers als op een gemiddelde zondag. Op deze 5 mei, met de Giro, waren er dus bijna 15 duizend bezoekers meer dan normaal in het centrum.



Bron: data Mezero April

Mei 2016 naar bezoekfrequentie per maand (frequent: >10 per maand, regelmatig: 3-10, en incidenteel: max. 2).

Voorbeeld Nijmegen, finish tweede etappe

Op een gemiddelde zaterdag trekt Nijmegen 53 duizend Nederlandse bezoekers naar het centrum (over de gehele dag verspreid, inclusief bezoekers uit de eigen gemeente voor zover het geen bewoners van het centrum zijn) en dat waren op 7 mei bij de finish van de tweede etappe 54 duizend. Echter, op deze zaterdag in de vakantie na Hemelvaart, worden (zonder Girostart) slechts 46 duizend bezoekers verwacht. Het centrum heeft dus 8 duizend extra bezoekers getrokken. In de gebieden Nijmegen West en Zuid-Oost zien we een vergelijkbaar beeld: het is niet drukker dan op een gemiddelde zaterdag, maar wel drukker dan verwacht op deze specifieke zaterdag in mei indien er geen Giro-etappe zou zijn. In West zien

we 4 duizend mensen meer dan verwacht, in Zuid-Oost 8 duizend. In Nijmegen Lent, was nagenoeg geen extra bezoek te zien. In de bovenstaande bezoekersaantallen zitten dubbeltellingen, aangezien een bezoeker vaak meerdere gebieden bezoekt. Bovendien zien we dat een groot deel (circa de helft) van het extra bezoek uit de eigen gemeente komt. Uiteindelijk trekt Nijmegen circa 6 duizend extra bezoekers van buiten de provincie aan en (bepaald o.b.v. de enquête) tweeduizend buitenlandse bezoekers.

Van enquêtes van extra bezoek naar totaal bezoek

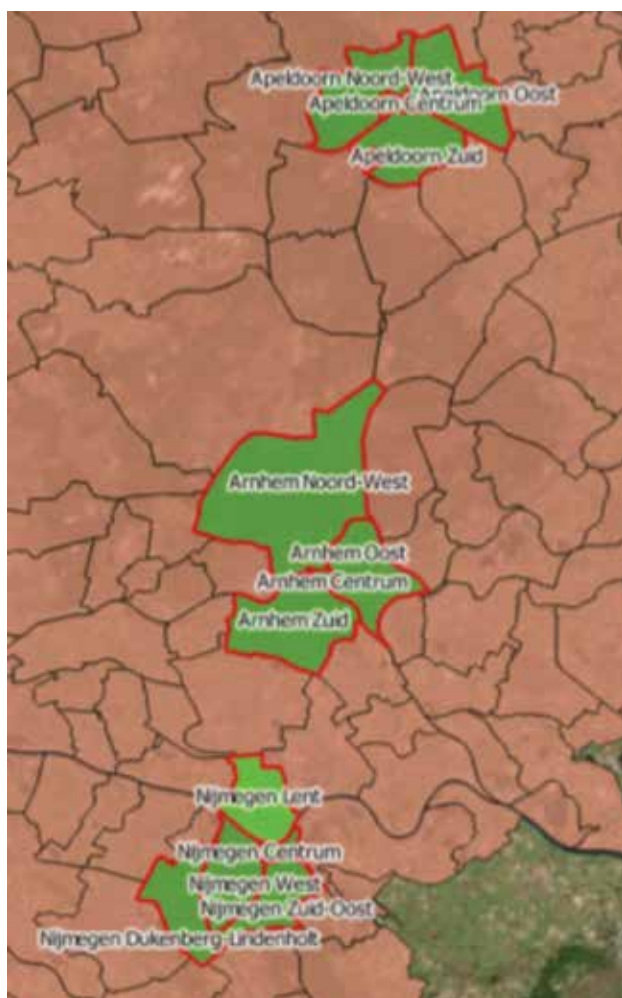
Bovenstaande analyse meet niet het totale aantal bezoekers dat de Giro heeft bekeken. Het netto-bezoek wordt gemeten, dat is het aantal extra bezoekers van (verschillende gebieden in) de gemeente Apeldoorn wordt gemeten. Het is uiteraard ook goed mogelijk dat mensen die Apeldoorn sowieso al zouden bezoeken, een kijkje hebben genomen bij de Giro. Ook inwoners van Apeldoorn die hun deur uitstappen en de langsrijdende fietsers bekijken, worden op deze wijze nog niet gemeten. Om hier een inschatting van te maken, is gebruik gemaakt van de gegevens uit de enquêtes die af zijn genomen.



Vervolgens is de analyse als volgt uitgevoerd:

1. Eerst zijn de herkomsten van de extra bezoekers berekend. De grootste netto toename van bezoek, is het bezoek van buiten de provincie.
2. In de enquête die door de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) is uitgezet, is gevraagd naar de herkomst van bezoekers en of zij zonder de Giro zich ook zouden bevinden in de bezochte plaats.
3. Als 50% van de bezoekers van buiten de provincie aangeeft dat ze er zonder de Giro ook zouden zijn geweest, betekent het dat er op iedere gemeten additionele bezoeker van buiten de provincie, ook nog een bezoeker moet zijn gaan kijken die niet met de GSM data zijn gemeten (deze bezoeker was er sowieso al).
4. Op basis van de verhouding uit de enquête tussen bezoekers van buiten de provincie en overige herkomsten (Gelderland, eigen gemeente en buitenland) worden de overige bezoekersaantallen bepaald.
5. Deze bezoekers hebben ook aangegeven of zij speciaal voor het evenement zijn gekomen of niet.
6. Door dit te vergelijken met het aantal gemeten extra bezoekers, wordt bepaald hoeveel mensen zijn weggebleven als gevolg van de giro.
7. Voor de doorkomstplaatsen is gebruik gemaakt van de verhouding tussen Gelderlanders die in de enquête hebben aangegeven een doorkomstplaats te hebben bezocht en die een van de drie gemeenten hebben bezocht. In de doorkomstplaatsen zijn (op de plaatsen met de Posbank en Berg en Dal na) amper extra bezoekers gemeten: bezoek bestaat dus vooral uit eigen inwoners en mensen die er toch al zouden zijn. Voor de beperkte groep bezoekers die speciaal naar een doorkomstplaats is gekomen, zijn er ook net zoveel bezoekers weggebleven.

Overzicht geanalyseerde gebieden start en finishplaatsen



Gebieden Etappe 2, analyse bezoek onder eigen inwoners doorkomstplaatsen



Tellingen: 3 gemeenten, 13 gebieden en analyse doorkomstplaatsen

Voor de start en finishplaatsen zijn de naastgelegen gebieden geanalyseerd. Iedere stad heeft meerdere gebieden. Per dag van het evenement is bepaald welke gebieden relevant waren om mee te nemen in de analyse. Daarbij is ook bekeken in hoeverre een bezoeker meerdere gebieden heeft bezocht, zodat een bezoeker niet twee keer wordt meegeteld als hij twee gebieden bezoekt. Combinatiebezoek tussen Arnhem en Nijmegen kwam nauwelijks voor, hooguit door inwoners van Arnhem of Nijmegen, maar niet door bezoekers van buitenaf.

Inwonersaantallen van de onderstaande woonplaatsen zijn meegenomen om de bezoekersaantallen in doorkomstplaatsen van de eigen inwoners te bepalen. Een tiental, waaronder de plaatsen met klimmetjes en Zutphen, Ede, Tiel, Wageningen, Borculo en Giesbeek, zijn meegenomen in een verdiepende analyse. Maar alleen de plaatsen met klimmetjes lieten een (netto) toename van bezoekers zien.

Gebieden Etappe 3, analyse bezoek onder eigen inwoners doorkomstplaatsen



VERDRINGINGSEFFECTEN

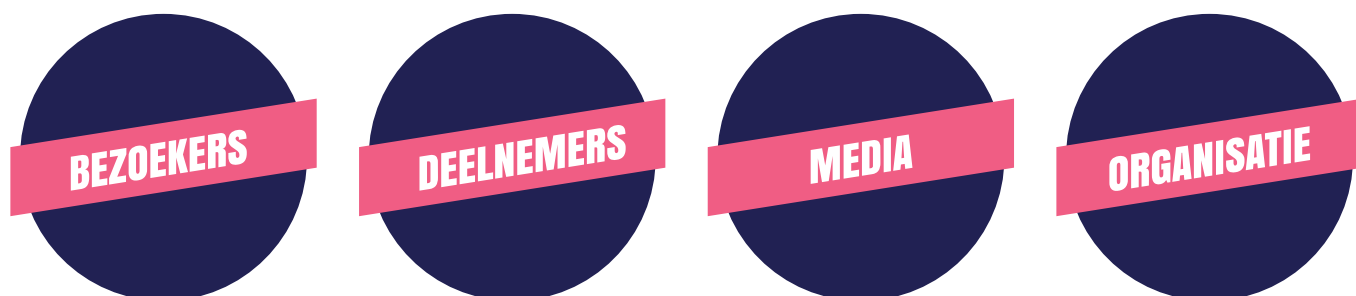
Grootschalige sportevenementen brengen veel bezoekers van buiten de regio met zich mee. Er zijn echter ook bezoekers die vanwege het evenement wegblijven omdat ze het te druk vinden, omdat de stad slecht bereikbaar is of omdat ze in hun eigen plaats naar de Giro zijn gaan kijken. Zij zien van hun bezoek aan de stad af, of stellen dit uit. Er zijn ook inwoners van de start- en finishplaatsen die de stad zijn ontvlucht om bovenstaande redenen. Dit worden verdringingseffecten genoemd en zijn via bezoekersenquêtes niet meetbaar doordat deze mensen juist wegblijven. Met behulp van de telefoondata van Mezero is getracht een zo zuiver mogelijk beeld te geven van de extra bezoekers. Daaruit blijkt o.a. dat tijdens de etappes (naast de start- en finishplaatsen) alleen bijzondere doorkomstlocaties zoals de Posbank en de klim bij Berg en Dal enkele duizenden extra bezoekers trokken. Doorkomstplaatsen als Ede, Tiel, Wageningen en Zutphen, trokken nauwelijks extra bezoek. Dat geldt ook voor de binnenstad van Arnhem: het was er niet veel drukker met bezoekers van buiten

de gemeente dan op andere weekenddagen in een vergelijkbare vakantieperiode. Netto werd er geen extra bezoek getrokken: voor iedere extra bezoeker van buiten de gemeente, bleef er ook een weg. Vooral uit de direct omliggende gemeenten gingen er minder mensen naar Arnhem dan gebruikelijk. Tegenover de verdringingseffecten van bezoekers en inwoners staan ook inwoners uit Gelderland die speciaal voor het evenement zijn thuisgebleven (ongeveer 4% van de bezoekers). Zonder het evenement zouden zij de provincie hebben verlaten. Beide groepen, dus zowel de bezoekers die speciaal voor het evenement thuis in Gelderland/eigen gemeente zijn gebleven, als reguliere bezoekers van Gelderland/gemeenten die door het evenement niet zijn gekomen, worden buiten de verdere analyses gehouden. De reden hiervoor is dat uit de beschikbare data niet kan worden opgemaakt of zij door hun gedrag hun eventuele bestedingen hebben uitgesteld naar een ander moment, verplaatst naar een andere plaats, of helemaal hebben afgesteld.

Bezoekersprofiel en economische impact

Het doel van de hoofdstukken 3 en 4 van dit rapport is om een beeld te krijgen van respectievelijk het bezoekersprofiel en de economische impact van Giro Gelderland. Giro Gelderland is voor wat betreft het bezoekersprofiel en de economische impact geëvalueerd volgens gestandaardiseerde methoden, welke landelijk zijn vastgesteld in de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP). Alhoewel alle sportevenementen van elkaar verschillen zullen de uitkomsten van de onderzoeken wel goed vergelijkbaar zijn. In WESP werken wetenschappers en onderzoekers van verschillende hogescholen, universiteiten, enkele andere onderzoeksorganisaties, zoals het Mulier Instituut en enkele andere betrokken partijen zoals NOC*NSF, netwerkorganisatie Kracht van Sportevenementen en Kenniscentrum Sport, samen om standaardrichtlijnen te ontwerpen om de maatschappelijke, economische en promotionele impact van (sport)evenementen te meten. Doel van de WESP is om samen te komen tot uniforme standaarden, om zo onderzoek vergelijkbaar te maken en op een hoog niveau te krijgen en houden. Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt de richtlijnenhandboeken die door de WESP zijn vastgesteld, te weten de Richtlijnenhandboeken Bezoekersprofiel (versie 1.0) en Economische Impact (versie 2.1). Deze handboeken zijn te downloaden via de website van de WESP: www.evenementenevaluatie.nl.

Het onderzoek voor de economische impact van een sportevenement richt zich in principe op de additionele uitgaven in, in dit geval, Gelderland van de volgende vier actoren rondom het evenement:



Vrijwilligers worden in dit onderzoek tot de bezoekers gerekend, want zowel bij de bezoekersaantallen als in de enquête zijn zij niet goed te onderscheiden van andere bezoekers. Bij de bepaling van de economische impact vanuit de organisatie wordt gekeken naar de inkomsten en uitgaven van de organisatie die direct in de provincie Gelderland worden gedaan. Er wordt nadrukkelijk niet gekeken naar de inkomsten van uitgaven van de derden (personen of organisaties) waarvan de organisatie inkomsten ontvangt of aan wie het uitgaven doet.

Ter verduidelijking een voorbeeld. Als de organisator van het evenement een cateraar uit de regio (in dit geval provincie Gelderland) haalt, worden deze uitgaven volledig binnen de regio gerekend. In werkelijkheid kan de cateraar juist grotendeels zijn kosten, zoals personeel, ingrediënten en materialen, buiten de regio maken. Omgekeerd kan de organisatie bijvoorbeeld voor de opbouw van het evenement een bedrijf van buiten de regio inhuren. In dat geval vallen voor deze analyse de uitgaven aan dit bedrijf volledig buiten de regio, ook al is het in werkelijkheid zo dat dit bedrijf juist allerlei uitgaven (zoals inhuur van personeel, overnachtingen en materialen) binnen de regio doet. Al deze indirecte effecten zijn zeker van belang voor de regionale economie, echter is het bijzonder lastig en zeer arbeidsintensief om zulke effecten in kaart te brengen. Dit valt daarom ook buiten de scope van dit onderzoek. Het is echter wel belangrijk dat de lezer zich van bovenstaande effecten bewust is.

Definities en afbakening

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 provincie Gelderland of de organisatie Giro Gelderland, buiten de regio, dan wordt dan wordt dit gezien als een negatief effect ten aanzien van de van de economische impact van de provincie Gelderland. Dit omdat aangenomen wordt dat dit bedrag anders wel in de provincie Gelderland terecht had kunnen komen. Geld dat door bedrijven van buiten provincie Gelderland, in de provincie Gelderland wordt uitgegeven heeft een positief effect op de economische impact. Aangenomen wordt dat dit geld anders niet in provincie Gelderland 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 lange termijn effecten voor de provincie Gelderland en eventuele verdringingseffecten tijdens het evenement.

Onder de economische betekenis van een sportevenement wordt verstaan de economische impact, plus eventueel alle andere effecten die men als economisch kan betitelen (bijvoorbeeld promotie, schade e.d.). In tegenstelling tot de strenge definitie van het begrip 'de economische impact', is er geen specifieke afbakening voor de term 'de economische betekenis'. Eventuele (positieve) effecten ten aanzien van regio marketing of citymarketing, bijvoorbeeld als uitvloeisel van de media-aandacht, zijn niet verdisconteerd. Hetzelfde geldt voor de lange termijn effecten voor de gemeente Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen en eventuele verdringingseffecten tijdens het evenement (zie onderstaande box).

Voor de economische impact is ook een afbakening nodig van een gebied. In hoofdstuk 4 van dit rapport heeft deze term enkel betrekking op de provincie Gelderland, omdat alleen voor de provincie is gekeken naar alle onderdelen van economische impact: bezoekers, deelnemers (ploegen), organisatie en media. Voor de gemeenten Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen zijn alleen de additionele bestedingen van bezoekers in kaart gebracht. Dit is gedaan in samenspraak met de opdrachtgevers (verenigd in Giro Gelderland) omdat de aannames die gedaan dienden te worden om een raming te kunnen maken van de economische impacts van de overige onderdelen per gemeente te grofmazig zouden worden voor een verantwoorde economische impact berekening.

De afbakening van Giro Gelderland met betrekking tot additionele bezoekers sluit aan bij die voor de bezoekersaantallen. Het gaat dus om een vierdaags evenement die de ploegenpresentatie en de eerste drie etappes omvat. In het onderzoek is het 'langer verblijf' van additionele bezoekers wel meegenomen. Dit heeft betrekking op de dagen die additionele bezoekers verbleven in Gelderland (dan wel één van de drie startgemeenten), voorafgaand of na afloop van hun bezoek aan de Girostart. De additionele bestedingen van

bezoekers aan de side-events, afgezien van die op de genoemde dagen op locaties waar de Giro daadwerkelijk langskwam, is niet opgenomen in dit onderzoek. Overigens zal naar alle waarschijnlijkheid het aantal mensen dat speciaal naar Gelderland kwam voor een bezoek aan een side-event op een andere dag en/of locatie dan van de Girostart grotendeels verwaarloosbaar zijn, mogelijk met uitzondering van de Giro Gelderland Toertocht. Voor de organisatie is wel gekeken naar de gehele begroting van Giro Gelderland, dus inclusief side-events. Daarnaast zijn de gehele bestedingen van

Additionele bezoekers voor de provincie Gelderland voor Giro Gelderland zijn bezoekers die specifiek voor het evenement naar Gelderland zijn gekomen en anders niet in Gelderland waren geweest. Conform de richtlijn 'Economische Impact' is als uitgangspunt genomen dat de inwoners van de provincie Gelderland die Giro Gelderland bezoeken niet als additioneel worden beschouwd. De uitgaven van de inwoners van de provincie Gelderland aan het evenement betreffen in veel gevallen een verschuiving van bestedingen in tijd. De uitgaven van deze inwoners dragen dus niet bij aan de economische impact. Personen van buiten de provincie Gelderland die bij de Giro aanwezig worden als additioneel gezien indien zij zonder het evenement niet in Gelderland waren geweest. Hiervoor wordt in de vragenlijst de stelling voorgelegd: 'Als het evenement niet in Gelderland was geweest, dan was ik ook in Gelderland geweest'. Respondenten van buiten Gelderland die hierop instemmend reageren worden tot niet-additionele bezoekers gerekend; de uitgaven die zij doen zouden zonder het evenement naar alle waarschijnlijkheid ook in Gelderland neerslaan. Alle andere bezoekers van buiten de provincie zijn speciaal voor het evenement naar Gelderland gekomen en zij zijn, net als hun uitgaven, additioneel.

Voor de gemeenten Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen is een identieke methode gehanteerd. Additionele bezoekersbestedingen hebben alleen betrekking op bezoekers van buiten de betreffende gemeente die aangeven zonder het evenement niet in die gemeente te zijn geweest. Bezoekers uit Gelderland worden altijd als niet-additioneel beschouwd voor de provincie, maar zijn wel additioneel voor een startgemeente, mits zij niet uit deze gemeente zelf afkomstig zijn én aangeven zonder de Girostart daar niet geweest te zijn.

Dataverzameling

Om tot de resultaten te komen hebben is veldwerk verricht. Tijdens Giro Gelderland zijn er steekproefsgewijs enquêtes afgenomen door studenten van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen bij bezoekers aan het evenement. De vragenlijst van de bezoekersenquête was gericht op het bezoekersprofiel en de economische impact van het evenement en zijn opgesteld aan de hand van de richtlijnen van de WESP. De enquête is afgenomen middels met elektronische hulpmiddelen, zoals smartphones en tablets (zoals de iPad) en de software van iSurvey (www.isurveysoft.com).

De enquêtes zijn afgenomen rondom het parcours van de Giro op de verschillende locaties in de start- en doorkomst gemeenten. In totaal zijn 1202 enquêtes bruikbaar gebleken en meegenomen in de uiteindelijke dataset die ten grondslag ligt aan het onderzoek. Gegevens over de bezoekersaantallen zijn afkomstig van Decisio, het onderzoeksbureau dat op basis van telefoondata de bezoekersaantallen kon bepalen (zie bijlage 1). Berekeningen over de uitgaven van deelnemers en hun begeleiding zijn ook gebaseerd op geïnterviewde deelnemers en met gegevens van de organisatie. Tot slot zijn gegevens over de inkomsten en uitgaven van de organisatie van het evenement afkomstig van de organisatie van Giro Gelderland

Representativiteit van het onderzoek

In totaal zijn er 1202 enquêtes afgenomen. In onderstaande tabel staat een overzicht van het aantal enquêtes per locatie. Bij een populatie van meer dan 5000 mensen zal de steekproefgrootte minimaal 385 mensen dienen te bedragen om met een betrouwbaarheid van 95% uitspraken te kunnen doen over de populatie. Zoals te zien in onderstaande tabel is dit voor de provincie Gelderland met 1202 enquêtes en voor de gemeente Apeldoorn behaald. Voor de gemeenten Arnhem en Nijmegen is dit aantal niet behaald en zijn de uitkomsten van het onderzoek niet representatief, maar indicatief.

Tabel B.1. Overzicht aantal enquêtes per gemeente

Locatie	Aantal enquêtes
Apeldoorn	400
Arnhem	308
Nijmegen	243
Doorkomstgemeenten	251
Totaal	1202

De enquêtes zijn afgenomen in de gemeenten in een gebied rondom de start en finish van de betreffende etappes. Tijdens de ploegenpresentatie zijn enquêtes afgenomen rondom het marktplein in Apeldoorn. Tijdens de eerste etappe (tijdrit) is langs het gehele parcours geënuquêteerd. Bij de doorkomstgemeenten zijn vooral bezoekers langs het parcours ondervraagd in onder meer Ede, Tiel en Zutphen.

Peer-review

De peer-review is een standaardcontrole die deel uitmaakt van de richtlijnen van de WESP. Deze wordt uitgevoerd door een vertegenwoordiger van WESP. In dit geval heeft Paul Hover, senior onderzoeker van het Mulier Instituut dit voor zijn rekening genomen.

De heer Hover is nauw bij de WESP betrokken, evenals bij de ontwikkeling van de richtlijnen. De peer-review heeft plaatsgevonden na het afronden van de rapportage. Daarbij zijn de gevolgde procedures, de enquêtes, de dataverwerking en de dataset zelf nauwkeurig gecontroleerd. De navolgende resultaten door de peer-reviewer getoetst en 'WESP-waardig' bevonden.



**Werkgroep Evaluatie
Sportevenementen**

Maatschappelijke effecten en toeristisch imago

Panel design

Om de blijvende maatschappelijk impact van de Giro onder Gelderland (hoofdstuk 5) en het toeristisch imago van Nederlanders woonachtig buiten Gelderland (hoofdstuk 6) te onderzoeken is gebruik gemaakt van een zogenaamd panel design. Bij een panel design worden dezelfde personen op verschillende tijdstippen bevraagd. Bij het onderzoek naar de maatschappelijke legacy was dat in maart 2016, twee maanden voor de start van de Giro, de vier weken direct na de Giro, vanaf 9 mei 2016, en in september 2016, vier maanden na de Giro. Om het lange termijn imago-effect te meten is er voor gekozen om de niet-Gelderlanders alleen bij de eerste (maart) en laatste (september) meting te bevragen. Het onderzoek onder niet-Gelderlanders betrof voornamelijk toeristische effecten, met name in welke mate verschillende aspecten van Gelderland en de drie startgemeenten aantrekkelijk worden bevonden. Daarnaast zijn aan beide onderzoeken vragen toegevoegd over de mate waarin Giro Gelderland is bezocht, gevolgd in de media, etc. Ook zijn vragen toegevoegd over het draagvlak en de zogenaamde 'willingness to pay' (WTP).

Steekproeven

In maart 2016 werden 1012 inwoners van Gelderland online benaderd door het veldwerkbureau Centerdata om mee te doen aan het onderzoek naar de Giro. De inwoners die benaderd zijn maken onderdeel uit van het wetenschappelijke databestand "LISS" (886 respondenten) dan wel van het "Centerdata panel" (126). Van deze 1012 benaderde respondenten kwamen er 344 uit Apeldoorn, Arnhem of Nijmegen, en 668 uit overige plaatsen in Gelderland. De steekproef is dus niet representatief voor de startgemeenten zelf, maar zij zijn wel oververtegenwoordigd ten opzichte van het daadwerkelijk aantal inwoners van Gelderland. Met betrekking tot leeftijd en geslacht is de steekproef wel representatief.

De steekproef over het toeristisch imago werd alleen uitgezet onder het LISS-panel. Het betreft een representatieve steekproef (naar leeftijd en geslacht) onder 800 personen die buiten Gelderland woonachtig waren.

Respons

Om de respons zo hoog mogelijk te houden werd een beloning van € 2,50 per vragenlijst en een extra beloning van € 2,50 voor het invullen van alle drie de vragenlijsten in het vooruitzicht gesteld. De eerste vragenlijst is door 914 respondenten ingevuld, de tweede door 724 en de laatste vragenlijst is door 631 respondenten ingevuld. Een uiteindelijk responspercentage van 62,4%, wat voor Nederlandse begrippen erg hoog is. Niet alle respondenten hebben alle vragen ingevuld, waardoor het bruikbare aantal vragenlijsten lager ligt.

De vragenlijst omtrent het toeristisch imago is in maart voorgelegd aan 800 willekeurig getrokken panelleden van buiten Gelderland. Hiervan hebben 712 (89%) aan het onderzoek in maart deelgenomen. Van deze groep is in september de vragenlijst opnieuw voorgelegd aan 642 panelleden. Hiervan vulden 594 respondenten de vragenlijst volledig in (responspercentage 92,5%).

Panel uitval

Een grote uitdaging met een panel design is de selectieve panel uitval; respondenten die niet alle vragenlijsten invullen zijn meestal significant anders met betrekking tot achtergrond kenmerken dan respondenten die wel alle vragenlijsten invullen. In dit geval is er geen sprake van selectieve panel uitval met betrekking tot geslacht, leeftijd en opleidingsniveau. Wel blijkt dat respondenten die niet woonachtig waren in een van de drie startgemeenten, Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen, significant vaker niet alle drie de vragenlijsten hebben ingevuld dan respondenten die wel in deze gemeenten wonen. Onder beide panels (zowel personen uit Gelderland als daarbuiten) is er een iets grotere uitval onder personen die het evenement niet kenden (in maart) dan personen die er wel van afwisten.

Beperkingen van de data

Ook al is de data door de panel uitval representatief voor de Gelderse bevolking met betrekking tot leeftijd, geslacht en opleidingsniveau, toch moet er terughoudendheid worden betracht met het doen van uitspraken over de gehele Gelderse bevolking op basis van deze data. Dit komt allereerst doordat er gebruik gemaakt is van respondenten in een reeds bestaand panel. Ook al zijn deze personen op basis van een random steekproef onder de Nederlandse bevolking in dit panel terecht gekomen, het feit dat ze al langer deel uitmaken van dit panel doet vermoeden dat het personen zijn die eerder hun mening willen geven. Deze groep hoeft niet representatief te zijn voor de gehele populatie. Daarnaast is het mogelijk dat doordat het onderzoek is aangekondigd als een onderzoek naar de Giro in Gelderland mensen die iets met de Giro hebben eerder hebben geparticipeerd (ook al in maart) dan mensen die minder of niets met de Giro hebben. Dit maakt dat de gebruikte data vooral geschikt zijn om inzicht te krijgen in (blijvende) veranderingen na de start van de Giro. Bij het extrapoleren van bezoekersaantallen naar de volledige bevolking moet rekening moet gehouden met een mogelijk overschatting van mensen met een positieve houding tegenover de Giro in het panel.

Organisatorische waarde

De evaluatie van de organisatorische waarde van Giro Gelderland heeft als doel inzichtelijk te maken welke factoren in de organisatie van de Giro Gelderland - in de ogen van relevante stakeholders - doorslaggevend zijn geweest bij het bereiken van de hoofddoelstellingen. Met de opbrengsten van het onderzoek kan Giro Gelderland verantwoording afleggen aan financiers en samenwerkingspartners over het organisatieproces ten aanzien van de hoofddoelstellingen en kunnen lessen getrokken worden ten aanzien van de organisatie van toekomstige grote (sport) evenementen in Gelderland.

De HAN heeft onderzoekers van de Universiteit Utrecht, departement Bestuurs- en Organiseringswetenschap (USBO) benaderd om het deelonderzoek naar de organisatorische waarde uit te voeren. De voorliggende evaluatie beoordeelt of de opdracht en hoofddoelstellingen zijn gerealiseerd en welke lessen de organiserende overheden hieruit kunnen trekken.

De evaluatie van de organisatorische waarde van Giro Gelderland richt zich op:

1. De achterliggende strategie vanuit verschillende stakeholders in het streven naar het verwezenlijken van de hoofddoelstellingen;
2. De organisatie en samenwerking tussen stakeholders en de wijze waarop deze de resultaten van Giro Gelderland hebben beïnvloed;
3. De inhoud van het programma van Giro Gelderland (met name de side-events) en de wijze waarop deze tot maatschappelijke impact hebben geleid.

Onderzoeksvragen

Wat zijn, volgens de betrokken partijen, de succesfactoren en verbeterpunten op het gebied van strategie, organisatie en inhoud die bepalend zijn geweest voor:

1. Het organisatieproces van Giro Gelderland?
2. De maatschappelijke betekenis van Giro Gelderland?

Het onderzoek naar de organisatorische waarde is uitgevoerd in de periode juni 2016 tot en met oktober 2016. In deze periode zijn in totaal 18 (groeps-)interviews gehouden met direct betrokkenen bij de organisatie van Giro Gelderland en haar side-eventprogramma. Hiervan waren er 6 face-to-face interviews met projectmanagers van de projectorganisatie Giro Gelderland en 4 telefonische interviews leden van het Bestuurlijk Opdrachtgevers Overleg in augustus en september. Daarnaast is er in september een groepsinterview gehouden met vier stakeholders side-eventprogramma, aangevuld met 2 telefonische interviews met stakeholders van het side-eventprogramma. Met 7 vertegenwoordigers van 6 betrokken bedrijven/organisaties bij Giro Gelderland is een focusgroep gehouden. Tot slot zijn er 4 telefonische interviews leden van het Ambtelijke Opdrachtgevers Overleg. In totaal zijn er 27 respondenten tijdens de (groeps-)interviews gesproken. Dit resulteerde in meer dan 100 pagina's uitgewerkte tekst van gesprekken.

Clipit

Clipit brengt in kaart wat er over organisaties, campagnes en producten wordt geschreven binnen print-, RTV, online en social media. Daarvoor wordt 24/7 het medialandschap gescand. In de analyse van Clipit is de periode van 26 februari tot en met 1 juni 2016 het Nederlandse medialandschap gescand. Clipit geeft met haar social media monitoring online 'buzz' weer. Daarvoor wordt gekeken naar nieuwssites, persberichtensites, weblogs, discussiefora en sociale netwerken. Hierover is door Clipit over Giro Gelderland verzameld over de aantallen berichten, de bronnen waar de bericht zijn geplaatst en het sentiment. Dit laatste geeft weer of het artikel positief of negatief over Gelderland, Apeldoorn, Arnhem of Nijmegen, in combinatie met de Giro d'Italia? Voor de printmedia is een vergelijkbare methode gehanteerd. Hierbij zijn vermeldingen via de Media Info Groep of Lexis Nexis opgehaald en aangevuld met 500 extra bronnen vanuit Clipit zelf.

Nielsen Sports

Nielsen Sports heeft een product ontwikkeld, CYCLING24, dat inzicht geeft in de media impact en exposure van het wielrennen. Het doel van de analyse is om de media impact van de eerste dagen van de Giro d'Italia 2016 te bepalen met behulp van deze tool. Voor de televisie media-evaluatie is de periode van 6 tot en met 8 mei 2016 aangehouden. Daarbij zijn alle landen in Europa bekeken en zijn alle Giro-gerelateerde programma's bijgehouden. Het gaat daarbij om zowel live-uitzendingen als programma's met uitgestelde livebeelden, hoogtepunten en herhalingen (relive). Daarnaast zijn de nieuwsprogramma's in key wielerlanden België, Duitsland, Frankrijk, Italië, Nederland en Spanje van officiële zenders in het onderzoek meegenomen. Het aantal uitzendingen waarin een evenement / club zichtbaar is geweest ongeacht de lengte van de zichtbaarheid. De uitzendtijd betreft de duur van de zichtbaarheid van een evenement in alle programma's. Dit aantal is exclusief de commercials tussen de uitzendingen door. De totale uitzendtijd is geschikt om te zien hoeveel minuten een event zichtbaar is geweest tijdens bv. Studio Sport.

Voor de (gemiddelde) kijkcijfers maakt Nielsen Sports gebruikt van de volgende bronnen voor gemeten zenders om haar kijkcijfers te verzamelen:

- Eurodata TV (incl. Stichting Kijkonderzoek)
- BARB
- AGF /GfK
- Fernsehforschung
- Nielsen Sports Estimates.

Voor de print & online media-evaluatie is de monitoring periode 2 tot en met 11 mei. De analyse richt zich op exposure van de gemeenten in combinatie met het evenement. Gekeken is dus naar (de termen) Apeldoorn, Arnhem, Gelderland en/of Nijmegen in combinatie met de Giro d'Italia in deze mediaberichten. Daarbij zijn alleen België, Duitsland, Groot-Brittannië, Italië en Nederland onderzocht. Het gaat daarbij alleen om landelijke media, waarbij voor Nederland De Stentor en Omroep Gelderland zijn toegevoegd aan dat panel. Inzichtelijk is gemaakt het aantal artikelen waarin een gemeente/provincie zichtbaar is en het aantal hits van de gemeente/provincie.

