



World Cup BMX Supercross Papendal 2012



Bezoekersprofiel
Economische impact
Mediawarde



Onderzoek door Hogeschool van Arnhem en Nijmegen



in opdracht van: Stichting Topsport Arnhem Promotie

Auteur: Willem de Boer

Peer-review: Hans Slender (Hanzehogeschool)

Mmv: studenten HAN, Rijnlijssel



WESP



willem.deboer@han.nl

www.han.nl/sporteconomie

www.evenementenevaluatie.nl

Inhoud

- Achtergrond evenement
 - Bezoekersprofiel
 - Economische impact
 - Mediawaarde
 - Conclusies
 - Methodiek en verantwoording
-



Achtergrond evenement

- 2^e editie van World Cup BMX Supercross
- 12 en 13 mei 2012
- Tijdrit en Main Event
- BMX baan Papendal, Arnhem
- Organisatie: Stichting Topsport Arnhem Promotie en BMX Holland

Deelnemers

- 155 deelnemers uit 26 landen
 - 119 heren
 - 36 dames
- Laatste kans op kwalificatie London2012
- Nederlandse successen:
 - Twan van Gendt (3^e tijdrif, 6^e main event)
 - Laura Smulders (finale main event / kwalificatie voor Olympische spelen)

Achtergrond onderzoek

- Opdrachtgever Stichting Topsport Arnhem Promotie
- Onderdeel subsidievoorwaarden van provincie Gelderland
- Onderzoek naar:
 - bezoekersprofiel
 - economische impact
 - mediabereik en -waarde
- Eerder onderzoek in 2011 (HAN)



Bezoekersaantallen

	'gewone' bezoekers	VIPs	Totaal
Vrijdag 12 mei	1662	168	1830
Zaterdag 13 mei	3524	275	3799
Totaal	5186	443	5629

+ 14%

bron: BMX Holland; STAP

- Ruim 5600 bezoekers, waarvan tweederde op zaterdag
- Bezoekersaantal ligt bijna 700 boven 2011 (+14%)



Bezoekers: leeftijd, geslacht

Leeftijd / Geslacht	2011	2012
<25	22%	15%
25-34	18%	13%
35-44	29%	32%
45-54	18%	32%
55-64	11%	8%
65+	3%	1%
Totaal	100%	100%
Man	74%	70%
Vrouw	26%	30%

+ 14%

- Sterke toename 45-54-jarigen onder *respondenten*
- Gemiddelde leeftijd 41 jaar (2011: 39)

Bezoekers: herkomst

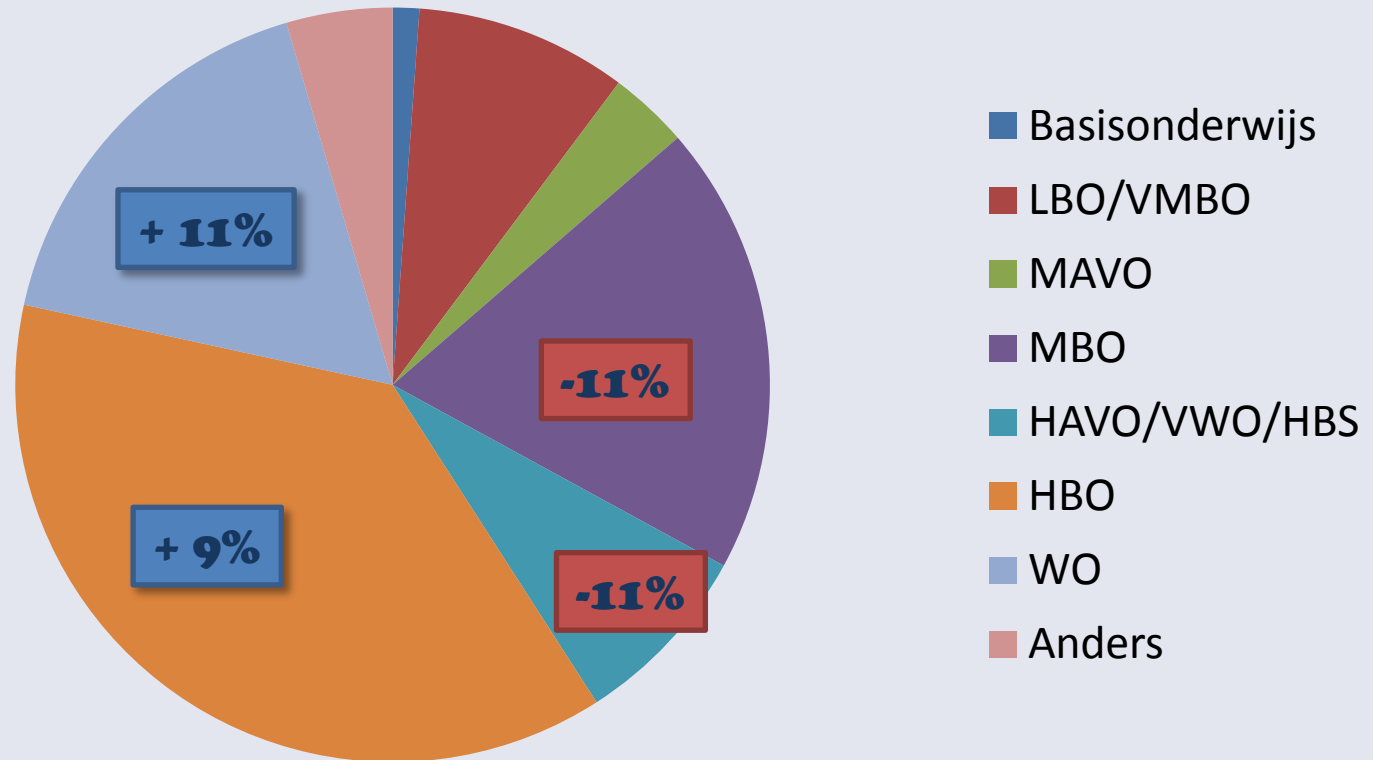
Herkomst	2011	2012
Gelderland	28%	47%
<i>w.v. Gemeente Arnhem</i>	7%	20%
Noord-Brabant	23%	14%
Noord- en Zuid-Holland (samen)	10%	14%
Utrecht	2%	10%
Limburg	6%	2%
Overige provincies (samen)	10%	8%
NEDERLAND Totaal	81%	94%
BUITENLAND	19%	6%

+ 19%

bron: HAN (2012); BMX Holland (2011)

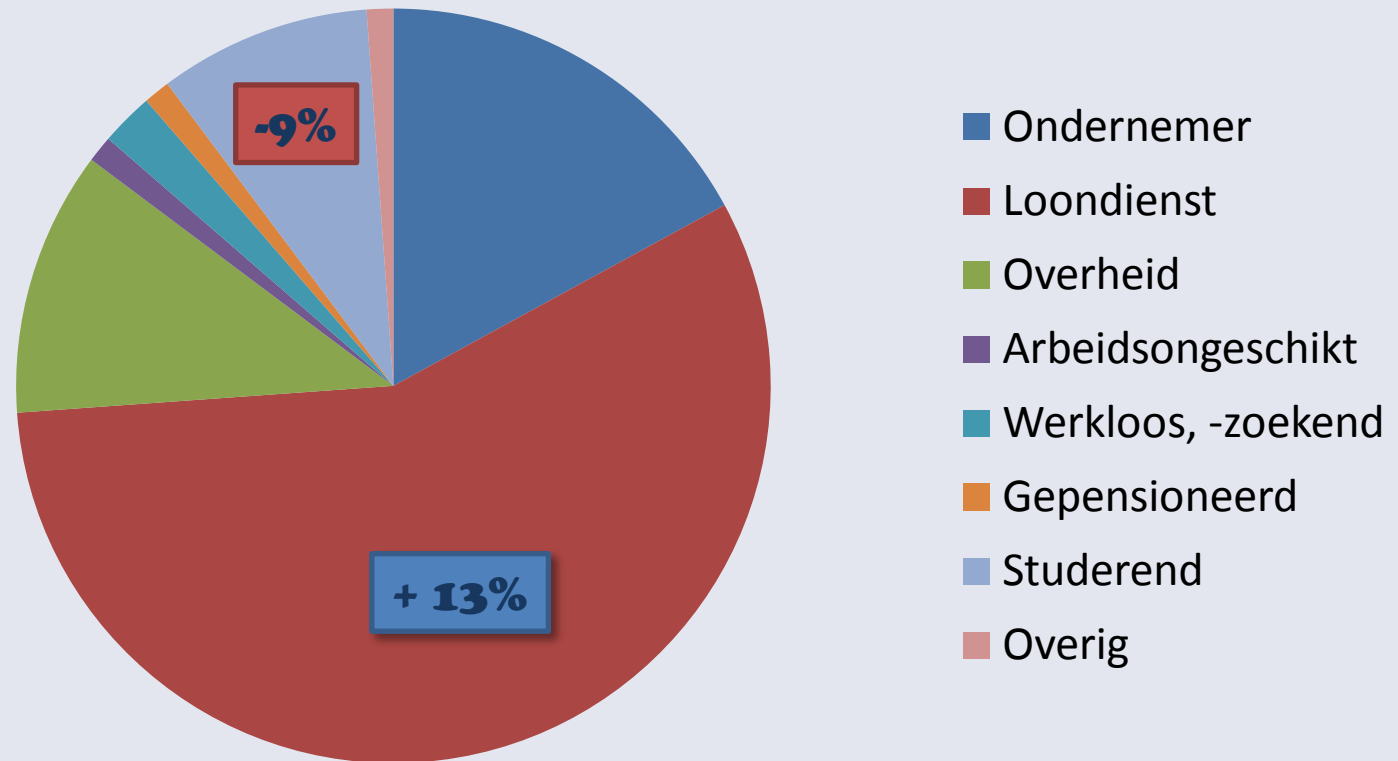
- Veel meer inwoners van Gelderland in 2012
- Mogelijke verklaring in methodiek (2011: vooral obv internet-sales)

Bezoekers: opleiding



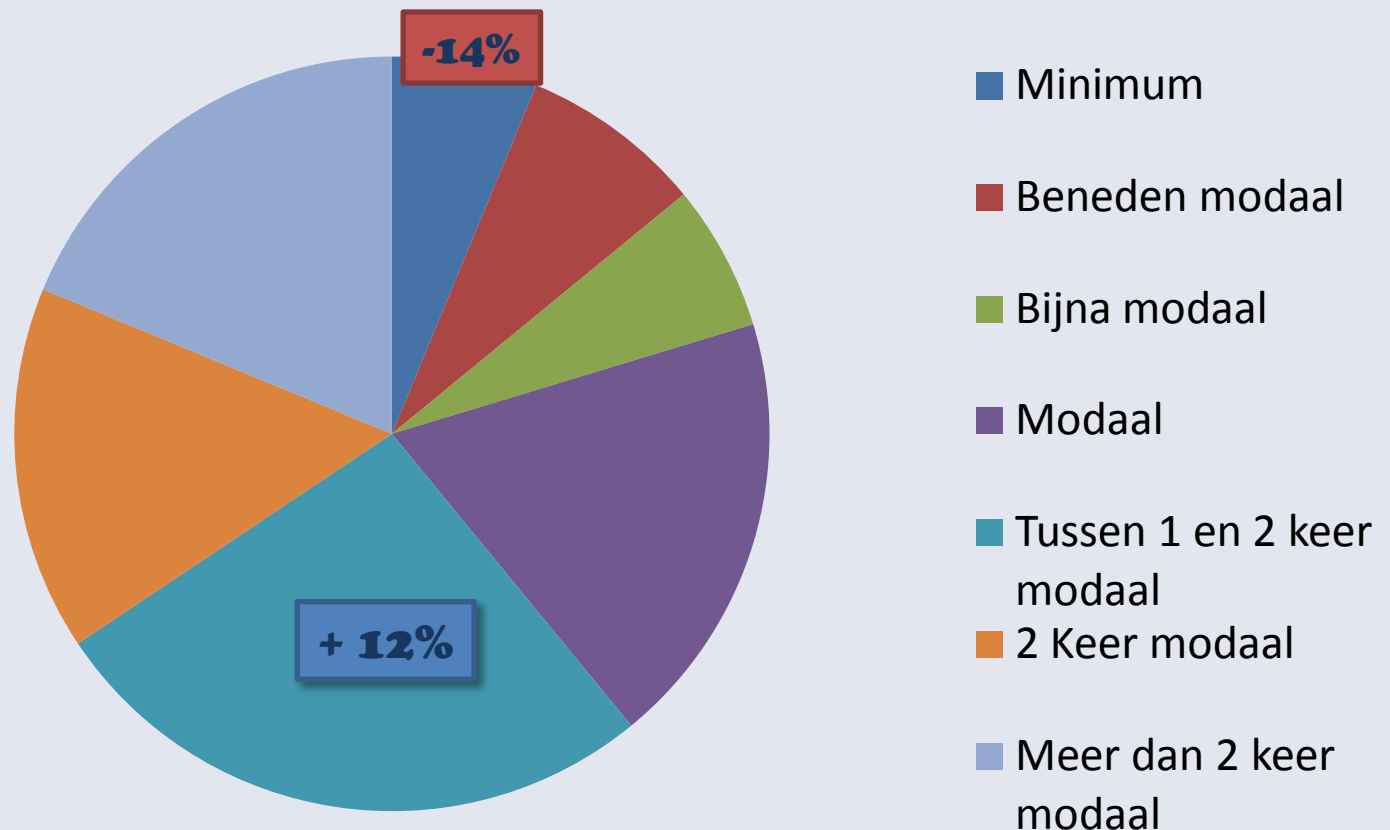
- Hoger opgeleiden goed voor ruim de helft van de bezoekers
- Ruim meer hoger opgeleiden en veel minder MBO-ers en VO-ers, tov 2011

Bezoekers: werksituatie



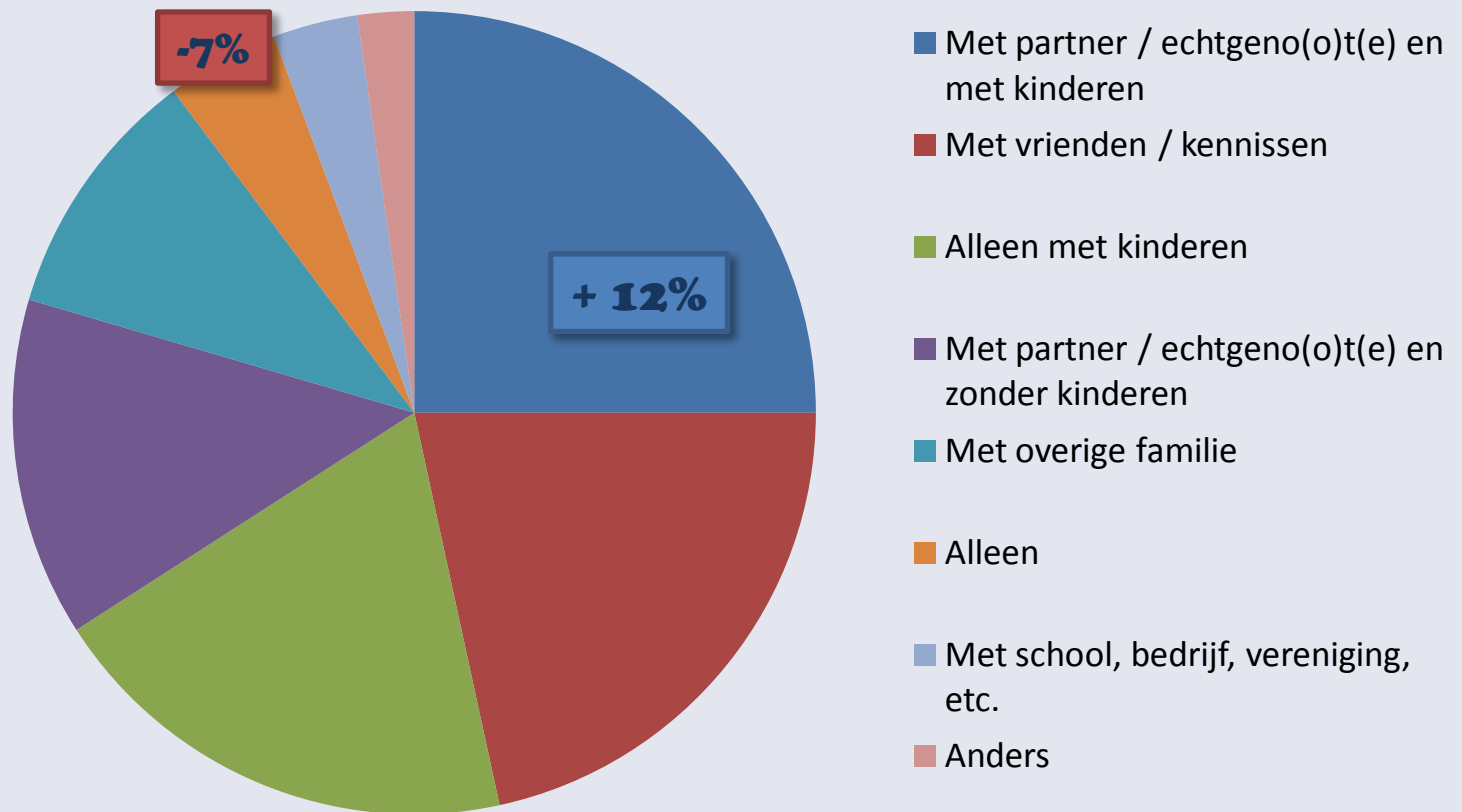
- 85% van bezoekers zijn werkenden (+14%)
- Relatief sterkste verandering bij studenten (-9 procentpunt)

Bezoekers: inkomen



- Ruim 60% van bezoekers hebben een bovenmodaal inkomen
- Sterke terugloop in bezoekers met inkomen rond of onder het minimum

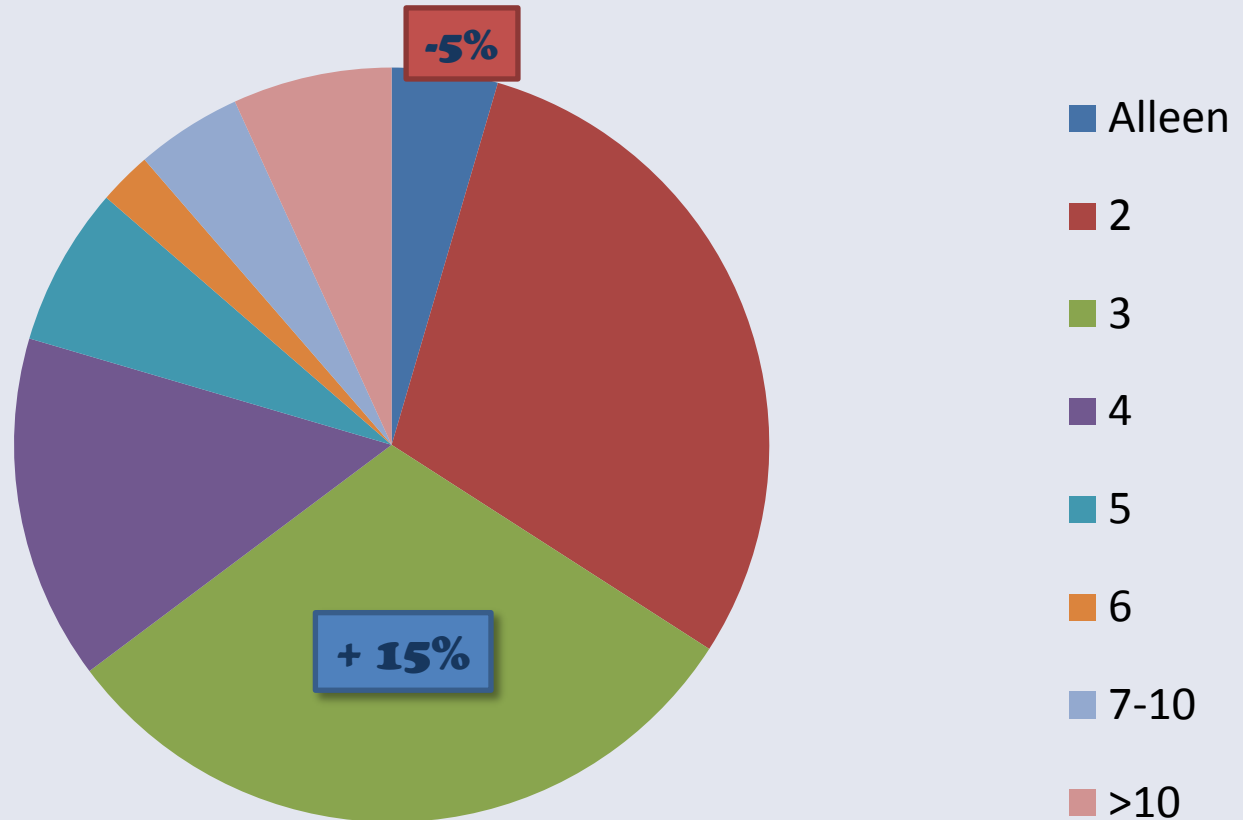
Bezoekers: gezelschap



- 44% van respondenten kwam met kinderen, flinke stijging t.o.v. 2011
- vooral te verklaren doordat in 2012 alleen de zaterdag is geënquêteerd



Bezoekers: omvang gezelschap



- Meeste bezoekers komen met zijn tweeën of drieën
- Flinke toename van groepen (drie of meer personen): van 52% naar 68%

Bezoekers: waardering



- Gemiddelde cijfer 8,2 (2011: 7,7)
- Geen van de respondenten gaf in 2012 een onvoldoende

Bezoekers: uitgaven

Bestedingscategorie	2011	2012
Toegang	€ 12,95	€ 15,22
Eten en Drinken	€ 15,54	€ 7,53
Winkelen	€ 6,54	€ 2,65
Vervoer	€ 0,90	€ 1,28
Overig	€ 0,35	€ 0,00
Totaal	€ 36,28	€ 26,69

-26%

- Gemiddelde uitgaven per persoon kleine 27 euro
- Vooral minder uitgaven aan eten en drinken en merchandising (winkelen)



Bezoekers: overnachtingen

	2011	2012
Aantal bezoekers	4950	5629
Aandeel additionele overnachters	10,5%	1,2%
Gemiddelde overnachtingsduur	1,3	3,0
Gemiddelde prijs per overnachting	€ 28,84	€ 15,00
Totale bestedingen aan overnachtingen	€ 19.000	€ 3.000

-84%

- Door kleine aantal respondenten geen betrouwbaar beeld te schetsen van het aantal overnachters en de gemiddelde overnachtingsprijs.
- Op basis van de beschikbare data komen de totale bestedingen van bezoekers uit op iets meer dan 6.000 euro.
- verschil met 2011 grotendeels door lage aandeel buitenlanders



Bezoekers: economische impact

	Gewone bezoekers	VIPs
Aantal bezoekers	5186	443
Aandeel additionele bezoekers	52%	52%
Gemiddelde besteding per add. bezoeker	€ 15,81	€ 2,62
Totale bestedingen aan overnachtingen	€ 43.000	€ 1.000

- Het betreft de uitgaven van **additionele** bezoekers aan het evenement
- **additioneel** zijn alleen bezoekers van buiten Gelderland, die speciaal voor het evenement naar Gelderland zijn gekomen
- Uitgaven aan toegang zijn hier niet inbegrepen (deze zijn ook onderdeel van organisatorische impact); VIPs: ook excl. eten en drinken en merchandising op evenement.
- Gemiddelde totale dagbestedingen additionele bezoekers: 32,45 euro, hoger dan niet-additionele bezoekers.

Onderzoek Deelnemers

- Onder teams is een korte enquête uitgezet om de economische impact van deelnemers te schatten:
 - 15 enquêtes onder teammanagers/-leden
 - representeren 68 deelnemers (ruim 40%)
 - uit 14 landen
 - in totaal 107 teamleden (1,6 lid per deelnemer)
- Enquête is niet voldoende groot om een betrouwbaar beeld te geven
 - geeft wel een goede indicatie van de bestedingen van deelnemers en hun begeleiding.



Deelnemers: overnachtingen

Bestedingen deelnemers aan overnachtingen	2011	2012
Aantal deelnemers	174	155
Totaal aantal teamleden per deelnemer	1,59	1,57
Gemiddelde overnachtingsduur	4,5	4,8
Gemiddelde prijs p.p. per overnachting	€ 58,07	€ 77,66
Totale bestedingen aan overnachtingen	€ 72.000	€ 90.000

+ 25%

- minder aantal deelnemers leidt niet tot daling in bestedingen aan overnachtingen
- met name door hogere prijs per persoon per nacht zelf een flinke stijging van bestedingen aan overnachtingen
- iets hogere gemiddelde overnachtingsduur kan mogelijk te maken hebben met voorbereiding op London 2012?



Deelnemers: economische impact

Bestedingen deelnemers (excl. overnachting)	2011	2012
Aantal deelnemers	174	155
Totaal aantal teamleden per deelnemer	1,59	1,57
Gemiddelde besteding per teamlid	€ 395,36	€ 249,32
Totale bestedingen deelnemers	€ 89.000	€ 61.000

-31%

- minder deelnemers en daling in gemiddelde bestedingen per persoon leidt tot lagere bestedingen van deelnemers en hun teamleden

Onderzoek Organisatie

- Van Stichting Topsport Arnhem Promotie (STAP) zijn gegevens over de inkomsten en uitgaven die zij gedaan hebben m.b.t. het evenement verkregen.
- STAP geeft alleen voor de totale inkomsten en bestedingen aan welk deel (van) binnen of buiten Gelderland afkomstig is/neerslaat.
- Van de mede-organisator BMX Holland/The Organizing Connection zijn geen gegevens ter beschikking gekomen.

Organisatie: inkomsten

Inkomsten STAP	Gelderland	Elders	Totaal
Sponsoring	€ 244.000	€ 50.000	€ 294.000
Subsidies	€ 115.000		€ 115.000
Hospitality	€ 15.000	€ 6.000	€ 21.000
Overig	€ 26.000	€ 1.000	€ 27.000
Totaal	€ 399.000	€ 57.000	€ 456.000

- STAP geeft aan dat van alle inkomsten 87% uit Gelderland afkomstig is.
- Van de bestedingen komt 48% weer in de Gelderse economie terecht (zie volgende slide)
- Opvallend is dat de inkomsten en uitgaven meer dan verdubbeld zijn ten opzichte van 2011!



Organisatie: uitgaven & impact

Uitgaven STAP	Gelderland	Elders	Totaal
Huisvesting	€ 168.000	€ 8.000	€ 177.000
Bijdrage BMX Holland		€ 225.000	€ 225.000
Promotie & Randprogramma	€ 17.000		€ 17.000
Overig	€ 35.000	€ 5.000	€ 40.000
Totaal	€ 220.000	€ 239.000	€ 458.000

Economische impact STAP	2011	2012
Bestedingen in Gelderland	€ 25.500	€ 220.000
Inkomsten uit Gelderland (-/-)	€ 206.500	€ 399.000
Totaal	-/- € 181.000	-/- € 179.000

+ 1%

- Economische impact vanuit de organisatie is negatief en groot
- Maar wel iets verbeterd ten opzichte van de vorige editie van het evenement



Economische Impact: overzicht

Categorie tbv impact voor Gelderland	2011	2012
Overnachtingen bezoekers	€ 19.000	€ 3.000
Overige bestedingen bezoekers	€ 77.000	€ 44.000
Overnachtingen deelnemers	€ 72.000	€ 90.000
Overige bestedingen deelnemers	€ 89.000	€ 61.000
Organisatorische bestedingen STAP	-/- € 181.000	-/- € 179.000
Mediabestedingen	PM	PM
Totaal	€ 76.000	€ 19.000

-75%

- Economische impact van de World Cup BMX 2012 voor de provincie Gelderland wordt op 21.000 euro geschat
- Daling t.o.v. 2011, voornamelijk veroorzaakt door lagere bezoekersbestedingen
- Mogelijk speelt de methodologie (geen gegevens van organisatie over herkomst bezoekers; lage aantal respondenten) ook een rol.

Uitingen in de media

Het vaststellen van de promotionele waarde van een sportevenement begint met een inventarisatie van de media-aandacht in Nederland, bestaande uit:

- Eigen publiciteit, waaronder:
 - verspreiding perskits
 - programmakrant (bij Huis-aan-huis-krant Arnhem e.o.)
 - flyers, poster, stickers (div. plaatsen omgeving Arnhem)
 - artikelen met actie (o.a. DisneyXD, NuSport)
 - promotiefilm (eigen site & diverse partners)
 - beurswand (bedrijvenbeurs Uden/Veghel)
- Overige (onbetaalde) media-aandacht:
 - print (o.a. AD, Volkskrant, Trouw, De Gelderlander, Brabants Dagblad)
 - internet (o.a. NuSport.nl, Telegraaf.nl, AD.nl, nos.nl, Fok.nl)
 - televisie (NOS-studio Sport)
 - radio (Langs de Lijn)
- Daarnaast nog (inter)nationale aandacht via met name internet:
 - UCI, KNWU,
 - Paul's Boutique, FatBMX, Offroadbiking.eu;

Bruto bereik

Medium	Aantal	Bruto bereik
Internet	13	23.012.993
Print	8	4.047.968
Radio	1	400.000
TV	1	529.000
Totaal	23	27.989.961

- Bruto bereik = de som van het aantal mensen elk afzonderlijk medium wordt bereikt, ongeacht het aantal keer dat een individu wordt bereikt.
- Alleen uitingen in Nederland, bij nationale en regionale media, worden meegenomen, in de periode van 1 maand voorafgaand aan het evenement tot 1 week na het evenement.
- 23 media-uitingen verzameld met bruto bereik van zo'n 28 miljoen. Dit komt neer ongeveer 170 Gross Rating Points, oftewel gemiddeld is elke Nederlander 1,7 keer in contact gekomen met een uiting in de media gerelateerd aan het evenement.

Mediawaarde

Medium	Aantal	Mediawaarde
Internet	13	€ 227.720
Print	8	€ 120.912
Radio	1	€ 13.200
TV	1	€ 197.000
Totaal	23	€ 558.832

- Mediawaarde = aan het brutobereik gekoppelde waarde in termen van 'reclame equivalenten', oftewel wat zou er moeten zijn betaald aan reclame om hetzelfde bereik via deze media te realiseren.
- Generieke en beperkte methode van waardebeoordeling
- De 23 media-uitingen zijn goed voor ruim 550.000 euro aan mediawaarde, waarvan de tv-uitzending goed is voor ruim 35%.
- Mediawaarde zal in werkelijkheid veel lager liggen, o.a. omdat gerekend is met maximaal bereik (met name v.w.b. internet) en geen rekening wordt gehouden met mogelijk (kwantum-) kortingen voor inkoop van reclame.

Conclusies

- ✓ Bezoekersaantal van de World Cup BMX 2012 was met ruim 5600 en een +14% t.o.v. 2011 een succes te noemen
 - ✓ Onder de bezoekers waren veel Gelderlanders, hoger opgeleiden en gezinnen met kinderen, ook t.o.v. voorgaand jaar
 - ✓ Waardering van bezoekers is hoog, gemiddeld cijfer 8,2 oftewel een half punt hoger dan in 2011.
 - ✓ Economische impact is met €19.000 beperkt te noemen. Dit komt vooral door negatieve impact vanuit de organisatie.
 - ✓ Impact lager dan vorig jaar, met name door lagere additionele bezoekersbestedingen.
 - ✓ Groot bereik in de media: gemiddelde Nederlander is 1,7 keer in contact gekomen met een media-uiting rondom WC BMX.
- Aangetekend moet worden dat representativiteit van een deel van het onderzoek beperkt is, vanwege kleine omvang van de steekproeven.



Methodologie & verantwoording

- zie bijlage