



ONTWIKKELING ONDERZOEKSPROGRAMMA TOPSPORTEVENEMENTEN

Verkenning van een breed gedragen en duurzaam
onderzoeksprogramma op het gebied van
topsportevenementen

Jelle Schoemaker, Jeroen Weijermars, Frank van Eekeren & Willem de Boer
Oktober 2021

ONTWIKKELING ONDERZOEKSPROGRAMMA TOPSPORTEVENEMENTEN

Verkenning van een breed gedragen en duurzaam
onderzoeksprogramma op het gebied van
topsportevenementen

Opdrachtgever: Ministerie van Volksgezondheid Welzijn & Sport (VWS)

Foto voorkant: Pixabay

Auteurs: Jelle Schoemaker¹, Jeroen Weijermars², Frank van Eekeren² en Willem de Boer¹

¹ Sports & Economics Research Centre (SERC)

HAN University of Applied Sciences (HAN)

² Lectoraat Impact van Sport

De Haagse Hogeschool (HHS)

Met medewerking van: Nigel van Rijs (student HHS)

SAMENVATTING

Om de maatschappelijke waarde van topsportevenementen te vergroten heeft het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) samen met NOC*NSF en de Vereniging Sport en Gemeenten (VSG) een Nationale Topsportevenementen Strategie (NTS) voor de periode 2021-2030 ontwikkeld. De minister voor Medische Zorg en Sport geeft in de kamerbrief (d.d. 25 november 2020) aan daaraan sluitend een onderzoeksprogramma naar de maatschappelijke betekenis van sportevenementen te willen (laten) ontwikkelen en financieren, zoals ook de Nationale Sportraad eerder adviseerde. Het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) heeft aan de Haagse Hogeschool (HHS) en de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) gevraagd om gezamenlijk een eerste stap te zetten voor een breed gedragen en duurzaam onderzoeksprogramma op het gebied van (top)sportevenementen. De onderzoeksvragen daarbij luiden: *1) Welke kennisbehoefte is er bij stakeholders om een breed palet aan maatschappelijk verantwoord georganiseerde topsportevenementen te realiseren, waarbij gebruik wordt gemaakt van het bijkomende podium en 2) op welke manier dient het proces georganiseerd te worden volgens stakeholders om te komen tot bruikbare inzichten die voorzien in deze kennisbehoeften.*

Het onderzoek is vormgegeven aan de hand van een deskresearch en focusgroepen met stakeholders. De deskresearch is tot stand gekomen door een analyse van verschillende beleidsstukken, bestaand uit onderzoek over de opbrengsten van sportevenementen via wetenschappelijke databases en andere relevante documenten. De focusgroepen zijn georganiseerd in mei en juni 2021 in zeven sessies waarbij sportbonden, gemeenten, provincies, evenementorganisaties, evenementonderzoekers en kennisinstellingen bij elkaar zijn gezet voor een vraaggesprek a.d.h.v. drie subvragen die afgeleid zijn van de NTS. De gesprekken zijn geanalyseerd op overeenkomsten en verschillen van kennisbehoeften en getoetst op kwaliteitscriteria. Hieruit komen vier mogelijke onderzoekslijnen naar voren:

Draagvlak & inspiratie

Er is in Nederland draagvlak voor het organiseren van topsportevenementen en veel Nederlanders genieten daarvan. Er is bij stakeholders veel behoefte aan meer inzicht onder welke voorwaarde dit draagvlak tot stand komt en welke (inspirerende) rol dit speelt bij individuen. Daarbij moet ook meer inzicht komen in de doelgroepen die momenteel sportevenementen bezoeken of volgen en welke men graag wil bereiken (zowel demografisch als geografisch).

Samenwerking

Wanneer het gaat om maatschappelijk verantwoorde sportevenementen dan gaat het bij veel stakeholders over de aandacht voor thema's als duurzaamheid, gezondheid en inclusiviteit. Om deze maatschappelijk verantwoorde sportevenementen te organiseren, is er behoefte aan meer inzicht in het opzetten van een goede samenwerking tussen (veelal private) evenementorganisatoren, publieke organisaties en de samenleving. Er is nog veel onbekend over het stellen van maatschappelijke eisen en de rollen van alle stakeholders die daarbij horen. Publiek-private samenwerking lijkt een belangrijk onderliggend mechanisme te zijn voor het creëren van maatschappelijk verantwoorde topsportevenementen.

Bredere economische effecten

Topsportevenementen worden vaak gelegitimeerd vanwege de nieuwe bestedingen die ze naar de regio brengen. Dit wordt nu vooral nog onderzocht door te kijken naar de bestedingen van bezoekers, deelnemers, media-officials en organisatie. Een deel van de stakeholders vindt dat deze directe impact te nauw gemeten wordt en heeft grote behoefte aan het onderzoeken van andere economische effecten rondom topsportevenementen, bijvoorbeeld op het gebied van toerisme, handel en zakelijk netwerk.

Maatschappelijke effecten

Bij alle stakeholders is er een grote behoefte aan kennis omtrent het gebruik van topsportevenementen als platform voor maatschappelijke effecten. Duidelijke indicatoren die over verschillende evenementen gelegd kunnen worden, moeten helpen om meer te leren van de werkende bestandsdelen en het stellen van (nieuwe) realistische doelen. Er is ook veel behoefte aan beter duiding van eerder onderzoek en het begrijpen van werkzame processen rondom maatschappelijke effecten. Ook wordt het wenselijk geacht om meer onderzoek te doen naar het kwantificeren van de opbrengsten in termen van gezondheid, welzijn en plezier. Dit om beleidsmakers te helpen bij het maken van een goede afweging wanneer gevraagd wordt naar een bijdrage in de budgetten.

Samenhang en afstemming

Vanuit betrokken stakeholders komt duidelijk naar voren dat er een voorkeur is voor een netwerkorganisatie bestaande uit een programmaraad, secretariaat en aangesloten kennisinstellingen. Deze netwerkorganisatie draagt zorg voor het toekennen van

onderzoekstaken aan kennisinstellingen, monitort de voortgang ervan, voert het onderzoek uit, helpt het verspreiden van uitkomsten en haalt nieuwe kennisvragen op. Daarnaast voorziet deze organisatie stakeholders van gevraagd en ongevraagd advies over keuzes t.a.v. de Nationale Topsportevenementen Strategie. Voor het uitvoeren van het gewenste onderzoek is naar schatting 4 FTE nodig dat opgepakt kan worden door een consortium van kennisinstellingen. Deze aangesloten instellingen dienen ook zelf een minimaal inbreng te doen.

INHOUDSOPGAVE

1	INLEIDING.....	7
1.1	Doel van het onderzoek	7
1.2	Leeswijzer	8
2	AANPAK.....	9
2.1	Onderzoeksdesign	9
2.2	Onderzoekspopulatie	9
2.3	Gespreksonderwerpen	9
2.4	Analyse, kwaliteitscriteria en selectie	10
3	KENNISBEHOEFTE TOPSPORTEVENEMENTEN.....	11
3.1	Breed palet van topsportevenementen met de meeste inspirerende waarde.....	11
3.2	Topsportevenementen maatschappelijk verantwoord organiseren	15
3.3	Topsportevenementen voor maatschappelijke waarde.....	19
4	ONDERZOEKSLIJNEN	24
4.1	Onderzoekslijnen	24
4.2	Focus binnen onderzoeksvragen	26
5	SAMENWERKING & AFSTEMMING.....	28
5.1	Bevindingen deskresearch	28
5.2	Bevindingen focusgroepen	29
5.3	Varianten organisatie samenwerking en afstemming	30
5.4	Advies organisatie samenwerking en afstemming	32

1 INLEIDING

In Nederland wordt de waarde van sportevenementen breed onderkend. Jaarlijks worden vele duizenden kleine en grote sportevenementen georganiseerd. Sportevenementen hebben vaak lokale, regionale en soms nationale of internationale effecten. Die variëren van economische impact tot een bijdrage aan sportdeelname of minder tastbare effecten zoals trots en geluk. Om de maatschappelijke waarde van (top)sportevenementen te vergroten heeft het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) samen met NOC*NSF en de Vereniging Sport en Gemeenten (VSG) een Nationale Topsportevenementen Strategie (NTS) ontwikkeld voor de periode 2021-2030. Deze strategie is onderdeel van het Nationaal Sportakkoord (deelakkoord 6: Topsport die inspireert) en wordt daarmee breed gedragen door sportorganisaties, gemeenten, bedrijven en maatschappelijke organisaties.

De minister voor Medische Zorg en Sport heeft in 2020, samen met de Tweede Kamer, geconstateerd dat er sprake is van versnippering en te weinig samenwerking bij de organisatie van topsportevenementen. Ook wordt er tussen de verschillende betrokken organisaties onvoldoende van elkaar geleerd. De minister heeft daarom in een kamerbrief (d.d. 25 november 2020) aangegeven te willen inzetten op “(1) Het creëren van afstemming en samenhang; (2) het bevorderen van aantrekkelijke en maatschappelijk verantwoord georganiseerde evenementen; en (3) het creëren van een podium waar bijvoorbeeld gemeenten, provincies, maatschappelijke organisaties en het bedrijfsleven hun maatschappelijke of economische ambities kunnen realiseren”. In de kamerbrief geeft de minister ook aan om een onderzoeksprogramma naar de maatschappelijke betekenis van sportevenementen te willen (laten) ontwikkelen en financieren, zoals ook de Nederlandse Sportraad eerder adviseerde.

1.1 Doel van het onderzoek

Het ministerie van VWS heeft aan de Haagse Hogeschool (HHS) en de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) gevraagd om gezamenlijk een eerste stap te zetten voor een breed gedragen en duurzaam onderzoeksprogramma op het gebied van (top)sportevenementen. Hierbij ligt de focus op twee punten, (1) de ontwikkeling van een inhoudelijke kennisagenda/onderzoeksprogramma en (2) de afstemming en samenwerking hieromtrent, inclusief de aanzet tot duurzame betrokkenheid en draagvlak bij de verschillende bij sportevenementen betrokken partijen. De onderzoeksvragen luiden: *1) Welke kennisbehoefte is er bij stakeholders om een breed palet aan maatschappelijk verantwoord georganiseerde*

topsportevenementen te realiseren, waarbij gebruik wordt gemaakt van het bijkomende podium en 2) op welke manier dient het proces georganiseerd te worden volgens stakeholders om te komen tot bruikbare inzichten die voorzien in deze kennisbehoeften.

Voor het eerste deel van de onderzoeksvraag zijn aan de hand van de Nederlandse Topsportevenementen Strategie (NTS) subvragen geformuleerd:

- *Welke kennis is volgens stakeholders nodig om te komen tot een palet van topsportevenementen die zorgen voor de meeste inspirerende waarde?*
- *Welke kennis is volgens stakeholders nodig om topsportevenementen op een maatschappelijk verantwoorde manier te organiseren?*
- *Welke kennis is volgens stakeholders nodig om topsportevenementen te benutten voor maatschappelijke waarde?*

1.2 Leeswijzer

In het volgende hoofdstuk wordt allereerst ingegaan op de aanpak van het onderzoek. Vervolgens komen in hoofdstuk 3 de resultaten van de deskresearch en de focusgroepen terug. In hoofdstuk 4 worden aanbevelingen gedaan voor onderzoekslijnen voor de meest kansrijke kennisbehoefte van de stakeholders. In hoofdstuk 5 wordt tenslotte verder ingegaan op de afstemming en samenwerking om te komen tot een breed gedragen en duurzaam onderzoeksprogramma op het gebied van (top)sportevenementen.

2 AANPAK

In dit hoofdstuk lichten we de aanpak van ons onderzoek verder toe.

2.1 Onderzoeksdesign

Het onderzoek is vormgegeven aan de hand van een deskresearch en focusgroepen met stakeholders. De deskresearch is tot stand gekomen door een analyse van verschillende beleidsstukken, bestaand onderzoek over de opbrengsten van sportevenementen via wetenschappelijke databases en andere relevante documenten (zie literatuurlijst). De focusgroepen zijn georganiseerd in mei en juni 2021 in zeven sessies waarbij telkens dezelfde type (sportbonden, gemeenten, provincies, evenementorganisaties, evenementonderzoekers en kennisinstellingen) stakeholders bij elkaar zijn gezet voor een vraaggesprek. De focusgroep met gemeenten was opgedeeld in twee sessies. De focusgroepen duurden tussen de 1,5 en 2 uur per sessie.

2.2 Onderzoekspopulatie

In samenspraak met het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport is gekeken welke organisaties en personen uitgenodigd worden voor de focusgroepen. Voor elke focusgroep zijn minimaal acht personen uitgekozen die benaderd zijn per email vanuit de onderzoekers. Uiteindelijk is een focusgroep doorgegaan wanneer er minimaal drie van de acht uitgenodigde personen aanwezig konden zijn. In de meeste gevallen waren er vier tot vijf mensen aanwezig in een focusgroep. In totaal deden er 31 mensen mee aan de focusgroepen. De reden voor niet-participeren was veelal tijdgebrek door de korte tijdsspanne waarin het onderzoek tot stand is gekomen, maar niet onwil of desinteresse in het onderwerp. In bijlage I is de lijst van deelnemende organisaties aan deze focusgroepen toegevoegd.

2.3 Gespreksonderwerpen

Tijdens de focusgroepen zijn de thema's uit de Nationale Topsportevenement Strategie (NTS) besproken en vertaald naar de drie subvragen.

1. Met een divers palet van topsportevenementen, kunnen zoveel mogelijk Nederlanders genieten van topsportevenementen.
 - *Subvraag: Welke kennis is volgens stakeholders nodig om te komen tot een palet van topsportevenementen die zorgen voor de meeste inspirerende waarde?*

2. Deze evenementen moeten aantrekkelijk zijn en maatschappelijk verantwoord worden georganiseerd. Het zijn topsportevenementen die:
 - Optimale omstandigheden voor topsporters bieden
 - Efficiënt en effectief worden georganiseerd;
 - Duurzaam en klimaatneutraal worden georganiseerd;
 - Inclusief en toegankelijk zijn;
 - Aandacht hebben voor de gezondheid en veiligheid van betrokkenen

➤ *Subvraag: Welke kennis is volgens stakeholders nodig om topsportevenementen op een maatschappelijk verantwoorde manier te organiseren?*
3. Daarnaast krijgen topsportevenementen ook op lokaal niveau veel aandacht. Lokale stakeholders kunnen deze podium functie optimaal benutten voor lokale ambities op het gebied van bijv. gezondheid, sportparticipatie of innovatie.

➤ *Subvraag: Welke kennis is volgens stakeholders nodig om topsportevenementen te benutten voor maatschappelijke waarde?*

Het laatste deel van de focusgroep ging over hoe de organisaties aankijken tegenover samenwerking en afstemming op gebied van evenementenonderzoek, op welke manier dit georganiseerd moet worden en welke rol en bijdrage ze daaraan willen leveren.

2.4 Analyse, kwaliteitscriteria en selectie

De focusgroepen zijn met toestemming van de deelnemers opgenomen en getranscribeerd door een junior onderzoeker. Het transcript is vervolgens geanalyseerd op overeenkomsten en verschillen van kennisbehoeften. Vervolgens is aan de hand van de volgende kwaliteitscriteria een selectie gemaakt van de verdiepende onderzoekslijnen:

- Bijdragen aan het doel om een breed palet aan maatschappelijk verantwoord georganiseerde topsportevenementen te realiseren, waarbij gebruik wordt gemaakt van het bijkomende podium.
- Landelijk beleidsniveau relevant
- Mate van overlap van kennisbehoefte tussen verschillende stakeholders
- Inzichten vanuit de literatuur en eigen expertise

Voor wat betreft organisatie over de samenwerking en afstemming is een specifieke focusgroep georganiseerd met afgevaardigden van diverse kennisinstellingen en Kenniscentrum Sport. Daarnaast is de Nederlandse Sportraad telefonisch geïnterviewd. In deze gesprekken zijn de voor- en nadelen van diverse varianten in organisatievormen besproken en is er gekeken welke variant de voorkeur heeft.

3 KENNISBEHOEFTE TOPSPORTEVENEMENTEN

In dit hoofdstuk worden de opbrengsten uit de deskresearch en de focusgroepen toegelicht voor de drie geformuleerde subvragen. Bij elke subvraag (zie methode) wordt afgesloten met een afzonderlijke conclusie en mogelijke onderzoeksvragen die horen bij de kennisbehoefte op het thema.

3.1 Breed palet van topsportevenementen met de meeste inspirerende waarde

In deze paragraaf staat de volgende subvraag centraal: *Welke kennis is volgens stakeholders nodig om te komen tot een palet van topsportevenementen die zorgen voor de meeste inspirerende waarde?*

3.1.1 Bevindingen deskresearch

De beoogde inspiratie van topsportevenementen wordt in de literatuur vaak opgevat als aanleiding van bezoekers en kijkers om zelf aan sport te gaan doen. Dit aspect komt terug bij evenementen als platform voor maatschappelijke waarde (onderdeel 3) in paragraaf 3.3. De inspirerende waarde kan ook opgevat worden vanuit een consumptie perspectief. Wanneer bezoekers aangetrokken worden tot het 'nuttigen' van een sportevenement dan heeft dit betekenis in hun leven (Kim et al., 2019). Het bezoeken en volgen van topsportevenementen is een uiting van persoonlijke identiteit binnen een subcultuur (Green, 2001). Individuen die zichzelf identificeren met een bepaalde sportcultuur, zullen meer geneigd zijn om sportevenementen die horen bij deze subcultuur te bezoeken en te volgen. Over het bezoek van topsportevenementen is niet veel bekend. In Nederland weten we wel dat ongeveer een derde van de bevolking wel eens een sportwedstrijd bezoekt en 21% maandelijks of vaker (Sociaal Cultureel Planbureau, 2018). Hieronder verstaan we zowel grote topsportevenementen maar ook de nationale en lokale (voetbal)wedstrijden. Dit betekent dat er ongeveer 3,2 miljoen personen in Nederland sportwedstrijden bezoeken. Er is geen land in de Europese Unie waar het bezoeken van sportevenementen zo populair is (Hover et al., 2020). Deze omvang is stabiel over de jaren heen, al lijken vooral twintigers minder vaak naar sportevenementen te gaan dan voorheen. Mannen, jeugd, 35-54-jarigen, ouders met oudere kinderen doen dit relatief vaker. Uit evaluatiestudies van de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen blijkt verder dat voornamelijk hoog opgeleiden en zelf-sporters de evenementen bezoeken (Evenementen Evaluatie, 2021). Mensen met een lager opleidingsniveau of chronische aandoening doen dit beduidend minder vaak. Opvallend is ook dat inwoners van stedelijke gebieden of de grootste

vijf gemeenten minder vaak sportwedstrijden bezoeken (Sociaal Cultureel Planbureau, 2018). Voetbal is de meest bezochte sport, gevolgd door hockey- en tenniswedstrijden, maar precieze cijfers ontbreken. Niet-sporters gaan beduidend minder vaak naar sportevenementen (13%) dan sporters (24%). Volgens Eurostat (2018) is in Nederland 'geen interesse' de belangrijkste reden om geen sportevenement te bezoeken (70%). Europees ligt dit gemiddelde op 52%. Voor zeven procent van de Nederlanders was er een financiële reden om geen sportevenementen te bezoeken terwijl dit gemiddeld in Europa op elf procent ligt. Hover et al. (2020) geven aan dat ruim tachtig procent van de niet-bezoekers wel zelf aan sport doet en/of volgt sport via de media. Deze personen beschikken daarmee over een zekere mate van sportieve competentie, wat nodig is om sportevenementen te kunnen volgen en waarderen (Stokvis, 2010). Daarmee vormen zij een potentiële groep bezoekers. Dat geldt het sterkst voor de groep die zelf sport én volgt in de media (35% van de niet-bezoekers).

Wat betreft het draagvlak voor de organisatie van internationale topsportevenementen wordt in Nederland ook onderzoek gedaan. Daaruit blijkt dat dit draagvlak de laatste jaren toeneemt. Tussen 2014 en 2018 is het deel van de Nederlandse bevolking dat de organisatie van topsportevenementen in ons land belangrijk vindt met tien procentpunt toegenomen tot 54%. Met name de steun onder niet-sporters is toegenomen, net als die onder vijftigers (Hover, 2020). Tegelijkertijd vindt een derde van de bevolking het belangrijk noch onbelangrijk en ziet ruim een tiende er geen waarde in om grote evenementen naar Nederland te halen. Een belangrijk bezwaar om grote internationale sportevenementen in Nederland te organiseren betreft de (verwachte) kosten voor de belastingbetaler (Hover & Brandsema, 2018). Daarnaast worden er vraagtekens geplaatst bij schaduwzijden van topsport en –evenementen zoals doping, wedstrijdvervalsing en immorele handelingen (AEF, 2017). Ook uit internationaal onderzoek blijkt dat de zorgen om kosten en ethische aspecten samenhangen met een lager draagvlak terwijl verwachte trots samenhangt met een hoger draagvlak (Johnston et al., 2021).

Voor veel topsportevenementen geldt dat, om deze te mogen organiseren, de rechten moeten worden binnengehaald. Er is sinds de jaren 80 een felle concurrentie tussen steden of regio's om topsportevenementen zoals de Olympische Spelen of Wereldkampioenschappen voetbal te organiseren (Hartman & Zandberg, 2015). Hoewel meerdere, veelal westerse landen claimen een evenementenstrategie te hebben, is dit weinig onderwerp van studie geweest. Het lijkt er vooral op neer te komen dat stakeholders gezamenlijk bepalen welke kansen zich aandienen en hoe ze met elkaar het proces organiseren (Chappelet & Lee, 2016). Bij 24 onderzochte

landen in Europa blijkt het doel van deze strategie veelal gericht op het promoten van sport en bijbehorende effecten, verbeteren van imago, in stand houden van sportinfrastructuur en de ontwikkeling van toerisme (Stopper et al., 2010). De belangrijkste indicatoren voor de beslissing om een sportevenement financieel mogelijk te maken, zijn het belang van de sporttak, economische impact, internationale media aanwezigheid en het budget (Gnadinger et al., 2011). Vanwege de veranderende normen en waarden in de huidige samenleving, wordt het organiseren van topsportevenementen in op consensus gerichte en egalitaire democratieën zoals Nederland steeds moeilijker (Hartman & Zandberg, 2015). In een evenementenstrategie worden bewuste keuzes gemaakt over welke evenementen de moeite waard zijn om na te streven. Dat vereist een meer horizontale benadering van planning en bestuur. Het gevolg is dat het een complex, moeilijk en langdurig onderhandelingsproces met veel belanghebbenden op verschillende bestuursniveaus kan inhouden. Een van de voorwaarden is daarom het vermogen en de bereidheid om een dergelijk langetermijnproces aan te gaan en open te staan voor processen van co-creatie. Het is ook belangrijk om te beseffen dat het resultaat mogelijk niet aan alle voorwaarden van alle stakeholders kan worden voldaan (Hartman & Zandberg, 2015).

3.1.2 Bevindingen focusgroepen

Alle stakeholders geven aan dat het gewenst is dat topsportevenementen moeten zorgen voor inspiratie, maar dat hier veel verschillende interpretaties aan kunnen worden gegeven. Hierdoor worden er nog geen duidelijke keuzes gemaakt. Zo zet een vertegenwoordiger van een provincie vraagtekens bij wat inspiratie is en welke rol dit zou moeten spelen: *“Wat versta je precies onder de inspiratie? Het bereiken van een zo groot mogelijk bereik? Is dat dan de inspiratie? Ik vind dat niet te scherp omschreven.”*

Een evenementorganisator zegt: *“Wanneer is er sportevenement überhaupt inspirerend? Dat kan ook liggen aan de timing van zo’n evenement. Als je een schaatsenevenement midden in de zomer houdt en je verwacht dat mensen daardoor gaan schaatsen is dat vrij lastig.”*

Ook kennis over bereik en omvang van specifieke doelgroepen ontbreekt volgens de stakeholders. Gaat het bijvoorbeeld om massa of om prioritering van bepaalde doelgroepen (ook geografisch) die (nog) niet bereikt worden? Zo zegt iemand vanuit een sportbond: *“Wie wil je eigenlijk bereiken? Als je echt jongeren wilt bereiken dan moet je denk ik niet een Tour de France start hebben, dan heb je veel meer aan een Red Bull Urban Festival. Maar wij zeggen altijd: je moet investeren in datgene waar de meeste kansen zijn. Wij kunnen ons binnenste buiten werken in bijvoorbeeld achterstandswijken, maar dat levert weinig op. Misschien zijn er*

andere sporten waar die mensen wel op appelleren. De vraag is veel meer, zoals ik hem zou interpreteren, zou er niet wat meer visie moeten zijn over wie we willen bereiken met evenementen?"

Iemand vanuit de provincie sluit zich daarbij aan: "Ik vergelijk dat vaak met de publieke omroep, als die alleen maar tv-uitzendingen zouden doen die het 'meest' zouden inspireren, dan komen die kleine niche programma's niet meer aan bod. Het is juist onze rol om als overheden om die kleinere dingen en groots een poging te gunnen."

Iemand vanuit de gemeenten herkend de clustering van evenementen ook op een andere manier: "Ik begin bij de grote evenementenbureaus een beetje het gevoel te krijgen dat ze alle evenementen gewoon in Brabant of Gelderland aanbieden, omdat daar het meeste budget zit. Dat gaat uiteindelijk denk ik ook andere steden misschien wel weerhouden om ook te investeren in een mooie faciliteit. Als het doel is zoveel mogelijk mensen in Nederland te bereiken en inspireren dan moeten we nadenken over de plaats waar we dat doen."

De kennis over de inspirationale waarde van topsportevenementen wordt echter niet erg gemist. Vanuit de sportbonden wordt bijvoorbeeld gezegd: "Het zijn ook vaak de omstandigheden of organisatoren die heel enthousiast zijn of een gemeente of provincie die iets graag wil binnenhalen."

Bij gemeenten en organisatoren is er wel behoefte om meer inzicht te krijgen in de mechanismen die zorgen voor inspiratieve evenementen. Zodoende hoeft het niet uit te maken welk evenement zich aandient, maar kun je zorgen voor positieve effecten die passen bij de doelstelling.

Vertegenwoordigers van provincies geven aan dat inzicht in draagvlak onder bevolking en specifieke doelgroepen ontbreekt en dat deze kennis zou helpen in de verantwoordingscyclus: "Wanneer vinden wij het nou oké dat Nederland overheidsgeld besteedt aan evenementen? En wat is daarvoor nodig en waar zien zij dat wij nog meer aandacht aan zouden besteden. Dat zou hele nuttige informatie zijn. Dat maakt ons leven als ambtenaar ook veel makkelijker."

Ook bij een aantal gemeenten wordt deze behoefte herkend: "Eigenlijk heb jij het over draagvlak. Waarom willen mensen het evenement wel of niet in de stad? Want wij vinden het allemaal oké, maar wat vindt de bevolking ervan? En dan wordt het voor een college ook veel makkelijker om daar ja tegen te zeggen op het moment dat dat draagvlak er is." Organisatoren geven aan dat dit soort informatie hen zou helpen om hun propositie te verbeteren: "Welke mensen zouden je evenement willen bezoeken? Wat maakt het dat jij daarheen gaat? Is het een bepaalde DJ? Is het de locatie? En wat is de bereidheid wat je ervoor over hebt?"

3.1.3 Conclusie

Allereerst kan worden vastgesteld dat met inspirerende topsportevenementen veel verschillende aspecten bedoeld kunnen worden. Daarom is het verstandig om over de definiëring en vaststellen van herkenbare indicatoren na te denken. Uit de voorgaande paragrafen blijkt ook dat er nog weinig zicht is op welke wijze verschillende doelgroepen bediend worden door topsportevenementen. Dit komt met name doordat de aanbodzijde van internationale topsportevenementen versnipperd wordt onderzocht door afzonderlijke evenementenevaluaties. Dit terwijl er aan de vraagzijde nog weinig is geanalyseerd om onbediende sportsegmenten naar boven te halen. Er blijkt een relatief grote groep die geen wedstrijden bezoekt, maar wel de sport beoefent of volgt in de media. Het zou goed zijn om erachter te komen welke behoefte deze groep heeft. Vanuit de stakeholders is de kennisbehoefte hierover beperkt, daar de keuze van evenementen sterk afhangen van timing en kansen die zich aandienen. Echter, zou bij de afweging zicht op onbediende sportsegmenten en het draagvlak bij verschillende doelgroepen (incl. regionale spreiding) kunnen bijdragen aan een betere strategie en focus. Voor evenementenorganisatoren levert deze kennis weer waardevolle input op waarmee ze hun marketing kunnen afstemmen op potentiële bezoekers.

Mogelijke onderzoeksvragen die behoren bij de kennisbehoefte van stakeholders op dit thema:

- *Onder welke voorwaarden komt draagvlak voor topsportevenementen tot stand?*
- *Welke factoren dragen bij aan het bezoeken en volgen van sportevenementen en welke betekenis heeft dit op individuen in onze samenleving?*
- *Welke groepen in de samenleving worden momenteel bediend door topsportevenementen en hoe kunnen toekomstige topsportevenementen gewenste doelgroepen bedienen?*

3.2 Topsportevenementen maatschappelijk verantwoord organiseren

In deze paragraaf staat de volgende subvraag centraal: *Welke kennis is volgens stakeholders nodig om topsportevenementen op een maatschappelijk verantwoorde manier te organiseren?*

3.2.1 Bevindingen deskresearch

Volgens Kokolakis (2018) hebben grootschalige sportevenementen acht kritische succesfactoren waarop gestuurd moet worden; communicatie, publiek draagvlak, financiën, organisatorische capaciteit, sportsector, stakeholders, technische infrastructuur en technologische systemen. Vooral op de het gebied organisatorische capaciteit is er de laatste

jaren in Nederland onderzoek gedaan. De Nederlandse Sportraad (2017) concludeert dat het proces bij grote sportevenementen - van haalbaarheid en bid tot en met evaluatie en nazorg - niet bij alle evenementen grondig wordt doorlopen. Haalbaarheidsonderzoek en externe evaluaties worden vooral uitgevoerd bij evenementen waarmee (aanzienlijke) publieke financiering is gemoeid. Verder wordt de organisatie van topsportevenementen lang niet altijd opgezet vanuit een vooraf gesmeed, sterk samenwerkingsverband in de driehoek van sport, bedrijfsleven en overheid. Toch is deze samenwerking volgens de Nederlandse Sportraad (2017) nodig om de opbrengst op alle fronten veilig te stellen. Voor deze uitvoering bestaan hele verschillende organisatievormen en deze wordt in alle gevallen gekenmerkt door een hoge mate van professionaliteit. Internationaal staat Nederland ook bekend om de vernieuwing en het entertainment bij grote sportevenementen, en om de professionele en zuinige wijze van organiseren (Nederlandse Sportraad, 2017). Dijk & Van Eekeren (2014) deden onderzoek naar het organisatieproces bij het European Youth Olympic Festival in Utrecht en concludeerden dat de nationale, provinciale en lokale samenwerking een belangrijke succesfactor is. Ook concludeerden zij dat door publiek/private samenwerking op gebied van side-events veel aanpalende activiteiten worden ontwikkeld die profiteren van hoger niveau van communicatiekracht. Verbeterpunten zijn dat in het bestuur bepaalde organisaties ontbraken in de vertegenwoordiging wat het eigenaarschap ondermijnde, bestuurlijke en uitvoerende taken te veel door elkaar liepen, doelstellingen van betrokken organisaties niet goed worden benoemd en gedeeld en de Utrechtse sportverenigingen onvoldoende betrokken zijn geweest. Ook bij de evaluatie van Giro Gelderland (2016) bleek dat de organisatievorm veel invloed had op de wijze waarop het evenement maatschappelijk verantwoord wordt georganiseerd.

Maatschappelijk verantwoorde sportevenementen omvatten een waaier aan aspecten die geclusterd kunnen worden onder People, Planet, Prosperity (Elkington, 1997). Bij People gaat het in de eerste plaats om de gezondheid van deelnemers en bezoekers. Alle sportevenementen hebben inherente risico's op letsel en ziekte voor deelnemers. Gezondheidszorg voor sportevenementen moeten worden gepland en opgeleverd om deze risico's te verzachten (Mountjoy et al, 2020). De coronapandemie heeft ons ook bewust gemaakt van de gezondheidsrisico's die reizende bezoekers met zich meebrengen. In de literatuur klinkt dan ook de roep om meer onderzoek, evaluatie en noodscenario's bij grootschalige topsportevenementen (Lee & Shipway, 2020). Ook is er de laatste decennia veel aandacht voor duurzaamheid (Planet). Sportevenementen hebben door de benodigde infrastructuur en de reisbewegingen van atleten, coaches, officials, media en bezoekers een

grote invloed op de uitstoot van CO₂ en daarmee klimaatveranderingen. Volgens Sotiriadou & Hill (2015) is het belangrijk om de omvang van de effecten beter in kaart te brengen, omdat veel stakeholders zich nog onvoldoende bewust zijn van hetgeen ze veroorzaken. Betere benchmarks en beloningen voor het terugdringen van uitstoot moet leiden tot evenementen die minder schadelijk zijn voor het milieu. Tot slot gaat het om de financiering en de bredere effecten voor de samenleving (Prosperity). Sportevenementen kunnen gezien worden als publieke goederen omdat het (in principe) niet mogelijk is om diegene die er geen gebruik van willen maken uit te sluiten van diens effecten, omdat deze veelal de deelnemers en bezoekers overstijgen (Solberg & Preuss, 2007). Het realiseren van de positieve maatschappelijke effecten kan voor overheden een reden zijn om in (een deel van) de financiering te voorzien. Deze publieke financiering lokt dan wel de vraag op of sportevenementen voldoende toegankelijk zijn voor iedereen (Dickson et al., 2016).

3.2.2 Bevindingen focusgroepen

De sportbonden en organisatoren geven aan dat Nederland erg goed is in het organiseren van topsportevenementen en er hierover al veel kennis aanwezig is bij verschillende organisaties. Wel valt er nog genoeg te leren, volgens de organisatoren: *“Ik denk dat we wel wat weten, maar dat we nog meer kunnen leren. Bijvoorbeeld op het gebied van beleving en het betrekken van andere delen van de samenleving.”* Een organisator geeft aan dat ze ook kennis missen over de financiering en organisatie van topsportevenementen in het buitenland. Sportbonden geven aan dat ze sporttechnisch de juiste kennis in huis hebben, maar dat algemene organisatiekennis ontbreekt. Het is hierbij ook de vraag of dat bij hen thuishoort: *“De kennisbehoefte is denk ik veel meer hoe we kennis delen. Als je naar bureaus als TIG kijkt dan kun je concluderen dat wij in Nederland vooroplopen op de rest van de wereld. Daar zijn een paar bonden inmiddels best handig in, maar daar zie ik ook wel bonden gewoon heel vaak klungelen.”*

Sportbonden hebben behoefte aan meer kennis over samenwerkingen. Zo omschrijft een directeur van een grote sportbond: *“Je hebt met heel veel factoren te maken om uiteindelijk iets tot een succes te maken en dat is soms een stad, dat is soms een organisator, dat is ook een bond, maar is ook een internationale federatie die moet vertrouwen dat je andere dingen kunt doen. Dat is een samenspel dat gewoon nodig is. Dat gaat echt om kennis delen.”*

Ook vanuit gemeenten en organisatoren wordt aangegeven dat ze meer grip willen krijgen op de manier hoe je samenwerkt om maatschappelijk verantwoorde evenementen te organiseren. Daarbij geven ze aan dat ze meer kennis zouden willen hebben over de eisen, voorwaarden en rollen die horen bij maatschappelijk verantwoord organiseren. Zo geeft iemand van een G5

gemeente aan: *“Welke doelstellingen zou je kunnen vragen aan een evenementenorganisator om zoiets te kunnen bereiken en over hoe ver zou je kunnen gaan. Want dat moet wel het moet wel te doen blijven.”*

Een provincie vertegenwoordiger geeft aan dat de invloed vanuit overheden beperkt is: *“Als we niet oppassen dan gaan we alles stoppen in voorwaarden. Als je alleen eisen op gaat leggen, dan gaat dat averechts werken.”*

Ook evenementorganisatoren worstelen met de samenwerking daarmee: *“Wat wij heel vaak merken is dat overheden geen enkele doelstelling hebben. Goede doelstellingen helpen heel erg. Bijvoorbeeld als het gaat om verduurzamen. Dan kun je met elkaar kijken welke zaken je gaat aanpakken en welke gevolgen dat heeft voor de kosten.”*

Bij evenementonderzoekers is er over dit onderwerp een tweedeling te merken. Een deel geeft aan dat de organisatie veel uitvoerend werk is, waarbij het unieke karakter het moeilijk maakt om hier goede kennis voor te verzamelen waardoor je blijft hangen bij ‘best practises’: *“Op een gegeven moment heb je wel genoeg invalide toiletten neergezet of blijven we hangen bij het aantal zonnepanelen die duurzame stroom opleveren.”*

Een ander deel van de evenementonderzoekers herkent zich vooral in de manier waarop samen moet worden gewerkt en hoe bestuurlijk de organisatie in elkaar wordt gestoken: een generieke verdiepingsslag kan daarbij helpen. Of zoals een evenementonderzoeker het zegt: *“Onderzoek hiernaar en algemene lessen zijn zeer wezenlijk om de maatschappelijke impact van evenementen te vergroten. Dan gaat het ook om publiek/private samenwerkingen en hoe je als gemeente samenwerkt met andere gemeenten. Dit wordt de komende jaren ook op andere beleidsterreinen steeds belangrijker en evenementen kunnen daarbij als voorbeeld dienen.”*

De basis voor de gewenste effecten komt volgens sommige gemeenten ook heel erg voort uit de publiek/private samenwerking: *“We hebben het heel erg over inspireren, maatschappelijk activeren en noem het maar op. Maar waar ligt dat dan? Wiens verantwoordelijkheid is dat dan? En kunnen we dat dan ook nog echt met elkaar doen als er eigenlijk helemaal geen geld is en dat dus allemaal maar ergens bij elkaar moet worden gesprokkeld?”*

Gemeenten hebben ook twijfels over de governance bij sportevenementen. Voor maatschappelijk verantwoorde evenementen is het noodzakelijk om dit naar een hoger niveau te brengen.

3.2.3 Conclusie

Nederland is goed in het organiseren van evenementen. Wanneer het gaat om maatschappelijk verantwoorde sportevenementen dan gaat het al snel over maatschappelijke thema's als

duurzaamheid, gezondheid en inclusiviteit. Door het diverse karakter van evenementen blijft het moeilijk om daar generieke kennis over te verzamelen. Wel zou kunnen worden gezorgd voor goede onderzoeken en evaluaties op evenementniveau die als 'best practises' inspiratie bieden voor toekomstige evenementen. Zo kunnen toekomstige minimale eisen en passende doelen hieruit worden afgeleid. Op een generiek niveau gaat het bij het organiseren van sportevenementen vooral om samenwerkingen tussen verschillende partijen. Eerder onderzoek liet zien dat deze samenwerkingen niet altijd soepel verlopen, omdat publieke en private partijen soms anders in de wedstrijd zitten. Ook moet er bij evenementen veel samen worden gewerkt met andere beleidsdomeinen en tussen gemeenten onderling. Op het thema publiek-private samenwerken kan nog veel onderzoek gedaan worden en kan dit gezien worden als een mogelijk onderliggende mechanisme voor het creëren van maatschappelijk verantwoorde topsportevenementen (zie volgende paragraaf).

Mogelijke onderzoeksvragen die behoren bij de kennisbehoefte van stakeholders op dit thema:

- *Hoe komt effectieve en efficiënte publiek-private samenwerking bij topsportevenementen tot stand en waar liggen kansen en bedreigingen?*
- *Wat zijn organisatorische, bestuurlijke en beleidsmatige 'best practises' op het gebied van duurzaamheid, gezondheid en inclusiviteit bij topsportevenementen?*

3.3 Topsportevenementen voor maatschappelijke waarde

In deze paragraaf staat de volgende subvraag centraal: *Welke kennis is volgens stakeholders nodig om topsportevenementen te benutten voor maatschappelijke waarde?*

3.3.1 Bevindingen deskresearch

De afgelopen jaren zijn aan de hand van de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen tientallen evenementen onderzocht op het gebied van economische en maatschappelijke impact. Desondanks zijn er in Nederland en daarbuiten nog vele kennishiaten op het gebied van topsportevenementen. Economische impact heeft zich in Nederland de laatste jaren ontwikkeld tot een van de meest gebruikte argumenten voor de publieke ondersteuning en financiering van sportevenementen (de Boer, 2017). Ondanks dat er vele economische impactstudies zijn verschenen, is er nog weinig studie gedaan naar de mechanismen die dit kunnen vergroten. We weten vooral dat het aantrekken van grote groepen kapitaalkrachtige bezoekers, deelnemers of media-personen evenals inkomsten voor de organisatie (zoals sponsoring of

televisiegelden) van buiten de regio positief doorwerkt in de lokale economie en dat de omstandigheden zoals het weer daaraan bijdragen (Schoemaker & Kamper, 2021).

De maatschappelijke impact kan gedefinieerd worden als het effect op collectieve en individuele waardesystemen, gedragspatronen, gemeenschapsstructuren, levensstijl en levenskwaliteit (Hover & Slender, 2018). Er is nog weinig onderzoek gedaan naar de sociale impact van sportevenementen (Thomson et al, 2020). Zo is er weinig bewijs voorhanden dat mensen door een sportevenement meer gaan sporten. Voor zover al sprake is van een groei van het aantal sporters, is die meestal van tijdelijke aard. Een evenement spreekt vooral (ex-)sporters aan, die hun sport weer oppakken, vaker gaan sporten of overstappen op een andere sport (Weed et al, 2015). Sportevenementen kunnen een positief effect hebben op het functioneren van de sportsector als geheel (clubs, vrijwilligers, faciliteiten, budgetten). Over de mate waarin dit het geval is, is echter weinig bekend omdat er nog te weinig onderzoek naar is gedaan.

Veel onderzoeken wijzen uit dat sportevenement gevoelens van trots en saamhorigheid opwekken - zowel lokaal als nationaal - bij deelnemers, bezoekers én vrijwilligers en zelfs bij mensen zonder enige relatie tot het evenement. Dit zou met name ontstaan door de gezamenlijke viering van sportieve successen (Chalip, 2006). Daar staat tegenover dat het meestal gaat om een bescheiden toename van korte duur en met een ongelijke verdeling over een land. Hetzelfde geldt voor het 'feel good effect'. Dit is het plezier dat aan het meedoen of volgen van een sportevenement wordt beleefd. Voor deze intrinsieke waarde van grootschalige topsportevenementen is redelijk wat bewijs geleverd (Kavetsos & Szymanski, 2010; Dolan et al, 2016). Op burgers gerichte interventies (zoals side-events) werken het effect in de hand, terwijl uitsluiting, bijvoorbeeld door hoge ticketprijzen, het juist tegenwerkt (Hover & Slender, 2018). Een andere sociale opbrengst is dat sportevenementen kunnen bijdragen aan sociale cohesie: een continu proces van 'ontwikkeling van sociale waarden, gedeelde uitdagingen en gelijke kansen, gebaseerd op vertrouwen, hoop en wederkerigheid' (Jenson, 1998). Samen een evenement bezoeken of eraan deelnemen kan bijdragen tot nieuwe sociale relaties en versterkt bestaande banden. Doordat mensen bij een evenement betrokken zijn, zou de gemeenschapszin, het onderlinge vertrouwen en een gedeelde identiteit kunnen worden versterkt. Sportevenementen die verschillende groepen aanspreken, kunnen bijdragen aan begrip tussen sociale groepen in de samenleving. De mate waarin dergelijke effecten zich manifesteren, verschilt sterk van evenement tot evenement (Hover & Slender, 2018).

Om de maatschappelijke opbrengsten van topsportevenementen in kaart te brengen, wordt in Nederland weinig diepgaand onderzoek gedaan. Het blijft vaak bij vaststellen van economische impact (Evenementen Evaluatie, 2021). Er zijn geavanceerdere technieken (Travel Cost

Method, Willingness To Pay, Wellbeing Valuation Approach) die kunnen helpen bij het vaststellen van de waarde van topsportevenementen. Dit soort onderzoeken zijn echter nog weinig toegepast in Nederland en zouden kunnen helpen om beter te gaan begrijpen hoe maatschappelijke effecten tot stand komen.

3.3.2 Bevindingen focusgroepen

Alle partijen geven aan dat ze meer hulp nodig hebben bij het stellen van goede doelen en onderzoeksvragen rondom de maatschappelijke en economische waarde creatie. Een beleidsambtenaar van de gemeente zegt: *“Het ligt aan je doelen. Willen we nou city marketing? Willen we economie? Willen we sociale cohesie? Willen we sportdeelname? Volgens mij moeten we eerst scherp krijgen wat we daar eigenlijk willen, want dan kan je ook nadenken over hoe we dat bereiken.”*

De economische impact wordt vaak gemeten bij sportevenementen. Veel gemeenten proberen deze impact als legitimatie zo klein mogelijk te maken omdat dit niet is waarom je evenementen wilt organiseren. De gemeentenherkennen wel dat dit helpt bij politieke besluitvorming: *“Als je een evenement binnenhaalt, moet je eigenlijk de economie een impuls kunnen geven en dan gaan wij wel kijken wat we er samen met de samenleving mee gaan doen. Economie is duidelijk, je kan heel makkelijk uitrekenen hoeveel hotelovernachtingen of bedrijven eraan koppelen.”*

De economische waarde wordt volgens bonden, organisatoren en provincies momenteel te smal gemeten en mag breder worden geëvalueerd. Iemand van de bond zegt bijvoorbeeld: *“De kennisbehoefte die ik wel heb is waarom lukt het ons niet om aan grote sportevenementen echt serieus handelsmissies, economische projecten en dergelijke op te hangen? Dat gaat verder dan de bestedingen van de bezoekers op de dag zelf.”*

De maatschappelijke activatie is voor vele stakeholders een lastige opgave. Inzicht in het proces moet dit gemakkelijker kunnen maken. Er wordt een kennisbehoefte gevoeld op gebied van sociale samenhang, trots en welzijn. Ook vanuit evenementorganisatoren: *“Elk event kan op zijn eigen manier impact maken. Dat is allemaal inderdaad heel lastig meetbaar, van wanneer is iets maatschappelijk verantwoord en wanneer heeft iets een maatschappelijk impact? Hoe meet je dat en dat is bij iedereen op een andere manier en dat speelt op elke plek of elk land waar je komt op andere manieren. Ik denk dat daar de grootste uitdaging ligt, van hoe meet je het en wanneer is het een succes.”*

Alle stakeholders geven aan dat het goed zou zijn om nationaal een aantal thema's te kiezen waar langdurig en vergelijkbaar onderzoek wordt gedaan over de evenementen heen. Een evenementorganisator geeft hierover aan: *“Ik denk dat indicatoren helpen om van elkaar kan*

leren. Zij hebben het op die manier gedaan en dat heeft effect gehad en wij hebben dit gedaan en dat heeft minder effect gehad. Veel van die programma's en initiatieven zijn lokaal ingebed en daardoor heel verschillend. Maar juist daardoor versnipperd het ook. Dat maakt het heel lastig meten wat we bereikt hebben. Het zou helpen als we landelijk afspreken op welke indicatoren ingezet wordt, zodat we beter kunnen gaan vergelijken wat werkt."

In bijna alle gesprekken komt terug wat de invloed is van topsportevenementen op de gezondheid en vitaliteit. Bij de bonden wordt vooral geprobeerd om met het topsportevenement de eigen sporttak te promoten, terwijl publieke organisaties nadenken over het vergroten van de sport- en beweegdeelname. Veelal wordt herkend dat het moeilijk is om minder actieve burgers met topsportevenementen te beïnvloeden. Zo zegt iemand vanuit de gemeente: *"We willen meer mensen in beweging krijgen, maar dat lukt meestal niet. We willen ze gezonder maken, maar dat lukt meestal niet en zo zijn er nog een aantal van dat soort doelen. Wat naar mijn mening echt onderschat wordt is als je een heel groot side-event programma doet, wat dat aan netwerk en sociale basis op kan leveren. Er moet breder gekeken worden naar het hele stimuleringsproces waarin topsportevenementen misschien maar een heel klein schakeltje is."*

De sportbonden geven aan dat er verschillende lagen zijn binnen de breedtesport en dat het ook een doel kan zijn om hier nieuwe wisselwerkingen te krijgen: *"Onderaan de piramide zitten de fans, zeg maar even die sportliefhebbers, en dan krijg je de breedtesport, de wedstrijdsport en dan de topsport. Wat we allemaal proberen is toch een soort wisselwerking tussen die lagen. Dus dat je mensen die wel van wielrennen houden dat je die probeert te inspireren om de (race)fiets te pakken. Maar dat hoeft natuurlijk niet. Het is ook prima als ze alleen maar fan zijn en gewoon willen kijken, maar die lagen zijn ontzettend belangrijk voor elkaar, die staan niet los van elkaar."*

Veel stakeholders hebben verder grote behoefte aan duiding van de cijfers. Zo benoemt een gemeenteambtenaar: *"Je kunt bij grootschalige evenementen wel meten wat de impact precies is en dat naar buiten brengen, maar wat betekent die impact, wanneer dan wel en hoe werkt dat door in je beleidsdoelen?"*.

Tot slot leeft er bij velen de vraag of de kosten in verhouding staat tot de baten. Of zoals iemand het vanuit een gemeente verwoordde: *"Wat ik heel graag zou willen is dat je gewoon kan uitleggen wat de kosten ten opzichte van de baten doen en op welke thema's je dan zit."*

3.3.3 Conclusie

Bij alle stakeholders is er een grote behoefte aan kennis omtrent het gebruik van topsportevenementen als platform voor maatschappelijke effecten. In de literatuur is hierover al

aardig wat bekend. Deze inzichten zijn soms wel doorgedrongen bij de stakeholders maar de betekenis die hieraan wordt gegeven is erg verschillend. Zo zetten sportbonden veelal volop in om mensen aan het sporten te brengen rondom een topsportevenement. Sommige gemeenten durven dit echter niet (meer) als doel te gebruiken omdat ze bang zijn dat hier te weinig resultaten op worden geboekt. In de literatuur zien we inderdaad dat de invloed van topsportevenementen op de breedtesport beperkt is. Desondanks kunnen ze wel een rol spelen in het stimuleren van mensen die al sporten of – in combinatie met andere activiteiten – aanzetten tot ander beweeggedrag. Er is dus behoefte aan betere duiding van eerder onderzoek en het begrijpen van werkzame processen.

Rondom economische effecten zien we eenzelfde soort semantische discussie. De bestedingen die bezoekers doen rondom een sportevenement worden herkend en soms gebruikt ter legitimatie, ondanks dat dit niet het hoofddoel is van het evenement. Bovendien vindt men dat deze directe impact te nauw gemeten wordt en dat er veelal ook andere economische effecten te herkennen zijn rondom topsportevenementen, bijvoorbeeld op het gebied van toerisme, handel en zakelijk netwerk. Onderzoek hiernaar is erg lastig en ook beperkt aanwezig in de literatuur. Wel zou het goed zijn om eens vanuit het bedrijfsleven te kijken, welke topsportevenementen in Nederland hen kunnen helpen bij het bereiken van hun doelen.

Verder herkennen we een grote behoefte aan het vergelijken van topsportevenementen op andere maatschappelijke thema's. Duidelijke indicatoren die over verschillende evenementen gelegd kunnen worden, moet helpen om meer te leren van de werkende bestandsdelen en het stellen van (nieuwe) realistische doelen. Tot slot zou het goed zijn om meer verdiepend onderzoek te doen naar het kwantificeren van de opbrengsten in termen van gezondheid, welzijn en plezier om zodoende beleidsmakers te helpen bij het maken van een goede afweging wanneer gevraagd wordt naar een bijdrage in de budgetten.

Mogelijke onderzoeksvragen die behoren bij de kennisbehoefte van stakeholders op dit thema:

- *Welke rol kunnen topsportevenementen spelen in een bredere aanpak van maatschappelijke ontwikkelingen, met een nadruk op het beweeggedrag, sociale samenhang en welzijn?*
- *Wat zijn onderzoekbare indicatoren die over meerdere topsportevenementen gelegd kunnen worden om de variatie aan maatschappelijke opbrengsten in beeld te brengen?*

4 ONDERZOEKSLIJNEN

Op basis van de resultaten uit dit onderzoek wordt een voorstel tot een onderzoeksprogramma geformuleerd. Het doel is om beter te kunnen voorspellen hoe, waar en wanneer sportevenementen zorgen voor waarde, zodat aan de voorkant weloverwogen besluiten kunnen worden genomen door stakeholders en aan de achterkant lessen geleerd worden die gedeeld kunnen worden.

4.1 Onderzoekslijnen

Op basis van deskresearch en de focusgroepen herkennen we de volgende thema's waar behoefte is aan verdiepende kennis die zal bijdragen aan het doel om een breed palet aan maatschappelijk verantwoord georganiseerde topsportevenementen te realiseren, waarbij gebruik wordt gemaakt van het bijkomende podium.

4.1.1 Draagvlak & inspiratie

Er is in Nederland over het algemeen draagvlak voor het organiseren van topsportevenementen en veel Nederlanders genieten hiervan. Willen we deze intrinsieke waarde van topsportevenementen vergroten, dan is er behoefte bij stakeholders om beter zicht te krijgen onder welke voorwaarde dit draagvlak tot stand komt, welke factoren bijdragen aan het consumeren van dit evenement en welke (inspirerende) rol dit speelt bij individuen in de samenleving. Evenementen zijn daarbij een belangrijke uitingsvorm van bepaalde groeperingen. Vandaar dat ook meer inzicht gewenst is in de segmenten die momenteel bediend worden en welke doelgroepen (zowel demografisch als geografisch) men wil bereiken. Vooral de huidige niet-bezoekers die wel de sport beoefenen en/of volgen, vormen daarbij mogelijk laaghangend fruit.

- *Onder welke voorwaarden komt draagvlak voor topsportevenementen tot stand?*
- *Welke factoren dragen bij aan het bezoeken en volgen van sportevenementen en welke betekenis heeft dit op individuen in onze samenleving?*
- *Welke groepen in de samenleving worden momenteel bediend door topsportevenementen en hoe kunnen toekomstige topsportevenementen gewenste doelgroepen bedienen?*

4.1.2 Samenwerking

Wanneer het gaat om maatschappelijk verantwoorde sportevenementen dan gaat het bij veel stakeholders over de aandacht voor thema's als duurzaamheid, gezondheid en inclusiviteit. Om maatschappelijk verantwoorde sportevenementen te organiseren dien je een goede samenwerking op te zetten tussen (veelal private) evenementorganisatoren, publieke organisaties en de samenleving. Bij sportevenementen is er vaak ook nog een regio-overstijgende component dat maakt dat veel publieke organisaties zoals gemeenten ook nog eens samen moeten werken en dat onder de specifieke druk dat komt kijken bij sportevenementen. Er is nog veel onbekend over het stellen van maatschappelijke eisen en de rollen van alle stakeholders die daarbij horen. Publiek-private samenwerking lijkt daarbij mogelijk een belangrijke onderliggend mechanisme te zijn voor het creëren van maatschappelijk verantwoorde topsportevenementen.

- *Hoe komt effectieve en efficiënte publiek-private samenwerking bij topsportevenementen tot stand en waar liggen kansen en bedreigingen?*
- *Wat zijn organisatorische, bestuurlijke en beleidsmatige 'best practises' op het gebied van duurzaamheid, gezondheid en inclusiviteit bij topsportevenementen?*

4.1.3 Bredere economische effecten

Topsportevenementen worden vaak gelegitimeerd vanwege de nieuwe bestedingen die ze naar de regio brengen. Dit wordt nu nog vooral onderzocht door te kijken naar de bestedingen van bezoekers, deelnemers, media-officials en organisatie. Een deel van de stakeholders vindt dat deze directe impact te nauw gemeten wordt en dat er veelal ook andere economische effecten te herkennen zijn rondom topsportevenementen, bijvoorbeeld op het gebied van toerisme, handel en zakelijk netwerk. Onderzoek hiernaar is erg lastig en ook beperkt aanwezig in de literatuur. Wel zou het goed zijn om eens vanuit het bedrijfsleven te kijken naar topsportevenementen en wat deze voor elkaar kunnen betekenen.

- *Op welke manier kijken de grootste Nederlandse bedrijven naar topsportevenementen en hoe helpt het hen om hun doelstellingen te behalen?*
- *Op welke manier kijken lokale ondernemers in de vrije tijdsindustrie naar topsportevenementen en hoe helpt het hen om hun doelstellingen te behalen?*

4.1.4 Maatschappelijke effecten

Bij alle stakeholders is er een grote behoefte aan kennis omtrent het gebruik van topsportevenementen als platform voor maatschappelijke effecten. We herkennen een grote

behoefte aan het vergelijken van topsportevenementen op gebied van beweeggedrag, sociale samenhang en welzijn. Duidelijke indicatoren die over verschillende evenementen gelegd kunnen worden, moeten helpen om meer te leren van de werkende bestandsdelen en het stellen van (nieuwe) realistische doelen. De invloed van topsportevenementen op de breedtesport mag dan beperkt zijn, desondanks kunnen ze wel een rol spelen in het stimuleren van mensen die al sporten of – in combinatie met andere activiteiten – aanzetten tot ander beweeggedrag in een ketenaanpak. Er is daarom behoefte aan beter duiding van eerder onderzoek en het begrijpen van werkzame processen. Ook zou het goed zijn om meer onderzoek te doen naar het kwantificeren van de opbrengsten in termen van gezondheid, welzijn en plezier om zodoende beleidsmakers te helpen bij het maken van een goede afweging wanneer gevraagd wordt naar een bijdrage in de budgetten.

- *Welke rol kunnen topsportevenementen spelen in een bredere aanpak van maatschappelijke ontwikkelingen, met een nadruk op het beweeggedrag, sociale samenhang en welzijn?*
- *Wat zijn onderzoekbare indicatoren die over meerdere topsportevenementen gelegd kunnen worden om de variatie aan maatschappelijke opbrengsten in beeld te brengen?*

4.2 Focus binnen onderzoeksvragen

Wij herkennen uit de analyse dat er drie niveaus zijn waarop onderzoek gedaan kan worden bij topsportevenementen.

1. *Definiëren*: Wat verstaan we onder dit thema? Wat zijn geschikte indicatoren?
2. *Vaststellen*: Welke maatschappelijke impact en inspiratie wordt bereikt en bij welke evenementen?
3. *Begrijpen*: Hoe komen de gewenste uitkomsten tot stand? Hoe kunnen we dit verbeteren?

De verdiepende thema's bevatten een breed scala aan mogelijke onderzoeksvragen die kunnen bijdragen aan meer kennis over topsportevenementen. Wij adviseren om vooral in te zetten op het beter *begrijpen* van de thema's. Dit geeft directe handvaten voor het verbeteren van topsportevenementen in de toekomst. Verder adviseren we vanwege de dringende kennisbehoefte om vooral op het gebied van maatschappelijke effecten om op alle drie niveaus extra inzet te plegen (zie tabel 4.1).

Tabel 4.1 Focus mogelijke onderzoeksvragen

Onderzoekslijn	Definiëren	Vaststellen	Begrijpen	Mogelijke onderzoeksvragen
<i>Draagvlak & inspiratie</i>			(Focus)	Onder welke voorwaarden komt draagvlak voor topsportevenementen tot stand? Welke factoren dragen bij aan het bezoeken en volgen van sportevenementen en welke betekenis heeft dit op individuen in onze samenleving?
				Welke groepen in de samenleving worden momenteel bediend door topsportevenementen en hoe kunnen toekomstige topsportevenementen gewenste doelgroepen bedienen?
<i>Publiek-private samenwerking</i>			(Focus)	Hoe komt effectieve en efficiënte publiek-private samenwerking bij topsportevenementen tot stand en waar liggen kansen en bedreigingen? Wat zijn organisatorische, bestuurlijke en beleidsmatige 'best practises' op het gebied van duurzaamheid, gezondheid en inclusiviteit bij topsportevenementen?
<i>Bredere economische effecten</i>			(Focus)	Op welke manier kijken de grootste Nederlandse bedrijven naar topsportevenementen en hoe helpt het hen om hun doelstellingen te behalen? Op welke manier kijken lokale ondernemers in de vrije tijdsindustrie naar topsportevenementen en hoe helpt het hen om hun doelstellingen te behalen?
<i>Maatschappelijke effecten</i>	(Focus)	(Focus)	(Focus)	Welke rol kunnen topsportevenementen spelen in een bredere aanpak van maatschappelijke ontwikkelingen, met een nadruk op het beweeggedrag, sociale samenhang en welzijn? Wat zijn onderzoekbare indicatoren die over meerdere topsportevenementen gelegd kunnen worden om de variatie aan maatschappelijke opbrengsten in beeld te brengen?

5 SAMENWERKING & AFSTEMMING

In dit hoofdstuk gaan we verder in op welke manier het proces rondom een onderzoeksagenda georganiseerd dient te worden volgens stakeholders om te komen tot bruikbare inzichten die voorzien in de kennisbehoeften.

5.1 Bevindingen deskresearch

De Nederlandse Sportraad (2019) concludeerde in het rapport Regie op Kennis dat de kennisverzameling rondom sportevenementen geen gelijke trend heeft gehouden met het toenemende maatschappelijke en politieke belang van sportevenementen. Bovendien zien zij dat het kabinet het budget voor sportevenementen weliswaar verdubbeld, maar geen gelijktijdige investering is gedaan in kennis over sportevenementen. Er wordt maar zeer beperkt geïnvesteerd in onderzoek rondom sportevenementen. Dat geldt voor zowel de eerste geldstroom in onderzoek en onderwijs van universiteiten en hogescholen, als de tweede geldstroom in onderzoek via NWO/ZonMw en SI/RAAK en de derde geldstroom via opdrachtonderzoek. Daarnaast is slechts beperkt budget beschikbaar voor kennis over sportevenementen bij de door het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) gefinancierde kennisinstellingen (Kenniscentrum Sport en Mulier Instituut).

De Nederlandse Sportraad (2019) adviseert de minister om een onderzoeksprogramma te financieren naar de maatschappelijke betekenis van sportevenementen samen met NWO/ZonMw en SI/RAAK. De Nederlandse Sportraad raadt aan om dit onderzoeksprogramma door één consortium van kennisinstellingen (universiteiten, hogescholen, instituten) te laten uitvoeren. De minister kan de financiering halen door een percentage van zijn sportevenementenbudget af te romen. De Nederlandse Sportraad acht het ook belangrijk om de kennisvragen van partners in sportevenementen op te halen. Ook adviseert de Nederlandse Sportraad om de beschikbare data over sportevenementen centraal te verzamelen bij de Data Archiving and Networked Services (DANS, het Nederlands instituut voor permanente toegang tot digitale onderzoeksgegevens). Dit kan volgens de raad het best gebeuren door hierbij de Handreiking en Rekentool MKBA sportevenementen te gebruiken, waarover de raad eerder heeft geadviseerd. Daarnaast beveelt de raad de minister aan om te investeren in een kennisknooppunt ('Event Topics') en in het Steunpunt sportevenementen, met oog op ondersteuning van de praktijk (Nederlandse Sportraad, 2019).

5.2 Bevindingen focusgroepen

Alle stakeholders zijn positief over de nieuwe evenementenstrategie. Voornamelijk omdat hierdoor betere afstemming en samenhang kan ontstaan tussen topsportevenementen en men meer bewust wordt van een strategische en afwisselende opbouw van evenementen. Ook is men te spreken over de focus op de intrinsieke waarde van topsportevenementen en een aanpak voor de lange termijn. Voor organisatoren helpt dit bijvoorbeeld om een duurzamere bedrijfsvoering te krijgen. Er is een brede behoefte aan een organisatie met voldoende onderzoekscapaciteit en expertise dat op nationaal niveau, structureel onderzoeksvragen ophaalt, opdracht geeft tot onderzoek en resultaten valideert maar bereidheid tot een financiële bijdrage hieraan is zeer beperkt. Alle partijen herkennen dat er veel versnippering is en dat een landelijke onderzoeksagenda die voor betere inzichten zorgt, een oplossing is.

De sportbonden geven aan dat de organisatie van de onderzoeksagenda bij een sport overstijgende partij moet worden belegd. Kenniscentrum Sport en Bewegen en NOC*NSF worden genoemd maar mogelijk zijn dit partijen die hierbij beter een ondersteunende rol kunnen spelen. Alle bonden geven aan de ontwikkeling van de onderzoeksagenda mogelijk te willen maken, bij te willen dragen aan de kennisdeling en willen ophalen van wat beschikbaar is. Zo willen bonden met veel ervaring heel graag hun ervaringen delen en andere bonden op weg helpen of coachen. Een financiële bijdrage vanuit de bonden zou mogelijk moeten zijn wanneer de bond met een urgente en specifieke subvraag zit, maar een structurele inleg ligt niet voor de hand. Organisatoren willen graag hun ervaring en input delen in een kennisnetwerk. Zij voelen ook de behoefte om deze kennis op te halen, zodat zij niet zelf het wiel opnieuw hoeven uit te vinden. Een financiële bijdrage zou kunnen, omdat hiermee ook wat zeggenschap komt over de richtingen van de onderzoeken. Dit hoort ook bij hun rol om verantwoording af te leggen. Als de thema's en kennis echter te generiek zijn, dan wordt het minder logisch om bij te dragen aan dit soort onderzoek. Wel willen organisatoren ook van elkaar leren en zien zij kansen om eens in de zoveel tijd bij elkaar te komen en hun ervaringen te delen. Verder moet de organisatie volgens evenementorganisatoren voldoende onafhankelijk zijn en geen eigen belangen hoeven na te streven. Mogelijk zou een consortium van kennisinstellingen hier een rol kunnen vervullen. De G5 geeft aan dat een overkoepelende kennisorganisatie zou kunnen helpen om onderzoeken meer vergelijkbaar te maken en de resultaten meer te borgen en te verspreiden: *"Ik denk dat er bij de gemeenten heel veel behoefte is aan een platform waar we ervaringen kunnen uitwisselen."*

De G5 gemeenten hebben heel weinig onderzoeksbudgetten en zijn terughoudend in het meefinancieren van de onderzoeksagenda. De overige gemeenten geven aan dat ze geen financiële rol kunnen spelen in de onderzoeksagenda: *“Het is altijd lastig om überhaupt, voor een topsportevenement, de handen op elkaar te krijgen financieel gezien. Laat staan naar onderzoek, ook al vind ik het superbelangrijk”*. Ook het nemen van eigenaarschap of verantwoordelijkheid over een deel van de onderzoeksagenda is moeilijk. Ze herkennen wel dat ze ervaringen graag willen delen met andere gemeenten en vinden dat de VSG daar mogelijk een rol in kan spelen. Er wordt wel aangegeven dat het soms politiek gevoelig ligt om te praten over topsportevenementen, omdat er soms pijnlijke fouten worden gemaakt. De vertegenwoordigers van de provincies geven aan dat het goed zou zijn om landelijk betere afstemming te krijgen over het onderzoek dat gedaan wordt rondom sportevenementen. *“Er zou een plek moeten zijn waar we zeggen, nou ik kan daar naartoe en die wijzen mij de weg. Dat is dan misschien wel de uitkomst. Dat je met elkaar afsprekt, een vraagstuk rondom kennis in de sport, leggen we daar neer. Of het antwoord is er al en als het antwoord er niet is en dan gaan ze naar het antwoord zoeken de volgende keer.”* Voor hele operationele zaken zijn de sportevenementen te verschillend en veelal niet provincie overstijgend. Bovendien hebben ze vaak evenement-specifiek onderzoek nodig om tot verantwoording te komen van de budgetten. Maar als deze opbrengsten ook opgehaald worden met een landelijk onderzoeksprogramma, kunnen zij zich voorstellen dat er in die gevallen ook provinciale budgetten worden aangesproken.

5.3 Varianten organisatie samenwerking en afstemming

Vanuit de focusgroepen zijn verschillende organisatievormen besproken voor het samenwerken en afstemmen van een onderzoeksagenda op het gebied van topsportevenementen. Wij bespreken hier kort de voor- en nadelen van de belangrijkste opties:

5.3.1 Lectoraat

Er is in Nederland geen leerstoel of lectoraat specifiek gericht op topsportevenementen. Wel zijn er leerstoelen en lectoraten waar onderzoek naar sportevenementen een onderdeel van is, zoals de lectoraten Kracht van sport en Impact of sport. Een lectoraat heeft als belangrijkste voordeel dat er een herkenbaar aanspreekpunt op dit thema ontstaat. Verder zijn er nauwe banden met het onderwijs waardoor opgedane kennis ook naar het toekomstige werkveld wordt gebracht door de opleiding van professionals. Het belangrijkste voordeel van een aanspreekpunt is tegelijkertijd ook een nadeel, daar het een grote mate van afhankelijkheid

krijgt van één bestaande instelling en persoon. Door het geografisch verspreidde werkgebied kan dit mogelijk tot teveel afstand leiden tot de lokale praktijk. Bovendien is de onderzoekscapaciteit van één lectoraat mogelijk te beperkt en worden bestaande kennisknooppunten te weinig benut.

5.3.2 Topsport topics

De Nederlandse Sportraad (2019) adviseerde om een kennisknooppunt Event Topics op te zetten, naar analogie van Topsport Topics. Event Topics kan zorgen voor kennisontsluiting, is de schakel tussen onderzoekers en evenementenorganisatoren en wordt structureel gefinancierd door de minister. Het verdient aanbeveling om Event Topics nauw te laten samenwerken met een consortium van kennisinstellingen dat dan ook moet worden opgetuigd en gefinancierd. Het voordeel van deze variant is dat hiermee een vraaggericht, herkenbaar kennisloket ontstaat waar partijen kunnen aankloppen. Het nadeel is dat er vooral gewerkt wordt vanuit de vraag uit de praktijk. Hoewel aansluiting bij de praktijk erg belangrijk is, ligt een groot deel van de kennisbehoefte op bestuurlijk en abstracter niveau en vergt dit intensief en meerjarig onderzoek. Ook ligt de verbinding naar het onderwijs in deze variant minder voor de hand.

5.3.3 Consortium NWO

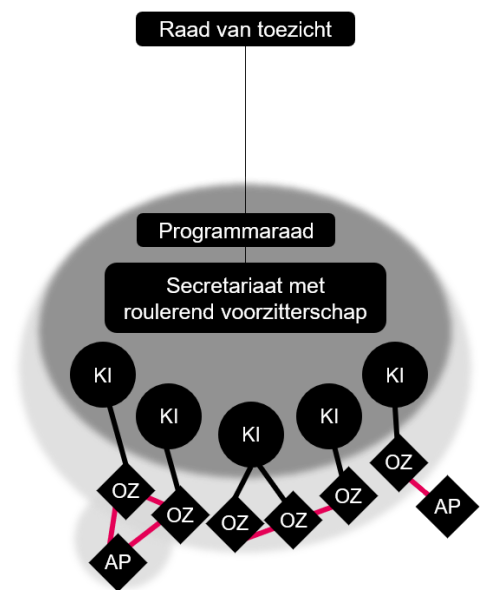
Een multidisciplinair onderzoeksprogramma naar de maatschappelijke betekenis van sportevenementen zou ook gefinancierd kunnen worden via een call van NWO/ZonMw en SIA/RAAK, waarbij gewerkt wordt met één preferred consortium. De vorming van één consortium zorgt ervoor dat kennisinstellingen gaan samenwerken en versnippering in het onderzoek wordt tegengegaan. Bovendien kan in deze variant gevraagd worden om cofinanciering (in kind) door de kennisinstellingen zelf. Het nadeel van deze variant is dat de duur van een dergelijke aanpak gelimiteerd is (bijvoorbeeld vier jaar) en tussentijds lastig is om bij te schakelen of op te schalen op bepaalde thema's. Dit betekent dat er aan de voorkant onderzoeksvragen worden geformuleerd die daarmee vaststaan voor de looptijd van het programma. Ook het consortium staat vast waardoor er op latere momenten geen relevante partijen meer kunnen aansluiten. Daarmee is er geen kans op tussentijdse bijsturing. Bovendien brengt deze variant relatief veel papierwerk met zich mee doordat over meerdere schalen, vooraf wordt meegekeken voor de verantwoording van deze onderzoeksgelden. Dit gaat ten koste van inspanningen die aan onderzoek zouden kunnen worden besteed. Tot slot zal vanuit NWO de nadruk al snel op wetenschappelijke output komen te liggen.

5.3.4 Netwerkorganisatie

Betrokken kennisinstellingen zouden ook samen een netwerkorganisatie kunnen vormen, die met (financiële) inbreng voor een borging op de lange termijn zorgt. Bovendien kan op deze manier bestaande kennisknooppunten met elkaar worden verbonden en ontstaat er genoeg onderzoekscapaciteit om de onderzoeksagenda op te pakken. De doorwerking naar het onderwijs zal organisch plaatsvinden als er hogescholen bij zijn aangesloten en geografisch wordt een (idealiter) groot gebied in Nederland bediend. Het voordeel is verder dat snel geschakeld kan worden en er gemakkelijk nieuwe onderzoeksvragen opgehaald worden. Bij deze variant dient te worden uitgezocht hoe het consortium en de financiering ervan passend gemaakt kan worden binnen de bestaande juridische kaders met betrekking tot overheidsfinanciering.

5.4 Advies organisatie samenwerking en afstemming

Hiervoor zijn verschillende opties gepresenteerd. Vanuit het onderzoek komt duidelijk naar voren dat er een voorkeur is voor netwerkorganisatie bestaande uit kennisinstellingen. Ons advies is daarom om op landelijk niveau een netwerkorganisatie op te richten, bestaande uit een programmaraad, secretariaat en aangesloten kennisinstellingen, die zorg draagt voor het toekennen van onderzoekstaken aan kennisinstellingen, voortgang ervan monitort, het onderzoek uitvoert, uitkomsten helpt verspreiden en nieuwe kennisvragen ophaalt. Daarnaast voorziet zij het CIT van gevraagd en ongevraagd advies over keuzes t.a.v. de nationale topsportevenementen strategie.



Figuur 5.1 Organisatiestructuur

Op het netwerk wordt toegezien door een Raad van Toezicht oftewel een stuurgroep (zie figuur 5.1). Aan deze stuurgroep wordt jaarlijks verantwoording afgelegd door de programmaraad, ondersteund vanuit het secretariaat. Vanuit een programmaraad waarin onderzoeksleiders van elke participerende kennisinstelling (KI) zitten, wordt toegezien op de kwaliteit van de gedane onderzoeken en gezorgd voor onderlinge afstemming. Het secretariaat dat roulerend

meeschuift met een jaarlijks voorzitterschap van een kennisinstelling van het netwerk draagt zorg voor de communicatie, validatie van de resultaten, uitzetten en monitoring van onderzoek en het ophalen van nieuwe kennisvragen.

Wij voorzien dat voor elke onderzoekslijn 1 FTE nodig is om onderzoek te doen. Deze onderzoeksomvang kan uitgevoerd worden door meerdere deeltijdonderzoekers van één of meerdere instellingen. Ons advies is om te werken met vier onderzoekslijnen waarmee er dus in totaal 4 FTE nodig is voor de uitvoering van de onderzoeksagenda. Bovendien verwachten wij dat er vijf of zes kennisinstellingen gaan participeren in deze netwerkwerkorganisatie. Idealiter ontstaat er hierdoor bij elk van deze instellingen een onderzoek aanstelling van ongeveer 0,6-0,8 FTE. Om mee te doen aan deze netwerkorganisatie bevelen wij aan om ook een bijdrage van de kennisinstellingen te vragen, bijvoorbeeld minimaal 10.000 euro per jaar in cash, om vooraf commitment uit te spreken om actief bij te dragen aan de onderzoeksagenda. Met deze bijdrage kan dan het secretariaat gefinancierd worden. Op verzoek van de programmaraad kunnen andere partijen (AP) aansluiten rondom bepaalde thema's als expertise vanuit hen gewenst zijn bij de onderzoekslijnen.

LITERATUUR

- AEF (2017). Beleidsdoorlichting Sport. Begrotingsartikel 6 ministerie van VWS. Den Haag: Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.
- Alana Thomson, Millicent Kennelly & Kristine Toohey (2020) A systematic quantitative literature review of empirical research on large-scale sport events' social legacies, *Leisure Studies*, 39:6, 859-876, DOI: 10.1080/02614367.2020.1800804
- Chalip, L. (2006). Towards social leverage of sport events. *Journal of sport & tourism*, 11(2), 109-127.
- Coates, D., & Szymanski, S. (2015). Willingness to pay to host the Summer Olympic Games. Working Paper, University of Maryland Baltimore County, USA.
- De boer, W.I. (2017). Essay Economische impact. Nederlandse Sportraad: Den Haag.
- De Boer, W. I., Koning, R. H., & Mierau, J. O. (2019). Ex ante and ex post willingness to pay for hosting a large international sport event. *Journal of Sports Economics*, 20(2), 159-176.
- Dickson, T. J., Darcy, S., Johns, R., & Pentifallo, C. (2016). Inclusive by design: Transformative services and sport-event accessibility. *The Service Industries Journal*, 36(11-12), 532-555.
- Dijk, B. & Eekeren, Van, F. (2014) Organisatieproces European Youth Olympic Festival Utrecht 2013 met betrekking tot de maatschappelijke opbrengsten. Universiteit Utrecht.
- Dolan, P., Kavetsos, G., Krekel, C., Mavridis, D., Metcalfe, R., Senik, C., ... & Ziebarth, N. R. (2016). The host with the most? The effects of the Olympic Games on happiness.
- Elkington, J. (1997). Cannibals with forks. *The triple bottom line of 21st century*, 73.
- Eurostat (2018). Sport statistics. 2018 edition. Luxemburg: Europese Unie.
- Evenementen evaluatie (2021). Rapporten. Opgevraagd via <https://evenementenevaluatie.wordpress.com/rapporten/>
- Green, B. Christine. Sport Management Review (Sport Management Association of Australia & New Zealand). May2001, Vol. 4 Issue 1, p1-19. 19p
- Hartman, S. and Zandberg, T. (2015), "The future of mega sport events: examining the "Dutch Approach" to legacy planning", *Journal of Tourism Futures*, Vol. 1 No. 2, pp. 108-116.
- Heyne, M., Suessmuth, B., & Maennig, W. (2007). Mega-sporting events as experience goods. *Hamburg Contemporary Economic Discussions*, (5).
- Hover, P. & Slender, H. (2018). Sociale impact van sportevenementen: state of research. Opgevraagd via <https://research.hanze.nl/en/publications/sociale-impact-van-sportevenementen-state-of-research>.
- Hover, P., & Brandsema, A. (2018). Vuelta 2020 in Utrecht en Brabant: draagvlak onder inwoners en prognose economische impact. Utrecht: Mulier Instituut.
- Chappelet, J. & Lee, K. (2016) The Emerging Concept of Sport-Event-Hosting Strategy: Definition and Comparison, *Journal of Global Sport Management*, 1:1-2, 34-48

- Jenson, J. (1998). Mapping Social Cohesion: The State of Canadian Research. Ottawa: Renouf Publishing
- Johnston, M., Naylor, M., Dickson, G., Hedlund, D., & Kellison, T., (2021). Determinants of support and participation in a major sport event referendum, *Sport Management Review*, 24, issue 1, p. 134-155.
- Kavetsos, G., & Szymanski, S. (2010). National well-being and international sports events. *Journal of economic psychology*, 31(2), 158-171.
- Kim, Yukyoum, et al. "Meta-Analytic Review of Sport Consumption: Factors Affecting Attendance to Sporting Events." *Sport Marketing Quarterly*, vol. 28, no. 3, Sept. 2019, pp. 117+. Gale Academic OneFile, link.gale.com/apps/doc/A623252039/AONE?u=anon~cb55609a&sid=googleScholar&xid=ab21eddc. Accessed 31 Aug. 2021.
- Kokolakis, S (2018). Critical success factors and their implementation in sports events organisation and management. University of Stirling.
- Lee, M. & Shipway, R. (2020). Exploring the Covid-19 Pandemic As a Catalyst for Stimulating Future Research Agendas for Managing Crises and Disasters at International Sport Events. *Events Management* 24(4), 537-552.
- Weed, M., Coren, E., Fiore, J., Wellard, I., Chatziefstathiou, D., Mansfield, L., & Dowse, S. (2015). The Olympic Games and raising sport participation: a systematic review of evidence and an interrogation of policy for a demonstration effect, *European Sport Management Quarterly*, 15:2, 195-226, DOI: 10.1080/16184742.2014.998695
- Mountjoy, M., Moran, J., & Ahmed, H. (2020). Athlete health and safety at large sport events: the development of consensus-driven guidelines. *Br J Sports Med*.
- Mountjoy, M., Moran, J., Ahmed, H., Bermon, S., Bigard, X., Doerr, D., ... & Zideman, D. (2021). Athlete health and safety at large sporting events: the development of consensus-driven guidelines. *British journal of sports medicine*, 55(4), 191-197.
- Nederlandse Sportraad (2017). Nederland op de kaart: Analyse van 25 grote sportevenementen in Nederland. Opgevraagd via www.nederlandse-sportraad.nl
- Nederlandse Sportraad (2019). Regie op kennis. Advies over de kennisketen van sportevenementen. Opgevraagd via www.nederlandse-sportraad.nl
- Hover, P., Heijnen, E., Tiessen-Raaphorst, A., & Westerbeek, H. (2020). Beleving van sportevenementen in Nederland. Utrecht: Mulier Instituut
- Schoemaker, J., & Kamper, M. (2021). Weather And Event Visitor Expenditures at a Professional Golf Tournament in The Netherlands. *Event Management*.
- Sociaal Cultureel Planbureau. (2018) Vrijtijdsomnibus (VTO). Opgevraagd via <https://www.sportenbewegenincijfers.nl/kernindicatoren/sportfan-bezoek>

- Solberg, H. A., & Preuss, H. (2007). Major sport events and long-term tourism impacts. *Journal of sport Management*, 21(2), 213-234.
- Sotiriadou, P., & Hill, B. (2015). Raising environmental responsibility and sustainability for sport events: A systematic review. *International journal of event management research*, 10(1), 1-11.
- Stokvis, R. (2010). *De sportwereld: een inleiding*. Nieuwegein: Arko Sports Media
- TSE. (2015). *Sport events: Are host cities maximising the commercial opportunities?* Lausanne: TSE Consulting.
- Wicker, P., Whitehead, J. C., Johnson, B. K., & Mason, D. S. (2016). Willingness-to-pay for sporting success of football Bundesliga teams. *Contemporary Economic Policy*, 34(3), 446-462.



**OPEN UP
NEW HAN_ UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES
HORIZONS.**

BIJLAGE I

Lijst met deelnemers aan de focusgroepen

Sportbonden

- Arnoud Strijbis (NHB & NCB)
- Femke Luijten (Atletiekunie)
- Michel Everaerts (NeVoBo)
- Sascha van den Wall Bake (Hockeybond)
- Thorwald Veneberg (KNWU)

Gemeenten

- Aletha Huisman (Gemeente Apeldoorn)
- Frank van der Peet (Gemeente Den Haag)
- Hans Slender (Gemeente Groningen)
- Harry Popken (Gemeente Arnhem)
- Louella Verleg (Gemeente Eindhoven)
- Patricia Mars (Gemeente Amsterdam)
- Willemein Pas (Gemeente Leiden)

Provincies

- Dennis Schomaker (Drenthe)
- Ery Tijink (Gelderland)
- Roger Schouwenaar (Noord-Brabant)
- Paul Orbons (Limburg) (Afgemeld vanwege prive omstandigheden)

Evenementorganisatoren

- Eric Kersten (Team TOC)
- Gijs Dieleman (Sportworx)
- Martin de Kok (Libema)
- Niels Markensteijn (TIG Sports)
- Sebastiaan de Cocq (More2Win)

Kennisinstellingen en onderzoekers

- Paul Huiszoon (HvA)

- Bart van Rooijen (Fontys)
- Willem de Boer (HAN)
- Frank van Eekeren (Haagse Hogeschool/Universiteit Utrecht)
- Paul Hover (Mulier Instituut)
- Erno Gerders (Rebel)
- Bake Dijk (Hanze Hogeschool)
- Hugo van der Poel (Mulier Instituut)
- Jasmijn Holla (InHolland)

Overig

- Cees Vervoorn (Kenniscentrum Sport en Bewegen)
- Lennart Langbroek (Nederlandse Sportraad)

BIJLAGE II

Onderwerpen focusgroepen. De nummers 1-3 corresponderen met de hoofdlijnen van de evenementenstrategie.

Onderzoeksagenda en evenementenstrategie

- Houding evenementenstrategie
- Welke kennisbehoefte is er op gebied van topsportevenementen?
- Wat gaat er goed, wat kan er beter?

1. Welke kennis is volgens stakeholders nodig om te komen tot een palet van topsportevenementen die zorgen voor de meeste inspirerende waarde?
2. Welke kennis is volgens stakeholders nodig om topsportevenementen op een maatschappelijk verantwoorde manier te organiseren?
3. Welke kennis is volgens stakeholders nodig om topsportevenementen te benutten voor maatschappelijke waarde?

Samenwerking en afstemming

- Houding t.o.v. afstemming en overleg
- Efficiëntieslag evenementenonderzoek
- Organisatie
- Welke rol en (financiële) bijdrage