

Stevensloop 2016

Economische impact en bezoekersprofiel



29 april 2016

Jelle Schoemaker & Tom Froon

Jelle.Schoemaker@han.nl

Tom@sportsurplus.nl



Werkgroep Evaluatie
Sportevenementen



Colofon

HAN Sport en Bewegen

Deze rapportage is samengesteld door de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen binnen het expertiseteam Sports Economics & Strategic Sports Management. Dit expertiseteam is gespecialiseerd in het evalueren van sportevenementen en doet onderzoek en geeft advies over het meten en vergroten van de economische impact van sportevenementen voor de regio. Alle onderzoeksresultaten zijn beschikbaar voor bedrijven en organisaties. Kijk voor meer informatie op www.sporteconomie.nl

Bezoekadres

Universitair sportcentrum Gymasion
Heyendaalseweg 141
6523 AJ Nijmegen
Telefoon : 024-351 14 00

Postadres

Hogeschool van Arnhem en Nijmegen
t.a.v. dhr. W. de Boer
HAN Sport en Bewegen
Postbus 6960
6503 GL, Nijmegen
Internet : www.han.nl
Email : willem.deboer@han.nl

Aan het onderzoek werkten mee :

Projectleider/onderzoeker

Jelle Schoemaker

Docent/onderzoeker HAN Sporteconomie
Jelle.Schoemaker@han.nl
[@jelleschoemaker](#)



Onderzoekers

Tom Froom

Eigenaar Sportsurplus
Tom@sportsurplus.nl
[@sport_surplus](#)

Samenvatting

Op 13 maart 2016 werd de tweede editie van de Stevensloop gehouden in Nijmegen. Dit evenement werd door de Stichting Zevenheuvelenloop georganiseerd. Het hardloopevenement trok in totaal zo'n 15000 bezoekers die ruim 8800 deelnemers kwamen aanmoedigen. Een kleine 80% van de toeschouwers en 70% van de deelnemers kwam uit Gelderland. De deelnemers van de Stevensloop zijn erg positief over de hardloopwedstrijd. Ze geven hoge rapportcijfers, zouden het evenement aanraden bij vrienden en familie en zijn redelijk zeker over hun deelname volgend jaar.

Van de bezoekers is 16 procent additioneel en bij de deelnemers bijna 27 procent. Deze mensen zouden zonder het evenement niet in Gelderland zijn geweest. Hun uitgaven tellen we mee in de economische impact berekening. De additionele bezoeker gaf gemiddeld bijna 25 euro per persoon uit. De additionele deelnemer ongeveer 15 euro per persoon. De totale economische impact van de Stevensloop voor de provincie Gelderland bedraagt 131.500 euro. Dit is exclusief de impact van de media, die als PM-post is opgenomen. Verreweg de grootste bijdrage aan de economische impact komt van de bezoekers.

Economische impact	Euro's
Bezoekers	
<i>Dagbestedingen</i>	€ 54.000
<i>Overnachting bestedingen</i>	€ 4.800
Langer verblijf	€ 3.000
Deelnemers	
<i>Dagbestedingen</i>	€ 35.000
<i>Overnachting bestedingen</i>	€ 6.500
<i>Langer verblijf</i>	€ 3.000
Organisatie bestedingen	€ 25.200
Media bestedingen	PM
Economische impact	€ 131.500

Inhoudsopgave

Samenvatting	3
Hoofdstuk 1 Inleiding	5
Hoofdstuk 2 Methode	7
Hoofdstuk 3 Profiel bezoekers	10
Hoofdstuk 4 Profiel deelnemers	15
Hoofdstuk 5 Economische impact	18
Bijlage 1: Bronnen	24
Bijlage 2: Enquêteurs	25
Bijlage 3: Vragenlijst	26

1. Inleiding

Achtergrond evenement

De Stevensloop is een hardloopwedstrijd over vijf, tien of 21,1 kilometer in Nijmegen. De eerste editie werd in 2015 georganiseerd door de Stichting Zevenheuvelenloop. Dit jaar vond de tweede editie plaats met bijna 9000 deelnemers.

De Stevensloop is het derde hardloopevenement dat de stichting Zevenheuvelenloop organiseert. Naast de Zevenheuvelenloop organiseert de stichting ook nog de allereerste vrouwenloop van Nederland; de Marikenloop. De Stevensloop onderscheidt zich door het parcours dat richting het noorden gaat, de Oversteek aandoet en dwars door het gebied rondom de nieuwe nevengeul van de Waal loopt. Daarnaast is de Stevenloop de eerste halve marathon in Nijmegen en is de finish op de Grote Markt in het centrum van Nijmegen waar de lopers warm onthaalt worden door het (winkelende) publiek.

De Stevensloop 2016 werd gekenmerkt door een stralende zon en veel enthousiaste gezichten. Op de tien kilometer stond een topveld aan de start waarvan de Kenianen Evans Kiprotich Kosgei en Hellen Nzembi Musyoka de snelste man

en vrouw waren. Bij de mannen was Koen Raymaekers de eerste Nederlander op de derde plaats. Irene van Lieshout eindigde op de tweede plaats.

Een bijzonder spektakel vond plaats op de Voerweg. Begeleid door de beats van DJ KES gingen veel deelnemers de New Balance Challenge aan. Eric van der Meer was de snelste beklimmer van de Voerweg. Hij had slechts 1.06 min nodig om de 400 meter van de Waalkade over de Voerweg af te leggen. Helena Feenstra van de Nijmeegse studentenatletiekvereniging 't Haasje was met 1.16 min de snelste vrouw op de New Balance Challenge.



Achtergrond onderzoek

De Provinciale Staten van de provincie Gelderland stelden in 2009 met de notitie 'Gelderland Sportland, een wereld te winnen!' zich ten doel om sport en bewegen in Gelderland de komende jaren in de volle breedte op een hoger niveau te brengen. Topsportevenementen vormden hierbinnen een belangrijk onderdeel, onder meer als podium en als inspiratiebron. De provincie wil dan ook aansprekende topsportevenementen naar Gelderland halen. Deze kunnen immers niet alleen voor de sport, maar ook economisch en maatschappelijk van waarde zijn. De provincie ziet het binnenhalen van topsportevenementen als 'een waardevolle investering in de toeristensector, de werkgelegenheid en (...) [een bijdrage] aan het beeld van een provincie waar het goed wonen, werken en recreëren is'.

De provincie stelt, in het kader van Gelderland Sportland, subsidies beschikbaar aan de organisatoren van sportevenementen van grootschalige sportevenementen op het gebied van de kernsporten van Gelderland. Dat zijn: wielrennen, atletiek, judo, hippische sport en volleybal. Sinds kort is het ook mogelijk om subsidie te ontvangen voor de potentiële kernsporten van Gelderland, waarvan atletiek (hardlopen) er één is. Eén van de voorwaarden van de subsidie is een evaluatie de economische impact van het evenement voor Gelderland volgens de richtlijnen van de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP). Dit

betekent dat het evenement volgens een gestandaardiseerde methode wordt onderzocht, welke landelijk zijn vastgesteld in deze Werkgroep. Alhoewel evenementen van elkaar verschillen, zijn de uitkomsten van de onderzoeken hierdoor goed vergelijkbaar. In de WESP werken wetenschappers en onderzoekers samen om te komen tot standaarden, om zo onderzoek vergelijkbaar te maken en op een hoog niveau te krijgen en houden.

Structuur van het rapport

In het volgende hoofdstuk wordt de methodologie van het onderzoek besproken. Hoofdstuk 3 richt zich op de karakteristieken van de bezoekers, inclusief hun uitgaven door en de tevredenheid van de Stevensloop. Hoofdstuk 4 behandelt de economische impact van het evenement voor de provincie Gelderland.

2. Methode

De Stevensloop is geëvalueerd volgens gestandaardiseerde methoden, welke landelijk zijn vastgesteld in de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP). Alhoewel alle sportevenementen van elkaar verschillen zullen de uitkomsten van de onderzoeken wel goed vergelijkbaar zijn. In WESP werken wetenschappers en onderzoekers van acht Hogescholen en enkele andere maatschappelijke en onderzoeksorganisaties, zoals NOC*NSF, het Mulier Instituut en het CBS, samen om standaardrichtlijnen te ontwerpen om de sociale, economische en promotionele impact van (sport)evenementen te meten. Doel van de WESP is om samen te komen tot uniforme standaarden, om zo onderzoek vergelijkbaar te maken en op een hoog niveau te krijgen en houden.

Begripsbepaling en afbakening

Het begrip economische impact behoeft enige toelichting. De economische impact van een sportevenement wordt gedefinieerd als de extra bestedingen die door dit evenement veroorzaakt worden in een bepaalde afgebakende omgeving van het evenement, in dit geval de provincie Gelderland. Er is gekozen voor deze afbakening omdat de provincie Gelderland, die het evenement financieel ondersteunt, door middel van een WESP-

evaluatie wil weten wat de economische impact is voor Gelderland.

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

Bezoekers



Deelnemers



Media



Organisatie



Bij de bepaling van de economische impact vanuit de organisatie wordt gekeken naar de inkomsten en uitgaven van de organisatie die direct in de provincie Gelderland worden gedaan. Er wordt nadrukkelijk niet gekeken naar de inkomsten van uitgaven van de derden (personen of organisaties) waarvan de organisatie inkomsten ontvangt of aan wie het uitgaven doet.

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

Onder de economische betekenis van een sportevenement wordt verstaan de economische impact, plus eventueel alle andere effecten die men als economisch kan betitelen (bijvoorbeeld promotie, schade e.d.). In tegenstelling tot de strenge definitie van het begrip 'de economische impact', is er geen specifieke afbakening voor de term 'de economische betekenis'.

Het doel van onderzoek is om een beeld te krijgen van het bezoekersprofiel en de economische impact van de

Stevensloop. Voor onderhavig onderzoek is gebruik gemaakt de richtlijnenhandboeken die door de WESP zijn vastgesteld, te weten de Richtlijnenhandboeken Economische Impact en Bezoekersprofiel (allebei versie 1.1). Deze handboeken zijn te downloaden via de website van de WESP: www.evenementenevaluatie.nl.

Dataverzameling

Om tot de resultaten te komen hebben is veldwerk verricht. Tijdens de Stevensloop zijn er steekproefsgewijs vragenlijsten afgenomen bij bezoekers aan het evenement. De vragenlijst was gericht op het bezoekersprofiel en de economische impact van het evenement en zijn opgesteld aan de hand van de richtlijnen van de WESP.

De bezoekersvragenlijsten zijn afgenomen tussen 12.00 uur en 15.00 uur op zondag 13 maart. De vragenlijsten zijn afgenomen door studenten van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN). De participerende studenten zijn te vinden in bijlage 1. De vragenlijst is afgenomen middels met elektronische hulpmiddelen, zoals smartphones en tablets (zoals de iPad) en de software van iSurvey (www.isurveysoft.com). Al het werk van de studenten is verricht onder toezicht van docenten en onderzoeksmedewerkers van de HAN.

De vragenlijsten zijn afgenomen rondom het start- en finishgebied aan het Kronenburgerpark, deWwaalkade, Voerweg en de straten richting de Grote Markt. In totaal zijn 132 bezoekersenquêtes bruikbaar gebleken en meegenomen in de uiteindelijke dataset die ten grondslag ligt aan het onderzoek. Gegevens over de bezoekersaantallen zijn in overleg tussen de onderzoekers en de Stichting Zevenheuvelenloop bepaald. Berekeningen en analyse over de uitgaven van deelnemers en hun begeleiding zijn gedaan door middel een deelnemersvragenlijst (zie bijlage 3) die na afloop van het evenement is verspreid door middel van email. Tot slot zijn gegevens over de inkomsten en uitgaven van de organisatie van het evenement afkomstig van Stichting Zevenheuvelenloop.

Representativiteit van het onderzoek

De dataverzameling heeft in totaal 132 bezoekersenquêtes opgeleverd. De richtlijnen van de WESP schrijven voor dat onder populaties met een omvang tot 5000 personen er minimaal 270 enquêtes gehouden moeten worden om een voldoende betrouwbaar beeld te geven van het evenement. Betrouwbaar betekent in dit geval dat met 95% zekerheid kan worden gezegd dat de werkelijkheid binnen een marge van +5% tot -5% van de uitkomsten van het onderzoek vallen. Het kritische aantal van 270 is dus niet gehaald voor wat betreft de bezoekers. De resultaten die hieronder zijn

beschreven kunnen dus een beperkt betrouwbaar beeld geven van het evenement, haar bezoekers en de omwonenden. Immers, als er 100 personen binnen een groep van 1000 worden ondervraagd is de kans op een representatief beeld veel groter dan wanneer 1 persoon uit een populatie van 10 geïnterviewd wordt. De lezer dient, net als de onderzoeker, voorzichtig om te gaan met resultaten die betrekking hebben op een deel van de populatie.

De deelnemersvragenlijst heeft een totale respons opgeleverd van 529 bruikbare vragenlijsten. Dit aantal haalt het minimum van 385 enquêtes bij een populatie groter dan 5000 personen ruimschoots. Dit geeft volgens de richtlijn dus een betrouwbaar beeld van de bezoekersuitgaven.

Peer-review

Op deze studie is geen peer-review uitgevoerd. Dit is in samenspraak met de organisator van het evenement, de provincie Gelderland en de onderzoekers besloten.

3. Profiel bezoekers

Aantallen bezoekers

De Stevensloop werd gehouden op een groot parcours met vrije entree. De bezoekersaantallen moeten daarom geschat worden met behulp van waarnemingen van de onderzoekers. Daarbij is zoveel mogelijk rekening gehouden met verplaatsende bezoekers van start naar finish en deelnemers die na het lopen anderen gaan aanmoedigen.

Op sommige stukken van het parcours in de binnenstad wordt ingeschat dat ongeveer 4 mensen per strekkende meter stonden terwijl grote delen van het parcours geen bezoekers hadden. Hier zijn we uitgegaan van ongeveer 2 mensen per 100 meter. Daarnaast hebben we de deelnemers gevraagd naar het aantal bekenden dat langs de kant van de weg stonden. Het gemiddelde kwam uit om 3,5 personen per deelnemer. Omdat veel deelnemers dezelfde personen kunnen kennen schatten we de totale bezoekersaantal op ruim 13.000.

Uit de bezoekersvragenlijst bleek dat het merendeel van de bezoekers op eigen initiatief kwam. Slechts 2,5 procent was op uitnodiging van de organisator of de sponsor.

Bezoekers	Aantal
Startgebied	2.000
Waalkade	2.500
Voerweg	500
Centrum	7.500
Overige deel van het parcours	750
Totaal	13.250



Bezoekersprofiel

Het publiek van de Stevensloop bestond uit iets meer mannen (59%) dan vrouwen (41%). Opvallend is dat de bezoekers vooral oudere mensen waren. Meer dan een kwart van de bezoekers was tussen 55 en 64 jaar en dertien procent was zelfs ouders dan 65 jaar. Hierbij moet worden aangetekend dat alleen volwassenen zijn ondervraagd. De gemiddelde leeftijd uit de steekproef was 48 jaar, maar deze zal als de bezoekers jonger dan 18 jaar worden meegenomen, lager uitvallen.

Herkomst bezoekers & groep samenstelling

Een groot deel van de bezoekers komt uit de eigen provincie (79%). Daarna volgen de provincies Noord-Brabant (9%) en Limburg (4%). Uit Zuid-Holland kwam een opvallend grote groep bezoekers (3%). Buitenlanders (Duitsers) waren er maar weinig.

Meer dan drie op de tien bezoekers (34%) kwam samen met 1 ander persoon en een vergelijkbaar aandeel kwam in een groep van 3 of 4 personen.

Bezoekerskenmerken	Percentage
Man	59%
Vrouw	41%
Jonger dan 25	11%
25 tot 34 jaar	21%
35 tot 44 jaar	8%
45 tot 54 jaar	21%
55 tot 64 jaar	26%
65 jaar of ouder	13%
Gelderland	79%
Noord-Brabant	10%
Limburg	5%
Zuid-Holland	3%
Utrecht	2%
Overijssel	1%

Opleiding

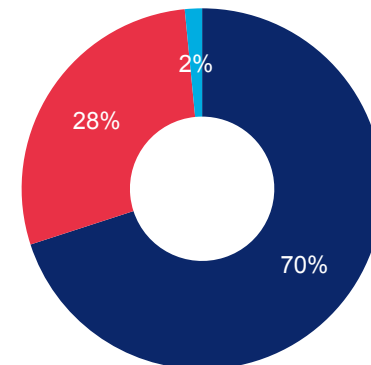
Het opleidingsniveau van de bezoekers is een redelijke afspiegeling van de beroepsbevolking. Ongeveer 8 van de 10 respondenten heeft een diploma MBO (27%), HBO (42%) of Havo/VWO (13%) als hoogste diploma. Hoger opgeleiden (7%) zijn ondervertegenwoordigd ten opzichte van het landelijk gemiddelde en hetzelfde is waar, zij het in mindere mate, voor personen die met een LBO/VMBO-onderwijs als hoogst afgeronde opleiding (11%).

Motief

Van alle respondenten gaf bijna driekwart (70%) aan dat hij of zij kwam vanwege een persoonlijk motief (vermaak, beleving) en 28% kwam met een sociale motief (contact onderhouden, ontmoeten). De overige aanwezigen (2%) kwam vanuit een zakelijk motief (zoals het onderhouden van relaties).

Bezoekers	Zondag
Basisonderwijs	0%
LBO/VMBO/MAVO	11%
MBO (MTS, UTS, VHBO)	27%
HAVO/VWO/HBS	13%
HBO (incl. Universiteitpropedeuse)	42%
WO	7%
Anders	1%

Motief voor bezoekers om te komen kijken



- Persoonlijke motief (meedoen, vermaak, beleven, zelfontplooiing)
- Sociaal motief (sociale verplichting, contact onderhouden, andere willen ontmoeten)
- Zakelijke motief (zakelijke contacten onderhouden en nieuwe relaties ontmoeten)

Hardlopen

De helft van de bezoekers gaf aan zelf hard te lopen en één derde doet aan wandelen. Het overgrote deel deed aan hardlopen in individuele vorm (79%) en bijna 21% liep in een loopgroep mee. Dertien procent van de respondenten gaf aan zowel te wandelen als hard te lopen.

Kennisneming

Het merendeel van de bezoekers kwam over de Stevensloop te weten via vrienden en kennissen (58%). Daarna waren nieuwsberichten effectief (16%) en sociale media (13%). Reclameborden en andere online media scoorden ook 10%. Ook kregen veel bezoekers het evenement mee via eerdere deelname aan de Marikenloop of Zevenheuvelenloop.

Gemiddelde bestedingen

Gemiddeld is er door de bezoekers ruim 15 euro per persoon uitgegeven. Het meeste werd uitgegeven aan eten en drinken. Een paar bezoekers gaven iets meer dan 100 euro uit aan winkelen maar gezien dat er ook veel bezoekers hier geen uitgaven aan deed, ligt het gemiddelde op 3,36 euro per bezoeker. Hetzelfde geldt voor de uitgaven aan vervoer.

Uitgaven bezoekers	Totaal
Eten en drinken in Gelderland	€ 9,63
Winkelen in Gelderland	€ 3,36
Vervoer (OV, parkeren, benzine) in Gelderland	€ 2,54
Overige uitgaven in Gelderland	€ 0,33
Totaal in Gelderland	€ 15,86

Waardering

De bezoekers aan de Stevensloop waarderen het evenement gemiddeld met een 7,8. De meeste respondenten gaven het evenement een 8 (62%). Een kleine minderheid gaf een onvoldoende. Daar staat tegenover dat 14% het evenement waardeerde met een 9 of een 10. De waardering voor dit evenement ligt daarmee even hoog als die van bezoekers bij de Tilburg Ten Miles (2013).

Enkele opmerkingen van de bezoekers

Dat de bezoekers erg tevreden waren bleek ook uit de opmerkingen die ze gaven. Dit is een selectie van de meest voorkomende opmerkingen.

- “Straatnamen erbij en gedetailleerder de route uittekenen. En snelfietspad er meer bij betrekken”
- “Jammer dat er een aantal bruggen worden overgeslagen.”
- “Sfeer is gezellig, beter dan vorig jaar”
- “Goed bereikbaar voor invalide, maar zou ook een evenement voor invalide kunnen organiseren “
- “Erg netjes geregeld!”
- “Ik ben trots dat Nijmegen dit organiseert”
- “De muziekbandjes langs het parcours maken het erg gezellig voor de toeschouwers.”

Rapportcijfer	Percentage
Waardering 5	2%
Waardering 6	2%
Waardering 7	21%
Waardering 8	62%
Waardering 9	13%
Waardering 10	1%

Samenvatting

De Stevensloop in Nijmegen trok ongeveer 13.250 bezoekers. Bijna driekwart van de bezoekers kwam uit Gelderland, terwijl slechts 1% uit het buitenland kwam. Bijna de helft deed zelf aan hardlopen. Mond-tot-mond reclame werkt klaarblijkelijk het beste aangezien de meeste bezoekers over de wedstrijd hadden gehoord via familie en vrienden. De bezoekers gaven gemiddeld vijftien euro per persoon uit, voornamelijk aan eten en drinken. Het evenement kreeg een redelijk hoog gemiddeld waarderingcijfer van 7,8.

4. Profiel deelnemers

Deelnemerskenmerken

De tweede editie van de Stevenloop trok 8.800 deelnemers verdeelt over drie afstanden (5, 10 en 21,1 kilometer). Volgens de deelnemersvragenlijst komt 70 procent van de deelnemers uit Gelderland. Dit komt overeen met de inschrijfgegevens van de organisatie (72 procent). Vijftien procent van de deelnemers komt uit Noord-Brabant en ruim vier procent uit Utrecht. De gemiddelde leeftijd van de lopers ligt op ongeveer 40 jaar.

Bekenden

Voor de helft van de deelnemers gold dat er 1 of 2 bekenden langs de kant stonden. Rond de 21% van de deelnemers werd gesteund door 3 of 4 mensen langs het parcours. Voor bijna 14% waren 5 of 6 mensen bekenden. Het gemiddelde kwam uit om 3,5 personen per deelnemer.

Bijna 60% van de deelnemers kende 0 tot 5 andere deelnemers aan de Stevensloop. Een kwart kende zelfs 6 tot 10 personen. Nog eens 9% wist van 11 tot 15 deelnames van bekenden af.

Herkomst deelnemers	Percentage
Gelderland	70%
Noord-Brabant	15%
Utrecht	4%
Limburg	1,5%
Zuid-Holland	1%
Rest van Nederland	8,5%

Bekenden die langs de kant stonden	Percentage
1-2 bekenden	51%
3-4 bekenden	21%
5-6 bekenden	14%
Meer dan 7 bekenden	14%

Bekenden die meededen aan Stevensloop	Percentage
0-5 bekenden	59%
6-10 bekenden	25%
11-15 bekenden	9%
16 of meer bekenden	8%

Hardlopen

Van alle deelnemers loopt bijna twee derde hard in individueel verband. Daarna volgt de vereniging met 13%, gevolgd door een vaste loopgroep onder begeleiding (12%). Maar 5% loopt in een vaste loopgroep hard zonder begeleiding (o.a. vrienden loopgroep).

Met name wielrennen (17%), tennis (11%) en voetbal (8%) werden als veel beoefende sport opgegeven naast hardlopen genoemd. Ook zwemmen en fitness waren populair (buiten de standaardantwoordmogelijkheden om).

Andere hardloopevents

Gemiddeld nemen de deelnemers aan de Stevensloop deel aan 5 hardloopevenementen in het jaar 2016. De meeste deelnemers doen jaarlijks met 3 evenementen mee (24%).

Kennisneming

Opvallend is dat het merendeel (41%) aangaf middels sociale media over het evenement te weten is gekomen. Veel gehoord is de kennisneming via uitingen of deelname van/aan de Marikenloop en/of Zevenheuvelenloop.

Beoefenen van de hardloopsport	Procent
Ik zit niet bij een loopgroep en train alleen individueel	63%
Bij een atletiekvereniging	13%
Bij een vaste loopgroep onder begeleiding	12%
Bij een vaste loopgroep zonder begeleiding (o.a. vrienden loopgroep)	5%
Anders, namelijk	5%
Bij een tijdelijke loopgroep onder begeleiding (o.a. Start to Run)	2%

Tevredenheid over de wedstrijd

De deelnemers aan de Stevensloop zijn met name tevreden over de sfeer en de loopruimte op het parcours. Op een schaal van 1 t/m 5 wordt hiervoor een 4,3 gegeven. Deze aspecten worden ook het meest belangrijk gevonden.

Het minst tevreden (maar nog steeds boven gemiddeld) zijn de lopers over omgeving rondom het parcours en het parcours zelf. Vooral dat laatste wordt veel belang aan gehecht.

Waardering

De tevredenheid van de lopers uit zich ook in de hoge waardering voor het evenement. Gemiddeld geven de deelnemers een rapportcijfer van 8.1.

Tevredenheid en belang van aspecten	Tevredenheid	Belang
Sfeer	4,3	4,1
Loopruimte op het parcours	4,2	4,2
Zwaarte van parcours	3,8	3,7
Omgeving rondom het parcours	3,5	3,8
Faciliteiten (toiletten etc.)	4,0	3,9
Hoeveelheid entertainment/muziek voor/tijdens de wedstrijd	3,9	3,6
Hoeveelheid publiek langs de kant	3,7	3,5
Prijs/kwaliteitverhouding	3,9	3,7
Het parcours	3,6	4,0

Voorkeur voor de Stevensloop

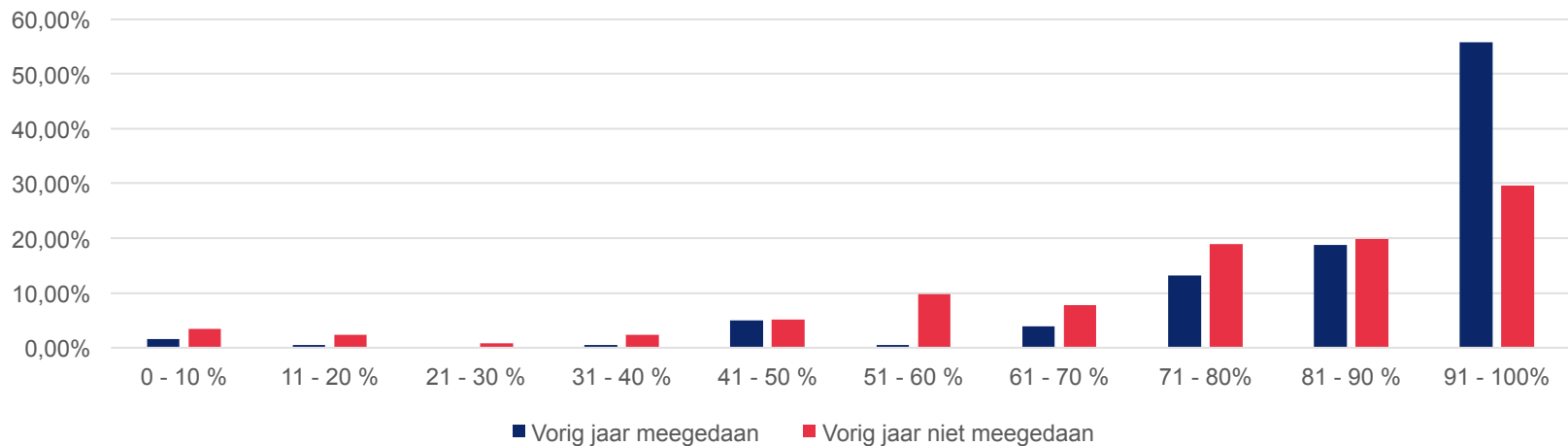
Bijna 90% gaf aan de Stevensloop (zeer) aan te raden aan anderen. Echter is de helft van de bezoekers neutraal als het gaat om de voorkeur voor de Stevensloop boven andere hardloopevenementen en geeft twintig procent geen voorkeur aan de Stevensloop.

Ik raad anderen aan om deel te nemen aan de Stevensloop	Procent
Zeer mee eens	34%
Mee eens	53%
Neutraal	10%
Mee oneens	1%
Zeer mee oneens	2%

Herhalingsdeelname

Bijna veertig procent van de deelnemers geeft aan 90-100% zeker te zijn volgend jaar weer deel te nemen aan de Stevensloop. Dit komt vooral door de deelnemers die ook vorig jaar hebben meegedaan. Een derde van de nieuwe deelnemers start volgend jaar ook bijna zeker.

Ga je volgend jaar meedoen?



5. Economische impact

Met de economische impact van de Stevensloop wordt bedoeld de additionele, dat wil zeggen extra, bestedingen die door dit evenement worden veroorzaakt in een afgebakend gebied. In het geval van deze Stevensloop wordt met dit gebied de provincie Gelderland bedoeld.

Bij evenementen zijn verschillende ‘economische effecten’ te onderscheiden: gekochte toegangkaartjes door toeschouwers, overnachtingen door buitenlandse deelnemers, uitgaven en inkomsten van de organisatie, enzovoorts. In zekere zin zijn dit allemaal ‘economische effecten’: ze zijn een gevolg van het sportevenement voor de economie. De centrale vraag is: welke effecten zijn echt additioneel en zijn niet het gevolg van een verschuiving van de ‘binnenlandse’, of in dit geval ‘binnenprovinciaalse’ vraag?

Wat zijn additionele bestedingen?

We beschouwen in principe alleen de bestedingen additioneel die aan twee voorwaarden voldoen:

- Er is een oorzakelijk verband met de organisatie van het evenement. In de praktijk betekent dit dat alleen de

bestedingen worden meegenomen van bezoekers, deelnemers, organisatie en pers die speciaal voor het evenement naar Gelderland zijn gekomen. In dit onderzoek worden uitgaven van de bewoners van Gelderland als niet-additioneel gezien, omdat het aannemelijk is dat zij het geld dat zij aan of door het evenement besteedden anders ook in Gelderland zouden hebben uitgegeven. We gaan er derhalve vanuit dat indien het evenement op een andere locatie (wereldwijd) zou zijn gehouden, er geen Gelderlanders zijn die speciaal daarvoor naar deze andere locatie zouden zijn gereisd.

- De uitgaven gerelateerd aan het sportevenement moeten niet worden ‘teniet gedaan’ door vermindering van de vraag in andere delen van de economie, met andere woorden als er sprake is van verschuiving van vraag. Een voorbeeld van verschuiving zijn subsidies van de lokale overheid: als het kwalificatietoernooi niet had plaatsgevonden, waren deze uitgaven van de provincie naar alle waarschijnlijkheid toch ook in de Gelderse economie terechtgekomen. In feite is dit dus een verschuiving van vraag binnen Gelderland. Deze uitgaven worden dus niet meegeteld als additioneel.

Bezoekers, overnachtingen en bestedingen

De economische impact van bezoekers wordt (in grote lijnen) bepaald door de vermenigvuldiging van het aantal additionele bezoekers met de gemiddelde uitgaven per persoon van deze bezoekers. Op vergelijkbare wijze wordt het aantal overnachtingen bepaald, aan de hand van gemiddelde verblijfsduur. Voor zowel het vaststellen van het aantal overnachtingen als voor het berekenen van de totale economische impact is het aantal bezoekers dus essentieel.

Additionele bezoeken en bezoekers

Personen van buiten de provincie Gelderland die bij de Stevensloop aanwezig worden als additioneel gezien indien zij zonder het evenement niet in Gelderland waren geweest. Hiervoor wordt in de vragenlijst de stelling voorgelegd: 'Als het evenement niet in Gelderland was geweest, dan was ik ook in Gelderland geweest'. Respondenten van buiten Gelderland die hierop instemmend reageren rekenen we tot niet additionele bezoekers; de uitgaven die zijn doen zouden zonder het evenement naar alle waarschijnlijkheid ook in Gelderland neerslaan. Alle andere bezoekers van buiten de provincie zijn speciaal voor het evenement naar Gelderland gekomen en zij zijn, net als hun uitgaven, additioneel.

Gelderlanders zijn niet additioneel. Immers, hun aan het evenement gerelateerde uitgaven zouden ook zonder het evenement in Gelderland neerslaan.

Van de bezoekers was 16,4 procent additioneel oftewel een kleine 2200 bezoekers. Gemiddeld gaven deze additionele bezoekers bijna vijftwintig euro per persoon uit waarmee de totale bestedingen op ongeveer 54.000 euro uitkomen.

Naast deze uitgaven bleef een klein percentage (6%) van de additionele bezoekers vanwege het evenement langer in Gelderland. Gemiddeld was dit één dag en gaan we ervan uit dat de gemiddelde dagbesteding ook op deze extra dag wordt uitgegeven. Dat maakt dat er nog zo'n 3000 euro wordt uitgegeven op de dag voor of na het evenement door de additionele bezoekers.

Dagbestedingen bezoekers	Totaal
Aantal bezoekers	13250
Aandeel additionele bezoekers	16,4%
Aantal additionele bezoekers	2168
Gemiddelde dagbesteding additionele bezoekers	€ 24,94
Totaal bestedingen bezoekers	€ 54.000

Langer verblijf bezoekers	Totaal
Aantal additionele bezoekers	2168
Aandeel additionele bezoekers dat langer in Gelderland blijft	6%
Gemiddeld aantal dagen langer	1
Gemiddelde dagbesteding additionele bezoekers	€ 24,94
Totaal bestedingen bezoekers door langer verblijf	€ 3.000



Overnachtingen

De additionele bezoekers die langer in Gelderland blijven vanwege het evenement doen ook uitgaven aan hun overnachtingen. Zes procent van de bezoekers blijft overnachten waardoor ongeveer 120 overnachtingen in de regio worden gedaan vanwege het evenement. De gemiddelde overnachtingsduur was twee nachten en de gemiddelde prijs per overnachting ongeveer 20 euro per persoon. In totaal bedragen de additionele uitgaven aan logies €4.800 voor de provincie Gelderland.

Economische impact bezoekers

De totale economische impact van bezoekers van de Stevensloop 2016 komt uit op ongeveer 61.800 euro voor de provincie Gelderland. De grootste bijdrage (87%) is afkomstig van de bestedingen van de bezoekers op de dag zelf.

Overnachtingen bezoekers	Totaal
Aantal additionele bezoekers	2168
Aandeel additionele overnachters	6%
Aantal additionele overnachters	120
Gemiddelde overnachtingsduur	2
Totaal aantal overnachtingen	241
Gemiddelde overnachtingsprijs	€ 20,00
Totale uitgaven aan overnachtingen door bezoekers	€ 4.800

Economische impact bezoekers	Totaal
Totaal bestedingen bezoekers	€ 54.000
Totaal bestedingen bezoekers door langer verblijf	€ 3.000
Totale uitgaven aan overnachtingen door bezoekers	€ 4.800
Economische impact bezoekers	€ 61.800



Economische impact deelnemers

Aan de Stevensloop deden 8800 deelnemers mee. Uit de vragenlijst onder de deelnemers bleek dat bijna 27 procent zonder het evenement niet in Gelderland zou zijn geweest en dus ruim 2300 additionele deelnemers. De gemiddelde dagbesteding is bijna vijftien euro voor deze deelnemers waardoor de totale dagbesteding neerkomt op 35.000 euro.

Gemiddeld bleef ongeveer 5 procent van de deelnemers speciaal voor de Stevensloop overnachten in de provincie Gelderland en was de gemiddelde overnachtingsduur 1,7 nacht. Hierdoor zijn 228 overnachtingen in de provincie Gelderland toe te rekenen aan de Stevensloop. De gemiddelde overnachtingsprijs per person lag op bijna 32 euro waardoor de totale uitgaven aan overnachtingen neerkomt op 6.500 euro. Ervan uitgaande dat de deelnemers die blijven overnachten de volgende extra dag(en) dat ze in Gelderland zijn ook nog uitgaven doen (gem. 14.89 euro) levert dit nog eens 3.000 euro op voor Gelderland. Dit brengt de totale economische impact van de deelnemers aan Stevensloop 2016 op bijna 45.000 euro.



Dagbestedingen deelnemers	Totaal
Aantal deelnemers	8800
Aandeel additionele deelnemers	26,7%
Aantal additionele deelnemers	2346
Gemiddelde dagbesteding additionele deelnemers	€ 14,89
Totaal bestedingen deelnemers	€ 35.000

Overnachtingen deelnemers	Totaal
Aantal additionele deelnemers	2346
Aandeel additionele overnachters	5%
Aantal additionele overnachters	120
Gemiddelde overnachtingsduur	1,70
Totaal aantal overnachtingen	204
Gemiddelde overnachtingsprijs	€ 31,90
Totale uitgaven aan overnachtingen door deelnemers	€ 6.500
Totaal bestedingen deelnemers door langer verblijf	€ 3.000

Economische impact deelnemers	Totaal
Totaal bestedingen deelnemers	€ 35.000
Totale uitgaven aan overnachtingen door deelnemers	€ 6.500
Totaal bestedingen bezoekers door langer verblijf	€ 3.000
Economische impact deelnemers	€ 44.500

Economische impact vanuit de organisatie

Voor de economische impactberekening van de Stevensloop 2016 is het van belang welke uitgaven de organisatie deed in Gelderland en welke inkomsten het uit diezelfde provincie genereerde. Het saldo daarvan is de netto economische impact vanuit de organisatie. De tabel hiernaast laat de uitgaven voor de organisatie van de Stevensloop in Gelderland zien. De gegevens zijn afkomstig van de stichting Zevenheuvelenloop, op basis van realisatiecijfers. De totale begroting van het evenement was ruim twee ton. Daarvan besteedde de organisatie 180.300 euro binnen Gelderland. Dit komt neer op 85% van de totale aan het evenement gerelateerde uitgaven. De belangrijkste posten op de gehele begroting en voor Gelderland waren de materiaalkosten en de personele kosten (zowel inhuur als eigen organisatie).

Om de economische impact vanuit de organisatie te berekenen moeten de additionele uitgaven worden verdisconteerd met de inkomsten die horen bij de Stevensloop en die afkomstig zijn uit Gelderland. De tabel hiernaast laat zien dat ruim 70% van de inkomsten uit Gelderland afkomstig was. De totale uitgaven vanuit de stichting Zevenheuvelenloop, als organisator van het evenement, in de provincie Gelderland zijn 180.300 euro terwijl de inkomsten van deze organisatie uit diezelfde provincie 155.100 euro bedragen. Daarmee komt de (netto) economische impact vanuit de organisatie uit op een saldo van de 25.200 euro.

Uitgavenspost	Gelderland	Buiten Gelderland
Algemeen kosten organisatie	€ 29.300	€ 0
Materialen	€ 60.000	€ 0
Inhuur derde	€ 35.000	€ 0
Evenementkosten deelnemers	€ 23.000	€ 7.000
Promotie	€ 23.000	€ 0
Inkoop	€ 10.000	€ 25.000
Totaal	€ 180.300	€ 32.000

Inkomstenpost	Gelderland	Buiten Gelderland/ additioneel
Inschrijvingen	€ 83.900	€ 32.100
Sponsoring	€ 3.000	€ 8.000
Verkoop	€ 28.200	€ 10.800
Treinkaartjes	€ 0	€ 6.300
Subsidies	€ 40.000	€ 0
Totaal	€ 155.100	€ 57.200

Economische spin off organisatie (schatting)	Gelderland
Uitgaven in de provincie Gelderland	€ 180.300
Inkomsten uit provincie Gelderland	€ 155.100
Netto economische impact organisatie	€ 25.200

Bestedingen vanuit de media

Voor het berekenen van economische impact vanuit de media zijn geen gegevens beschikbaar. De media was wel bij de Stevensloop aanwezig. Hieronder waren zowel de regionale pers als journalisten van nationale kranten of websites. Wat de mensen van de media gedurende het toernooi (additioneel) hebben uitgegeven in Gelderland is onbekend, maar naar alle waarschijnlijkheid zal dit bedrag neer komen op hooguit enkele honderden euro's. Bij de berekening van de totale economische impact, hierna, zijn de additionele bestedingen van de media opgenomen als een PM-post.

Samenvatting

De tabel hiernaast geeft de hiervoor gepresenteerde resultaten kort en bondig weer. De totale economische impact van de Stevensloop voor de provincie Gelderland is positief, namelijk 131.500 euro. Dit is exclusief de impact van de media, die als PM-post is opgenomen. De belangrijkste positieve bijdrage aan de economische impact komt van bestedingen van de bezoekers.

Economische impact	Euro's
Bezoekers	
<i>Dagbestedingen</i>	€ 54.000
<i>Overnachting bestedingen</i>	€ 4.800
Langer verblijf	€ 3.000
Deelnemers	
<i>Dagbestedingen</i>	€ 35.000
<i>Overnachting bestedingen</i>	€ 6.500
<i>Langer verblijf</i>	€ 3.000
Organisatie bestedingen	€ 25.200
Media bestedingen	PM
Economische impact	€ 131.500

Bronnen

Geraadpleegde literatuur

Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (2014).
Richtlijnenhandboek Bezoekersaantallen.
www.evenementenevaluatie.nl

Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (2014).
Richtlijnenhandboek Bezoekersprofiel.
www.evenementenevaluatie.nl

Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (2014).
Richtlijnenhandboek Economische impact.
www.evenementenevaluatie.nl

Geraadpleegde websites

www.evenementenevaluatie.nl

www.Stevensloop.nl

Enquêteurs

Jelle Schoemaker

Felice Roelofsen

Nick ter Welle

Jeffrey van Maurik

Dirk Fransen

Lara Meeuwsen

Jurgen Aarden

Roos Taverne

Lise Visser

Tom Froon

Vragenlijst deelnemersenquête

1. Wat zijn de vier cijfers van je postcode?
2. Wat is je geboortejaar?
3. Wat is je hoogst voltooide opleiding?
4. Hoeveel jaar doe je al aan hardlopen?
5. Hoeveel andere sporten (exclusief hardlopen) heb je het afgelopen jaar minstens 12 keer beoefend?
6. Aan hoeveel hardloopevenementen (inclusief de Stevensloop) doe je dit kalenderjaar mee?
7. Hoe vaak heb je met de Stevensloop meegedaan? In welk verband loop je hard?
8. Hoeveel van je familie/vrienden/directe collega's deden mee aan de Stevensloop
9. Hoeveel mensen kende je die langs de kant stonden?
10. Wat is de kans dat je volgend jaar weer gaat deelnemen aan de Stevensloop?
11. Zou je de Stevensloop aanraden aan familie/vrienden?
12. Heeft de Stevenslooploop je voorkeur boven andere hardloopevenementen?
13. Uit hoeveel personen (inclusief jezelf) bestaat je gezelschap?
14. Als het evenement niet in Gelderland was, was ik vandaag toch in Gelderland geweest?
15. Overnacht(te) je de afgelopen of komende nacht(en) ergens anders dan op je vaste woonadres?
16. Waar overnacht(te) je?
17. Hoeveel nachten overnacht(te) je?
18. Welk type accommodatie overnacht(te) je?
19. Wat is de prijs van 1 overnachting?
20. Op hoeveel personen heeft deze overnachtingprijs betrekking?
21. Doe je zelf uitgaven of doet iemand anders voor jou uitgaven?
22. Hoeveel heb je uitgegeven aan eten/drinken/merchandise/winkelen/vervoer/overig in de provincie Gelderland?
23. Op hoeveel personen hebben je uitgaven vandaag betrekking?
24. Welk rapportcijfer geef je de Stevensloop?
25. Hoe belangrijk vind je de sfeer/loopruimte/parcours/omgeving/faciliteiten/ entertainment/publiek/prijs bij een evenement zoals de Stevensloop?