

Meer halen uit sportevenementen

Evaluatie VWS beleidskader pilots sportevenementen

Marieke de Groot
Stella Blom
Martin van der Gugten



Meer halen uit sportevenementen

Evaluatie VWS beleidskader pilots sportevenementen

Amsterdam, 24 februari 2012

Marieke de Groot
Stella Blom
Martin van der Gugten

Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
1.1	Aanleiding	3
1.2	Onderzoeksvraag	4
1.3	Werkwijze	4
1.4	Leeswijzer	6
2	Definitie en conceptueel kader	7
2.1	Inleiding	7
2.2	Definitie	8
2.3	Themagebieden maatschappelijke <i>spin-off</i>	9
2.4	Conceptueel kader	17
3	De pilots	20
3.1	Inleiding	20
3.2	Aanvraag en verloop pilots	20
3.3	Beschrijving per pilot	22
3.4	Resultaten	33
4	Maatschappelijke <i>spin-off</i>	35
4.1	Opbrengsten per thema	35
4.2	Indeling pilots naar maatschappelijke <i>spin-off</i>	38
4.3	Indeling op basis van de sturingselementen	40
5	Conclusies en aanbevelingen	41
5.1	Conclusie met betrekking tot maatschappelijke <i>spin-off</i>	41
5.2	Ingrediënten voor een succesvolle aanpak	42
5.3	Aandachtspunten voor een succesvolle opstart van <i>side-events</i>	44
	Bijlagen	
Bijlage 1	Respondenten	48
Bijlage 2	Literatuurlijst	49
Bijlage 3	Pilots: selectie en overzicht	51

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Meer dan ooit te voren wordt de maatschappelijke waarde van sport en sportevenementen erkend. Sport is gezond, draagt bij aan participatie, sociale samenhang en integratie, stimuleert vrijwilligerswerk en is van grote economische waarde; om maar eens wat te noemen. De volgende stap is om die maatschappelijke meerwaarde te concretiseren, aan te tonen en waar mogelijk te versterken en te optimaliseren. Dat zien we terug in zowel het landelijke als lokale sportbeleid. Niet voor niets wordt in de recente beleidsbrief 'Sport en bewegen in Olympisch perspectief' (VWS, 2011) benadrukt dat ons land in economisch, ruimtelijk en sociaal opzicht kan profiteren van het Olympisch Plan 2028, van sport dus.

Ook sportevenementen zijn in dit opzicht belangrijk. Ze dragen bij aan binding en nationale trots, aan topsportontwikkeling en breedtesportstimulering, aan vrijwilligerswerk en de (regionale) economie en aan Holland promotie en internationaal beleid. Door meer maatschappelijke *spin-off* te realiseren bij sportevenementen worden deze nog beter ingebed in de samenleving. Maar ook hiervoor geldt dat het met de erkenning van deze meerwaarde pas begint. Het beleid is erop gericht de economische, ruimtelijke, sociale, toeristische, commerciële en politieke meerwaarde van top- en breedtesportevenementen optimaal te benutten. Daartoe ondersteunt het kabinet in de periode 2010-2011 een tiental pilots, die experimenteren met het versterken van de maatschappelijke *spin-off* bij sportevenementen¹. Zowel in de aanloop naar, tijdens als na afloop van deze evenementen zijn in deze pilots verschillende acties ondernomen en diverse nevenactiviteiten georganiseerd.

Deze experimenten vonden plaats in het kader van het *beleidskader pilots sportevenementen*, geïnitieerd en opgesteld door het ministerie van VWS. Het beleidskader is erop gericht om nieuwe kennis en ervaring op te doen met het realiseren van maatschappelijke *spin-off* rondom sportevenementen. De periode 2010-2011 gold daarbij als een leerperiode voor zowel de sportsector, andere betrokken organisaties als de rijksoverheid. Het is een gezamenlijke zoektocht naar succes- en faalfactoren. De uitkomsten van de pilots kunnen uiteindelijk leiden tot een bijstelling van het sportevenementenbeleid van het kabinet vanaf 2013. Het ministerie van VWS heeft DSP-groep gevraagd om de evaluatie van dit beleidskader uit te voeren.

Side-events: wat is de toegevoegde waarde?

De pilots in dit beleidskader waren erop gericht de maatschappelijke *spin-off* van de sportevenementen te vergroten. Daartoe zijn extra acties, zogenaamde *side-events*, georganiseerd. De sportevenementen zouden (waarschijnlijk) ook zonder deze *side-events* maatschappelijke *spin-off* genereren.

Noot 1 Drie pilots betreffen bids voor topsportevenementen. Daar waar in deze rapportage wordt gesproken over 'sportevenementen' doelen we tevens op 'bids voor topsportevenementen'.

De vraag die in deze evaluatie centraal stond is de toegevoegde waarde van de *side-events*, oftewel: hoeveel *extra* maatschappelijke *spin-off* heeft dit teweeg gebracht? Dat is een subtiel, maar belangrijk onderscheid. In de praktijk is het lastig om dit onderscheid te maken en de exacte bijdrage van de *side-events* achteraf vast te stellen. Waar mogelijk gebruikten we beschikbare gegevens van voorgaande jaren waarin het evenement wel plaatsvond maar de *side-events* nog niet.

1.2 Onderzoeksvraag

In de evaluatie staat de reconstructie van maatschappelijke *spin-off* centraal. Door na afloop van de pilots beschikbare documentatie en monitoringgegevens te benutten en gesprekken aan te gaan met verschillende betrokkenen hebben wij een goed beeld gekregen van zowel de procesgang van de pilots als hetgeen de pilots hebben opgeleverd aan resultaten en maatschappelijke effecten. Deze werkwijze sluit goed aan bij de fase waarin het beleidskader pilots sportevenementen zich bevindt, namelijk de fase van exploreren, experimenteren en leren. Het belangrijkste in deze fase is het destilleren van kansrijke aanpakken.

Doelstelling

Het doel van de evaluatie was om te leren van de ervaringen die zijn opgedaan om in de toekomst op een effectieve manier *side-events* in te zetten en te ondersteunen om de maatschappelijke *spin-off* van sportevenementen te vergroten en/of versterken.

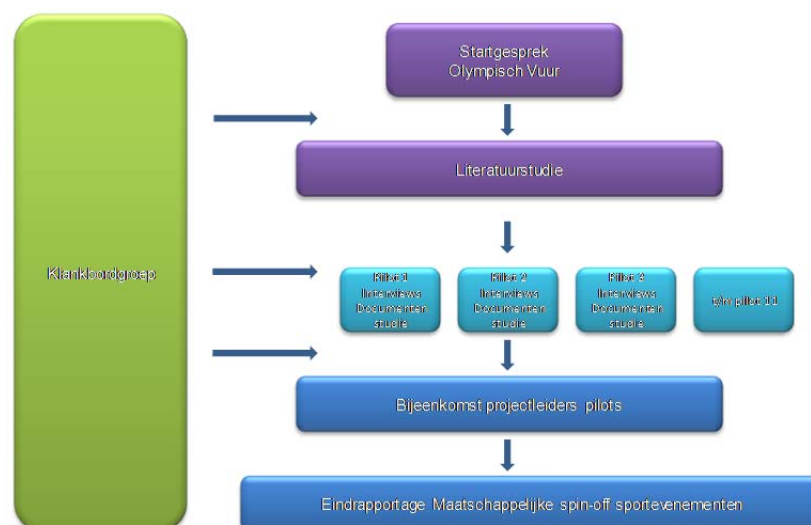
Vraagstelling

De centrale onderzoeksvraag in deze evaluatie is dan ook:

Wat zijn succesvolle aanpakken voor het realiseren of versterken van maatschappelijke spin-off van side-events bij sportevenementen?

1.3 Werkwijze

Hieronder is een schematisch overzicht weergegeven van de werkwijze tijdens deze evaluatie.



Startgesprek Olympisch Vuur 2028

De evaluatie is gestart met een gesprek bij Olympisch Vuur 2028 die de begeleiding van de pilots verzorgden. Met de twee verantwoordelijke medewerkers vanuit Olympisch Vuur 2028 heeft DSP alle pilots besproken om een actuele stand van zaken te krijgen. Tevens zijn de contactgegevens van de betrokkenen bij de pilots uitgewisseld.

Literatuurstudie

Naast het verzamelen van de ervaringen uit de pilots lag er het verzoek om ook vanuit de literatuur (zowel nationaal als internationaal) de kennis over maatschappelijke *spin-off* in beeld te brengen. Het doel van deze (bescheiden) literatuurstudie was het neerzetten van een werkbare definitie en een conceptueel kader van maatschappelijke *spin-off*.

Veldwerk pilots

Alle elf pilots zijn bezocht. Vooraf werden documenten zoals het projectplan opgevraagd en - voor zover beschikbaar - een evaluatie of monitorgegevens. Er vonden per pilot meerdere gesprekken plaats (drie-vijf personen) vanuit verschillende betrokken organisaties (bijvoorbeeld de sportbond, het onderwijs en een gemeente). Bijna alle gesprekken vonden face-to-face plaats, in een aantal gevallen is er een telefonisch gesprek geweest. De 'bewijslast' lag primair bij de pilots zelf, maar in de praktijk bleek het noodzakelijk om tijdens de gesprekken ondersteuning te bieden bij het verzamelen van de juiste informatie, subjectieve inschattingen van betrokkenen uit te vragen en zoveel mogelijk helpen te onderbouwen: ook op basis van argumenten en geëxpliciteerde uitgangspunten.

Bijeenkomst projectleiders

Tijdens de interviews met de projectleiders bleek er behoefte te zijn aan onderlinge uitwisseling over de ervaringen tijdens de pilots. De focus van deze evaluatie lag op het gebied van leren, dat gold ook voor de evenementorganisatoren. Op 16 januari 2012 is een bijeenkomst georganiseerd tijdens de openingsdag van het EK Waterpolo in Eindhoven waarin de voorlopige resultaten van de evaluatie zijn gedeeld, ervaringen en kennis zijn uitgewisseld en aanbevelingen zijn getoetst. De uitkomsten van deze avond zijn verwerkt in deze eindrapportage.

Klankbordgroep

Vanaf de start is een klankbordgroep betrokken geweest bij de evaluatie. In de klankbordgroep zat een vertegenwoordiging van, naast VWS zelf, NOC*NSF, Olympisch Vuur 2028 en de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP). Deze klankbordgroep zorgde voor inhoudelijke feedback en is drie keer bij elkaar gekomen. De eerste keer bij de start van het onderzoek waarin de onderzoeksopzet is besproken, evenals het analytisch kader. De tweede keer vond plaats na de dataverzameling. De eerste resultaten van de interviews zijn toen besproken, evenals de definitie en het conceptuele model van maatschappelijke *spin-off*. De derde bijeenkomst stond in het teken van de bespreking van de conceptrapportage. De uitkomsten van deze bespreking zijn gebruikt ter input van de bijeenkomst met de projectleiders en het definitief opstellen van deze eindrapportage.

De leden van de klankbordgroep zijn:

- Jasmijn Willemsen, ministerie van VWS (voorzitter)
- Han Haitsma, ministerie van VWS
- Pim Lantinga, ministerie van VWS
- Yvonne Tamminga, Olympisch Vuur 2028
- Roelie Schuring, Olympisch Vuur 2028
- Henk Smit, NOC*NSF
- Albert van Schendel, WESP
- Jan Vlasblom, Olympisch Vuur 2028/WESP

Bij deze willen we de leden van de klankbordgroep hartelijk danken voor hun inzet en feedback.

1.4 Leeswijzer

Het volgende hoofdstuk geeft de resultaten van de literatuurstudie weer. We presenteren een definitie en gaan in op het ontworpen conceptuele kader. Hoofdstuk drie behandelt de elf geëvalueerde pilots. Na een korte omschrijving van het procesverloop beschrijven we per pilot de resultaten en de leerervaringen.

In hoofdstuk vier gaan we in op welke maatschappelijke *spin-off* de pilots hebben gegenereerd.

We sluiten het rapport af met hoofdstuk vijf. Dat hoofdstuk bevat de conclusies en de aanbevelingen voor de organisatie van side-events bij sportevenementen.

2 Definitie en conceptueel kader

2.1 Inleiding

Sportevenementen hebben de kracht om te inspireren en om het leven van mensen te veranderen; in meer of mindere mate, op één of meerdere terreinen en met een positieve of negatieve impact. Dat sportevenementen deze kracht hebben staat eigenlijk buiten kijf, maar hoe werkt dat dan precies? Op welke gebieden/thema's vinden die veranderingen plaats? En: hoe zorg je er als evenementenorganisator of overheid voor dat die veranderingen positief en duurzaam zijn? Tijdens de gesprekken met de betrokkenen bij de pilots hebben we gemerkt dat er veel behoefte is aan een kader. Evenementen worden geacht maatschappelijke *spin-off* te genereren. Maar wat houdt dat precies in? Voor wie? Hoe meten we dat? En wat moet je dan precies meten? Zo maar wat vragen die tijdens de gesprekken naar voren zijn gekomen.

Het doel van de literatuurstudie was niet om een uitputtend overzicht te geven van alle studies inclusief uitkomsten over maatschappelijke *spin-off*. Het doel was uitdrukkelijk om een kader te vormen voor de discussie over maatschappelijke *spin-off*. Op basis van de gevonden literatuur (zowel nationaal als internationaal) en de gesprekken met de betrokkenen van de pilots presenteren we in dit hoofdstuk een definitie van maatschappelijke *spin-off* en een conceptueel kader.

Economische spin-off en maatschappelijke spin-off

Tijdens de literatuurverkenning werd duidelijk dat economische *spin-off* (of impact) een begrip is dat al langer wordt onderzocht. Er zijn meerdere rekenmodellen voor ontworpen en er is redelijke consensus over welke onderdelen behoren tot economische impact van een sportevenement. Maatschappelijke *spin-off* is een begrip waar minder consensus over bestaat en ook (veel) minder onderzoeken over gepubliceerd zijn. Het is echter wel een populair onderwerp in de lectuur, op internet, in nieuwsbrieven en actuele discussies over sport. Dat geldt in Nederland, maar ook in het buitenland. Beleidsmakers noemen als maatschappelijke waarden van sport gezondheid, sociale cohesie, participatie in de maatschappij, opvoeding, tolerantie, trots, identiteit en duurzaamheid (Van Eekeren, 2007). De maatschappelijke *spin-off* van sportevenementen wordt nog zeer weinig onderbouwd met onderzoek, en als dat is gebeurd dan is dat anekdotisch en niet gestructureerd.

Er is wel veel geschreven over de sociale/maatschappelijke betekenis van sport in het algemeen, wederom zowel internationaal als nationaal. Voor 80 procent komen dergelijke opsommingen met elkaar overeen. We hebben de bevindingen uit de literatuur gecombineerd met de ambities uit het Olympisch Plan 2028 en aangevuld met de ervaringen uit de gesprekken. Voor zowel de definitie als het conceptueel kader geldt dat we een kader neerzetten dat zowel evenementenorganisaties als overheden, handvatten geeft om maatschappelijke *spin-off* te concretiseren. Met dit kader kan rond sportevenementen en de *side-events* op maatschappelijke *spin-off* gemonitord, en later ook gestuurd worden. Het kader is een eerste aanzet en moet leiden tot aanscherping door gebruik en discussie.

In deze evaluatie staan de *side-events* centraal. In dit hoofdstuk spreken we over de maatschappelijke *spin-off* van sportevenementen. Bij het opstellen van de definitie en het conceptueel kader maken we geen onderscheid tussen het hoofdevenement en de *side-events* omdat beide maatschappelijke *spin-off* kunnen hebben op alle thema's. In de toelichting voor het gebruik van het conceptueel kader richten we ons echter op de *side-events* omdat daar de focus lag van deze evaluatie.

2.2 Definitie

Na bestudering van de literatuur en gesprekken met betrokkenen van de pilots komen we tot de volgende definitie:

Maatschappelijke spin-off omvat de (positieve maar ook negatieve) effecten die merkbaar en meetbaar zijn in de samenleving als gevolg van het plaatsvinden van een top- of breedtesportevenement (inclusief de side-events).

Positief en negatief

Effecten kunnen zowel negatief als positief zijn. Vaak gaan we uit van het vergroten van positieve effecten, zonder al teveel aandacht te besteden aan de negatieve effecten die ook kunnen ontstaan; ook binnen een evenement, voor verschillende doelgroepen. Naast het stimuleren van positieve effecten, is het belangrijk dat er aandacht is voor het minimaliseren van negatieve effecten. Een voorbeeld van negatieve *spin-off* is ervaren overlast door omwonenden of milieuschade in de omgeving door het evenement. In deze pilots is overigens geen negatieve *spin-off* gevonden en/of benoemd.

Merkbaar en meetbaar

Effecten zijn pas effecten wanneer ze merkbaar zijn. Merkbaar gaat over waarnemen, niet over meten. "Het is drukker dan anders", "er hangt een goede sfeer", "er wordt veel aandacht besteedt in de media aan het evenement" en "er nemen veel mensen enthousiast deel aan de activiteiten". Maar merkbaar is ook subjectief en daarom is meetbaarheid ook opgenomen in de definitie. Meetbaarheid van maatschappelijke *spin-off* is erg lastig, maar niet onmogelijk. Het gaat erom een aannemelijk verband tussen activiteiten (als bepaalde *side-events*) en de effecten (maatschappelijke *spin-off*) inzichtelijk te maken. Door het verzamelen van kwantitatieve en/of kwalitatieve data is maatschappelijke *spin-off* wel degelijk in kaart te brengen.

Verzamelen van data kan via een mix van kwalitatieve en kwantitatieve meetinstrumenten. Vaak wordt gekozen voor relatief simpele, kwantitatieve enquêtes om bijvoorbeeld bezoekersaantallen in kaart te brengen. Dat is een goed begin en in sommige gevallen voldoende. Kwalitatieve dataverzameling zoals interviews en groepsgesprekken zijn tijdsintensief, kostbaar en vereisen specialistische kennis, maar leveren vaak veel bruikbare informatie op.

Als evenementenorganisatie is het belangrijk inzicht te hebben in welke type meting noodzakelijk is voor welke onderdelen om te kunnen bepalen of de inzet en investeringen opleveren wat beoogd wordt. Deze manier van omgaan met meetbaarheid is niet alleen zinvol voor de verantwoording richting subsidiegevers, maar ook voor het evenement zelf. Bijvoorbeeld om te weten hoe omwonenden een evenement beleven en hoe die beleving positief kan worden/blijven.

Een belangrijke ontwikkeling in het proces van inzichtelijkheid verkrijgen in maatschappelijke *spin-off* van sportevenementen wordt de benchmark. Dat is mogelijk wanneer overal dezelfde meetinstrumenten worden gebruikt. De Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP) heeft al een aantal instrumenten ontwikkeld die bruikbaar zijn. Olympisch Vuur 2028 is in 2009 gestart met de Modelaanpak Evenementen (zie paragraaf 3.2 voor meer informatie). De Modelaanpak Evenementen is een digitale database en daarmee is het een logische plek om de door de WESP ontwikkelde meetinstrumenten te beheren, verspreiden en begeleiden.

2.3 Themagebieden maatschappelijke *spin-off*

We benoemen zes themagebieden waarop maatschappelijke *spin-off* kan plaatsvinden. Deze zes themagebieden zijn gebaseerd op de gevonden literatuur (zie literatuurlijst in bijlage twee) en de Olympische ambities zoals verwoord in *Uitblinken op alle niveaus*, het kabinetsstandpunt bij het Olympisch Plan 2028². De beleidsbrief *Sport en bewegen in Olympisch perspectief* van mei 2011 heeft dit standpunt overgenomen. Daarnaast hebben we onze bevindingen vergeleken met een onlangs verschenen rapport van RebelGroup (november 2011) waarin zij een Maatschappelijke Kosten Baten Analyse maken van de Olympische en Paralympische Spelen 2028. Zij benoemen daarin nadrukkelijk dat inzet op 'Olympische effecten' ervoor kan zorgen dat de uiteindelijke (monetaire) balans van de organisatie van een Olympische Spelen positief uitvalt.

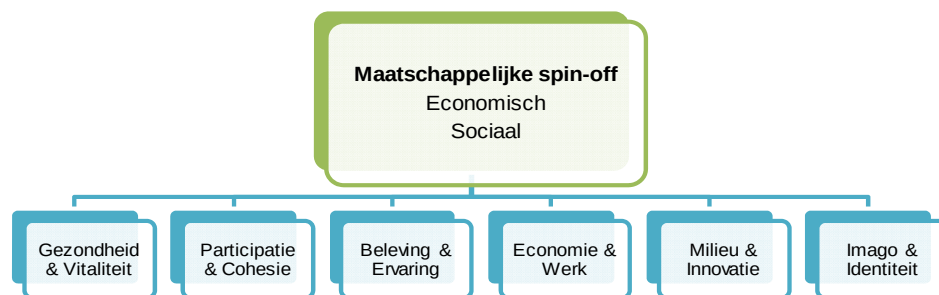
Sectorplan Sportonderzoek- en onderwijs

Het Sectorplan Sportonderzoek- en onderwijs is geënt op de vijf ambities uit het eerder genoemde kabinetsstandpunt: Talentvol Nederland, Meedoen in Nederland, Vitaal Nederland, De Kaart van Nederland en Nederland in Beeld. Het sectorplan heeft een zesde thema toegevoegd, Ondersteuning studie Topsporters. De thema's uit dit sectorplan zijn niet één op één overgenomen. De voornaamste reden hiervoor is dat dit conceptuele kader gericht op is de maatschappelijke *spin-off* van sportevenementen en het sectorplan zich richt op *onderzoek* binnen de sportsector in zijn geheel. Onderwerpen als sportgeneeskunde, gebiedsinrichting, combineren van topsport en studie zijn niet direct relevante thema's wanneer we spreken over *spin-off* van (*side-events* van) sportevenementen. Het doel van het conceptuele kader is om voor zowel evenementenorganisatoren als overheden als andere partners (onderwijs, bedrijfsleven) een praktisch, helder en duidelijk overzicht te geven op welke gebieden maatschappelijke *spin-off* kan plaatsvinden.

De zes themagebieden zijn:

- 1 Gezondheid & Vitaliteit
- 2 Participatie & Cohesie
- 3 Beleven & Ervaren
- 4 Economie & Werk
- 5 Milieu & Innovatie
- 6 Imago & Identiteit

Noot 2 Talentvol Nederland, Meedoen in Nederland, Vitaal Nederland, De Kaart van Nederland en Nederland in Beeld



Maatschappelijke spin-off: economisch én sociaal

Wanneer we spreken over maatschappelijke *spin-off* hebben we het zowel over economische als sociale effecten. De opgestelde definitie spreekt immers over effecten die merkbaar en meetbaar zijn in de samenleving. Bovendien hebben economische en sociale effecten als gevolg van een sportevenement veel raakvlakken en overlap. Toch is er, zoals boven in het schema is weergegeven, een grove indeling te maken tussen de zes gebieden. Gezondheid & Vitaliteit, Participatie & Cohesie en Beleving & Ervaring hebben grotendeels een sociale component. Dat wil niet zeggen dat er geen economische element in zit, zeker voor Gezondheid & Vitaliteit geldt dat. De andere drie gebieden – Economie & Werk, Milieu & Innovatie en Imago & Identiteit - vallen grofweg onder economische effecten.

Deze zes themagebieden, in willekeurige volgorde, lichten we hieronder verder toe. We beschrijven de thema's elk afzonderlijk, maar er bestaan uiteraard raakvlakken. Bijvoorbeeld wanneer met een *side-event*/sportevenement wordt ingezet op het bevorderen van de gezondheid kan dat – op de lange termijn – ook positieve economische *spin-off* opleveren.

Indicatoren maatschappelijke spin-off

Op basis van een voorzet gemaakt in het beleidskader pilots sportevenementen en aangevuld met bevindingen uit de literatuur en praktijkervaringen, volgt aan het einde van elke sub paragraaf een aantal indicatoren. Indicatoren die aangeven op welke manier maatschappelijke *spin-off* op dit thema zichtbaar wordt (en meetbaar is). Deze opsomming is zeker niet uitputtend, maar geeft een aantal uitingsvormen van effecten binnen dit thema weer.

2.3.1 Gezondheid & Vitaliteit

Bewegen en sporten is onlosmakelijk verbonden met gezondheid. Kinderen presteren beter op school. Werknemers blijven vitaal en fysiek fit waardoor ze beter presteren en de arbeidsproductiviteit hoog blijft. Ouderen leven langer in goede gezondheid.

Beleidsambitie

De ambitie uit *Uitblinken op alle niveaus*, het kabinetsstandpunt bij het Olympisch Plan 2028, is duidelijk over het belang van een gezonde leefstijl: “De Nederlandse bevolking in 2028 is fit en vitaal: een actieve en gezonde leefstijl is onder alle lagen van de bevolking ingeburgerd.”

Ook andere nota's van de rijksoverheid leggen een relatie tussen sport en bewegen en gezondheid. Zoals in de laatste beleidsbrief Sport (mei 2011), waarin beide beleidsterreinen nadrukkelijk met elkaar worden verbonden. De overheid ziet sport en bewegen in dit verband als preventie klachten. Een toenemende aandacht voor beweegvriendelijke leefomgevingen laat ook de gevoelde urgentie zien.

Urgentie/relevantie

Met de vergrijzing en het toenemende overgewicht van de Nederlandse bevolking is een actieve leefstijl urgent en zeer noodzakelijk. Uit het laatste *Trendrapport Bewegen en Gezondheid* (Hildebrandt, 2010) blijkt dat er een afname is van het aantal mensen dat de beweegnorm haalt. De laatste dertig jaar is het aantal gevallen van jongeren met overgewicht verdrievoudigd. Onderzoek toont aan dat sporters een gezondere leefstijl hebben (roken minder, drinker minder alcohol en eten meer fruit), zich gezonder voelen (ze waarderen hun fysieke functioneren en vitaliteit hoger) en minder acute klachten rapporteren dan niet-sporters (Van Eekeren, 2007). Wat betreft overgewicht is er een duidelijk causaal verband: regelmatige lichaamsbeweging is de meest effectieve maatregel om overgewicht te voorkomen (Kemper, 2001).

Kansen voor side events

Met name *side-events* die langdurige programma's omvatten, specifiek gericht en afgestemd op bepaalde doelgroepen hebben de potentie om binnen dit themagebied maatschappelijke *spin-off* te genereren. In aanloop naar, tijdens en ook na een evenement staat sporten en bewegen in de aandacht en is er de mogelijkheid om zich in de beste vorm aan nieuwe doelgroepen te laten zien. Dat kan een belangrijk startpunt vormen om zelf (meer) te gaan sporten. Bijdragen die *side-events* kunnen leveren zijn:

- *Preventieve werking*: informeren over de negatieve kanten van sport, bijvoorbeeld doping en blessures maar ook (un)fair play.
- *(sociale) Activering*: doelgroepen van beleid enthousiasmeren en stimuleren tot meedoen via breedtesportactiviteiten. Voor bepaalde doelgroepen (chronisch zieken, ouderen, gehandicapten) is bewegen en sporten ook een sociale aangelegenheid die hun gezondheid en vitaliteit ten goede komt.
- *Bewustwording*: sportevenementen en de *side-events* kunnen een bijdrage leveren aan het bewustzijn van mensen over (hun) gezondheid, mits de doelgroep op passende wijze wordt benaderd. De betekenis van sport voor de gezondheid is namelijk contextafhankelijk (o.a. Wendel-Vos, 2005 & Kemper, 2001), dat wil zeggen: belangrijk is een aanpak op maat waarin rekening gehouden wordt met het huidige niveau van lichamelijke activiteit, de attitude die mensen hebben om meer te gaan bewegen, de inschatting die mensen maken van hun eigen effectiviteit en de perceptie die mensen hebben van hun omgeving (Van Eekeren, 2007).

Indicatoren maatschappelijke spin-off

De maatschappelijke *spin-off* binnen dit thema kan tot uiting komen door:

- Aantal sportblessures dat binnen een bepaalde sport afneemt onder deelnemers/bezoekers van het evenement.
- Aantal deelnemers en bezoekers dat de leefstijl positief heeft aangepast n.a.v. evenement (uit te splitsen naar doelgroep).

- Toename gebruik gezonde voeding (minder vet eten en minder alcohol bijvoorbeeld) onder deelnemers/bezoekers van het evenement. Toename aantal werknemers dat sport en bewegen heeft geïntegreerd op het werk.
- Toename in investering (door bijvoorbeeld overheden maar ook het bedrijfsleven) in sportprojecten gericht op een actieve leefstijl.

2.3.2 Participatie & Cohesie

Sport brengt mensen bij elkaar. Sport verbindt. Sport vermaakt. Sport integreert. Een sportevenement biedt kansen voor de ontwikkeling van gemeenschapszin, sociale betrokkenheid en sociale regeneratie (Misener & Mason, 2006).

Beleidsambitie

De overheid ziet de mogelijkheden van sport om mee te kunnen doen in de samenleving, gezien de geformuleerde ambitie: *“In 2028 is sport voor iedereen in Nederland toegankelijk en doen steeds meer mensen door sport mee in de samenleving.”* De overheid ziet graag de positieve waarden van sport geprojecteerd op andere sectoren. Binnen het thema Talentvol Nederland heeft het kabinet de volgende ambitie geformuleerd: *“Nederland kent in 2028 een cultuur van willen presteren en kunnen excelleren: op gebieden zoals sport, onderwijs, cultuur, wetenschap, innovatie en ondernemerschap.”*

Urgentie/relevantie

Uit diverse onderzoeken blijkt dat aanwezigheid bij een sportevenement de intentie om zelf (meer) te gaan sporten doet toenemen (o.a. Weed, 2009). Wanneer de sportevenementen op zichzelf staan blijft het bij de intentie die daarna snel wegebt. Pas wanneer het evenement is ingebed in een programma kan het sportevenement invloed hebben op de participatie. Het is dus belangrijk om reële verwachtingen te scheppen ten aanzien van verhoogde participatie door deelname van/aanwezigheid bij een sportevenement alleen. Het opdoen van positieve sportervaringen is één van de belangrijkste redenen om te gaan en te blijven sporten en bewegen. Die positieve ervaring met sport kan het meedoen aan een *side-event* van een (groot) sportevenement zijn.

Kansen voor side-events

- Topsportevenementen bieden een uitgelezen kans voor *talentontwikkeling*. *Side-events* kunnen zich richten op lokaal talent en dat een podium bieden. *Side-events* zijn met name geschikt voor talentherkenning. Door het feestelijke en sociale karakter zijn evenementen ook zeer geschikt om talent van andere disciplines, bijvoorbeeld cultuur, een podium te bieden. *Side-events* kunnen bijdragen aan:
- *Gemeenschapszin*: Evenementen hebben door hun feestelijke karakter de mogelijkheid om sociale waarde te creëren. Het plezier speelt een belangrijke rol om niet-sporters aan een sport te binden, dat geldt zeker voor kinderen. Sociale contacten en interactie moeten gevoed en gestimuleerd worden voor, tijdens en na een evenement. Evenementen en eventuele nevenactiviteiten hebben een grote potentiële sociale waarde (Chalip, 2006).

- *Activering*: De betrokkenheid van vrijwilligers bij sportevenementen is enorm omvangrijk en belangrijk. Nog los gezien van de economische waarde, biedt een sportevenement de mogelijkheid voor het ontwikkelen van bepaalde vaardigheden en het opdoen van sociale (maar ook zakelijke) contacten. Deze vaardigheden en contacten kunnen de vrijwilligers na het evenement breder inzetten. Vrijwilligers zijn vaak bereid om bij een volgend evenement weer te helpen.

Indicatoren maatschappelijke spin-off

De maatschappelijke *spin-off* binnen dit thema kan tot uiting komen door:

- Talent krijgt een kans: er worden meer talenten ontdekt en begeleid.
- Omstandigheden waarin talent kan ontwikkelen verbeteren.
- Toename verenigingslidmaatschap, uitgesplitst naar doelgroep.
- Toename niet- en anders georganiseerde sport, uitgesplitst naar doelgroep.
- Toename aantal vrijwilligers o.a. via maatschappelijke stages, stagiairs, re-integratie bij sportverenigingen en eventueel andere organisaties.
- Toename leefbaarheid en sociale cohesie in wijken (en organisaties) rondom evenementen.

2.3.3 Beleving & Ervaring

Beleving van een sportevenement is voor niemand gelijk. Het doel is om met een sportevenement een positieve ervaring neer te zetten voor alle stakeholders.

Urgentie/relevantie

Onderzoek van UK Sport uit 2011 laat zien dat sportevenementen een krachtige rol kunnen spelen bij het inspireren van mensen om te gaan bewegen of meer te bewegen. De bijdrage ligt er vooral in gelegen om dat eerste enthousiasme aan te wakkeren. Wanneer een sportevenement op zichzelf staat zal dit gevoel snel wegebben. Is er echter een programma van *side-events* aan gekoppeld is de kans groter dat daadwerkelijk een positieve gedragsverandering optreedt. 67% voelt zich geïnspireerd om na een bezoek aan een topsportevenement (meer) te participeren in sport als direct gevolg van het bezoek. Belangrijke factoren voor die inspiratie zijn de prestaties van (eigen) topatleten en persoonlijk contact met deze helden.

Zeker bij terugkerende evenementen is het belangrijk om bezoekersprofielen in kaart te brengen. Het levert onmisbare informatie om de juiste keuzes te maken voor doelgroepen, manier van communiceren en benaderen. Kennisneming van tevredenheid bij bezoekers is ook belangrijk voor de evenementenorganisator omdat hij in veel gevallen economisch afhankelijk van hen is. Over het algemeen ondersteunen omwonenden een sportevenement in hun stad/regio/provincie. Omwonenden die het evenement bezoeken waarderen het positiever dan andere bezoekers. Zeker wanneer het idee hebben dat ze direct of indirect profiteren van het sportevenement in sociaal opzicht (trots, gemeenschapsgevoel, positief imago) of economisch (bestedingen van toeristen, media-aandacht, bedrijfsontwikkeling en werkgelegenheid) (Kim, H. et. al 2006). Een andere factor die bijdraagt aan de acceptatie van een evenement is de mate waarin bewoners zijn betrokken bij de voorbereiding en invulling van het evenement (Fredline & Faulkner, 1999).

Kansen voor side-events

Side-events gericht op een positieve beleving en ervaring bieden kansen, vanwege kans op:

- *Gedragsverandering*. Tevredenheid van bezoekers, omwonenden en sporters is bepalend voor het gedrag tijdens en na afloop van het evenement.
- *Behalen van doelstellingen*. Wanneer een bezoeker, omwonende, sporter tevreden is en positieve gevoelens overhoudt aan het evenement is de kans groot dat andere doelstellingen van het evenement worden behaald. Doelen op het gebied van citymarketing of participatie bijvoorbeeld.

Indicatoren maatschappelijke spin-off

De maatschappelijke *spin-off* binnen dit thema kan tot uiting komen door:

- Toename van het draagvlak/afname van de weerstand onder omwonenden van een grote sportaccommodatie voor het hosten van (grote) evenementen.
- Herhaalbezoeken van bezoekers van het evenement aan andere sportevenementen en/of de stad/regio/provincie.
- Een toenemende positieve/afnemende negatieve attitude tegenover bepaalde (daarvoor onbekende) sporten.
- Toenemend draagvlak voor de Olympische en Paralympische Spelen 2028.

2.3.4 Economie & Werk

Grofweg omvat economische impact twee onderdelen: additionele bestedingen door de organisatie en additionele bestedingen door bezoekers en deelnemers. Die bestedingen zijn additioneel wanneer ze aan twee voorwaarden voldoen.

- 1 Er is een oorzakelijk verband met de organisatie van het evenement.
- 2 Het moet gaan om bestedingen die niet waren gedaan als het evenement niet had plaatsgevonden.³

Daarnaast moet ook rekening worden gehouden met bestedingen die uitblijven vanwege een evenement doordat omwoners de stad uitgaan of wanneer er niet gewinkeld wordt in de stad vanwege het evenement. De som van wat er extra wordt uitgegeven en wat er minder wordt uitgegeven is de economische impact.

Urgentie/relevantie

De organisatie van sportevenementen krijgt een steeds belangrijker economische component. De mogelijk positieve economische impact van sportevenementen is aannemelijk. In meerdere studies (nationaal, maar vooral internationaal) wordt de impact berekend en vastgesteld. Hierbij moeten we niet alleen denken aan directe financiële kosten en baten, maar ook de indirecte kosten en baten die effect hebben zoals bestedingen aan reclame door het bedrijfsleven, extra werkgelegenheid, inzet van vrijwilligers, extra overnachtingen door bezoekers, aantrekken van toeristen, promotie-effecten en extra restaurantinkomsten (Oldenboom, 2006).

Noot 3 Uit de richtlijn economische impact van de WESP.

Naast de extra bestedingen die worden gedaan door zowel overheden en het bedrijfsleven zijn ook de toeschouwers en deelnemers een belangrijke bron van inkomsten. Bovendien spelen de media een grote rol in het genereren van inkomsten. De (tijdelijke) werkgelegenheid die sportevenementen en bijbehorende *side-events* met zich meebrengen behoren ook tot de economische *spin-off*. Naast deze betaalde krachten spelen vrijwilligers een onmisbare rol. Bij sportevenementen wordt een groot deel van de werkzaamheden uitgevoerd door vrijwilligers. Als die er niet waren, zou de organisatie financieel niet haalbaar zijn. Indirect is de *spin-off* van het vrijwilligerswerk de leerervaringen die ze opdoen en weer kunnen gebruiken in de ontwikkeling/opstart van een professionele loopbaan.

Kansen voor side-events

Niet alleen grote evenementen als WK's en EK's kunnen een positieve economische impact hebben, ook kleinere evenementen hebben de potentie om een positief economisch effect te genereren (Wilson, 2006).

In Nederland heeft de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP) diverse richtlijnen ontwikkeld voor het meten van economische impact.

Wanneer een evenementenorganisatie een economische impactstudie uitvoert volgens de opgestelde richtlijnen levert dat een weergave op van (additionele) bestedingen in de stad/regio/provincie waar het evenement plaatsvindt als gevolg van het evenement.

Economische impact wordt gemaximaliseerd wanneer evenementorganisatoren, de overheid en de private sector effectief samenwerken. De economische impact zal anders zijn bij een terugkerend evenement dan bij een groot eenmalig sportevenement. Daarmee samenhangend is het ook belangrijk om onderscheid te maken tussen macro-economische impact en lokale/regionale economische impact.

Indicatoren maatschappelijke spin-off

De maatschappelijke *spin-off* binnen dit thema kan tot uiting komen door:

- Aantal deelnemers dat additionele bestedingen doet.
- Aantal bedrijven dat additionele bestedingen doet.
- Hoeveelheid additionele besteden door de organisatie in de regio.
- Toegenomen toerisme bestedingen (hotels, restaurants, winkels).
- Toegenomen (tijdelijke) werkgelegenheid in de regio.
- Aantal nieuwe bedrijven dat zich permanent heeft gevestigd als gevolg van het evenement.

2.3.5 Milieu & Innovatie

Het nalaten van een zo klein mogelijke ecologische voetstap wordt steeds belangrijker en sportevenementen kunnen er niet meer omheen daar geen aandacht aan te besteden. De organisatie van het evenement en de faciliteiten erom heen zijn bij uitstek een gelegenheid om aandacht te vragen en krijgen voor 'groene issues' en duurzame ontwikkelingen

Beleidsambitie

De ambitie Kaart van Nederland: "*Nederland is in 2028 een duurzaam en aantrekkelijk land voor bezoekers, met een prettig leefklimaat voor inwoners, een goede bereikbaarheid en een gunstig vestigingsklimaat voor bedrijven.*" Er zijn creatieve en innovatieve oplossingen nodig om het intensieve ruimtegebruik op te lossen en duurzaam te maken.

Urgentie/relevantie

In toenemende mate is de omgevingsimpact belangrijk. Aandacht voor het milieu en de eventuele schade die een sportevenement aanricht komt steeds vaker ter sprake. Afvalmanagement, energieverbruik, transport, recycling en de negatieve impact op de natuur zelf zijn issues die daarmee samenhangen. Duurzaamheid is een groeiend thema geworden de afgelopen jaren en aandacht voor het onderwerp neemt immer toe. Er komt steeds meer erkenning dat de opwarming van de aarde, klimaatveranderingen onder andere wordt veroorzaakt door gemotoriseerd vervoer (vliegverkeer in het bijzonder). Grootschalige sportevenementen dragen daar ook aan bij.

Kansen voor side-events

De organisatie van een sportevenement omhelst vaak nieuwe samenwerkingspartners, het biedt in ieder geval een uitstekende gelegenheid om innovatieve concepten uit te testen. Nieuwe partners brengen nieuwe inzichten en nieuwe netwerken wat de innovatiekracht van de sport kan vergroten. Een andere kans is de mogelijkheid om tijdens/via *side-events* aandacht te vragen voor duurzaamheid en 'groene' issues.

Indicatoren maatschappelijke spin-off

De maatschappelijke *spin-off* binnen dit thema kan tot uiting komen door:

- Toenemende mate van duurzaamheid en milieuvriendelijkheid in regio en/of organisaties betrokken bij sportevenement.
- Duurzame infrastructurele aanpassingen bijvoorbeeld op het gebied van milieu en mobiliteit.
- Toename van innovaties binnen de sport (ook innovatieve samenwerking).
- Toenemend bewustzijn voor 'groene issues' bij bezoekers/deelnemers van het evenement.
- Toenemende aandacht bij sportaanbieders in de regio voor milieu en duurzaamheid.

2.3.6 Imago & Identiteit

Sportevenementen kunnen een goed vehikel zijn om de stad/regio/land te promoten door bewustzijn en aandacht te creëren bij toeristen (Smith, 2005).

Beleidsambitie

Ambitie Nederland in Beeld: "*Nederland staat in 2028 in de wereld bekend als een klein land met grote ambities en resultaten – onder andere als organisator van grote (sport)evenementen -, als betrouwbare handelspartner, als land met een excellent vestigingsklimaat en als aantrekkelijke toeristische bestemming.*" Het kabinet streeft ernaar om door middel van sport(evenementen) Nederland internationaal te positioneren. Niet alleen op het gebied van sport, maar ook op het gebied van cultuur, innovatie, kennis en ondernemerschap.

Urgentie/relevantie

Trots is een sociale impact die in veel onderzoeken wordt genoemd, maar wat het concreet oplevert blijft onduidelijk. Sport zorgt voor identificatie van een individu met een groep. Deze gedeelde trots tijdens een sportevenement kan (tijdelijk) de sociale cohesie versterken.

Sport kan een belangrijke bijdrage leveren aan de eenheid binnen een cultuur (Kelley & Evans, 1998) en identificatie met een sport (middels een sportevenement) leidt tot trots en identificatie met de cultuur in het geheel. Sportevenementen bieden mogelijkheden voor identificatie en verbondenheid met de eigen stad/regio/land (De Chano & Shelly, 2004).

Kansen voor side-events

Door een sportevenement staat een stad/regio tijdelijk in extra belangstelling en daar valt handig gebruik van te maken. Bijvoorbeeld om de stad/regio aantrekkelijk te maken voor toeristen, maar ook om de lokale identiteit en trots sterk uit te dragen. Imagoverbetering van de sport zelf kan ook een doel op zich zijn. Tijdens een grootschalig sportevenement krijgt de sport de kans om zich op positieve wijze te profileren. Sportevenementen, inclusief de *side-events*, combineren namelijk ruimte, tijd en herinnering om de identiteit en/of identificatie van een bepaalde stad/regio te (her)produceren (Elias-Varotsis, 2006). Door middel van sportevenementen kunnen bewoners zich binden aan hun stad of regio en zich meer verbonden voelen.

Indicatoren maatschappelijke spin-off

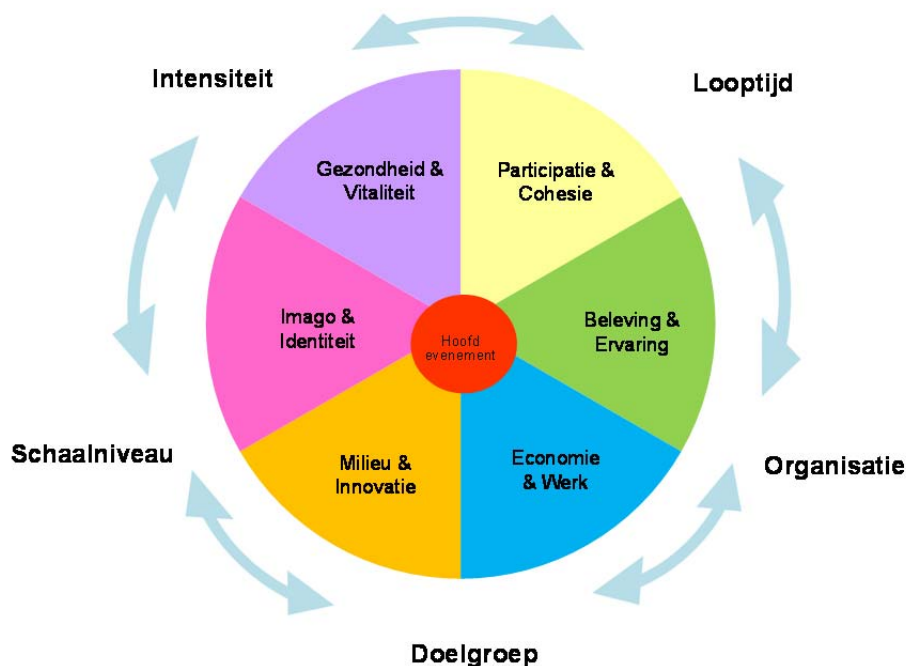
De maatschappelijke *spin-off* binnen dit thema kan tot uiting komen door:

- Toename van toeristische herhaalbezoeken aan Nederland in de regio van het sportevenement.
- Duurzame verandering in bekendheid en belevingswaarde van stad, regio, provincie, Nederland, internationaal.
- Versterking van het imago (van de stad/regio of de sport) na het evenement.
- Versterking van het toerisme na het evenement.
- Toenemende gevoelens van trots en/of lokale identiteit.
- Lokale, nationale en internationale waardering voor het evenement.

2.4 Conceptueel kader

Het conceptueel kader dat is opgesteld heeft als doel het begrip maatschappelijke *spin-off* te concretiseren. Op de volgende pagina zien we een 'vliegwiel' met in het middelpunt het hoofdevenement. Zonder hoofdevenement geen *side-events*. Het hoofdevenement kan *spin-off* creëren op alle gebieden, dat hoeft overigens niet. De *side-events* kunnen specifiek gericht worden op één inhoudelijk thema, maar één *side-event* kan ook op meerdere thema's gericht zijn. Er kunnen uiteraard meerdere *side-events* bij een hoofdevenement zijn.

Om dit 'vliegwiel' heen bestaat een vijftal sturingselementen – termijn, organisatie, doelgroep, schaalniveau en intensiteit. Die sturingselementen – of randvoorwaarden – hebben we benoemd op basis van de analyse van de gegevens uit de pilots en algemeen projectmanagement. Die sturingselementen zijn zogeheten knoppen waar je aan kunt draaien als evenementenorganisatie. Keuzes binnen elk van deze sturingselementen bepalen de inrichting van de *side-events* en welke maatschappelijke *spin-off* ze uiteindelijk genereren. Het inrichten van de *side-events*, zowel inhoudelijk als organisatorisch/randvoorwaardelijk is een dynamisch proces.



Afbeelding: Vliegwiel maatschappelijke *spin-off*, schematische weergave van het conceptueel kader

Gebruik conceptueel kader

Evenementenorganisatoren kunnen het kader toepassen in de ontwerpfase van hun sportevenement. Het kader kan als richtlijn fungeren om te bepalen op welk(e) thema('s) de organisatie zich wil richten met de *side-events*. Wanneer de inhoudelijke thema's gekozen zijn kan aan de hand van de sturingselementen een aantal vragen worden beantwoord die bepalend zijn voor de inrichting van de *side-events*.

Subsidieverstrekkers kunnen binnen dit conceptueel kader aangeven bij welke thema's hun prioriteit liggen. Bovendien kunnen zij het conceptueel kader gebruiken om te sturen op de resultaten en verantwoordingscriteria op te stellen.

Hieronder lichten we de sturingselementen kort toe. Het doorlopen van de sturingselementen en het beantwoorden van de vragen bepaalt de inrichting van de *side-events*.

1 *Doelgroep*

Bepaal wat je gaat doen voor wie.

Het is essentieel om te weten voor wie je wat organiseert en met welk doel. Wanneer de doelgroep(en) duidelijk zijn is het van groot belang om de activiteiten en communicatie daarover aan te passen aan de doelgroep. *Side-events* kunnen geschikt zijn om nieuwe doelgroepen aan te spreken. Dat kan alleen met een gerichte aanpak, ze komen niet vanzelf.

2 *Schaalniveau*

Bepaal de reikwijdte van de side-events.

Hoe ver reiken de effecten? Heeft de maatschappelijke *spin-off* betrekking op de gemeente of regio waar het evenement heeft plaatsgevonden? Of is een landelijke en misschien zelfs internationale uitstraling mogelijk? Het schaalniveau van de *side-events* vertoont vaak sterke

samenhang met de schaal van het hoofdevenement. Het schaalniveau bepaalt voor een belangrijk deel invulling van de *side-events*.

3 *Intensiteit van side-events*

Bepaal de mate van intensiteit van de side-events.

Er zijn drie niveaus te onderscheiden. De eerste is *-ik zie-*. Hier gaat het om minimale betrokkenheid, bijvoorbeeld het zien van de toestroom naar een stadion of een bericht in de krant. Het tweede niveau gaat iets verder, namelijk *-ik beleef-*. Hier worden mensen al meer betrokken en doet het zien iets met de emoties. Het derde niveau gaat om participatie, *-ik doe mee-*. De intensiteit van de *side-events* heeft effect op de aard van de maatschappelijke *spin-off*. Voor sommige doelstellingen is het derde niveau noodzakelijk, terwijl men zich voor andere doelen (bijvoorbeeld positieve aandacht genereren voor de sport) kan beperken tot het eerste niveau. Het is niet zo dat *side-events* gericht op het derde niveau beter zijn dan *side-events* gericht op het eerste niveau.

4 *Looptijd*

Bepaal of spin-off alleen gedurende het evenement merkbaar en meetbaar moet zijn of dat spin-off op de lange termijn wordt nagestreefd.

Spin-off kan van korte of lange duur zijn. Het genereren van *spin-off* op de korte termijn kost wellicht minder inspanning voor de organisatie. De organisatie kan ook streven naar lange termijn *spin-off* op bepaalde gebieden, zoals het verhogen van de cohesie in de wijk waar het evenement plaats vindt. Dit alles hangt sterk af van het type evenement: topsport of breedtesport, eenmalig of een jaarlijks terugkerend sportevenement. Verschillende *side-events* kunnen *spin-off* genereren op verschillende termijnen: kort, middellang, lange termijn. Vanzelfsprekend is de maatschappelijke *spin-off* op de lange termijn intensiever en moeilijker te bereiken en te meten. Afhankelijk van de doelstellingen van de organisatie en/of subsidieverstrekker kan men kiezen voor een termijn.

5 *Organisatie*

Bepaal de organisatievorm en partners en daarmee de koppeling tussen het hoofdevenement en de side-events.

Eén van de belangrijkste keuzes is de keuze voor een tijdelijke projectorganisatie of een structureel samenwerkingsverband. Dat is weer afhankelijk van het type evenement. Daarnaast is bij de keuze voor een organisatievorm nog een aantal elementen van belang: de mate van professionaliteit, de onafhankelijkheid van de organisator, de letterlijke koppeling tussen hoofdevenement en *side-events*, het moment waarop *side-events* een volwaardig onderdeel zijn van het hoofdevenement (hoe eerder hoe meer rendement) en de betrokkenheid van partners (scholen, bedrijfsleven, sportverenigingen).

3 De pilots

3.1 Inleiding

In het beleidskader pilots sportevenementen zijn tien pilots opgenomen en gesubsidieerd. Deze pilots waren zeer divers, qua type evenement, grootte en sport. Aanvullend op de tien pilots uit dit huidige beleidskader is het WK Turnen 2010 – dat plaatsvond tijdens de ontwikkeling van het beleidskader pilots sportevenementen – als elfde pilot meegenomen (zie voor selectie-procedure en overzicht van de pilots bijlage drie).

- EK HipHop 2010
- FBK City Games 2011
- Sylvester Scholieren Cross 2010
- Vergroten media-aandacht zeilen
- Via Vierdaagse 50+ Wandelsport
- WK CP Voetbal 2011
- WK Tafeltennis 2011 – Join the Table
- WK Turnen 2010
- Bid EK Atletiek 2016
- Bid World Championship Series Triathlon 2012
- Bid WK Hiphop 2012

Veel pilots zijn gekoppeld aan een groot topsportevenement. Uitzondering op de regel vormt de Via Vierdaagse 50+ die is gericht op deelname aan breedtesportevenement de Nijmeegse Vierdaagse en de Sylvester Scholieren Cross. De *side-events* zelf zijn bijna allemaal gericht op breedtesport. Een in het oog springende uitzondering vormt het kogelstoten met aanwezigheid van de internationale top in de binnenstad van Hengelo (FBK Games).

3.2 Aanvraag en verloop pilots

Voordat we overgaan naar de opbrengsten per pilot geven we eerst een beeld van de mate waarin randvoorwaarden aanwezig waren voor een succesvolle pilot. Succesvol wil zeggen: een pilot die maatschappelijke *spin-off* genereert en die bijdraagt aan het leren over succesvolle aanpakken van *side-events*. Sluit de subsidie aan bij de wensen en mogelijkheden in het veld? Is de aanvraag- en uitvoeringstermijn redelijk? Is er begeleiding? En last but not least: is er een duidelijk kader gesteld voor invulling en evaluatie van de pilots? Welke consequenties heeft dit gehad voor het verloop en het zicht op de opbrengsten van de pilots?

Aanvraag en gunning subsidie VWS

De aanvraag van VWS vindt aansluiting bij het veld. Aanvragers (sportbonden) zien meerwaarde in *side-events* om zo (aandacht voor) hun hoofdevenement te versterken. Logisch, want het hoofdevenement is de kernactiviteit en de drijvende kracht achter de organisatie. Zo beoogt de KNAU/stichting FBK Games via de FBK City Games de duur van de activiteiten van één naar drie dagen te verlengen en het bereik in de regio te vergroten.

De KNBLO-NL ziet een kans om een belangrijk deel van haar achterban te bedienen en hen te betrekken bij de Nijmeegse Vierdaagse via een specifieke aanpak gericht op de doelgroep 55+. In de bidprocedures, zoals die van dansorganisatie IDO Holland, denkt men via aandacht voor maatschappelijke relevantie van activiteiten (o.a. via activiteiten voor een nog niet eerder bereikte doelgroep jongeren) de kans op binnenhalen van het evenement te vergroten. Vaak liggen plannen al op de plank en worden ze met behulp van subsidie geconcretiseerd of uitgebreid. De subsidie is een stimulans om *side-events* grootser en/of professioneler op te zetten.

De termijn voor het indienen van een aanvraag betrof slechts enkele weken. Pilots die gebaseerd waren op plannen die al in ontwikkeling waren of op de plank lagen bij de aanvrager/eventementenorganisator waren daarom in het voordeel. Vervolgens duurde de toekenning van de subsidie relatief lang, door een subsidiestop vanuit VWS. Organisatoren moesten noodgedwongen besluiten uitstellen, zoals over het aanstellen van een projectleider (WK Tafeltennis) of de omvang van de activiteiten (EK Hiphop). In een aantal gevallen zijn ook de doelstellingen en ambities daardoor naar beneden bijgesteld.

Organisatie

Voor veel aanvragers was het organiseren van *side-events* – op deze schaal- nieuw; het was vaak zoeken naar de juiste organisatiestructuur. In een aantal gevallen, zoals bij het WK Turnen, WK Tafeltennis, EK HipHop, FBK City Games kreeg in eerste instantie iemand binnen de bond het takenpakket *side-events* bovenop de gewone taken. Vaak bleek snel dat die constructie niet haalbaar was en een andere oplossing gezocht moest worden, zoals het aanstellen van een projectleider voor specifiek de *side-events*. Wat bij meerdere pilots speelde is dat er van tevoren teveel activiteiten waren gepland. De veelheid aan activiteiten dreigden de aandacht voor het hoofdevenement weg te nemen. Bij pilots die vooraf een gedegen plan hadden opgesteld met daarin keuzes voor bepaalde activiteiten en doelgroepen (vergroten media-aandacht zeilen en het WK Tafeltennis bijvoorbeeld) speelde dat probleem minder.

Innovatie: nieuwe samenwerkingspartners

De aandacht voor de *side-events*, maar vooral de nieuwe samenwerkingspartners die daarbij komen kijken hebben de ogen geopend. Er is samengewerkt met onder andere (lokale) sportverenigingen, commerciële sportaanbieders, onderwijs, gemeenten, andere sportbonden en het bedrijfsleven. Het vergt echter tijd om elkaars cultuur en elkaars mogelijkheden te leren kennen. Veel pilots zijn mede daardoor in tijdnood gekomen. Onder andere het benaderen en binden van jongeren aan de *side-events* via de scholen verliep niet zo soepel als gedacht. Scholen hebben een vol programma en deelname aan een sportevenement is dan, hoe leuk ze het ook vinden, op korte termijn vaak niet haalbaar.

Begeleiding door Olympisch Vuur 2028

Olympisch Vuur 2028 is bij acht pilots betrokken geweest, omdat drie pilots (WK Turnen, EK HipHop en het Vergroten van media-aandacht bij zeilevenementen) reeds waren uitgevoerd op het moment dat de begeleiding van start ging. De begeleiding richtte zich op de inhoud, het proces en het resultaat. De rol van Olympisch Vuur 2028 is nadrukkelijk die van verbinder geweest. De begeleiders hebben zoveel mogelijk getracht de evenementorganisaties te equiperen en adviseren.

Daarnaast heeft Olympisch Vuur 2028 hun netwerk ingezet waar nodig, bijvoorbeeld voor het verkrijgen van media-aandacht. In principe was er circa 1,5 dag begeleiding beschikbaar per pilot, beperkt dus gezien de ambities en verwachtingen van de pilotorganisaties.

De intensiviteit van begeleiding loopt uiteen van een evaluatiegesprek (bijvoorbeeld bij het Watersportverbond) tot een meer intensief ondersteuningstraject (bijvoorbeeld het WK Tafeltennis). Een aantal voorbeelden van ondersteuningsvragen is:

- Aandragen goede voorbeeldprojecten (niet opnieuw het wiel uitvinden)
- Aanboren van netwerkcontacten
- Meedenken in de bid en lobby
- Media benutten, inclusief inzet sociale media
- Intern draagvlak creëren (binnen de bond)
- Beleving creëren bij de deelnemers en toeschouwers.

Over het algemeen zijn de pilots tevreden over de begeleiding door Olympisch Vuur 2028. De tafeltennisbond (NTTB) zegt hierover:

*“Olympisch Vuur 2028 heeft praktische steun verleend aan de programma-manager van de breedtesportcampagne. Als sparringpartner heeft Olympisch Vuur 2028 deuren geopend naar relevante partijen die van belang konden zijn voor het welslagen van het project (bijvoorbeeld een contactpersoon gehandicaptensport bij NOC*NSF).”*

Borging van kennis

In de meeste gevallen zijn betrokken partijen na afloop met elkaar om tafel gegaan om lessen te trekken uit de organisatie en uitvoering van activiteiten, over behaalde doelen en over hoe is samengewerkt. Hier kwamen waardevolle lessen naar voren en er werden afspraken voor een vervolg gemaakt. Enthousiaste gevoelens overheersten en dit gaf in de meeste gevallen aanleiding tot een vervolg.

Een enkeling (SportDrenthe) heeft heel bewust naar de toekomst gekeken en met de subsidie ook een basis gelegd voor komende jaren (door de ontwikkeling van een toolbox, kennisbank en een website). Ook het Watersportverbond werkt aan overdracht van kennis en ervaring door middel van presentaties bij andere sportbonden en inzet van hun ontwikkelde techniek bij andere sporten.

Een belangrijk middel om alle opgedane ervaring en kennis te waarborgen, door te geven en door te ontwikkelen is het verkrijgen van informatie en documenten voor de Modelaanpak Evenementen. De Modelaanpak is een digitale en dynamische kennisbank voor de gehele evenementensector in Nederland. In de databank is informatie te vinden over het binnenhalen, organiseren en evalueren van evenementen. Om zoveel mogelijk van de ervaringen vanuit de pilots te verwerken in de Modelaanpak heeft Olympisch Vuur 2028 ingezet op (het laten) vastleggen van de ervaringen en kennis. In de praktijk bleek dat veel pilots hier niet mee bezig zijn geweest. Het naar boven halen van deze kennis en ervaren kostte daarom na afloop veel tijd.

3.3 Beschrijving per pilot

In deze paragraaf beschrijven we de pilots aan de hand van de volgende onderwerpen:

- Omschrijving pilot
- Monitoring en evaluatie
- Resultaten
- Leerervaringen
- Maatschappelijke *spin-off* naar thema's

Onder het laatste onderwerp geven we aan op welke van de zes themagebieden er (aangetoond of aannemelijk gemaakt) maatschappelijke *spin-off* is gerealiseerd. Dat wordt verder uitgewerkt in hoofdstuk vier.

EK HipHop 2010

Omschrijving pilot

IDO (International Dance Organisation Holland) organiseerde in 2010 voor het eerst een EK Hiphop in Nederland, in Sporthallen Zuid. Het topsportevenement EK Hiphop had 2800 deelnemers en er waren 2000 toeschouwers. Het evenement duurde vier dagen. Sportstimuleringsprogramma Topscore Amsterdam was een belangrijke samenwerkingspartner. Er zijn clinics en extra *dancebattles* georganiseerd in aanloop naar en tijdens het EK. Doel van de pilot was om dans (i.c. Hiphop) als serieuze sport onder de aandacht brengen bij jongeren.

Monitoring en evaluatie

- Reguliere evaluatie Topscore, niet gericht op meten maatschappelijke *spin-off*.
- Inventarisatie aantal deelnemers per activiteit.
- Evaluatie organisatie en uitvoering pilot IDO Holland en Topscore

Resultaten

- 20 docenten via een docentenclinic.
- 300-400 jongeren via Topscore.
- Extra *dancebattles* tijdens het EK + voorbereiding.
- Een dagvullend programma tijdens het EK.
- Extra flyers van Topscore.
- Er is een nieuwe doelgroep aangeboord die in contact is gekomen met de Hiphop wedstrijd sport. Zo'n 15 jongeren uit de Topscore doelgroep heeft uiteindelijk aan echte wedstrijden meegedaan. Er is niet gevraagd/gemeten wat het effect is op de jongeren van deelname aan de activiteiten.
- De gemeente Amsterdam en Amsterdamse jongeren hebben kennis gemaakt met dans als wedstrijd sport. Er is bewustwording voor de kansen van wedstrijd sport dansen bij gemeente Amsterdam, scholen en jongeren.

Leerervaringen

- Door de late gunning van de subsidie zijn ambities (o.a. communicatieplan, samenwerking met scholen) bijgesteld.
- Monitoring is niet ingebed in organisatie.
- Er was geen eindverantwoordelijke projectleider/-coördinator op de dag zelf.
- Het ontbreken van een verenigingsstructuur wedstrijd sport dans in Amsterdam e.o. bemoeilijkt de doorstroom.
- Het betrekken van het ROC en het begeleiden van studenten vergt veel tijd, daar moet beter rekening mee worden gehouden.
- Samenwerking met ervaren partner sportstimuleringsprogramma Topscore, DMO Amsterdam is waardevol, nieuwe kennis is dan snel in huis.

Maatschappelijke spin-off per thema

- Participatie & Cohesie
- Beleving & Ervaring

FBK City Games 2011

Omschrijving pilot

De FBK Games is een internationaal befaamd ééndaags atletiekevenement. Rondom de editie 2011 is er via *side-events* onder een breder publiek aandacht gevraagd voor het evenement en atletiek, onder meer via activiteiten in de binnenstad van Hengelo (kogelstoten, dubbele mijl, kidsrun, polsstokhoogspringen, running wall en (middelbare) schoolactiviteiten, schoolatletiek, nieuwe media, talentontwikkeling, bedrijvenclinics en algemene atletiekpromotie. Doel van de pilot was de zichtbaarheid van atletiek en atleten te vergroten in Nederland en de stad Hengelo als atletiekstad op de kaart zetten en nieuwe doelgroepen te benaderen.

Monitoring en evaluatie

Tijdens het evenement is in samenwerking met Saxion Hogeschool onderzoek gedaan naar het bezoekersprofiel en naar de bestedingen van bezoekers. Na afloop is de beleving onderzocht van het evenement en de activiteiten eromheen. Wat uit het onderzoek blijkt is dat bezoekers voor ongeveer twee derde uit de regio komen en betrokken zijn bij sport, en in het bijzonder bij atletiek. Uit de enquête naar beleving blijkt dat veel ondervraagden, niet alleen bezoekers aan het evenement, op de hoogte zijn van de *side-events* en er ook positief over waren. Het onderzoek was niet gericht op het meten van effecten ofwel maatschappelijke *spin-off*. Er is niet gemeten of de *side-events* ertoe hebben geleid dat er nieuwe bezoekers naar het stadion zijn gekomen op zondag. Er is geen onderzoek gedaan onder de bezoekers en deelnemers van de specifieke *side-events*.

Resultaten

- Stichting FBK Games fungeerde als een spin-in-het-web tussen haar netwerkpartners.
- Ca. 3300 deelnemers (kinderen, jongeren en volwassenen) in Hengelo en de regio, ca. 5000 toeschouwers annex voorbijgangers in de binnenstad van Hengelo.
- In totaal zijn 100-150 vrijwilligers betrokken geweest.
- De nevenactiviteiten hebben een brede bekendheid onder respondenten die na afloop van de FBK Games zijn ondervraagd, ook onder hen die de activiteiten niet hebben bezocht.
- Uitgebreide aandacht in de lokale en nationale media, ook op het NOS Journaal.
- Promotiefilmpje, dat kan worden ingezet om o.a. sponsors te interesseren.
- Een breder bereik van de activiteiten in Hengelo en regio.
- Meer aandacht voor atletiek in lesprogramma's middelbare scholen en ROC en in Nationale Sportweek.
- Bij de Atletiekunie heeft de pilot geleid tot bewustwording over kansen rond koppelen breedtesportactiviteiten aan een topsportevenement.

Leerervaringen

- Het benutten van het uitgebreide netwerk van de stichting, waarbij de stichting een verbindende factor is.
- Het was niet drukker dan normaal in het stadion, het zat zelfs niet helemaal vol. Het slechte weer kan een belangrijke rol gespeeld hebben.
- Door de veelheid aan activiteiten dreigde een gebrek aan focus.
- Het ontbreken van een ervaren eindverantwoordelijke, coördinator op de dag zelf was een gemis.
- Samenwerking met scholen vraagt veel voorbereiding en tijdsinvestering, dit is vooraf onderschat.

Maatschappelijke spin-off per thema

- Participatie & Cohesie
- Beleving & Ervaring
- Economie & Werk
- Imago & Identiteit

Sylvester Scholieren Cross 2010

Omschrijving pilot

De Sylvestercross is een prestatieloop op 31 december met 38 verschillende onderdelen. In 2010 is voor het eerst een Scholierencross gekoppeld aan de Sylvestercross, die al 30 jaar bestaat. Elders in Nederland werden reeds positieve ervaringen opgedaan met scholierencross; een mooie kans om de Sylvestercross ook bij de jonge Soestenaren bekend te maken. Voorafgaand werden clinics aangeboden op de scholen ter voorbereiding op de loop. Deelnemende kinderen (groep 3 t/m 8) kregen na afloop een voucher voor 3 maanden gratis lidmaatschap. De stichting Sylvester Cross heeft nauw samengewerkt met 10 scholen in Soest en atletiekvereniging Peijnenburg.

Monitoring en evaluatie

De organisatie heeft bijgehouden hoeveel kinderen hebben meegedaan aan de loop, hoeveel daarvan gebruik hebben gemaakt van een voucher en hoeveel uiteindelijk lid is geworden.

Resultaten

- Uiteindelijk hebben 94 kinderen deelgenomen aan de Scholierencross, voornamelijk uit groep 3 & 4.
- 20 kinderen hebben gebruik gemaakt van de voucher, 5 daarvan zijn lid geworden.
- Er is meer bekendheid van de Sylvester Cross op de deelnemende scholen. De deelnemende scholen waren erg enthousiast en een meerderheid heeft in 2011 weer meegedaan.
- De Sylvester Scholieren Cross staat nu op de evenementenkalender.
- Aan de editie van 2011 hebben 150 kinderen meegedaan, een toename van 50%. Bij deze editie waren het voornamelijk oudere kinderen (groep 7 & 8) die meededen.

Leerervaringen

- De clinics voorafgaand aan de loop hebben de LO-docenten geënthousiasmeerd. Vooral de kinderen van groep 3 & 4 vonden de clinics en de wedstrijd erg leuk.
- Het benaderen van scholen in de omgeving Soest verliep zeer stroef en zelfs via ingangen van de gemeente kwam er weinig tot geen respons. Eenmaal deelnemende scholen doen echter dit jaar (2011) weer mee. De datum van het evenement (31 december, in de schoolvakantie) is de belangrijkste reden. Een andere reden is dat het evenement nog niet op de sportkalender stond. Dat is nu veranderd waardoor het evenement meer status krijgt.
- De laagdrempeligheid is erg belangrijk en scholen moeten zo min mogelijk werk hebben aan deelname.

Maatschappelijke spin-off per thema

- Participatie & Cohesie
- Beleving & Ervaring

Vergroten media-aandacht zeilen

Omschrijving pilot

Zeilen is een moeilijke sport om in beeld te brengen en daardoor is de beleving bij de toeschouwers op de kade (maar ook op tv) minimaal. De pilot was gericht op het ontwikkelen van nieuwe technologieën en het inzetten van nieuwe media voor de topsport. Het vergroten van de passieve deelname, de inzet van voortschrijdende technologie, het verder ontwikkelen van Topzeilen TV waren de belangrijkste doelen. Tijdens drie evenementen (Delta Lloyd Regatta, Delta Lloyd WK 470 en IDFS WK Gehandicapten Zeilen) zijn sociale media en de nieuwe technologieën ingezet en getest. De belangrijkste doelgroepen waren de ouders en vrienden van de zeilers, de jeugd in Nederland en de zeilers zelf. De belangrijkste activiteiten zijn geweest: social media training voor de topsporters, intensiveren van samenwerking met gemeenten, het ontwikkelen van nieuwe technologieën om de sport beter in beeld te brengen en het verspreiden van die ideeën maar vooral ook het verspreiden van het resultaat: de beelden.

Monitoring en evaluatie

Het Watersportverbond heeft data verzameld over de bezoekersaantallen van Topzeilen TV en onderzoek gedaan naar de bekendheid van zeilen als sport voor en na de evenementen. Hieruit blijkt dat de bekendheid van zeilen is toegenomen, zowel onder watersporters als niet-watersporters. De uitingen via social media hebben hierin een belangrijke bijdrage geleverd.

Resultaten

- De ontwikkeling van een minihelikopter die goede beelden maakt van zeilen, geschikt voor uitzending. Ook geschikt voor trainingsdoeleinden & citymarketing.
- Internationale aandacht voor de ontwikkeling van de minihelikopter.
- De overdraagbaarheid naar andere sporten wordt nu onderzocht (roeien, bmx, open water zwemmen).
- Tijdens de evenementen waren er meer dan een miljoen kijkers (tegelijkertijd) op Topzeilen TV (wereldwijd).
- Social media trainingen voor topsporters die nu contacten onderhouden met vooral jeugd waardoor ze 'echter' worden. Op Hyves heeft zeilen nu 60.000 volgers.
- Een Tv-programma dat topzeilers volgt in hun voorbereiding naar Londen 2012.
- De verlenging sponsorcontracten met Delta Lloyd (plus verhoging bedrag).
- Er is nu een internationaal netwerk opgebouwd waarin gemaakte beelden efficiënt kunnen worden verspreid. Dat draagt bij aan de zichtbaarheid van de sport.

Leerervaringen

- Klein beginnen met een goed idee en dan gewoon beginnen. Buiten de gebaande paden denken en dan gewoon doen.
- Veel communiceren over datgene waar je mee bezig bent. Door het idee juist niet af te schermen en geheimzinnig te doen ontstaan gesprekken, nieuwe samenwerkingsrelaties en uiteindelijke duurzame constructies.
- Tijdens de pilot konden de beelden niet (goed) worden bekeken via sociale media. Dat moet in de toekomst verbeterd worden door de inzet van online players.
- Er is over het algemeen minder media-aandacht voor gehandicapten zeilen. Hierdoor is het lastiger om terugverdienmodellen vorm te geven.

Maatschappelijke spin-off per thema

- Beleving & Ervaring
- Economie & Werk
- Milieu & Innovatie
- Imago & Identiteit

Via Vierdaagse 50+ Wandelsport

Omschrijving pilot

De pilot omvat een uitgebreid trainings- en begeleidingsprogramma voor het succesvol volbrengen van de Nijmeegse Vierdaagse, een breedtesportevenement met landelijke uitstraling. Doel van de pilot was het vergroten van de participatiegraad van 50+ers aan de Vierdaagse en het ontwikkelen van een aanpak op maat voor deze specifieke doelgroep. Voor de pilot is samenwerking gezocht met de stichting 4Daagse en de Unie KBO. Wandelsportverenigingen in de regio Nijmegen hebben trainingen en begeleiding georganiseerd vanuit het gedachtegoed dat een goede voorbereiding het recept is voor blessurevrij doorlopen van de (Nijmeegse) vierdaagse. De invulling van de pilot is gebaseerd op de sinds 2009 bestaande aanpak 'Via Vierdaagse' en bereikt jaarlijks 1500 debutanten, waarvan circa de helft behorend tot de doelgroep.

Monitoring en evaluatie

De KNBLO-NL heeft een aantal instrumenten waarmee ze de output van haar activiteiten meet. Zo wordt het aantal deelnemers in de verschillende leeftijdscategorieën bijgehouden, wordt de uitval gemeten en worden er na afloop enquêtes gehouden onder de deelnemers.

Resultaten

- Er zijn 13 wandelsportverenigingen betrokken geweest bij de pilot. Voor de begeleiding van de 273 deelnemers (debutanten 50+) zijn 2-3 mensen per vereniging actief geweest als vrijwilliger, als wandelbegeleider en/of verzorger.
- Op basis van de ervaringen is voor 2012 een nieuw product ontwikkeld, Wandelfit.
- De KNBLO-NL heeft een aanjager aangesteld die op lokaal niveau via het netwerk debutanten in de wandelsport betreft in de leeftijdscategorie 50+. De ambitie is bijgesteld naar deelname aan een lokaal/regionaal wandelevenement.
- Er is verminderde uitval geweest onder de debutanten 50+.
- Een groot deel van de debutanten blijft deelnemen aan wandelsport(-evenementen).

Leerervaringen

- Een succesvolle samenwerking met nieuwe partners vergt tijd en inzet, de tijd daarvoor was in de pilot te kort.
- Een aanjager/projectleider ontbrak om lokale netwerken bijeen te brengen en te activeren.
- Er is geen toename gemeten van het aantal debutanten 50+.
- Deelname aan de Nijmeegse Vierdaagse is een lonkend perspectief, maar is voor een groot deel van de debutanten 50+ te hoog gegrepen.
- Er is meer aandacht voor wandelsport bij de ouderbond Unie KBO, het programma voldoet aan een vraag van de doelgroep.
- Het voortborduren en uitwerken van een reeds bestaande succesvolle aanpak naar een aanpak op maat voor een specifieke doelgroep.

Maatschappelijke spin-off per thema

- Gezondheid & Vitaliteit
- Participatie & Cohesie
- Beleving & Ervaring
- Milieu & Innovatie
- Imago & Identiteit

WK CP Voetbal 2011

Omschrijving pilot

CP-voetbal is een paralympische sport en wordt gespeeld door voetballers die als gevolg van een hersenbeschadiging een motorisch probleem hebben. 16 CP-landenteams streden van 17 juni tot 1 juli 2011 in Drenthe tijdens het WK om de titel. Er waren drie speelsteden: Hoogeveen, Assen en Emmen. Er zijn 29 *side-events* georganiseerd, uiteenlopend van een 4x4 toernooi tot een themabijeenkomst voor sportverenigingen. De *side-events* richtten zich op drie doelen: het genereren van publiciteit, het promoten van integratie en het vergroten van de deelname aan sport. De pilot is uitgevoerd door SportDrenthe waarbij het onderzoek naar de maatschappelijke *spin-off* is uitbesteed aan het Instituut voor.

Monitoring en evaluatie

Het Instituut voor Sportstudies heeft in opdracht van SportDrenthe de monitoring gedaan van de *side-events*. Zij hebben systematisch per *side-event* in kaart gebracht wat de verhouding is tussen de geleverde input en de output en outcome. De uitkomsten van dit onderzoek zijn op dit moment nog niet bekend.

Resultaten

- Er is bewustwording gecreëerd voor gehandicaptensport onder de deelnemers en bezoekers.
- De drie gemeenten hebben na afloop van het evenement een volgend regionaal sporttoernooi opgezet. Daarbij maken ze gebruik van elkaars specifieke kennis en kunde. Samenwerking gebeurt zowel op beleidsniveau als in de uitvoering (combinatiefunctionarissen).
- 333 scholen en 20 maatschappelijke instellingen hebben het werkboek ontvangen en daar positief op gereageerd. In totaal zijn 800 werkboeken verspreid.
- Door deelnemende scholen zijn ruim 500 kaarten besteld.
- De ontwikkeling van een meetinstrument van maatschappelijke *spin-off*.
- De ontwikkeling van een toolbox met instrumenten voor evenementenorganisatoren.
- De organisatie van een congres (netwerkvorming).
- Het opstellen van een rol & taakprofiel van een coördinator *side-events*.
- Het inrichten van een website met daarop alle verzamelde kennis en ervaring.

Leerervaringen

- Een persoonlijke benadering van scholen werkt het beste, evenals ondersteuning door een kant-en-klaar lespakket.
- Uitvoerders van *side-events* moeten zoveel mogelijk gebruik maken van bestaande structuren.
- Alles wat ontstaat, moet je als coördinerende organisatie zien en waarderen. Naar aanleiding van een aantal basisactiviteiten kwam er spontaan veel los – 'van onderaf'. Dat is ook maatschappelijke *spin-off*.
- Vaak worden *side-events* of doelen op het gebied van maatschappelijke *spin-off* te laat bij het hoofdevenement betrokken. In de bidprocedure moet hier al aandacht aan worden besteed.
- Er lagen geen vaste netwerken tussen bijvoorbeeld gemeente, scholen en sportverenigingen. Dat maakt een snelle uitrol van projecten lastig. De rol van de provincie en gemeente zou hierin groter kunnen zijn. De combinatiefunctionaris kan hier voor ingezet worden, zo bleek dit goed te werken in de gemeenten die ook speelsteden waren.
- Het aanstellen van een *side-events* coördinator werkt goed. Die persoon moet dan wel vrijgesteld zijn van andere taken tijdens het evenement.

Maatschappelijke spin-off per thema

- Participatie & Cohesie
- Beleving & Ervaring
- Economie & Werk
- Imago & Identiteit

WK Tafeltennis 2011 *Join the Table*

Omschrijving pilot

De pilot omvatte de breedtesportcampagne 'Join the Table' voor en tijdens de WK Tafeltennis 2011. Het doel van de NTTB: "met goede programma's en de WK als middel uiteindelijk meer tafeltennissers aan zich te binden, participatie van vrijwilligers te stimuleren en het imago van tafeltennis als laagdrempelige sport voor iedereen te verbeteren en te versterken." Er waren duidelijk vier doelgroepen geformuleerd met ieder aparte programma's en aanpak: Jeugd, Gehandicapten, Bedrijven en Aziaten. Per onderdeel en doelgroep zijn er verschillende samenwerkingspartners gezocht. Dat varieert van de Chinese Ambassade tot Rotterdam Sport-Support tot revalidatieklinieken. De activiteiten krijgen een vervolg in 2012.

Monitoring en evaluatie

De organisatie van het WK Tafeltennis heeft gemonitord hoeveel deelnemers er aan de verschillende *side-events* hebben meegedaan. Ook hebben ze bijgehouden hoeveel bezoekers de internetsite van hun breedtesportprogramma trok.

Resultaten

- Een breedtesporthal die gedurende drie dagen gevuld was met activiteiten voor verschillende doelgroepen. Er zijn tijdens het evenement 7.500 bezoekers geweest aan de NTTB-breedtesporthal in Ahoy, de activiteiten hebben circa 18.000 deelnemers getrokken.
- Aantallen deelnemers: gehandicapten (200), bedrijven (350), Chinezen (150), Table Stars via scholen (15.000), Table Stars in Ahoy (500), Clinics (2.000).
- Er is veel media-aandacht voor het evenement geweest. Zowel op televisie (elke dag na de Tour de France), als in de schrijvende media als op internet.
- De Nationale Sportweek draaide voor een groot deel om tafeltennis: overal in Rotterdam stonden tafeltennistafels.
- Een verenigingsmanager was in de voorbereiding aangesteld om sportverenigingen te ondersteunen en te versterken.
- Er zijn nieuwe doelgroepen bereikt (Aziaten, gehandicapten).
- Tafeltennis is geïntroduceerd als bedrijfssport.
- Tafeltennisvaardigheden worden geïntroduceerd in lesprogramma's op scholen.
- Een samenwerking met de KNHB en de KNVB waarbij tafeltennistafels in hockey- en voetbalkantines worden geplaatst en competities worden georganiseerd.
- Toename ledenaantallen jeugd in Rotterdam en Amsterdam (twee sterk betrokken steden).
- Borging bij de betrokken gemeentes door afspraken over vervolg (bijvoorbeeld door inzet combinatiefunctionarissen en het onderdeel maken van sportstimuleringsprogramma's).

Leerervaringen

- Er zijn vooraf duidelijke keuzes gemaakt voor doelgroepen en daar is het programma en de communicatie op afgestemd. Achteraf gezien waren het nog teveel doelgroepen gezien de korte voorbereidingstijd.
- De projectorganisatie was in handen van een professionele projectmanager die nauw samenwerkte met een inhoudelijk deskundige van de bond. Dat zorgde voor nieuwe netwerken, een zeer belangrijke opbrengst.
- De betrokkenheid van sportaanbieders is essentieel. Dan heeft het enthousiasme dat gewekt is ook een plek om structureel vervolg te krijgen.

Maatschappelijke spin-off per thema

- Gezondheid & Vitaliteit
- Participatie & Cohesie
- Beleven & Ervaren
- Economie & Werk
- Milieu & Innovatie
- Imago & Identiteit

WK Turnen 2010

Omschrijving pilot

In 2010 vond het WK Turnen plaats in Ahoy Rotterdam, georganiseerd door de Koninklijke Nederlandse Gymnastiek Unie. Naast het WK zelf werden er *side-events* georganiseerd, voornamelijk gericht op de achterban van de KNGU zelf. Naast het wedstrijdprogramma waren er altijd andere activiteiten georganiseerd zoals bijscholing voor bestuurlijk en technisch kader en een beweegplein (Gymplaza).

Monitoring en evaluatie

De KNGU heeft het aantal deelnemers van de workshops bijgehouden en het aantal verkochte kaarten via de sportverenigingen.

Resultaten

- Een doorlopend schaduwprogramma van *side-events* gedurende het WK. Naast het turnen waren ook alle andere vormen van gymnastiek (trampoline, ritmisch, acrogym, free running, etc.) in beeld.
- Goed gevulde zalen, zelfs tijdens de niet-finale dagen. Er zijn 40.000 bezoekers geweest tijdens het WK, zowel bij de wedstrijden als de *side-events*.
- De workshops, bijscholing en congressen voor bestuurlijk en technisch kader zijn goed bezocht. Aan de 20 technische bijscholing hebben 785 deelnemers meegedaan.
- Een succesvol Gymplaza waar kinderen op een laagdrempelige manier konden kennismaking met de gymnsport in allerlei vormen. Datzelfde Gymplaza bood de ruimte voor 45 sta-geplaatsen voor studenten van het ROC Tilburg.

Leerervaringen

- De organisatie van de *side-events* en het hoofdevenement moet in één projectorganisatie zitten. Verbindingen zijn moeilijker te leggen en kansen worden gemist als dit niet zo is. De organisatie van de *side-events* moet ook, op haar terrein, beslissingsbevoegdheid krijgen in een vroeg stadium.
- Door het aanbieden van *package deals* hadden de genodigden een hele dag uit. De vooraf aangeboden combinatie van een bezoek aan de wedstrijden en (één van) de *side-events* was een succes.
- De indeling van de diverse locaties van *side-events* in een grote accommodatie als Ahoy is een aandachtspunt. Sommige activiteiten werden niet goed bezocht door wellicht de ligging, anderen (zoals de Gymplaza en de VIP-ruimte) zaten elkaar een beetje in de weg.
- Functieomschrijvingen van vrijwilligers wisselden nogal eens gedurende de voorbereiding. Eerder duidelijkheid daarover brengt meer rust. Anderzijds heeft deze onduidelijkheid geen negatieve effecten gehad gedurende het evenement zelf.

Maatschappelijke spin-off per thema

- Participatie & Cohesie
- Beleving & Ervaring
- Imago & Identiteit

Bid EK Atletiek 2016

Omschrijving pilot

Het EK Atletiek 2016 wordt een groots feest in heel Amsterdam. Dat is in ieder geval de kern van het ingediende bid. Het EK Atletiek wordt sinds kort tweejaarlijks georganiseerd en wordt in Nederland een topsportevenement met een sterke link naar gezondheidsprogramma's in Amsterdam. Op 4 november 2011 is de bidprocedure gewonnen van concurrenten Istanbul en Split. Alle takken van atletiek, behalve de marathon en snelwandelen, komen tijdens dit evenement aan bod. Voor de bidprocedure was een projectorganisatie samengesteld bestaande uit de directeur van de Atletiekunie, directeur van Topsport Amsterdam en de gemeente Amsterdam.

Resultaten

- *Side-events* die het hoofdevenement versterken speelden tijdens de bidprocedure een belangrijke rol in de uiteindelijke toezegging.
- Een concreet resultaat van de bidprocedure voor het EK Atletiek 2016 is de aangescherpte samenwerking tussen de Atletiekunie en Amsterdam. Het convenant dat al bestond (om atletiek te promoten) is door de bidprocedure concreter geworden. Een samenwerking tussen vier atletiekverenigingen onder leiding van een professionele projectleider is van start en daarmee een concreet resultaat. De organisatie van het evenement heeft profijt van deze vroeg opgestarte samenwerking.
- Nederland heeft opnieuw een groot internationaal topsportevenement toegevoegd aan de track record voor het Olympisch Plan 2028.
- Bewustwording van de meerwaarde en mogelijkheden in het verbinden van de officiële atletieksport (baanatletiek) en het lopen (bos, parken en events). Door de bidprocedure wordt gekeken hoe deze twee werelden samengebracht kunnen worden. Uiteindelijk met het doel om de sportparticipatie te verhogen.

Leerervaringen

- Vanaf het begin een duidelijke organisatiestructuur en rolverdeling neerzetten. Onduidelijkheid hierover kost tijd en levert verwarring op.
- Er leefde een verschil in urgentiegevoel tussen de projectgroep en de stuurgroep in verband met het halen van (bestuurlijke) deadlines - ook van European Athletics.

Maatschappelijke spin-off per thema

- Beleving & Ervaring
- Imago & Identiteit

Bid World Championships Series Triathlon

Omschrijving pilot

Stichting Holland Triathlon (SHT) wil zich naast de klassieke afstand meer bezig gaan houden met de – kortere dan de traditionele - Olympische afstand, met oog op de Olympische Spelen 2028. In 2010 is voor het eerst de *Almere Premium European Cup* georganiseerd met een Olympische afstand. Als locatie is het stadshart van Almere gekozen, zodat karakteristieken van de stad goed in beeld komen. Almere is al een Triathlon stad, het nationaal trainingscentrum is er gevestigd. Doel van de pilot was om ervaring aan te tonen voor de International Triathlon Union (ITU). Het uiteindelijke doel is Almere internationaal op de kaart zetten als Triathlonstad, zodat de ITU Almere wedstrijden op topniveau gunt. Er is ervaring opgedaan met de organisatie van een internationaal toevenement en met de lobby die erbij komt kijken om een dergelijk evenement binnen te halen.

Monitoring en evaluatie

Voor de Stichting Holland Triathlon is de economische *spin-off* gemeten van het hoofdevenement en niet van de nevenactiviteiten. Belangrijke kennis in gesprek met (lokale) overheden en sponsors, maar niet direct relevant voor het in kaart brengen van de resultaten van de pilot maatschappelijke *spin-off*.

Resultaten

- In de bidprocedure voor een World Champions Series wedstrijd Triathlon is ervaring opgedaan met de Olympische afstand en met de organisatie van een evenement op topniveau. Ook weet de stichting nu beter hoe om te gaan met de eisen van en het relatiebeheer met een internationale bond.
- Uitkomst van de bidprocedure is dat Almere een goede kandidaat is voor een wedstrijd in de World Champion Series 2012. 2011 bleek al vergeven.
- Er is bij de stichting meer aandacht voor aantrekkelijkheid van de activiteiten en de locatie van de activiteiten voor het publiek
- De stichting/de stad Almere heeft bewezen een succesvol internationaal toptoernooi neer te kunnen zetten. De ontwikkeling van de blauwdrukken voor de organisatie van een dergelijk evenement is een belangrijke opbrengst.

Leerervaringen

- De locatie kan nog centraler, zodat men het evenement laagdrempelig kan bezoeken.
- Een duidelijk aanspreekpunt/eindverantwoordelijke voor de *side-events* in het bestuur ontbrak.
- De contacten met de internationale bonden strakker regisseren, verwachtingen goed managen levert meer aanzien op.

Maatschappelijke spin-off per thema

- Beleving & Ervaring
- Economie & Werk
- Milieu & Innovatie
- Imago & Identiteit

Bid WK HipHop 2012

Omschrijving pilot

IDO Holland heeft met twee personen geschreven aan een plan voor de bidprocedure voor een WK HipHop in Amsterdam in 2012. Het verzorgen van presentaties aan de organisatie van de bid hoorde ook bij de procedure, hiervoor zijn nog eens drie personen betrokken. Alles verliep in nauwe samenwerking met het bestuur. In het plan is aandacht voor wat je via een groot internationaal hiphop-evenement kunt doen om de doelgroep jongeren te bereiken. Ervaringen met uitkomsten van de pilot EK HipHop 2010 zijn hiervoor benut. De WK bid procedure heeft uiteindelijk geleid tot een toezegging van een EK HipHop in Amsterdam in 2013.

Resultaten

In de bidprocedure voor het WK HipHop zijn de kansen en mogelijkheden van *side-events* om het hoofdevenement te versterken benoemd, opgedaan tijdens de pilot EK HipHop 2010. Met name kansen voor het bereiken van jongeren versterken de bid. Het resultaat is een plan waarin wordt aangetoond dat IDO Holland een dergelijk evenement kan organiseren, praktisch gezien.

Leerervaringen

- Het organiseren van *side-events* is een belangrijke meerwaarde om evenementen binnen te halen.
- Het bid heeft (nog) geen concreet resultaat. Er is wel uitzicht op een EK HipHop in 2013.
- Vooraf verwachtingen t.a.v. kansen goed managen.

3.4 Resultaten

Bovenstaande beschrijvingen brengen de opbrengsten van de pilots in beeld. Geconcludeerd kan worden dat de subsidie extra activiteiten heeft opgeleverd, die anders niet georganiseerd zouden zijn. De subsidie heeft betrokken partijen aan het denken gezet over de meerwaarde van *side-events* en ook over wat het hen oplevert op de korte en langere termijn. De aanvragers zien zonder uitzondering kansen voor vervolg en brengen die, in de meeste gevallen, ook in de praktijk. Het besef is doorgedrongen dat het een grote meerwaarde heeft om op deze manier naar het organiseren van (top)sportevenementen te kijken. De KNGU geeft bijvoorbeeld aan dat het geen grote evenementen meer organiseert zonder dat daar *side-events* aan worden gekoppeld.

Uit het voorgaande blijkt echter tevens dat maatschappelijke *spin-off* niet of nauwelijks gemeten is door de pilots. Op de eerste plaats willen we hier meegeven dat maatschappelijke *spin-off* überhaupt erg lastig te meten is, zo niet onmogelijk is om volledig in kaart te brengen. In de veelheid van activiteiten is het erg lastig om causale verbanden aan te tonen. In gesprekken geven respondenten terecht aan dat dit type onderzoek een heel ander vak is dan het organiseren van een evenement.

Zoals ook eerder gezegd gaat het erom om aannemelijke verbanden te laten zien tussen de *side-events* en de maatschappelijke *spin-off*. Dan is het wel zaak om te beschikken over metingen op een aantal relevante indicatoren. Respondenten geven aan dat het voor hen gedurende het traject, van aanvraag tot en met eindverantwoording, onduidelijk is gebleven wat VWS nu precies onder maatschappelijke *spin-off* verstaat. Ook bestond er onduidelijkheid over de verwachtingen ten aanzien van de verantwoording. Meermalen werd het ontbreken van een evaluatieformat als gemis aangegeven. De pilots zijn mede daardoor vaak direct in de uitvoering geschoten.

We zagen in de begrotingen voor de *side-events* ook geen reservering van middelen voor meten van maatschappelijke *spin-off*. Door een aantal pilots werd wel gemonitord op bijvoorbeeld het bereik en de resultaten van het evenement, zoals de FBK Games, de Stichting Holland Triathlon en de KNBLO-NL. Dat waren meestal metingen die al regulier werden gedaan door de betreffende organisatie. Een uitzondering vormde het WK CP voetbal (zie paragraaf 3.3).

Dat maatschappelijke *spin-off* niet is gemeten betekent niet dat deze niet is gecreëerd of in beeld is. Tijdens de gesprekken en in sommige gevallen met behulp van achteraf verzameld materiaal constateren we dat er wel degelijk maatschappelijke *spin-off* is gecreëerd. We bespreken in het hierna volgende hoofdstuk vier deze *spin-off* aan de hand van de zes eerder genoemde themagebieden uit hoofdstuk twee.

4 Maatschappelijke *spin-off*

4.1 Opbrengsten per thema

Wat hebben de pilots nu opgeleverd aan maatschappelijke *spin-off*? In het vorige hoofdstuk hebben we de opbrengsten per pilot al benoemd. Wanneer we de maatschappelijke *spin-off* van alle pilots samenvoegen en indelen naar de zes themagebieden van het conceptueel kader ziet dat er als volgt uit.

Gezondheid & Vitaliteit

Tijdens de pilots is een enkeling erin geslaagd om een bijdrage te leveren aan het bewustzijn van een gezonde leefstijl. In het geval van de Via Vierdaagse leverde het ontwikkelde programma een bijdrage aan de gezondheidsbeleving van ouderen. Daarbij is de sport (wandelen) gekoppeld aan de doelgroep met de boodschap dat de wandelsport geschikt is voor een tweede sportcarrière. Het concept is aangeslagen, doorontwikkeld en uitgerold naar aanleiding van de pilot.

Gezondheid op de werkvloer is een onderwerp dat terrein wint. Een topsportevenement en daaraan gekoppelde *side-events* gebruiken als middel om de sport in de belangstelling te zetten als bedrijfssport kan een effectieve strategie zijn. Ook hier geldt dat het programma en de betrokkenheid ruim voor het daadwerkelijke hoofdevenement moet starten met als hoogtepunt een activiteit tijdens het hoofdevenement. Gebruik maken van de positieve media-aandacht voor de sport draagt bij aan de bekendheid en het positioneren van de sport als bedrijfssport. Het bedrijfsprogramma van het WK Tafeltennis is geslaagd in het doel om tafeltennis als bedrijfssport te introduceren en uit te rollen.

Participatie & Cohesie

Side-events zijn geschikt om aandacht en bewustzijn te genereren voor bepaalde doelgroepen, bijvoorbeeld gehandicapten, senioren, jongeren met overgewicht, et cetera. Dat werkt twee kanten op. In het voorbeeld van gehandicapte sporters als doelgroep: enerzijds komen valide en niet-valide sporters met elkaar in contact door de activiteiten en de gehandicapte sporters een podium te geven. Anderzijds zien gehandicapte sporters de mogelijkheden die een bepaalde sport hun biedt om deze te beoefenen. Veel programma's die met dit doel zijn ontwikkeld in het kader van de pilots hebben een vervolg gekregen.

De doorstroom vanuit de *side-events* naar lokale sportaanbieders is wisselend. In gevallen waar lokale sportaanbieders nauw betrokken waren bij de activiteiten is er een percentage daadwerkelijk lid geworden na deelname aan de *side-events*. In andere gevallen is het aannemelijk, maar onvoldoende (of helemaal niet) gemonitord om daadwerkelijk uitspraken over te doen.

Side-events zijn geschikt om bepaalde doelgroepen (bijvoorbeeld senioren of Aziaten in het geval van het WK Tafeltennis) te bereiken en ze kennis te laten maken met de sport. Tijdens de pilots is een basis gelegd voor contact en verdere binding met de sport.

Een aantal pilots heeft ook een podium geboden voor talentherkenning. Docenten van die talenten waren ook aanwezig tijdens het *side-event*. Zij besteden na afloop van het evenement meer aandacht aan de sport tijdens reguliere lessen en kunnen geïnteresseerde jongeren en talenten nu doorverwijzen.

Bij veel pilots was er een groot gevoel van saamhorigheid. Doordat er een programma was naast het officiële wedstrijdprogramma was er veel meer contact tussen alle aanwezigen. Bovendien waren die aanwezigen veel diverser dan wanneer er alleen een wedstrijdprogramma was. Door de *side-events* kwamen allerlei verschillende doelgroepen met elkaar in contact. De sport was de verbindende factor.

Het grote aantal vrijwilligers dat heeft geholpen voorafgaand, tijdens en na afloop van de sportevenementen is een groot goed en draagt bij aan de duurzaamheid van het evenement. De betrokkenheid is groot en dat is terug te zien in de relatief weinige moeite die het kostte om vrijwilligers voor de evenementen op de been te krijgen en de vrijwilligers die elk jaar terugkeren.

Een jaarlijks terugkerend evenement met een grote betekenis voor de regio speelt de rol van verbinder, zoals de FBK City Games. Waar voorheen sportverenigingen elkaar als concurrenten beschouwen dragen ze nu bij aan een gezamenlijk doel. Daarmee wordt de georganiseerde sport in de regio versterkt. Het versterken van de georganiseerde sport gebeurde vond ook plaats door middel van het inzetten van verenigingsondersteuners.

Beleving & Ervaring

Het enthousiasme van de organiserende partijen en de deelnemers was groot. Dat blijkt onder andere uit de programma's die na afloop van de pilot doorgaan. Ook betrokken samenwerkingspartners (zoals scholen of bedrijven) doen in het vervolg weer mee. De achterban van de sportbonden geven aan trots te zijn op hun sport, zij hebben het idee indirect geprofiteerd te hebben van het geslaagde evenement.

Er is beleving toegevoegd aan het evenement. Er was aandacht voor zowel topsport als breedtesport, voor valide en invalide sport, voor actief deelnemen en passief kijken, voor innovatie, voor het betrekken van jeugd en volwassenen en voor wel- en niet bekenden met de sport. De *side-events* hebben daar voor een (zeer) groot deel aan bijgedragen. Alle pilots hebben een bijdrage geleverd aan het opdoen van een positieve sportervaring. Plezier stond vaak voorop. Het opdoen van zulke positieve sportervaringen is één van de belangrijkste redenen om in de toekomst te gaan en/of blijven sporten. Belangrijke factoren in die positieve sportervaringen waren de contactmomenten met de sporthelden en de stimulerende omgeving en atmosfeer (bijvoorbeeld de hoofdzaal in Ahoy of tijdens de start van de officiële wedstrijd). Door zulke contactmomenten in een feestelijke sfeer wordt de afstand tussen topsport en breedtesport ook verkleind.

Er is veel media-aandacht gegenereerd door sommige pilots. Dat heeft de sport op een positieve manier in de aandacht gezet. Een belangrijk effect dat door meerdere pilots is genoemd (onder andere het WK Turnen en WK Tafeltennis) is dat door de *side-events* nationaal en internationaal opzien is gebaard door op deze wijze het evenement te organiseren.

Bij de terugkerende evenementen is de tevredenheid onder de vrijwilligers groot, blijkend uit het overschot van vrijwilligers dat beschikbaar is voor het evenement en de *side-events*.

Er is geen negatieve *spin-off* vastgesteld in termen van overlast door omwonenden en/of toeschouwers.

Economie & Werk

Door de subsidie was het mogelijk om de activiteiten grootser op te zetten dan anders, om meer activiteiten te organiseren (meer dagen zelfs) of om activiteiten op andere plekken dan de wedstrijdlocatie te organiseren. De *side-events* hebben meer bezoekers getrokken naar het hoofdevenement dan anders en die hebben wellicht in totaal ook meer besteed (dat is niet gemeten).

Voor het organiseren van de *side-events* is in een aantal gevallen (tijdelijke) werkgelegenheid gecreëerd. Werkgelegenheid bij betrokken gemeentes, binnen de sportbonden maar ook bij de sportaanbieders (verenigingsmanagers).

De *side-events* droegen bij aan de zichtbaarheid van het hoofdevenement en daarmee werd het hoofdevenement interessanter voor sponsors. In sommige gevallen heeft dat een continuering en verhoging van het sponsorcontract betekend. Ook het bedrijfsleven is in sommige pilots betrokken geraakt bij het evenement.

Het grote aantal vrijwilligers dat heeft geholpen tijdens de pilots maakt het grotendeels financieel mogelijk dat de sportevenementen kunnen plaatsvinden.

Milieu & Innovatie

De ontwikkeling van nieuwe technologie (bijvoorbeeld de minihelikopter zeilen) vergroot de zichtbaarheid van de sport en draagt bij aan de innovatie van deze sport. Tevens is deze innovatieve ontwikkeling overdraagbaar naar andere sporten. Evenementen zijn een goede testomgeving en show-case voor innovatieve producten en concepten.

Er zijn nieuwe combinaties ontstaan tussen sporten (bijvoorbeeld hockey en tafeltennis). Die verbinding heeft tot gevolg dat tafeltennis zich nu ook uitbreid naar andere sporten. De specifieke technieken van de tafeltennissport (fijne motorische vaardigheden) worden toegepast binnen andere sporten. Aan de andere kant wordt het imago van tafeltennis opgepoetst en het bestaansrecht van deze sport vergroot.

De organisatie van *side-events* gekoppeld aan een topsportevenement is ook een impuls voor gedragsverandering bij de betreffende bond of organisatie. Op een andere manier nadenken over de maatschappelijke meerwaarde van de sport is een impuls voor vernieuwing.

Maatschappelijke *spin-off* is er vaak in de vorm van (her)nieuw(d)e samenwerking. Dat kan zijn tussen gemeenten onderling, tussen een gemeente en een sportservice, maar ook tussen bedrijven en sportbonden. Bewustzijn van elkaars aanwezigheid en het feit dat je gebruik kunt maken van elkaars netwerk, vaardigheden en kennis. Die verbindingen die ontstaan dragen bij aan de duurzaamheid van het sportevenement. Samenwerking met nieuwe partijen levert nieuwe inzichten op die hebben geresulteerd in nieuw ontwikkelde concepten die nu worden uitgerold.

Bij de grote topsportevenementen is kennisoverdracht en het professionaliseren van de georganiseerde sport een onderdeel geweest. Kennisoverdracht en het stimuleren van innovatief denken kwam tot uiting door de vele congressen, workshops, bijscholingen en themabijeenkomsten.

Imago & Identiteit

De *side-events* hebben een positieve bijdrage geleverd aan het imago van de sport. Het hoofdevenement, maar vooral de *side-events*, waren een goede mogelijkheid om de sport te laten zien in al haar facetten (bijvoorbeeld bij het turnen). Nieuwe doelgroepen zijn bereikt.

Sommige pilots hebben ook een sterke bijdrage geleverd aan het imago van de regio (bijvoorbeeld de FBK Games en Hengelo = atletiekstad). Doordat de jaarlijks terugkerende *side-events* verspreid zijn over meerdere dagen en over meerdere locaties kunnen ze daadwerkelijk een bijdrage leveren aan de link tussen de sport en stad.

Trots is een belangrijk effect geweest. Dit is niet onderbouwd door de pilots, maar door bijna iedereen benoemd als belangrijke *spin-off*.

4.2 Indeling pilots naar maatschappelijke *spin-off*

Op de volgende bladzijde staat een overzicht van de pilots en de themagebieden waarin het aannemelijk is dat zij maatschappelijke *spin-off* hebben gecreëerd. In dit overzicht ontbreekt de pilot Bid WK HipHop 2012 omdat we daar geen maatschappelijke *spin-off* hebben kunnen vaststellen.

	Gezondheid & Vitaliteit	Participatie & Cohesie	Beleving & Ervaring	Economie & Werk	Milieu & Innovatie	Imago & Identiteit
FBK City Games		*	*	*		*
EK Hiphop 2010		*	*			
Sylvester Cross 2010		*	*			
Vergroten media-aandacht zeilen			*	*	*	*
Via Vierdaagse 50+	*	*	*		*	*
WK CP Voetbal 2011		*	*	*		*
WK Tafeltennis 2011	*	*	*	*	*	*
WK Turnen 2010		*	*			*
Bid EK Atletiek 2016			*			*
Bid Triathlon			*	*	*	*

Beleving & Ervaring is een themagebied waar alle pilots maatschappelijke *spin-off* hebben gecreëerd. *Side-events* zijn uitermate geschikt om beleving toe te voegen aan een sportevenement en om toeschouwers/deelnemers positieve sportervaringen te laten opdoen. Het feestelijke karakter en het feit dat de meeste *side-events* een hoge intensiteit hadden (*ik doe mee*) zorgde voor enthousiasme en beleving.

Gezondheid & Vitaliteit is een moeilijker thema om *spin-off* te creëren omdat dit vaak gepaard gaat met een langdurig programma. Op het gebied van Economie & Werk is de *spin-off* klein, maar wel aanwezig en dan vooral in het creëren van tijdelijke werkgelegenheid. In sommige gevallen zijn er ook additionele bestedingen gedaan door het bedrijfsleven. Veel pilots hebben ook *spin-off* gecreëerd op het gebied van Imago & Identiteit. De sport is op een positieve manier neergezet en daar plukt ook de achterban vruchten van.

Twee pilots hebben op (bijna) alle gebieden maatschappelijke *spin-off* gecreëerd, het WK CP Voetbal en WK Tafeltennis. Wat in deze pilots opvalt is de link tussen de themagebieden: door nadrukkelijk in te zetten op het creëren van *spin-off* binnen een bepaald themagebied (bijvoorbeeld gezondheid) wordt er ook *spin-off* gecreëerd binnen een ander thema (participatie of imago).

4.3 Indeling op basis van de sturingselementen

Wanneer we de pilots (achteraf) indelen aan de hand van de vijf sturings-elementen zien we dat veel pilots in deze fase een projectorganisatie zijn geweest. Dat valt voor een groot deel te verklaren door het grote aantal eenmalige WK's en EK's. Een ander opvallend gegeven is dat de intensiteit van de *side-events* (hoewel zeer verschillend) bijna allemaal tot het derde niveau reiken – *ik doe mee*.

	Termijn	Organisatie	Doelgroep	Schaalniveau	Intensiteit
FBK City Games	Kort: aandacht stad Lang: atletiek regio	Structureel - stichting	Scholieren, leden lokale clubs, kinderen en jongeren	Lokaal, regionaal en internationaal	Ik zie Ik beleef Ik doe mee
EK Hiphop 2010	Kort: enthousiasme Lang: doorstroom talent	Projectorganisatie, nauwe samenwerking lokale partij	Jongeren nog niet bekend met dans als wedstrijdsport	Lokaal	Ik zie Ik beleef Ik doe mee
Sylvester Cross 2010	Kort: enthousiasme Lang: lidmaatschap	Structureel - stichting	Jeugd (groep 3 t/m 8)	Lokaal	Ik zie Ik beleef Ik doe mee
Vergroten media-aandacht zeilen	Kort: aandacht Lang: netwerk	Projectorganisatie sterk vanuit de bond	Jeugd, gehandicapten, topsporters	Lokaal, nationaal en internationaal	Ik zie Ik beleef
Via Vierdaagse 50+	Kort: deelnemers Lang: nieuw programma	Projectorganisatie, i.s.m. lokale aanbieders	50-plussers die nog niet deelnamen aan wandelevenement	Regionaal	Ik zie Ik beleef Ik doe mee
WK CP Voetbal 2011	Kort: awareness Lang: netwerk	Projectorganisatie, coördinerend vanuit provinciale sportraad	Jeugd, gehandicapte sporters	Lokaal en regionaal	Ik zie Ik beleef Ik doe mee
WK Tafeltennis 2011	Kort: enthousiasme Lang: netwerk, innovatie sport	Projectorganisatie, professioneel PL met inhoudelijke input bond	Jeugd, gehandicapten, bedrijven en Aziaten	Lokaal en nationaal	Ik zie Ik beleef Ik doe mee
WK Turnen 2010	Kort: enthousiasme, Lang: ontwikkeling org	Projectorganisatie, sterk vanuit de bond	Jeugd, verenigingsbestuurders	Lokaal en nationaal	Ik zie Ik beleef Ik doe mee
Bid EK Atletiek 2016	Kort: bid gewonnen Lang: samenwerking	Projectorganisatie, intensief tussen bond en stad	Alle Amsterdammers	Lokaal, nationaal en internationaal	nvt
Bid Triathlon	Kort: internationale aandacht	Structureel - stichting	Triathleten	Lokaal en regionaal	nvt
Bid WK Hiphop 2012	Kort	Projectorganisatie – 2 personen	Nvt	Nvt	nvt

NB: Deze indeling is gebaseerd op de beschikbare informatie en gemaakt op basis van reconstructie achteraf door de onderzoekers.

5 Conclusies en aanbevelingen

Het doel van deze evaluatie was om te leren van de ervaringen die zijn opgedaan om in de toekomst op een effectieve manier *side-events* in te zetten en te ondersteunen die de maatschappelijke *spin-off* van sportevenementen vergroten en/of versterken. In dit hoofdstuk trekken we conclusies op basis van het onderzoek en beantwoorden we de onderzoeksvraag. Vervolgens doen we een aantal aanbevelingen voor de organisatie van sportevenementen en *side-events*.

5.1 Conclusie met betrekking tot maatschappelijke *spin-off*

Evenementen hebben altijd al maatschappelijke *spin-off* gegenereerd, maar nu pas wordt er geprobeerd om die *spin-off* expliciet te maken en er op sturen. Over het algemeen constateren we dat Nederland zowel theoretisch als in de praktijk nog aan het begin staat wat betreft kennis over en ervaring met het vergroten/versterken van maatschappelijke *spin-off*. De algemene indruk van de pilots is dat zij vrij snel in de uitvoering zijn geschoten zonder vooraf al te lang stil te hebben gestaan bij het opdoen van leerervaringen over het creëren van maatschappelijke *spin-off*. Het ontbreken van duidelijke kaders en verantwoordingscriteria maakte het lastig voor de organisaties om bewust invulling te geven aan het begrip maatschappelijke *spin-off*. Er is dan ook niet of weinig ingezet op monitoring.

Uit deze evaluatie blijkt dat maatschappelijke *spin-off* door een groot aantal bekende en onbekende factoren wordt veroorzaakt. Door reconstructie achteraf is het evenwel aannemelijk te maken dat er een verband bestaat tussen de *side-events* en maatschappelijke *spin-off*. *Side-events* zijn een kansrijke mogelijkheid om de maatschappelijke *spin-off* van het hoofdevenement te vergroten en/of te versterken. *Side-events* kunnen de aandacht en beleving dat een groot sportevenement met zich meebrengt gebruiken om in de aanloop van, tijdens en na het evenement een bijdrage te leveren aan die maatschappelijke *spin-off*.

Alle respondenten zien de meerwaarde van de koppeling tussen *side-events* en een groot (internationaal) top- of breedtesportevenement. Voor de *side-events* is het voordeel van de koppeling dat de *side-events* een boost krijgen, een hoogtepunt om naar toe te werken en meer media-aandacht genereert. Daardoor krijgen de *side-events* sneller bekendheid, meer allure en daardoor meer deelnemers. De meerwaarde van de koppeling voor een hoofdevenement is vooral promotioneel: van het evenement zelf (meer bezoekers), maar ook van de sport. Met de opkomst van de beleveniseconomie ontkomen topsportevenementen er bovendien niet meer aan om niet ook activiteiten te organiseren voor het brede publiek.

Het beleidskader pilots sportevenementen heeft veel leerervaringen opgeleverd en is effectief geweest in het stimuleren van het organiseren van de *side-events*. Voor veel organisaties was dit de eerste keer dat ze op een dergelijke manier omgingen met de organisatie van een groot sportevenement. De nadruk lag dan ook vooral bij de uitvoering. Daarom is het nu nog lastig om te bepalen of *side-events* opleveren wat je er in investeert.

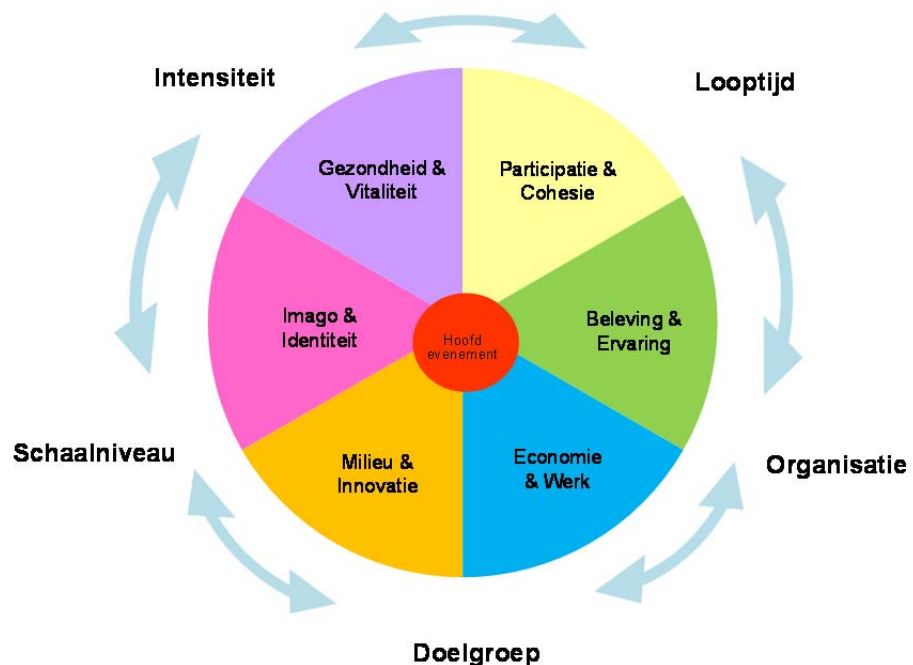
Om de bijdrage van *side-events* aan het vergroten en/of versterken van maatschappelijke *spin-off* bij sportevenementen te bepalen is het belangrijk dat de ruimte aanwezig blijft om de ingeslagen weg door te zetten en de ruimte te bieden de aanpakken verder te ontwikkelen en uit te kristalliseren. In die verdere ontwikkeling zijn de succesvolle aanpakken aanknopingspunten om door te ontwikkelen en breder in te zetten.

Definitie en conceptueel kader

Een resultaat van deze evaluatie is ook de opgestelde definitie en het conceptuele kader. De definitie die is opgesteld als resultaat van de literatuurstudie is als volgt:

Maatschappelijke spin-off omvat de (positieve maar ook negatieve) effecten die merkbaar en meetbaar zijn in de samenleving als gevolg van het plaatsvinden van een top- of breedtesportevenement (inclusief de side-events).

De effecten (zes themagebieden) die worden genoemd in de definitie zijn schematisch weergegeven in onderstaande afbeelding, evenals de sturings-elementen.



Afbeelding Vliegwiel maatschappelijke *spin-off*, schematische weergave van het conceptueel kader

5.2 Ingrediënten voor een succesvolle aanpak

Wat zijn succesvolle aanpakken voor het realiseren of versterken van maatschappelijke spin-off van side-events bij sportevenementen?

We geven antwoord op bovenstaande vraag aan de hand van de vijf sturingselementen zoals deze eerder zijn benoemd in hoofdstuk twee. Het zijn de algemene lessen die we trekken uit de diverse pilots. Keuzes binnen elk van deze sturingselementen bepalen de inrichting van de *side-events*. Voorwaardelijk voor een succesvolle aanpak om maatschappelijke *spin-off* te genereren is het vooraf toepassen van een reëel kader om de doelen en aanpak te bepalen en te omschrijven. Het hierboven genoemde kader en bijbehorende definitie kunnen dienen als uitgangspunt hiervoor.

1 Doelgroep

Het bepalen van de juiste doelgroep is sterk bepalend voor het succes van de *side-events*. Voor wie wordt wat georganiseerd? De keuzes moeten aansluiten bij de visie en doelen van de organisatie. Evenementenorganisatoren die kiezen voor een bepaalde doelgroep en bijbehorende aanpak, communicatie en aanbod hebben meer kans op succes. Bovendien kan een sportevenement worden ingepast in de visie en plannen van een organisatie en is de kans op lange termijn *spin-off* groter. Een zogenoemd *fan-traject* is een geschikt middel om doelgroepen scherp te krijgen en te koppelen aan de visie van de organisatie.

2 Schaalniveau

Het bereik van de *side-events* is vaak afhankelijk van het schaalniveau van het hoofdevenement. Het is belangrijk om te bepalen wat de scope is van de *side-events*. De scope bepaalt namelijk ook de samenwerkingspartners. *Side-events* gericht op het verhogen van de participatie in de regio hebben andere samenwerkingspartners en vereist een andere inzet van capaciteiten dan *side-events* die zij gericht op innovatieve technologische ontwikkelingen waar alle topsporters van een sport gebruik van moeten kunnen maken. *Side-events* die inzetten op het versterken en benutten van de inzet van netwerkpartners, hebben vaak tevens een functie als aanjager en genereren zo potentieel nog meer maatschappelijke *spin-off*.

3 Intensiteit

De intensiteit van de *side-events* is belangrijk voor het behalen van resultaten. *Side-events* gericht op het in beeld brengen van Nederland als sportland vereisen niet per se een participatieniveau. Wanneer de doelstelling echter is om meer leden te genereren in een bepaalde regio is kijken alleen niet voldoende om deelnemers te werven en vervolgens aan je te binden. Het vergt meer inzet en een langere adem. Het inzetten van topsporters waar een heldenstatus omheen wordt gecreëerd is een belangrijke succesfactor in het bereiken van een intensievere beleving. *Side-events* waar meedoen centraal staat leveren een grote bijdrage aan de beleving van het sportevenement.

4 Looptijd

Zoals eerder gezegd kan de *spin-off* van korte of lange duur zijn. Voor *spin-off* op het gebied van gezondheid en cohesie bijvoorbeeld is gedragsverandering nodig. Dat betekent dat de *side-events* niet beperkt kunnen blijven tot het evenement zelf. In de aanloop naar het evenement moet de doelgroep al betrokken worden bij het hoofdevenement. De mogelijkheid om deel te kunnen nemen aan het hoofdevenement is een belangrijke succesfactor. Wat essentieel is om maatschappelijke *spin-off* op de lange termijn te laten gelden is de nazorgfase. Evenementen zijn eenmalig (of jaarlijks) en het gevaar is groot dat veel positieve factoren die tijdens het evenement aanwezig zijn (de aandacht, de enthousiaste reacties maar ook de eventuele intenties om te gaan sporten/gezonder te gaan eten/vrijwilligerswerk gaan doen/...) wegzakken. Om daadwerkelijk gebruik te maken van deze positieve factoren – korte termijn effecten - tijdens en vlak na een evenement moeten er ook vervolgacties zijn. Lokale sportaanbieders en andere lokale samenwerkingspartners (gemeente, maar ook het bedrijfsleven en het onderwijs) zijn in dit geval onmisbaar, zij kunnen zorgen voor duurzame verankering. Alleen met een doorlopend programma kan daadwerkelijk gedragsverandering plaatsvinden.

5 Organisatie

Een belangrijk onderscheid om te maken is tussen jaarlijks terugkerende evenementen en éénmalige evenementen. Wanneer het een eenmalig sportevenement betreft zoals een WK of een EK bestaat de kans dat binnen de organiserende bond niet altijd de juiste kennis en ervaring aanwezig is om een dergelijk sportevenement in goede banen te leiden. Het aantrekken van een ervaren professionele projectmanager/eventmanager is dan een belangrijke succesfactor. Een andere factor waar rekening mee moet worden gehouden is dat het veld met stakeholders groter is en er is vaak ook sprake van centrale sturing. Wat ook goed werkt is als een centrale partij, zoals een provinciale sportraad, een coördinerende en stimulerende taak op zich neemt en de uitvoering bij het veld laat.

Waar het gaat om jaarlijks terugkerende evenementen is een structurele organisatievorm meer toepasselijk. In die organisatievorm is het belangrijk dat de juiste partners aan tafel zitten op het juiste moment. In beide gevallen geldt dat de verantwoordelijke voor de *side-events* niet in een aparte organisatie/projectgroep moet zitten dan de verantwoordelijke voor het hoofdevenement. Het risico is anders groot dat de aansluiting en afstemming verwaarloosd of ontbreekt en dan kansen worden gemist.

5.3 Aandachtspunten voor een succesvolle opstart van *side-events*

Op basis van de ervaringen uit de pilots hebben we tien lessen opgesteld die volgens ons de belangrijkste keuzes en afwegingen omvatten voor de succesvolle organisatie van *side-events*.

Tip 1: *Start ruim op tijd met de voorbereiding*

Side-events organiseren is relatief nieuw voor veel organisaties van grote sportevenementen en het opzetten daarvan kost tijd. Voor het creëren van *spin-off* is vaak een lange voorbereiding nodig met de juiste partners. Het bedenken van een goed plan van aanpak en de juiste samenwerking en samenwerkingspartners daarvoor te vinden kost tijd. Door ruim op tijd te beginnen met het maken van een plan van aanpak kunnen doelstellingen ook daadwerkelijk gehaald worden.

Tip 2: *Zorg voor een goede verbinding tussen hoofd- en side-events*

Waar mogelijk is het aan te raden om vanaf het begin en/of tijdens de bid-procedure al samenwerking te zoeken met organisaties voor de *side-events*. Integratie van *side-events* met het hoofdevenement vanaf het begin geeft de meeste kans op optimaal gebruik van elkaars positieve kenmerken. Dat geldt zowel voor de planfase als de voorbereidingsfase, maar zeker ook tijdens de uitvoeringsfase.

Tip 3: *Bepaal van tevoren de doelstelling en de doelgroep(en)*

Een duidelijke keuze en focus voor de doelstelling en doelgroep(en) - en daarmee de *side-events* en de aanpak - vergroot de kans op het genereren van maatschappelijke *spin-off*. Het vergroot ook de mogelijkheid om de effectiviteit van de *side-events* in kaart te brengen.

Tip 4: *Betrek relevante partners tijdig bij de uitwerking*

Het zoeken en vinden van nieuwe partners kost tijd. Het kost ook tijd om aan elkaar te wennen en een gezamenlijke werkwijze te vinden. Het is belangrijk om partners op tijd te betrekken om ruimte te geven aan deze kennismaking en aftasting.

Een andere belangrijke reden is dat partners dan ook ruimte hebben om hun kennis en ervaring in te zetten. Bovendien kunnen zij de *side-events* dan ook koppelen of inbedden in hun plannen en doelstellingen. Gebruik maken van bestaande structuren levert ook veel tijdswinst op.

Veel *side-events* zijn gericht op jeugd en scholen zijn de eerste plaats waar evenementenorganisatoren gaan zoeken. Samenwerking met school vereist echter een aantal kritische succesfactoren die de kans op een succesvolle samenwerking vergroten.

- Persoonlijk contact werkt het meest effectief, bij voorkeur een persoonlijk bezoek. Een eerste benadering via de e-mail heeft over het algemeen een zeer beperkt effect.
- Deelname aan het *side-event* moet aansluiten bij de activiteiten van de school. Het *side-event* moet een aanvulling zijn op het al bestaande programma of passen in het huidige aanbod en in plaats van een bestaande activiteit worden ingepast.
- Deelname aan het *side-event* moet niet (teveel) extra werk opleveren. Scholen hebben daar geen tijd voor, zeker een eerste keer niet. Wanneer scholen eenmaal een keer hebben deelgenomen (dat geldt voor jaarlijks terugkerende evenementen) is de bereidheid om te investeren groter.

Tip 5: Zorg voor een goede communicatiestrategie

Het is van belang om helder voor ogen te hebben wat er nodig is om maatschappelijke *spin-off* te agenderen. Niet alleen bij de eigen organisatie maar ook bij andere partners. Een zorgvuldig opgesteld communicatieplan moet duidelijkheid scheppen wie in welke fase betrokken moet worden op welke manier. Een ander belangrijk communicatieaspect is dat de link tussen de *side-events* en het hoofdevenement op alle momenten duidelijk moet blijven. Sociale media zijn zeer geschikt om het bereik en bekendheid van sportevenementen te vergroten.

Tip 6: Besteed voldoende aandacht aan het betrekken van vrijwilligers

Vrijwilligers zijn onmisbaar voor de organisatie en uitvoering van het evenement. Het opstellen van duidelijke profielen en taakomschrijvingen helpt om vrijwilligers te koppelen aan taken die goed bij ze passen. Dat vergroot de kans dat de vrijwilligerstaken bijdragen aan de ontwikkeling van de vrijwilligers. Bij jaarlijks terugkerende evenementen is het belangrijk om gedurende het jaar contacten te onderhouden met de vrijwilligers om de binding te behouden.

Tip 7: Bepaal vooraf welke gegevens geregistreerd moeten worden

Om de maatschappelijke *spin-off* te kunnen vaststellen moeten er gegevens worden verzameld. De data moeten aansluiten bij de doelstellingen op het gebied van maatschappelijke *spin-off*. Wanneer de doelen helder zijn kan er een monitoring en/of meetinstrument aan gekoppeld worden. Dit maakt het mogelijk om na afloop uitspraken te doen over het bereik en het effect van de *side-events*. Het registreren is niet alleen zinvol of noodzakelijk voor verantwoording richting subsidiegevers en sponsors, maar ook voor de eigen organisatie. Wanneer evenementenorganisatoren hun *side-events* verder willen ontwikkelen, is het nodig om inzicht te krijgen of de input ook de gewenste resultaten oplevert. Alleen dan kunnen gefundeerde keuzes worden gemaakt om bepaalde aanpakken of onderdelen van *side-events* al dan niet voort te zetten of door te ontwikkelen.

- Tip 8: Stuur tussentijds bij als doelstellingen niet gehaald worden*
De praktijk is weerbarstig en indien nodig moeten doelstellingen worden bijgesteld. In geval van bijstelling van doelstellingen moet ook gekeken worden naar eventuele bijstelling van de monitoring.
- Tip 9: Borg de kennis en ervaring die opgedaan wordt binnen de organisatie*
Tijdens de organisatie van het evenement en de *side-events* wordt kennis opgebouwd en veel ervaringen opgedaan over wat werkt en niet werkt. Om ervoor te zorgen dat een volgend organisatieteam dezelfde cyclus gaat doorlopen is het borgen van kennis en ervaring van groot belang. Op die manier kan de kennis worden uitgebouwd in plaats dat het wiel steeds opnieuw wordt uitgevonden. Er is ondersteuning aanwezig voor manieren waarop dit kan worden gedaan, onder andere in de Modelaanpak Evenementen.
- Tip 10: Zorg voor terugkoppeling naar doelgroep, vrijwilligers en partners*
Om optimaal gebruik te maken van het moment en de maatschappelijke *spin-off* te versterken/vergroten is het belangrijk om als evenementenorganisatie ook een plan te hebben voor na het evenement. In het plan van aanpak moet ook een nazorgfase zijn opgenomen waarin aangegeven wordt wat de stappen zullen zijn na afloop van het evenement richting doelgroep, vrijwilligers en partners.

Bijlagen

Bijlage 1 Respondenten

EK HipHop 2010

- Wim Dikkes, IDO Holland
- Niels Balke, Topscore

FBK City Games 2011

- Jan Arie Bijl, stichting FBK
- Erna Jansen, Atletiekunie
- Chantal Wildemors, gemeente Hengelo
- Gerard Velthof, BIZ Hengelo
- Wouter Reinders, VVV Hengelo
- Hans Koning ter Heege, MPM Atletiekvereniging

Sylvester Scholieren Cross 2010

- Thijs Reiling, Stichting Sylvestercross
- School

Vergroten media-aandacht zeilen

- Marijn Stokker, Koninklijk Nederlands Watersport Verbond

Via Vierdaagse 50+ Wandelsport

- Henry Bronkhorst, directeur KNBLO-NL
- Jan Brinkers, Unie KBO
- Ben Heijnen, stichting Vierdaagse
- Ab Schreurs, stichting Vierdaagse

WK CP Voetbal 2011

- Mieke Zijl, projectleider SportDrenthe
- Hans Slender, onderzoeker/docent Instituut voor Sportstudies
- Frony Babois, projectleider *side-events*
- Jonathan van den Akker, coördinator sportstimulering gemeente Hoogeveen

WK Tafeltennis 2011

- John Gabrielse, projectmanager
- Ingrid Koppelman, programmamanager NTTB
- Gerda IJf, Topsport Rotterdam
- Rita van Driel, Gehandicaptensport NOC*NSF
- Johan Wakkie, directeur KNHB

WK Turnen 2010

- Jaap Wals, directeur Koninklijke Nederlandse Gymnastiek Unie
- Noël van Tilburg, directeur Sport
- Bid EK Atletiek 2016
- Rien van Haperen, directeur Atletiekunie
- Kornelis Dijkman, directeur Topsport Amsterdam
- Patricia Mars, DMO Amsterdam

Bid Triathlon

- Dhr. Graman, (voormalig) race director Stichting Holland Triathlon
- Laura Bouwmeester, voorzitter Stichting Holland Triathlon

Bid WK HipHop 2012

- Wim Dikkes, IDO Holland

Bijlage 2 Literatuurlijst

Website www.ukSPORT.co.uk

Bottenburg, van M. & Schuyt, C.J.M. (1996). *De maatschappelijke betekenis van sport*. Arnhem: NOC*NSF.

Bottenburg, van M. et.al (2011). *De maatschappelijke betekenis van topsport. Literatuurstudie in opdracht van het ministerie van VWS*. Utrecht: W.J.H. Mulierinstituut/USBO.

Bowdin, G. et al. (2006). *Events Management*. Oxford: Elsevier.

Chalip, L. (2006). *Towards social leverage of sport events*. Journal of Sport & Tourism, 11, 109-127.

Coalter, F. (2007). *A Wider Social Role for Sport: Who's Keeping the Score?* Routledge: London.

DeChano, L.M. & Shelley, F.M. (2004). *Using sports to Teach Geography: Examples from Kansas City*. In: The Journal of Geography. 103(5), 185.

Elias-Varotsis, S. (2006). *Festivals and events – (re)Interpreting cultural Identity*. In: Tourism Review, 61(2): 24-29.

Fredline, E. & Faulkner, B. (1999). *Resident reactions to a major tourist event: The Gold Coast Indy Car Race*. In: Festival Management & Event Tourism, 5 (4), 185.

Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Oxford: Elsevier.

Heuvel, van der M., Hover, P. & Breedveld, K. (2010). *De maatschappelijke betekenis van het WK 2018. Een verkennende notitie*. Utrecht: W.J.H. Mulierinstituut.

Kelley, J. & Evans, M. (1998). *Sources of national pride in 24 nations*. In: Australian Social Monitor. Vol. 2: 23-30.

Kemper, H.C.G. (2001). *Groei en gezondheid in Nederland*. Utrecht.

Kim, H.J., Gursoy, D. & Lee, S.B. (2006). *The impact of the 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre- and post-games*. In: Tourism Management, 27: 86-96.

Misener, L. & Maser, D.S. (2006). *Creating community networks: can sporting events offer meaningful sources of social capital?* In: Managing Leisure, no. 11.

Oldenboom, E. (2006). *Cost & Benefits of major sport events: a case study of Euro 2000*. Amsterdam: Meerwaarde Onderzoeksadvies.

Slender, H. et al. (2012). *Maatschappelijke spin-off van side-events. Wereldkampioenschap CP Voetbal 2011*. Groningen: Lectoraat Sportwetenschap.

Smith, A. (2005). *Reimagining the city. The value of sport initiatives*. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 217-236.

UK Sport (2011). *The inspirational effect of major sporting events*. Londen.

Van Eekeren, F. e.a. (2007). *Uitwerking van de bouwsteen 'Maatschappelijke betekenis' in het kader van het Olympisch Plan 2028*. In opdracht van NOC*NSF. Utrecht: USBO.

Weed, M. (2009). *The potential of the demonstration effect to grow and sustain participation in sport*. Review paper for Sport England.

Wilson, R. (2006). *The economic impact of local sport events: significant, limited or otherwise? A case study of four swimming events*. In: *Managing leisure*, Vol. 11, Issue 1.

Bijlage 3 Pilots: selectie en overzicht

Van de 55 subsidieaanvragen bij het ministerie van VWS voldeden er 22 aan de ingangsvoorwaarden. Deze aanvragen zijn inhoudelijk getoetst door een selectiecommissie van onafhankelijke deskundigen aan de hand van selectiecriteria⁴.

Elk onderdeel is gescoord op een vijfpuntsschaal waarbij de totaalscore uiteen kon lopen van 12 tot 60. De tien pilots die binnen dit beleidskader subsidie hebben ontvangen hadden scores tussen de 37 en 48 punten. Hierbij gaat het om zeven pilots met betrekking tot *side-events*, en drie pilots met betrekking tot een bidprocedure. Er zijn subsidies verstrekt tussen de € 50.000,00 en € 250.000,00. Het beschikbare bedrag voor pilots maatschappelijke *spin-off* kende een onder-uitputting.

Uiteindelijk zijn tien pilots geselecteerd, met een elfde organisatie zijn afspraken gemaakt over evaluatie. Deze pilot (WK Turnen 2010) vond plaats ten tijde van de voorbereiding van het beleidskader en is als elfde pilot toegevoegd.

- 1 EK Hiphop 2010
- 2 FBK City Games 2011
- 3 Sylvester Cross 2010
- 4 Vergroten media-aandacht zeilen
- 5 Via Vierdaagse 50+ Wandelsport
- 6 WK CP Voetbal 2011
- 7 WK Tafeltennis 2011
- 8 WK Turnen 2010
- 9 Bid EK Atletiek 2016
- 10 Bid World Championships World Series Triathlon
- 11 Bid WK Hiphop 2012

Noot 4 De selectiecriteria waren opgedeeld in vier categorieën: maatschappelijke *spin-off* (meetbaar, relevantie, omvang, duurzaam), voorgestelde aanpak (beschrijving, verhouding, uitvoerbaar, innovatie), samenwerking (wijze, bijdrage) en leerervaring (opdoen, relevantie).