

## 6 Sportevenementen, -wedstrijden en hun mogelijke maatschappelijke meerwaarde

Willem de Boer (Hogeschool van Arnhem en Nijmegen) en Remko van den Dool (SCP)

In dit hoofdstuk is de volgende kernindicator uitgewerkt:

kernindicator	operationalisatie	uitkomst	trend in de afgelopen 10 jaar
sportfan	aandeel van de bevolking dat maandelijks of vaker sport volgt via bezoek (%)	23 <sup>a</sup>	stabiel <sup>b</sup>

a Bron: SCP/CBS (VTO'12) 12-79 jarigen.

b Bron: SCP (TBO'75-'05); SCP/CBS (TBO'11) 12-79 jarigen.

### 6.1 Inleiding

Sportevenementen en -wedstrijden spelen al decennialang een belangrijke rol in de maatschappij (Stokvis 2007). Niet alleen vormen ze een belangrijk onderdeel van de georganiseerde sport in de vorm van regionale, nationale, Europese of wereldkampioenschappen en Olympische of Paralympische Spelen, ook zijn ze belangrijk voor de actieve en passieve sportbeleving. Wedstrijden van het Nederlands voetbalelftal kunnen rekenen op uitverkochte stadions en miljoenen televisiekijkers die gekluisterd aan de buis zitten (zie hoofdstuk 5). Als een grote wielerronde ons land aandoet, staan honderdduizenden wielersfans langs de weg. Aan de Nijmeegse Vierdaagse doen jaarlijks meer dan 40.000 wandelaars mee uit binnen- en buitenland. En wekelijks zijn er talloze kleine en middelgrote sportwedstrijden en -evenementen waarbij sporters elkaar en zichzelf uitdagen en waarvan toeschouwers genieten.

Bij een sportwedstrijd nemen mensen of teams het tegen elkaar op in een bepaalde sport. Een sportevenement is een georganiseerde gebeurtenis waarbij mensen samenkomen om deel te nemen aan en toeschouwer te zijn bij één of meerdere sportactiviteiten. Sportevenementen verschillen in omvang, niveau en frequentie: er zijn incidentele en terugkerende evenementen, evenementen waar één sport en evenementen waar meerdere sporttakken worden bedreven, en evenementen die plaatshebben op een vaste locatie of die telkens op verschillende plekken zijn georganiseerd. Daarnaast verschillen zij van opzet en naar type eigenaar. En tot slot is er onderscheid tussen typen deelnemers en toeschouwers bij sportevenementen en de verhouding tussen beide groepen: zijn het de topsporters waar iedereen naar komt kijken, is het de bedoeling om zelf mee te doen of vormt het evenement een combinatie van beide?

Beleidsmatig is er steeds meer aandacht voor sportevenementen. Het Olympisch Plan 2028 gebruikte de ambitie om Olympische Spelen in Nederland te organiseren als stip op de horizon om Nederland op 'Olympisch niveau' te krijgen (zie hoofdstuk 3). Ook na het

stopzetten van het Olympisch Plan blijft er aandacht voor sportevenementen bestaan, al verschuift de focus van het binnenhalen van grootschalige evenementen naar de maatschappelijke en economische effecten. Het organiseren van side-events rondom het hoofdevenement acht men van belang voor een maximaal maatschappelijk en economisch rendement. Jaarlijks wordt door het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (vws) zo'n 4,7 miljoen euro aan (top)sportevenementen en aanpalende activiteiten besteed. Ook provincies als Noord-Brabant en Gelderland en veel grote steden hebben een actief sportevenementenbeleid. In totaal wordt er door de diverse overheden circa 30 miljoen euro in sportevenementen en side-events geïnvesteerd (Straatmeijer 2014; zie hoofdstuk 3).

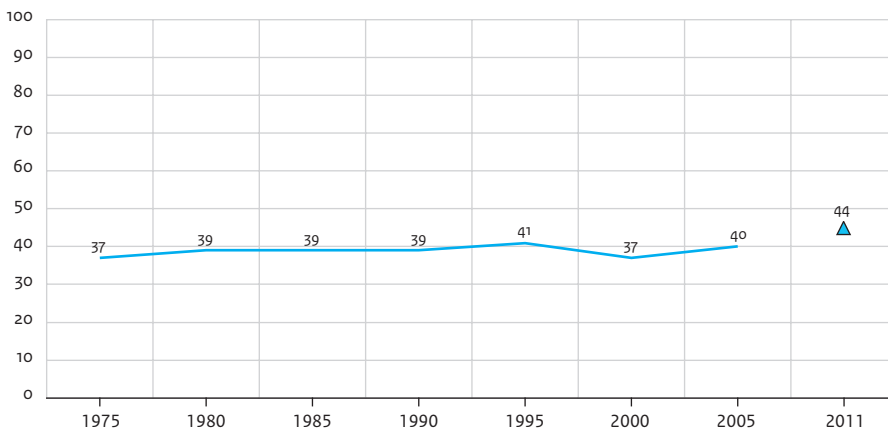
Nederland is de afgelopen jaren succesvol geweest bij het binnenhalen van grote sportevenementen. Op de Global Sports Nations Index, een studie die laat zien welke landen succesvol zijn geweest in het uitbrengen van bids voor en hosten van grote multisportevenementen en wereldkampioenschappen, nam Nederland de elfde plaats in over de periode 2008-2013 (Sportcal 2013). Dat was onder meer te danken aan de starts van drie grote wielerrondes: de Vuelta e Espana in Drenthe in 2009, de Giro d'Italia in Amsterdam en Tour de France in Rotterdam, de laatste twee in 2010. De afgelopen jaren heeft Rotterdam zich als een evenementenstad geprofileerd met de wereldkampioenschappen turnen (2010), tafeltennis (2011) en BMX (2014). Daarnaast hebben in Zuid-Limburg het WK Wielrennen (2012), in Utrecht de Europese Jeugd Olympische Spelen (EYOF, 2013), in Den Haag de WK Hockey (2014) en in Amsterdam de WK Roeien (2014) plaatsgevonden. Ook voor de komende jaren zijn diverse grote internationale sportevenementen te gast in Nederland: de WK Beach Volleyball, EK Volleybal (beide 2015), een Tour- (2015) en Girostart (2016) en de EK Atletiek (2016). Naast eenmalige sportevenementen kent Nederland een aantal internationale tradities, zoals de TT van Assen, de Vierdaagse van Nijmegen, de ATP-tennistoernooien van Rotterdam en Rosmalen en de Amstel Gold Race. In dit hoofdstuk worden de belangrijkste ontwikkelingen op een rij gezet op het gebied van sportwedstrijden en -evenementen in Nederland. Daarbij zal uitvoerig worden stilgestaan bij de vraag wat de mogelijke maatschappelijke effecten hiervan zijn. Dit gebeurt onder meer aan de hand van het Tijdsbestedingonderzoek (TBO), de Vrijtijdsomnibus (VTO) als het gaat om bezoekers (§ 6.2) en deelnemers (§ 6.3) aan sportevenementen. Onderzoeken rondom individuele sportevenementen geven een eerste indruk van de effecten van sportevenementen voor de maatschappij (§ 6.4).

## 6.2 Bezoekers van sportwedstrijden en -evenementen

Sinds 1975 is er weinig verandering te zien in het aandeel volwassen Nederlanders dat weleens een sportwedstrijd bezoekt. Het kan een professionele wedstrijd betreffen maar ook kijken naar een wedstrijd waaraan een zoon of dochter deelneemt (figuur 6.1). De lichte stijging sinds 2000 komt overeen met het beeld dat in de Rapportage Sport van 2008 werd geschetst (Kamphuis en Van den Dool 2008).

Figuur 6.1

Bezoeken van sportwedstrijden, bevolking 18-79 jaar, 1975-2011<sup>a</sup> (in procenten)



a Vraagstelling wijkt in 2011 enigszins af.

Bron: SCP (TBO'75-'05); SCP/CBS (TBO'11)

Als we de bevolkingscijfers voor het bezoek van sportwedstrijden uitbreiden met het bezoek van sportevenementen,<sup>1</sup> blijkt dat meer dan de helft (52%) van de bevolking van 12-79 jaar in 2012 een sportwedstrijd of -evenement heeft bezocht (tabel 6.1). Niet iedereen doet dit even vaak: 30% van de bevolking gaat enkele keren per jaar. Daartegenover staat dat 9% wekelijks een sportwedstrijd of -evenement bezoekt. Dit zijn vaker mannen dan vrouwen: 26% respectievelijk 18%. Daarnaast is de belangstelling van ouderen van 50-79 jaar veel minder groot dan van jongeren. Middelbaar opgeleiden (24%) zijn vaker maandelijkse bezoeker dan lager opgeleiden (17%). Zelf sporten en het bezoeken van sport hangen met elkaar samen. Zeer frequente sporters bezoeken vaker maandelijks een wedstrijd of evenement dan weinig of niet sporters (31% resp. 12%). Mogelijk betreft dit de wedstrijden van medesporters (niet in tabel).

Tabel 6.1

Bezoekfrequentie in afgelopen 12 maanden van sportwedstrijden en -evenementen, bevolking 12-79 jaar, 2012 (in procenten; n = 2746)<sup>a</sup>

	wekelijks	1-4 keer per maand	enkele keren per jaar	niet in afgelopen jaar
totaal	9	14	30	48
geslacht				
man	<b>10</b>	<b>16</b>	<b>32</b>	42
vrouw	7	11	27	<b>55</b>
leeftijd				
12-19 jaar	12	20	35	33
20-49 jaar	10	<b>15</b>	33	<b>42</b>
50-79 jaar	<b>5</b>	11	<b>24</b>	60
hoogst voltooide opleiding (25-79 jaar)				
lager	7	<b>9</b>	24	59
middelbaar	<b>10</b>	14	26	<b>50</b>
hoger	7	14	<b>35</b>	45
jaarlijkse sportfrequentie				
0-11 keer	<b>5</b>	7	17	70
12-59 keer	9	<b>12</b>	<b>31</b>	<b>48</b>
60-119 keer	9	16	36	39
≥ 120 keer	11	20	36	34

a Significanties ( $p = < 0,05$ ) zijn vetgedrukt (verschil van uitkomst in de rij boven/onder het kenmerk).

Bron: SCP/CBS (VTO'12)

### Voetbal meest bezochte sporttak

Welke takken van sport bezochten Nederlanders in 2012? Verreweg de meeste bezoekers gingen naar een voetbalwedstrijd (62%, zie tabel 6.2). Andere sporten werden veel minder bezocht: tennis (10%), hockey (10%), volleybal (7%) en paardensport (7%).

De voorkeur voor voetbal is bij mannen duidelijk groter dan bij vrouwen, hoewel het ook voor hen de meest bezochte sport is. Na de gelijke top-3 van voetbal, tennis en hockey bezoeken vrouwen vaker zwemmen en paardensport, mannen gaan vaker naar fietsen, wielrennen en volleybal kijken.

Ouderen bezoeken wat minder vaak voetbal of hockey dan jongeren, maar gaan meer naar tennis. Zaalvoetbalwedstrijden trekken een jonger publiek. Vooral 20-49-jarigen bezoeken zwemevenementen of -wedstrijden; mogelijk heeft dit te maken met het afzwemmen van hun kinderen. De interesse van hoger opgeleiden voor het bezoek van voetbalwedstrijden is wat minder dan van middelbaar en lager opgeleiden. Zij

gaan vaker naar hockey, tennis of hardlopen. Na de sporten voetbal en tennis brengen lager opgeleiden graag een bezoek aan een paardensportwedstrijd of -evenement. De frequentie waarin men zelf sport laat geen verschil zien naar het bezoek van voetbalwedstrijden. De meest frequente sporters gaan vaker naar hockey- en tenniswedstrijden.

**Tabel 6.2**

Bezoek wedstrijden en evenementen naar sporttak, bezoekers 12-79 jaar, vijf belangrijkste bezochte sporten, 2012 (in procenten van alle bezochte sporten; n = 5090)

	1e sport	2e sport	3e sport	4e sport	5e sport
<b>totaal</b>	veldvoetbal (62)	tennis (10)	hockey (10)	volleybal (7)	paardensport (7)
<b>geslacht</b>					
man	veldvoetbal (71)	hockey (9)	tennis (8)	fietsen (7)	volleybal (6)
vrouw	veldvoetbal (51)	tennis (13)	hockey (12)	zwemmen (11)	paardensport (10)
<b>leeftijd</b>					
12-19 jaar	veldvoetbal (67)	hockey (17)	volleybal (12)	zaalvoetbal (11)	paardensport (10)
20-49 jaar	veldvoetbal (64)	hockey (10)	tennis (9)	zwemmen (8)	zaalvoetbal (7)
50-79 jaar	veldvoetbal (57)	tennis (14)	hockey (9)	volleybal (9)	paardensport (8)
<b>hoogst voltooide opleiding (25-79 jaar)</b>					
lager	veldvoetbal (63)	tennis (10)	paardensport (10)	gymnastiek (8)	zwemmen (7)
middelbaar	veldvoetbal (62)	tennis (12)	volleybal (8)	zwemmen (7)	motor- of autosport (6)
hoger	veldvoetbal (58)	hockey (18)	tennis (14)	hardlopen (10)	zwemmen (8)
<b>jaarlijkse sportfrequentie</b>					
0-11 keer	veldvoetbal (60)	tennis (9)	zwemmen (8)	gymnastiek (7)	volleybal (6)
12-59 keer	veldvoetbal (60)	hockey (9)	tennis (9)	volleybal (9)	zwemmen (9)
60-119 keer	veldvoetbal (64)	hockey (9)	tennis (9)	volleybal (8)	zwemmen (7)
≥ 120 keer	veldvoetbal (63)	hockey (14)	tennis (13)	zaalvoetbal (10)	hardlopen (7)

Bron: SCP/CBS (VTO'12)

### Bezoekers van voetbalwedstrijden

Voetbal maakt een substantieel deel van de wedstrijdbezoeken uit (tabel 6.2). Voor een groot deel is dit bezoek van amateurvoetbal (47%; tabel 6.3). Een kwart gaat alleen naar wedstrijden in het betaald voetbal en ruim een kwart (28%) bezoekt beide vormen. Vrouwen, 50-plussers en lager opgeleiden die langs de lijn staan, gaan vaker alleen naar amateurwedstrijden dan bezoekende mannen, jongeren en hoger opgeleiden. Ook voetbalbezoekers die zelf niet of weinig sporten bezoeken vooral amateurwedstrijden. Bezoekers die zelf voetballen kiezen vaker tussen of amateur of betaald-voetbalwedstrijden dan bezoekers die deze sport niet beoefenen. Niet-voetballers bezoeken zowel betaalde als amateurwedstrijden.

Tabel 6.3

Bezoek voetbalwedstrijden en -evenementen naar betaald en amateurvoetbal, bezoekers 12-79 jaar, 2012 (in procenten)

	alleen betaald (n = 217)	alleen amateur (n = 422)	zowel betaald als amateur (n = 245)
totaal	25	47	28
geslacht			
man	<b>29</b>	37	<b>34</b>
vrouw	18	<b>65</b>	17
leeftijd			
12-19 jaar	18	41	42
20-49 jaar	<b>30</b>	41	<b>29</b>
50-79 jaar	21	<b>61</b>	19
hoogst voltooide opleiding (25-79 jaar)			
lager	15	69	<b>16</b>
middelbaar	<b>26</b>	<b>47</b>	27
hoger	36	38	26
jaarlijkse sportfrequentie			
0-11 keer	21	<b>69</b>	10
12-59 keer	<b>31</b>	46	<b>23</b>
60-119 keer	23	46	32
≥ 120 keer	25	<b>39</b>	36
deelname veldvoetbal (≥ 1 keer per jaar)			
deelname	<b>28</b>	<b>53</b>	19
geen deelname	19	33	<b>49</b>

Vet = significant verschil ( $p < 0,05$ ).

Bron: SCP/CBS (VTO'12)

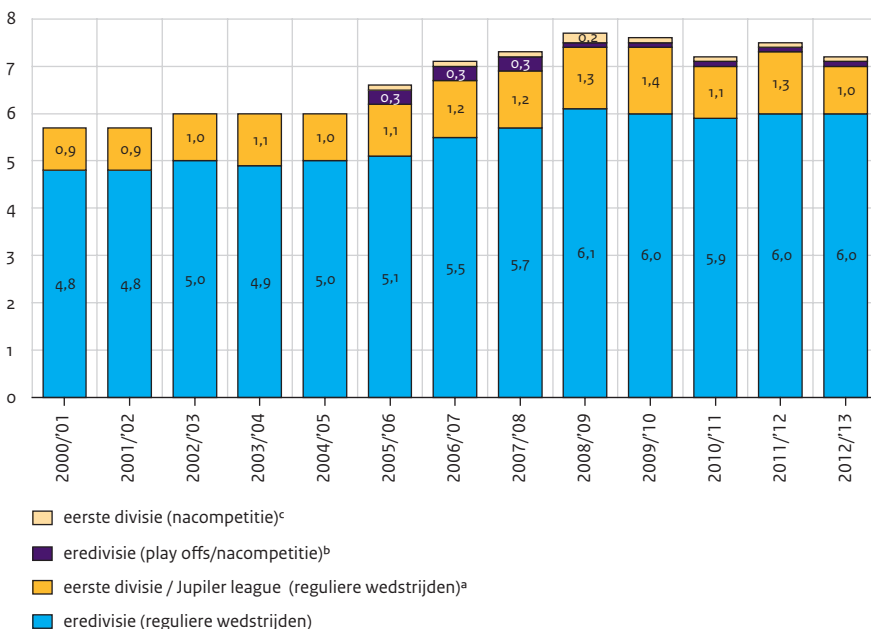
### Betaald voetbal

Tot het seizoen 2007/'08 groeide het aantal bezoeken van eredivisiewedstrijden gestaag van 4,8 naar 5,7 miljoen. In deze periode zijn veel stadions gebouwd of gemoderniseerd. Sindsdien is er weinig groei te zien en liggen de bezoekcijfers rond zes miljoen (figuur 6.2). Een mogelijke verklaring is dat de capaciteit van de stadions een verdere groei in de weg staat. De stadions in Nederland zijn namelijk gemiddeld meer dan 90% bezet (UEFA 2011: 40). Daarnaast kan de economie gevolgen hebben: bijna de helft van de bezoekers aan de voetbalstadions vindt de entreebewijzen (te) duur, vooral losse kaartjes voor de competitie en voor Europese wedstrijden (KNVB Expertise 2013). Ook het feit dat mensen niet meer naar het stadion hoeven, maar thuis de wedstrijden live

kunnen volgen op televisie (sinds augustus 2008 via Eredivisie Live, vanaf het seizoen 2013/'14 via Fox Sports Eredivisie) kan een verklaring vormen voor de stagnatie. Begin 2012 hadden bijna 600.000 huishoudens een abonnement op Fox Sports Eredivisie (zie [www.elfvoetbal.nl](http://www.elfvoetbal.nl)). Een verband met de televisievoetbal-kijktijd van de bevolking (zie hoofdstuk 5) en het aantal bezoekers aan wedstrijden is over de recente jaren overigens afwezig. In het seizoen 2009/'10 kende de eerste divisie een piek van bijna 1,4 miljoen bezoeken. In 2012/'13 is het aantal bezoeken echter teruggelopen tot een miljoen. Vanaf het seizoen 2005/'06 zijn cijfers beschikbaar over de play-offs in de eredivisie en de nacompetitie van de eerste divisie: de laatste seizoenen zijn deze goed voor rond de 100.000 bezoeken. Afgezien van deze 'extra' wedstrijden nemen de bezoeken aan eredivisie wedstrijden ruim vier vijfde van het totaal in (gemiddeld over alle jaren 83%, niet in tabel). Vooral in de even jaren is voetbal populair op televisie. Dan vindt namelijk de organisatie van het Europees en wereldkampioenschap voetbal plaats.

Figuur 6.2

Bezoeken aan wedstrijden van het Nederlandse betaalde voetbal, seizoenen 2000/'01-2012/'13 (in aantallen x 1000)



- a Eerste divisie: cijfers t/m 2002/'03 over achttien clubs, 2003'04 over negentien clubs, van 2005/'06 tot 2009/'10 over twintig clubs, daarna over achttien clubs. Gedurende de seizoenen 2009/'10 en 2012/'13 gingen twee clubs failliet.
- b Selectiewedstrijden voor Europees voetbal (plaatsen 6-9) en nacompetitie (plaatsen 16 en 17) met clubs eerste divisie.
- c Nacompetitie, de vier periodekampioenen van de eerste divisie en de vier hoogst geklasseerde clubs zonder periodetitel plus twee eredivisieclubs.

Geweld rond voetbalstadions kan bezoekers afschrikken. Volgens het jaarverslag over het voetbalseizoen 2012/'13 van het Centraal informatiepunt Voetbalvandalisme (2014) fluctueert het aantal incidenten sterk. Zo lag dit in de seizoenen 2009/'10 en 2011/'12 boven de 900 en in de seizoenen 2010/'11 en 2012/'13 onder de 700. Het aantal uren politie-inzet rond wedstrijden in het betaald voetbal neemt sinds het seizoen 2008/'09 af (Centraal informatiepunt Voetbalvandalisme 2014). Het niveau van de inzet in het voetbalseizoen 2012/'13 is vergelijkbaar met de periode voor het seizoen 2001/'02 (Kamphuis en Van den Dool 2008). In seizoen 2012/'13 zijn 642 verdachten aangehouden in verband met aan voetbal gerelateerd geweld. Dit betekent een forse afname op langere termijn. In seizoen 2001/'02 werden namelijk bijna 1900 verdachten aangehouden.

### Bezoek aan sportevenementen

Van de Nederlandse bevolking tussen de 15 en 80 jaar was in 2011 35% minimaal één keer per jaar aanwezig als toeschouwer bij sportevenementen (Hover en Breedveld 2011). Onder hen waren meer mannen (39%) dan vrouwen (31%). Jongeren komen eerder naar sportevenementen kijken dan ouderen, en hoger opgeleiden eerder dan lager opgeleiden. Terwijl van de niet-sporters 18% wel eens bij een evenement komt kijken is dat aandeel onder sporters ruim twee maal zo hoog (41%). Van de personen die zelf wel eens deelnemen aan een sportevenement is ruim 70% minimaal één keer per jaar toeschouwer. Verder is er weinig bekend over het bezoek aan sportevenementen onder de gehele bevolking. Meer is er bekend over het bezoek aan specifieke sportevenementen. Uit de kaartverkoop van grotere sportevenementen blijkt dat de TT van Assen in 2013 het drukst bezochte betaalde sportevenement was met 131.000 bezoekers,<sup>2</sup> gevolgd door het ABN AMRO Tennis Toernooi in Rotterdam (tabel 6.4). Opvallend is dat maar liefst vijf paardensportevenementen in de top 10 van meest bezochte evenementen staan. Naast deze betaalde evenementen zijn er sportevenementen waarbij de organisatie zelf het aantal bezoekers schat.<sup>3</sup> Op basis van deze schattingen is de marathon van Rotterdam (925.000 bezoeken) het grootste evenement van 2013, gevolgd door de Nijmeegse Vierdaagse (850.000) en de Nationale Sportweek (850.000).

Tabel 6.4

Tien evenementen met betaalde toegang met het hoogste aantal bezoekers, 2013 (in aantallen x 1000)

nr.	evenement	sport	plaats	bezoeken
1	Dutch TT Assen	motorsport	Assen	131
2	ABN AMRO World Tennis Tournament	tennis	Rotterdam	116
3	Indoor Brabant	paardensport	's-Hertogenbosch	65
4	CSI-Twente Internationaal Concours Hippique	paardensport	Geesteren	60
4	Military Boekelo Enschede	paardensport	Enschede	60
6	Topshelf Open	tennis	Rosmalen	58
7	Jumping Amsterdam	paardensport	Amsterdam	53
8	Nederland - Estland (wk 2014 Kwalificatie)	voetbal	Amsterdam	52
8	CHIO Rotterdam	paardensport	Rotterdam	52
8	Johan Cruijff Schaal	voetbal	Amsterdam	52

Bron: Respons 2013



### 6.3 Deelnemers aan sportevenementen

Uit de Sportersmonitor (Hover en Breedveld 2014) blijkt dat 19% van de bevolking tussen de 15 en 80 jaar in 2011 deelnemer was aan één of meerdere sportevenementen. Het aandeel onder de mannen (25%) is bijna twee maal zo hoog als onder de vrouwen (13%). Daar waar ruim een op de drie 15-20-jarigen (36%) aan sportevenementen deelneemt, loopt dat percentage terug tot 9% onder de 66-80-jarigen. Het verschil tussen hoger opgeleiden (22%) en lager opgeleiden (18%) is betrekkelijk klein. Van de sporters nam een kwart deel aan sportevenementen, terwijl dit onder niet-sporters (begrijpelijkerwijs) slechts 2% was.<sup>4</sup>

De sportevenementen met de meeste deelnemers zijn te vinden in de wandel-, hardloop- en wielersport. Het eendaagse sportevenement met de meeste deelnemers van Nederland is de Dam-tot-Dam-loop waar jaarlijks ruim 50.000 deelnemers van start gaan. Hieraan gekoppeld zijn ook de Dam-tot-Dam-wandeltocht met 16.000 deelnemers en de fietstocht met 6.000 fietsers. Andere grote wandelevenementen zijn de Vierdaagse van Nijmegen met elk jaar ruim 42.000 deelnemers, en de Airborne Wandeltocht (circa 33.000).

De populariteit van het deelnemen aan hardloopevenementen is de laatste jaren gestaag gegroeid en hangt onlosmakelijk samen met een groeiend aantal lopers (Vos et al. 2014). De hardloopevenementen faciliteren niet alleen de traditionele lopers, maar weten ook niet-lopers aan te trekken. Organisatoren richten zich met succes op specifieke doelgroepen zoals vrouwen en studenten. Het ruime en diverse aanbod van hardloopevenementen heeft mede gezorgd voor een 'derde loopgolf' (Hover 2013). De Marathon van Amsterdam heeft het grootste aantal deelnemers met 16.000. Tellen we andere afstanden tijdens hetzelfde evenement mee, dan zijn het ruim 40.000 deelnemers. In 2005 waren dit er nog maar 15.000, waarvan ongeveer een derde aan de marathon deelnam. Andere marathons zijn eveneens populair, zoals die van Rotterdam met ruim 25.000 deelnemers, waarvan de helft aan de klassieke afstand meedoet. Veel hardloopevenementen lopen tegen de grenzen van hun capaciteit aan. De organisatie van de Marathon van Eindhoven had in 2013 in totaal ruim 17.000 deelnemers, maar zoekt mogelijkheden om het potentieel van 26.000 te bedienen. Buiten de marathons zijn de Zevenheuvelenloop (15 kilometer), de City-Pier-City-loop (halve marathon) en de 4 Mijl van Groningen de grootste evenementen, met jaarlijks respectievelijk 35.000, 31.000 en 21.000 deelnemers. Daarnaast worden er wekelijks tientallen kleinere hardloopevenementen georganiseerd.

Eenzelfde trend is te zien voor wielrennen. De Nederlandse Toerfiets Unie registreert jaarlijks drieduizend toertochten voor sportieve racefietsers, mountainbikers en recreatieve fietsers. Bekende grootschalige wielerevenementen zijn Limburgs Mooiste en de Fietsfstedentocht, beide met 15.000 deelnemers.

De laatste jaren worden steeds vaker breedtesportevenementen aan topsportevenementen gekoppeld. Zo kent de Amstel Goldrace een toereditie. Bij alle recente starts van grote wielerrondes werd eveneens een toertocht georganiseerd; de Classico Giro Utrecht is een jaarlijks terugkerend breedtesportevenement geworden. Tevens hebben organisatoren van sportevenementen de organisatie verbreed naar andere sporten,

een voorbeeld is de reeds genoemde Dam-tot-Dam-loop, die is uitgebreid met een wandeltocht (sinds 2003) en fietsclassic (sinds 2007).

Over de kenmerken van deelnemers aan sportevenementen is nog weinig bekend, behalve uit onderzoek onder hardloopevenementen (Van Bottenburg en Hover 2009; Hover en Romijn 2011). Hardloopevenementen hebben een laagdrempelig en sociaal karakter, onder meer vanwege de lage kosten voor het beoefenen van de sport (Scheerder en Van Bottenburg 2010). Vooral hoger opgeleide mannen van middelbare leeftijd doen mee aan deze evenementen (zie tabel 6.5). Ongeveer twee derde van de deelnemers heeft een bovengemiddeld inkomen.

Tabel 6.5

Deelnemers aan hardloopevenementen, naar achtergrondkenmerken, 2008-2011 (in procenten)

	middelgrote hardloopevenementen (2010/'11)	grote hardloopevenementen (2008/'09)
geslacht		
man	63	65
vrouw	37	35
leeftijd		
> 30 jaar	16	13
30-54 jaar	70	73
≥ 55 jaar	14	13
opleidingsniveau		
laag	11	onbekend
middelbaar	30	onbekend
hoog	59	57
inkomen van het huishouden		
beneden modaal	16	onbekend
modaal	21	onbekend
bovenmodaal	63	68

Bron: Van Bottenburg en Hover (2009); Hover en Romijn (2011)

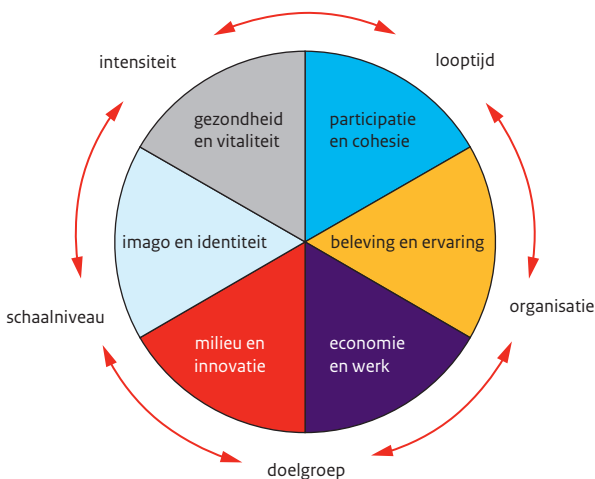
Niet alleen sociaal-demografische kenmerken laten verschillen zien, ook de beleving van het hardlopen, en gedrag en interesse in de loopsport differentiëren bij evenementenlopers. Vos en anderen (2014) onderscheiden bij de Ladies Run Flow, een hardloopevenement alleen voor dames, drie typen deelnemers: 'traditionele fitloopsters', 'sociale' en 'individuele hardloopsters'. Traditionele fitloopsters lopen vooral vanuit gezondheidsmotieven en zijn geïnteresseerd in het onderhouden van hun conditie. Zij vormden ruim een kwart (27%) van de deelnemers. Gezelligheid en

samenhorigheid staan voor de sociale hardloopsters (40%) voorop. Individuele hardloopsters (33%) komen alleen naar het evenement en associëren zich sterk met de sport zelf. Deze segmentering kan helpen om beter op de wensen, behoeften en verwachtingen van (potentiële) evenementenlopers in te spelen en daarmee een ‘verantwoorde en duurzame beoefening van het hardlopen’ te stimuleren (Vos et al. 2014).

#### 6.4 Wat leveren sportevenementen op?

Sportevenementen organiseren is niet meer voldoende. In een tijd van toenemende druk op politieke transparantie en verantwoording van overheidsuitgaven, worden deze evenementen ingezet om bepaalde maatschappelijke of economische doelen te bereiken. Ze kunnen verschillende potentiële effecten hebben (De Groot et al. 2012; figuur 6.3). Centraal staat het hoofdevenement, maar daaromheen kunnen allerlei activiteiten en side-events plaatsvinden om op één of meerdere thema’s een effect te sorteren. Het daadwerkelijke effect dat gerealiseerd kan worden is mede afhankelijk van bijvoorbeeld de intensiteit en looptijd van de activiteiten (zie buitenste ring figuur 6.3). Zo mag verwacht worden dat een grootschalig evenement – zoals de start van een internationale wielervedronde – een groter effect heeft op het imago van een stad of de economie van een regio, dan een kleiner evenement, zoals de Ronde van Drenthe. Voor organisatoren is het belangrijk om te definiëren met welke doelen ze het evenement organiseren. Wanneer de bijbehorende doelgroep(en) duidelijk zijn, kunnen activiteiten daarop worden afgestemd. Zonder een gerichte aanpak zullen de gewenste maatschappelijke effecten zeker niet worden bereikt (De Groot et al. 2012).

Figuur 6.3  
Maatschappelijke waarde sportevenementen, 2012



Bron: De Groot et al. (2012)

Er is nog weinig bewijs dat evenementen op zichzelf een *legacy*, oftewel een langdurig maatschappelijk effect hebben, zoals het vergroten van de fysieke gezondheid of de sociale cohesie van bezoekers of de bevolking (zie Chalip 2006; Weed et al. 2009). Dit komt mogelijk doordat er weinig onderzoek gedaan is naar die effecten, en dat geldt nog sterker voor de lange termijn. Het blijkt lastig om gemeten effecten direct en onomstotelijk aan een evenement te koppelen. Bestaande literatuur laat zien dat veel van de beoogde maatschappelijke effecten achterblijven bij de doelstellingen of zich helemaal niet voordoen (Chalip 2006). Nederlands onderzoek bij tien middelgrote sportevenementen en de bijbehorende side-events laat zien dat mogelijke effecten staan of vallen met een bredere visie dan het evenement *an sich*. Dat betekent dat er aanpalende sociaal-culturele activiteiten over een langere periode moeten worden georganiseerd door of met lokale organisaties. De realisatie van maatschappelijke doelen hangt tevens af van de organisatie van het evenement zelf en de kwaliteit van afstemming met maatschappelijke partners zoals scholen, verenigingen, gemeenten en welzijnsorganisaties (De Groot et al. 2012).

In de afgelopen jaren zijn er door de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP, zie kader 6.1) voor alle thema's een of meerdere modules ontwikkeld teneinde de effecten van sportevenementen te kunnen evalueren. Voor de meeste modules zijn er onderzoeksresultaten en die zijn hieronder systematisch gepresenteerd. Alleen naar de thema's 'gezondheid en vitaliteit' en 'milieu en innovatie' zijn nog geen onderzoeken gedaan.

---

#### **Kader 6.1 De WESP en gestandaardiseerde effectmetingen bij sportevenementen**

De Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP) stelt zich ten doel de kennis over de effecten van sportevenementen, en daarmee de kans op een succesvolle verwerving en organisatie, te vergroten. Ze doet dit door het standaardiseren, verzamelen en publiceren van informatie en onderzoek over sportevenementen. Dit laatste gebeurt onder meer via de website [www.evenementenevaluatie.nl](http://www.evenementenevaluatie.nl). De werkgroep zelf voert geen onderzoek uit, maar de afzonderlijke leden van de WESP doen dat wel. Het onderzoek en de methodiek zijn voor iedereen toegankelijk, waarmee deze 'open source'-aanpak uniek is voor sportonderzoek in Europa.

De WESP is sinds de start in 2009 uitgegroeid tot een netwerk van meer dan 35 partijen. Hieronder bevinden zich naast hogescholen ook universiteiten, publieke en private onderzoeksinstellingen. Tevens zijn er gebruikers betrokken, zoals de gemeente Rotterdam en NOC\*NSF, zodat de behoeften van het werkveld geborgd zijn. Er zijn tot 2014 meer dan dertig onderzoeken uitgevoerd volgens door de WESP vastgestelde methoden. Evaluatieonderzoek volgens de WESP-methodiek wordt door VWS en diverse provincies en gemeenten voorwaardelijk gesteld voor het verkrijgen van subsidie voor de organisatie van sportevenementen en side-events (De Boer en Van de Heuvel 2014).

---

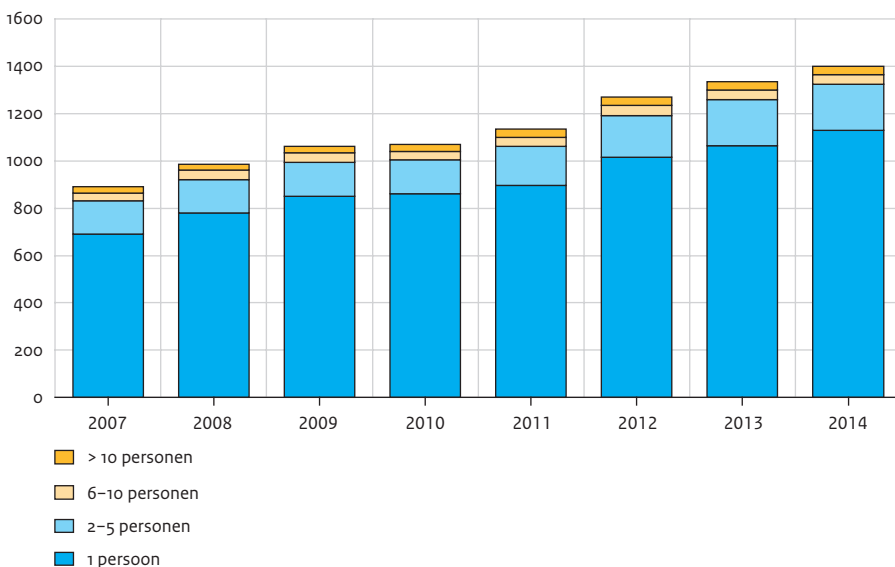
### **Economie en werk**

Het aantal organisatoren van sportevenementen is de laatste jaren flink toegenomen (figuur 6.4). In 2014 waren dat er bijna 1400, ruim 50% meer dan in 2007. Ruim 80% van deze organisaties zijn eenmansbedrijfjes oftewel zzp'ers. Dit aandeel is sinds 2007 sta-

biel. Er zijn ongeveer 35 bedrijven in deze sector met meer dan tien personen in dienst die waarschijnlijk een groot deel van de organisatie van grotere sportevenementen voor hun rekening nemen. In totaal zijn er zo'n 4000 personen werkzaam bij organisaties die sportevenementen organiseren.

Figuur 6.4

Bedrijven die sportevenementen organiseren naar aantal werknemers, 2007-2014 (in absolute aantallen)



Bron: CBS (StatLine)

Voor verschillende evenementen is een studie naar de economische impact verricht met behulp van WESP-modules. Onder economische impact wordt verstaan: de additionele of extra bestedingen die in een gebied of regio neerslaan en die een direct oorzakelijk verband hebben met het sportevenement. Het gaat dus alleen om extra bestedingen (van deelnemers, bezoekers, media en de evenementenorganisator) in een regio, die daar niet zouden worden gedaan als het evenement niet of elders plaats zou vinden.

Van de onderzochte sportevenementen hebben grote wielerevenementen de meeste economische impact op hun nabije omgeving (tabel 6.6). Het WK Wielrennen van 2012 kende voor Zuid-Limburg een economische impact van 28,8 miljoen euro. Hier speelden de looptijd (10 dagen), het schaalniveau (internationale uitstraling) en de intensiteit (er werd ook een toertocht georganiseerd) een nadrukkelijke rol. Hetzelfde kan gezegd worden van de start van de drie grote wielerrondes in Nederland, al was daar de looptijd aanzienlijk korter (3 tot 4 dagen). De verschillende wereldkampioenschappen hebben geleid tot miljoenen extra bestedingen in de regionale economie. Vooral de horeca profiteerde

hiervan. Ook evenementen die op de breedtesport zijn gericht, kunnen voor een aanzienlijke regionale bestedingsimpuls zorgen. De Zevenheuvelenloop in Nijmegen laat dit zien. Het effect van de schaal van een evenement is zichtbaar bij turnen: er zijn wat betreft economische impact tien NK's nodig om het effect van één WK te evenaren.

Tabel 6.6

Economische impact sportevenementen voor een regio, diverse evenementen, 2009-2013 (in euro's x 1000)

sportevenement	regio	economische impact
WK Wielrennen Zuid-Limburg 2012	Zuid-Limburg	28.800
Start Tour de France Rotterdam 2010a	Rotterdam	20.800
Start van Giro Amsterdam 2010	Amsterdam	9.500
ABN Amro World Tennis Tournament Rotterdam 2013	Rotterdam	6.500
WK Turnen Rotterdam 2010	Rotterdam	6.400
WK Tafeltennis Rotterdam 2011	Rotterdam	5.500
Start van Vuelta Drenthe 2009	Drenthe	5.300
EYOF Utrecht 2013	regio Utrecht	4.800
EK Waterpolo Eindhoven 2012	Eindhoven	2.200
WK Schaatsen (Afstanden) 2012	Friesland	2.100
WK Bridge Veldhoven 2011	Veldhoven	2.100
Zevenheuvelenloop Nijmegen 2013	Gelderland	1.500
Marathon Eindhoven 2012	Eindhoven	1.500
WK Baanwielrennen 2011	Gelderland	1.300
NK Turnen Rotterdam 2012	Rotterdam	678
NK Indooratletiek Apeldoorn 2013	Gelderland	181

a Additionele bestedingen van de evenementenorganisatie zijn buiten beschouwing gelaten.

Bron: De Boer en Van den Heuvel (2013)

### Sportparticipatie en sociale cohesie

De hoop bij veel beleidsmakers is, dat deelname of bezoek aan een sportevenement ook tot meer sportparticipatie gaat leiden. Diverse onderzoeken geven echter aan dat dit meestal niet of nauwelijks het geval is. Zo voelt slechts 4% van de personen die bij evenementen als toeschouwer aanwezig is, zich aangemoedigd om zelf meer te gaan sporten (tabel 6.7). Voor deelnemers is dit aandeel drie maal zo hoog en voor personen die zowel toeschouwer als deelnemer zijn, is dit aandeel vijf maal hoger (Hover 2012). Hierbij gaat het voornamelijk om het vaker sporten door mensen die al aan sport doen, aangezien slechts 2% van de niet-sporters zich door het bezoek aan evenementen aangemoedigd voelt om te gaan sporten.

**Tabel 6.7**

Bezoekers en deelnemers van sportevenementen, aangemoedigd om (meer) te gaan sporten, 2012 (in procenten; n = 407)

	ja	enigszins	nee
totaal	11	24	65
sporter	12	27	61
niet-sporter	2	6	92
toeschouwer	4	17	80
deelnemer	13	45	42
beide	21	29	51

Bron: Hover (2012)

Vergelijkbare cijfers zijn af te leiden uit de Vrijtijdsomnibus van 2012, waarin aan de Nederlandse bevolking is gevraagd of zij naar aanleiding van bezoek van sportwedstrijden of -evenementen meer zijn gaan sporten. Ook hier zijn het vaker de sporters die aangeven meer te zijn gaan sporten (6%), dan de mensen die niet of minder dan 12 keer per jaar sporten (3%). Vooral jongeren geven vaker aan door het bezoek meer te zijn gaan sporten (cijfers niet in tabel).

Bij het European Youth Olympic Festival 2013 (EYOF) in Utrecht is er tijdens het evenement onderzoek gedaan naar de intentie van bezoekers om meer te gaan sporten (Hover 2013). Hetzelfde patroon is zichtbaar namelijk dat vooral actieve mensen na het evenement van plan zijn om meer te gaan sporten (16%, voor niet-sporters is dat 7%; zie tabel 6.8).

**Tabel 6.8**

Bezoekers van het European Youth Olympic Festival 2013 die zijn aangemoedigd (meer) te sporten, naar sportfrequentie (in procenten; n = 1950)

	eens	neutraal	oneens
niet sporter	7	19	74
incidentele sporter (1-11 keer per jaar)	13	33	54
frequente sporter ( $\geq 12$ keer per jaar)	16	23	61
totaal	15	26	59

Bron: Hover (2013)

Losstaande sportevenementen sorteren veelal geen of zeer beperkt maatschappelijke effecten (De Groot et al. 2012). De verwachting is dat goed op de doelstelling en doelgroep afgestemde side-events meer effect zullen hebben. Amsterdamse basisschoolkinderen

bezochten evenementen als de Zesdaagse Amsterdam (baanwielrennen) of de Amsterdam Rugby Sevens en namen zelf actief deel aan side-events die waren gericht op het verhogen van de sportparticipatie. Na aan de sport geproefd te hebben, vindt 69% van de kinderen die sport (veel) leuker dan daarvoor, iets minder dan een kwart (23%) geeft aan dat er geen verschil is en 8% vindt de sport minder leuk (Baart de la Faille-Deutekom et al. 2014). Ruim acht van de tien (82%) deelnemende kinderen had zin gekregen om de sport van het evenement te gaan beoefenen en bijna de helft (48%) zou lid willen worden van een vereniging in die tak van sport. Kinderen die al aan sport doen waren ook hier enthousiaster dan niet-sportende kinderen. Bij lidmaatschap van een sportvereniging is echter een omgekeerd beeld te zien: dan zouden juist kinderen die nog geen lid zijn, wel lid willen worden van een sportclub voor die tak van sport. Dit komt overeen met veel andere onderzoeken (zie Chalip 2006). In hoeverre kinderen dan ook werkelijk de sport gaan doen of lid van de vereniging worden, is niet bekend. Over de effecten van sportevenementen op de sociale cohesie, zoals deelname aan maatschappelijke instituties en de sociale contacten die mensen onderling onderhouden, is tot op heden in Nederland nog weinig bekend. Wel heeft het Mulier Instituut (Hover 2012) onderzoek gedaan naar de mate waarin bezoekers en deelnemers aan sportevenementen nieuwe mensen hebben leren kennen, die nu hun vrienden zijn (tabel 6.9). 16% van de bezoekers vindt dat dit op hen van toepassing is. Wederom is dit onder niet-sporters (3%) en personen die alleen toeschouwer zijn (9%) substantieel lager.

Tabel 6.9

Bezoekers en deelnemers van sportevenementen die nieuwe mensen leren kennen en vrienden worden, 2012 (in procenten; n = 407)

	ja	enigszins	nee
totaal	16	21	63
sporter	18	22	61
niet-sporter	3	13	83
toeschouwer	9	17	74
deelnemer	19	25	57
beide	26	24	50

Bron: Hover (2012)

### Beleving en ervaring & Imago en identiteit

De waardering van het evenement kan verschillen tussen bezoekers, deelnemers en omwonenden. Bezoekers zijn het vaakst gevraagd naar hun waardering, zij geven gemiddeld een 7,7 tot een 8 op een schaal van 1 tot 10 (tabel 6.10). Sportevenementen in de openbare ruimte zoals de City-Pier-City-loop en de start van de Vuelta in Drenthe hebben een relatief lage bezoekerswaardering, mogelijk vanwege het feit dat zij in de openbare ruimte plaatsvinden en dat zij door de vrije toegang niet selecteren tussen 'toevallige



voorbijgangers' en fanatieke supporters van het evenement. Wellicht heeft Nederlands succes ook verband met de waardering. Onderzoek bij onder meer de EK en WK Baanwielrennen suggereert namelijk dat het sportieve resultaat een klein, maar positief effect heeft op de waardering dan wel beleving van het evenement door bezoekers (De Boer 2013).

Tabel 6.10

Bezoekerstevredenheid bij sportevenementen, 2009-2013 (gemiddelde waarderingcijfer op een schaal 1-10)

evenement	waarderingcijfer bezoekers
EK Waterpolo Eindhoven 2012	8,3
World League Volleyball Apeldoorn 2013	8,2
WK Turnen Rotterdam 2010	8,1
EK Handboogschieten Amsterdam 2012	8,1
WK Wielrennen Zuid-Limburg 2012	8,0
Start Tour de France Rotterdam 2010	8,0
EYOF Utrecht 2013	8,0
WK Schaatsen (Afstanden) Heerenveen 2012	7,9
Tilburg Ten Miles 2013	7,9
Start van Giro Amsterdam 2010	7,8
Outdoor Gelderland 2013	7,8
Start van Vuelta Drenthe 2009	7,7
WK Bridge Veldhoven 2011	7,7
EK Baanwielrennen Apeldoorn 2012	7,5

Bron: WESP-rapportages

Wat deelnemers van het evenement vonden is minder bekend, zeker bij topsportevenementen. Voor breedtesportevenementen is wel enige informatie voorhanden, meer specifiek over hardloopevenementen (Van Bottenburg en Hover 2009; Hover en Romijn 2011; De Boer 2014). Deelnemers zijn over het algemeen zeer tevreden – en significant meer dan bezoekers – over deze hardloopevenementen (tabel 6.11). Ze geven gemiddeld een acht of hoger. Voor de paar topsportevenementen, waar deze cijfers bekend zijn, ligt dit cijfer iets lager.

Tabel 6.11

Deelnemerstevredenheid bij sportevenementen, 2012-2013 (gemiddelde waarderingcijfer op een schaal 1-10)

evenement	waarderingcijfer deelnemers
Tilburg Ten Miles 2013	8,5
Zevenheuvelenloop 2013	8,5
Outdoor Gelderland 2013	8,0
EYOF Utrecht 2013	7,7
wk Bridge Veldhoven 2012	7,5

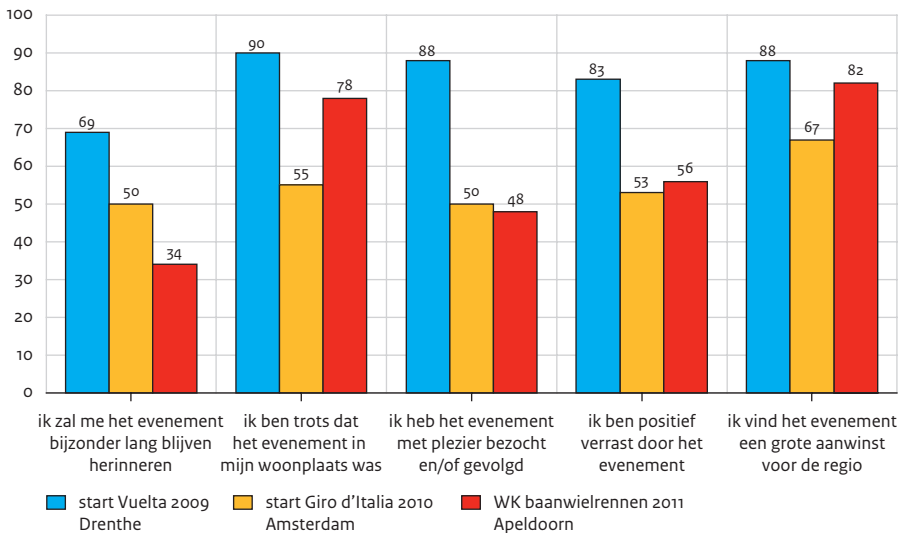
Bron: WESP-rapportages

Omwonenden ten slotte zijn over het algemeen positief over het evenement, maar deze waardering kan wel uiteenlopen. Onderzoek bij drie grote wielerevenementen laat dit zien (figuur 6.5). Over de start van de Vuelta 2009 in Drenthe was een zeer groot deel van de inwoners positief verrast (83%) en zij hadden het evenement met plezier bezocht of gevolgd. Over de start van de Giro d'Italia in Amsterdam waren inwoners in meerderheid ook wel positief, maar een aanzienlijk kleiner deel was trots op de organisatie van het evenement of had het met plezier bezocht of gevolgd. Bij de wk Baanwielrennen 2011 in Apeldoorn, lag de beleving tussen beide genoemde evenementen in. De mate waarin het evenement een plek in het langetermijngeheugen zou krijgen, gaf het minst optimistische beeld.

Evenementen kunnen een positief effect hebben op de identiteit en het imago van een regio bij de lokale bevolking. Maar liefst negen van de tien Drentenaren waren trots op de organisatie van de Vuelta in hun provincie. Ook vonden zij het evenement het vaakst een grote aanwinst voor de regio, al was ook 55% van de Amsterdammers en 78% van de Apeldoornse bevolking die mening toegeedaan. Deze uitkomsten worden bevestigd door de waarderingcijfers die omwonenden gaven aan het evenement. Amsterdammers gaven de Giro-start een 6,7, in Apeldoorn kreeg de wk Baanwielrennen een 7,3, en Drentenaren gaven de start van de Vuelta een 8,1.

Figuur 6.5

Beleving van evenementen door inwoners van de organiserende stad of provincie, 2009-2011  
(in procenten (helemaal) mee eens)



Bron: Oldenboom (2009); Verhoogt et al. (2010); De Boer (2011)

Sportevenementen of -wedstrijden kunnen een bijdrage leveren aan het imago van een stad of regio naar buiten toe. In het Nationaal Sportonderzoek (NSO) van 2013 is gevraagd naar de mate waarin men een achttal steden met een bepaalde sport associeert (tabel 6.12). Vier op de tien Nederlanders koppelt Heerenveen aan schaatsen en 25% van de bevolking denkt bij die stad aan voetbal. Iets meer dan een kwart heeft helemaal geen sport voor ogen bij deze gemeente. De overige zeven gemeenten in het onderzoek worden in eerste instantie met voetbal geassocieerd. Voor Hengelo en Almere geldt dat de helft van de bevolking geen sport aan de gemeente koppelt.

Tabel 6.12

Associatie van sporttakken met een stad, bevolking 15-80 jaar, 2013 (in procenten; n = 1544)

gemeente	1e associatie	%	2e associatie	%	overige sporten (%)	geen sport (%)
Heerenveen	schaatsen	41	voetbal	25	7	27
Rotterdam	voetbal	36	hardlopen	15	20	29
Amsterdam	voetbal	38	hardlopen	10	21	31
Eindhoven	voetbal	36	zwemmen	12	13	38
Den Haag	voetbal	29	hockey	5	24	42
Utrecht	voetbal	30	wielrennen	4	21	45
Almere	voetbal	12	schaatsen	12	26	50
Hengelo	voetbal	14	atletiek	7	22	57

Bron: Mulier Instituut (Nationaal Sportonderzoek 2013)

## 6.5 Conclusie

Van alle Nederlanders bezoekt 23% maandelijks of vaker een sportwedstrijd of -evenement en 19% neemt wel eens deel aan een sportevenement. Onder jongeren, mannen, hoger opgeleiden en met name sporters zijn deze aandelen groter. Voetbal is de meest bezochte sport en dat geldt voor vrijwel alle groepen onder de bevolking. Jaarlijks kent alleen al het betaald voetbal ruim zeven miljoen bezoekers. Deelname aan evenementen lijkt steeds populairder te worden. Vooral die aan hardloop- en wielerevenementen is de laatste jaren flink toegenomen. Het aantal evenementenorganisatoren stijgt de laatste jaren gestaag en zij moeten vaak een grens stellen aan het aantal deelnemers.

Nederland is de afgelopen jaren relatief vaak gastheer geweest voor grote topsport-evenementen en ook de komende jaren staan diverse Europese en wereldkampioenschappen en starts van grote wielerevenementen op de agenda. Bij de lokale bevolking is er doorgaans een groot draagvlak en veel waardering voor het organiseren van aansprekende sportevenementen. De nationale overheid en diverse provincies en gemeenten spelen hierbij een rol, bijvoorbeeld door middel van subsidiëring. Evenementen, zowel grote als kleine, worden de laatste jaren steeds meer ingezet om economische of sociaal-maatschappelijke doelen te bereiken. Analyses laten zien dat op de korte termijn sportevenementen voor een aanzienlijke economische impact kunnen zorgen, vooral op regionaal niveau. De hoogte van deze impact hangt samen met aspecten als de omvang, de duur en het type sportevenement.

Tot de sociaal-maatschappelijke doelen behoren onder meer het vergroten van sportparticipatie en de sociale cohesie. Deze langetermijneffecten zijn vaak niet aangetoond, mede doordat er nog weinig onderzoek naar is verricht. Eerste verkenningen laten zien dat bezoek en deelname aan sportevenementen vooral bij mensen die al sporten leiden tot een verhoogde intentie om meer te gaan sporten. Of dit daadwerkelijk in gedrag wordt doorgezet, is onbekend.

Diverse onderzoeken laten zien dat er geen aan het evenement zelf toerekenbare sociaal-maatschappelijke effecten zijn. Beleidsmatig is daardoor de aandacht verbreedt van alleen de evenementen naar ook de lokale inbedding en activiteiten eromheen. Een eerste onderzoek naar de effecten hiervan op Amsterdamse schoolkinderen lijkt hun cruciale rol bij maatschappelijke effecten enigszins te bevestigen. Veel is echter nog onbekend en zal de komende jaren duidelijk moeten worden.

## Noten

- 1 Het TBO-onderzoek (figuur 6.1) vraagt alleen naar bezoek van sportwedstrijden, evenals het in eerdere Rapportages sport gebruikte Aanvullend Voorzieningengebruik Onderzoek (AVO). In het VTO-onderzoek wordt respondenten gevraagd naar bezoek van sportwedstrijden en/of-evenementen. De percentages komen daardoor niet overeen. Doordat de onderzoeken in opzet van elkaar verschillen, is echter niet aan te geven of het hogere percentage bij VTO het gevolg is van het toevoegen van de term evenementen (zie Van den Dool et al. 2014).
- 2 Voor onderzoek bij evenementen wordt onderscheid gemaakt tussen de termen bezoeken, waarbij een persoon die op meerdere dagen het evenement bezoekt ook even zo vaak wordt geteld, en bezoeker, waarbij deze persoon slechts één keer wordt geteld.
- 3 Organisatoren van onbetaalde evenementen hebben uiteraard belang bij een groot aantal bezoeken. Het aantal bezoeken kan daardoor overschat zijn.
- 4 Hoofdstuk 4 liet zien dat ruim een op de vijf sporters, vooral jongeren en hoger opgeleiden, deelnam aan sportevenementen of -toernooien (tabel 4.7). Dit percentage komt uit de VTO en heeft betrekking op sporters in 2012. De cijfers die hier gepresenteerd worden komen uit de Sportersmonitor 2011, waarbij onderzoek is gedaan onder de gehele bevolking van 15-80 jaar, met een uitsplitsing naar sporters en niet-sporters. Doordat de onderzoeken qua opzet en tijdsperiode van elkaar verschillen, is niet duidelijk wat de redenen zijn voor de verschillende uitkomsten.