

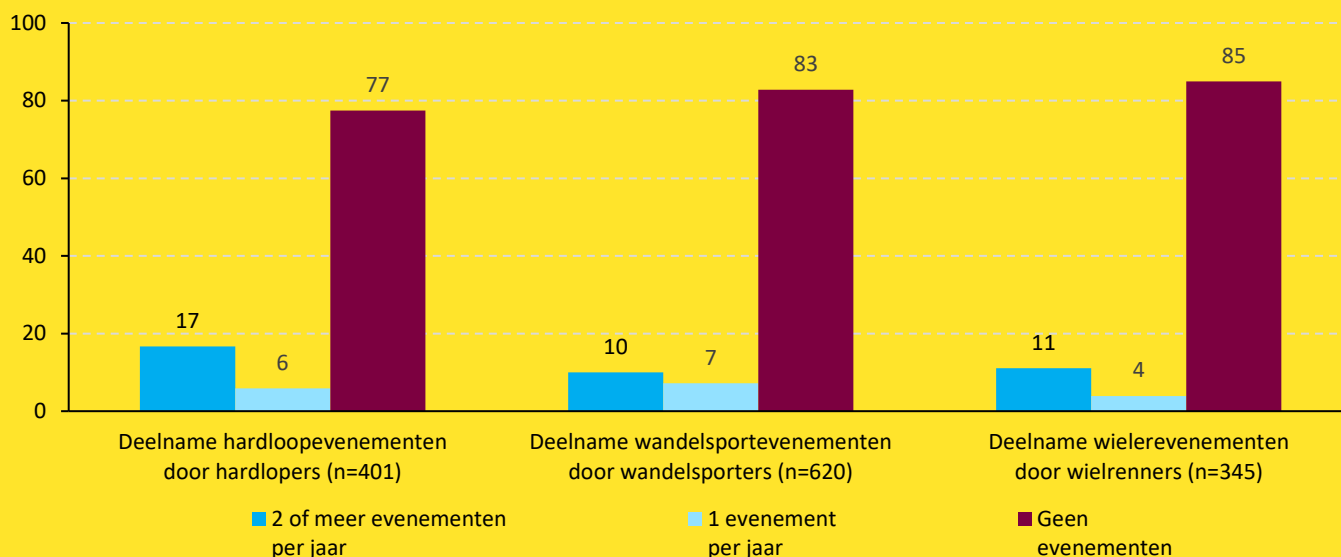
# Evenementen: aanjager voor sportdeelname

Deelname aan loop-, fiets- en wandelsportevenementen als stimulans voor sportdeelname

Factsheet 2018/11

Paul Hover & Resie Hoeijmakers

**Figuur 1 Deelname aan hardloop-, wandelsport- en wielerevenementen (prestatiegerichte en recreatieve evenementen en wedstrijden en grote en kleinere evenementen en wedstrijden) door de Nederlandse bevolking (15-80 jaar, in procenten)**



Bron: Nationaal SportOnderzoek, 2017. Bewerking, Mulier Instituut.

## Sportevenementen: aanjager voor sportdeelname?

Financiële bijdragen van overheden aan sportevenementen worden vaak gelegitimeerd door de verwachting dat die investering zich maatschappelijk uitbetaalt in de vorm van een groeiende omvang van de sportbeoefening. Bij het antwoord op de vraag of dat in de praktijk ook het geval is, zijn tenminste vier aspecten relevant. Ten eerste: onder welke doelgroep wordt de groei nagestreefd? Dit kunnen – in afnemende volgorde van betrokkenheid - deelnemers, bezoekers en lokale inwoners zijn. Ten tweede: betreft het een breedtesport- of topsportevenement en, in het geval van een topsportevenement, wordt van een eventueel nationaal succes een impuls verwacht of van de organisatie in het algemeen? Ten derde: zijn flankerende beleidsstrategieën erop gericht om de sportdeelname aan te jagen en hoe zien die eruit? Ten vierde: wordt ernaar gestreefd om niet-sporters te stimuleren om te gaan sporten en/of is er de wens om de deelname aan een specifieke tak van sport te verhogen, ongeacht of een nieuwe deelnemer al sportief actief was?

In dit factsheet wordt gepoogd om aan de kennis rond dit thema bij te dragen. De focus ligt hierbij op deelnemers aan (breedte)sportevenementen in drie takken van sport: hardlopen, wielrennen en wandelen.

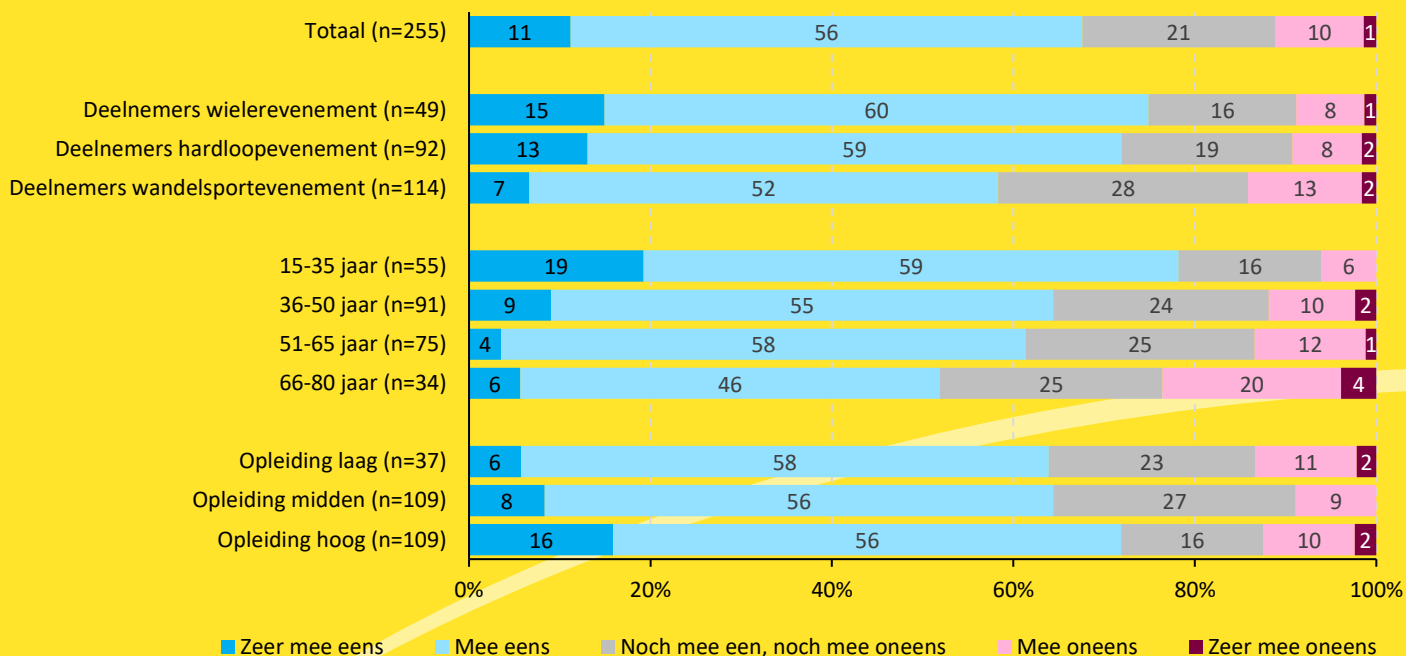
## Bijna kwart lopers is evenementenloper

Het aandeel wandelsporters, hardlopers en wielrenners/toerfietsers onder de Nederlandse bevolking (15-80 jaar) bedraagt respectievelijk 19, 16 en 10 procent. Dat zijn circa 2,6 miljoen wandelsporters, 2,1 miljoen hardlopers en 1,4 miljoen wielrenners/toerfietsers.

Naar schatting worden in Nederland volgens NOC\*NSF jaarlijks 2.000 hardloop- en 3.000 wielerevenementen georganiseerd.<sup>1</sup> Daarnaast organiseren alleen de lidorganisaties van de Koninklijke Wandel Bond Nederland al 1.500 wandelevenementen per jaar.<sup>2</sup>

Deze duizenden evenementen bedienen vele beoefenaren. Desalniettemin voorziet het evenementenaanbod voor een ruime meerderheid van de beoefenaren in de drie sporttakken niet in een behoefte: de deelname aan sportevenementen onder hardlopers, wandelsporters en wielrenners bedraagt achtereenvolgens 23, 17 en 15 procent (figuur 1). Deelnemers laten het meestal niet bij één evenement. Wielrenners, wandelsporters en hardlopers die deelnemen aan evenementen deden dat gemiddeld 4,7, 3,8 en 4,3 keer per jaar (niet in figuur). Ruim één op de vier deelnemers aan wandelevenementen en één op de tien deelnemers aan wielerevenementen deden mee aan meerdaagse evenementen (niet in figuur).

**Figuur 2** Mening over stelling 'De deelname aan hardloop-, wandelsport- en wielerevenementen en -wedstrijden stimuleert mij om (meer) te gaan sporten of bewegen' volgens Nederlandse deelnemers aan betreffende evenementen (15-80 jaar, in procenten)



Bron: Nationaal SportOnderzoek, 2017. Bewerking, Mulier Instituut.

De evenementenorganisatoren in de drie takken van sport bedienen overwegend verschillende markten. Er is maar beperkte overlap in doelgroepen. Zo neemt 7 procent van de deelnemers aan hardloopevenementen óók deel aan wandelevenementen (niet in figuur).

In vergelijking met deelnemers aan wandelsportevenementen zijn deelnemers aan hardloopevenementen relatief jong, vaker lid van een sportvereniging en vaker man (vanwege een te kleine steekproefomvang kon dit voor deelnemers aan wielerevenementen niet worden vastgesteld).

### Stimulans sportdeelname bij twee op drie deelnemers

Deelname aan hardloop-, wiel- en wandelsportevenementen stimuleert circa twee op de drie deelnemers om (meer) te sporten of bewegen (figuur 2). Dit effect is het grootst bij hardloop- en wielerevenementen waarbij grofweg drie kwart van de deelnemers aangeeft een stimulerende werking te ervaren, al is dit bij wandelsportevenementen ook nog circa zes op de tien (figuur 2). Er dient een slag om de arm gehouden te worden: hoewel de stimulans om meer te sporten en bewegen betekenisvol is, betekent dit niet dat dit in de praktijk ook gebeurt.

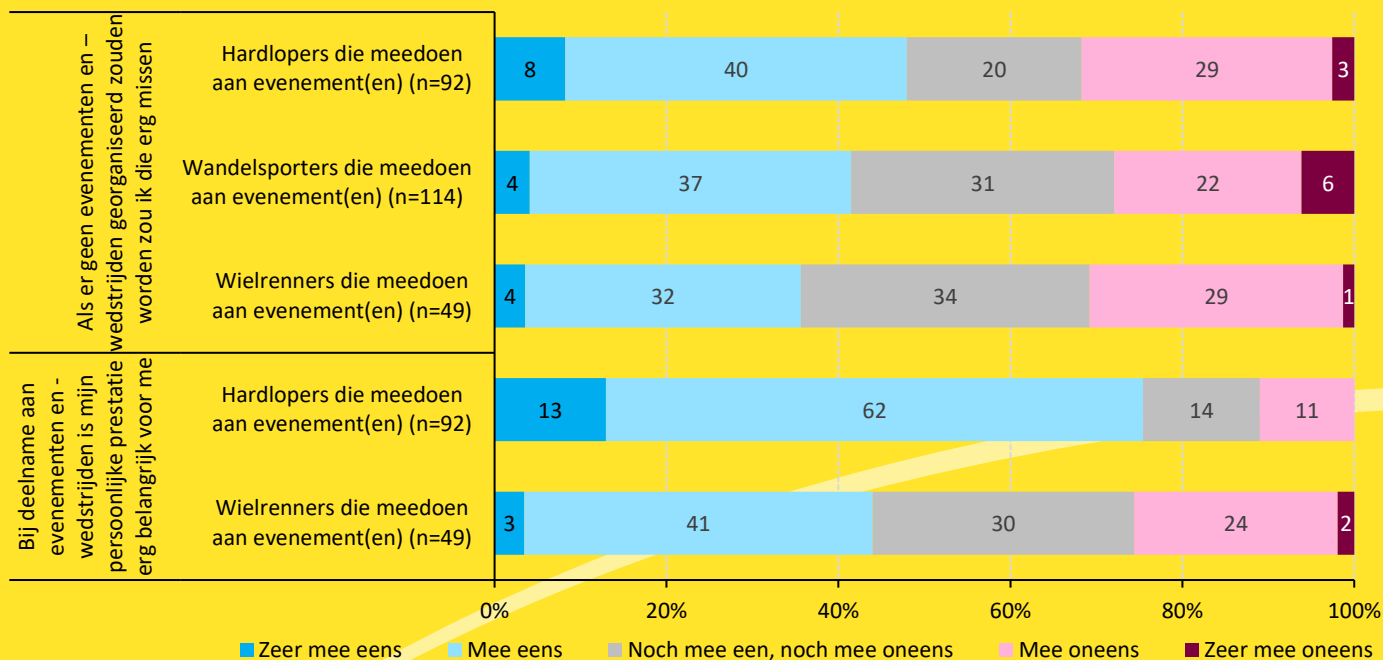
Hoewel de meeste deelnemers aan evenementen aangeven dat evenementendeelname een stimulerend effect op hun sport- en beweegdeelname heeft, mag niet worden uitgesloten dat deelnemers vóór hun inschrijving reeds van plan waren om meer te gaan sporten en bewegen en evenementendeelname vooral een steuntje in de rug (of stok achter de deur) was.

Naar leeftijd zijn er verschillen: jonge deelnemers voelen zich vaker aangespoord om meer te bewegen of sporten dan oudere leeftijdsgroepen. Onder 15-35-jarigen zijn circa 8 op de 10 deelnemers gestimuleerd om meer te bewegen, bij 65-plussers is dit de helft daarvan (figuur 2). Ook onder hoger opgeleiden komt de stimulans om meer te sporten of bewegen vaker voor.

### Ruim vier op de tien deelnemers zouden evenementen missen

In het hypothetische scenario dat er geen hardloop-, wandel- en wielerevenementen zouden zijn, zou 44 procent van de deelnemers van die evenementen dat op de kalender missen (niet in figuur). Dat aandeel is onder hardlopers (48%) hoger dan onder wandelsporters (41%) en wielrenners (36%) (figuur 3).

**Figuur 3** Mening over twee stellingen over betekenis deelname aan hardloop-, wandelsport- en wielerevenementen en – wedstrijden volgens de Nederlandse bevolking (15-80 jaar) en deelnemers aan betreffende evenementen (in procenten)



Bron: Nationaal SportOnderzoek, 2017. Bewerking, Mulier Instituut.

Op dit punt zijn geen noemenswaardige verschillen tussen de geslachten, opleidingsniveaus en leeftijdsklassen (niet in figuur).

Voor degenen die de evenementen niet zouden missen, geldt mogelijk dat op andere manieren voorzien kan worden in de behoeften die met evenementendeelname worden bevredigd. Niet uit te sluiten is dat de nieuwe technologie (apps) ook toegang biedt tot een netwerk van sportieve gelijkgestemden en krachtmeting die evenementen kenmerkt. Eerder onderzoek wees uit dat inzicht in eigen prestaties (en derhalve ook de mogelijkheid om die te kunnen vergelijken) de meest genoemde motivatie was onder personen die voor sporten en bewegen gebruikmaken van smartwatches, apps en andere technische accessoires.<sup>4</sup>

**Voor drie kwart lopers is eigen prestatie belangrijk**

Van de hardlopers die meedoen aan hardloopevenementen vindt drie kwart de persoonlijke prestatie belangrijk (figuur 3). Onder wielrenners ligt dit aandeel 31 procentpunten lager (44%; figuur 3).

**Deelname aan sportevenementen in de lift**

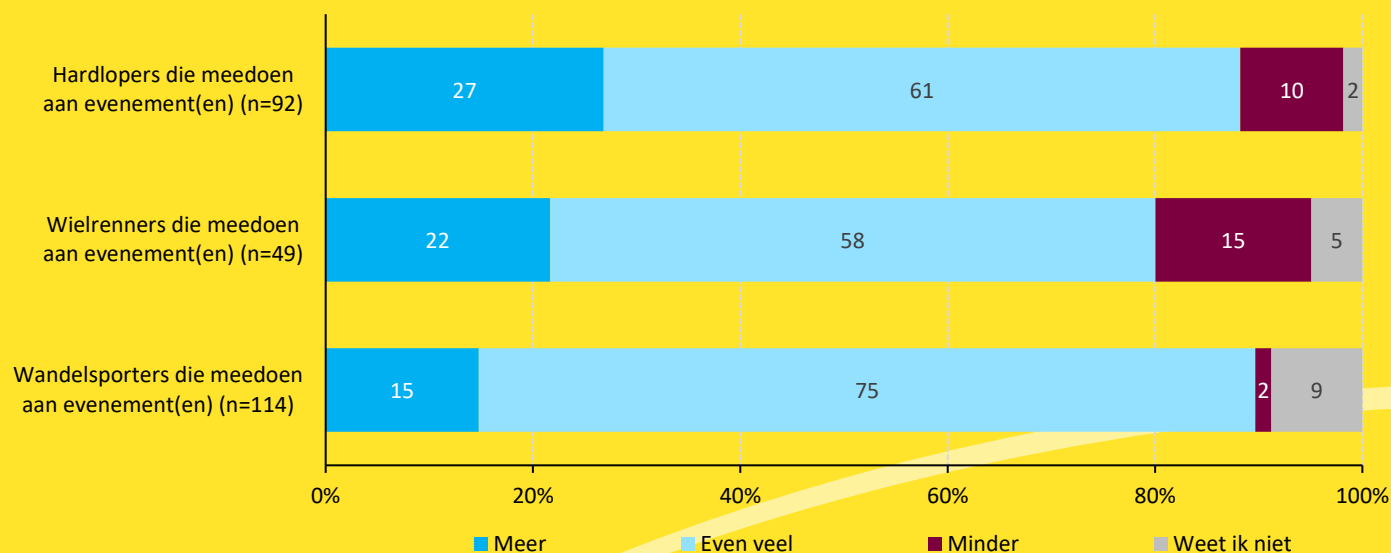
Een overgrote meerderheid van de deelnemers aan hardloop-, wiel- en wandelsportwedstrijden zullen in de nabije toekomst aan even veel of aan méér evenementen in hun tak van sport gaan deelnemen (figuur 4). Dat geldt met name voor hardlopers. Dit is een stevige indicatie dat evenementenorganisatoren zich als collectief mogen verheugen in een belangstelling onder de huidige deelnemers die minstens op het actuele peil blijft.

In een sportsector waar een hoge retentie allerminst een vanzelfsprekendheid is (denk aan onder andere de fitnessbranche) is dit een bemoedigend toekomstperspectief. De groeikansen lijken met name te liggen bij het verleiden van de substantiële groep sporters die (nog) niet aan evenementen deelneemt (zie pagina 1).

**Conclusie: deelname stimuleert bewegen**

Deelname aan hardloop-, wiel- en wandelsportevenementen stimuleert circa twee op de drie deelnemers om (meer) te sporten of bewegen. Dat geldt met name voor de jeugd en hoger opgeleiden. Deze uitkomsten stroken met onderzoeksresultaten uit binnen- en buitenland.<sup>5</sup>

**Figuur 4 Verwachting toekomstige deelname aan Nederlandse hardloop-, wandelsport- en wielerevenementen en – wedstrijden volgens de Nederlandse deelnemers (15-80 jaar) aan betreffende evenementen (in procenten)**



Bron: Nationaal SportOnderzoek, 2017. Bewerking, Mulier Instituut.

De maatschappelijke betekenis van de groeiende omvang van de sport- en beweegdeelname laat zich niet eenvoudig in euro's uitdrukken, maar telt wel. Het is belangrijk om deze maatschappelijke impact bij de evaluatie van een sportevenement op waarde te schatten.

Vergelijkend Nederlands onderzoek onder volgers van top- en breedtesportevenementen (via media of live) en deelnemers leerde eerder dat de katalyserende werking onder volgers (21% gestimuleerd) minder sterk is dan onder deelnemers (58% gesimuleerd).<sup>6</sup> Onderzoek onder bezoekers en deelnemers van de Venloop 2014 wees uit dat het katalyserend effect van de betrokkenheid op de omvang van de sportdeelname groter was onder deelnemers (41% gestimuleerd) dan onder bezoekers (22% gestimuleerd). In het geval van de Tilburg Ten Miles 2013 bedroegen deze aandelen 30 procent (bezoekers) en 42 procent (deelnemers).<sup>7</sup> De resultaten laten zien dat deelnemers vaker dan bezoekers een stimulans ervaren om meer te gaan sporten of bewegen.

Om de katalyserende kracht van sportevenementen op de omvang van de sport- en beweegdeelname van deelnemers verder te benutten, is het zinvol om - naast het prikkelen van sporters om actief te blijven - meer niet-sporters te betrekken.

### Verantwoording

Dit factsheet is gebaseerd op data van het Nationaal Sportonderzoek 2017. Voor dit onderzoek is in mei 2017 via het panel van GfK een representatieve groep van 3.019 Nederlanders van 15-80 jaar ondervraagd. Antwoorden op vragen met een relatief klein aantal respondenten dienen louter als indicatie te worden beschouwd.

### Bronnen

- <sup>1</sup> NOC\*NSF (2016). *Sportagenda 2017+*. Arnhem: NOC\*NSF;
- <sup>2</sup> Wandel.nl (2018). *Evenementen*. Geraadpleegd op 11 juli 2018, via <https://www.wandel.nl/wandelagenda.htm>
- <sup>4</sup> Dool, R. van den, Hover, P. & Vos, S. (2017). *Apps & Devices. Gebruik van elektronische hulpmiddelen bij sporten en bewegen. Websheet 2017/1*. Utrecht: Mulier Instituut.
- <sup>5</sup> Zie o.a. Bowles, H.R., Rissel, C. & Bauman, A. (2006). Mass community cycling events: Who participates and is their behaviour influenced by participation? *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity* 2006, 3:39, Schoemaker, J., Genderen, S. van & Horst, I. ter (2017). *Deelnemersprofiel & gezondheidswaarde Marikenloop 2017*. Arnhem/Nijmegen: HAN., Baart de la Faille – Deutekom, M. & Verhoogt, P. (2015). *TCS Amsterdam Marathon 2014. Economische impact, tevredenheid, gezondheidseffecten*. Amsterdam: HvA.
- <sup>6</sup> Hover, P., & Romijn, D. (2012). *Factsheet sportevenementen: katalysator voor participatie en cohesie?*. Utrecht: Mulier Instituut.
- <sup>7</sup> Berends, L. & Heuvel, M. van den (2015). *Venloop 2014. Economische impact, maatschappelijke impact, promotionele waarde*. Tilburg: FEHT., Heuvel, M. van den (2014). *Brabants Dagblad Tilburg Ten Miles. Economische en sociale impact, bezoekers- en deelnemersprofiel*. Tilburg: FEHT